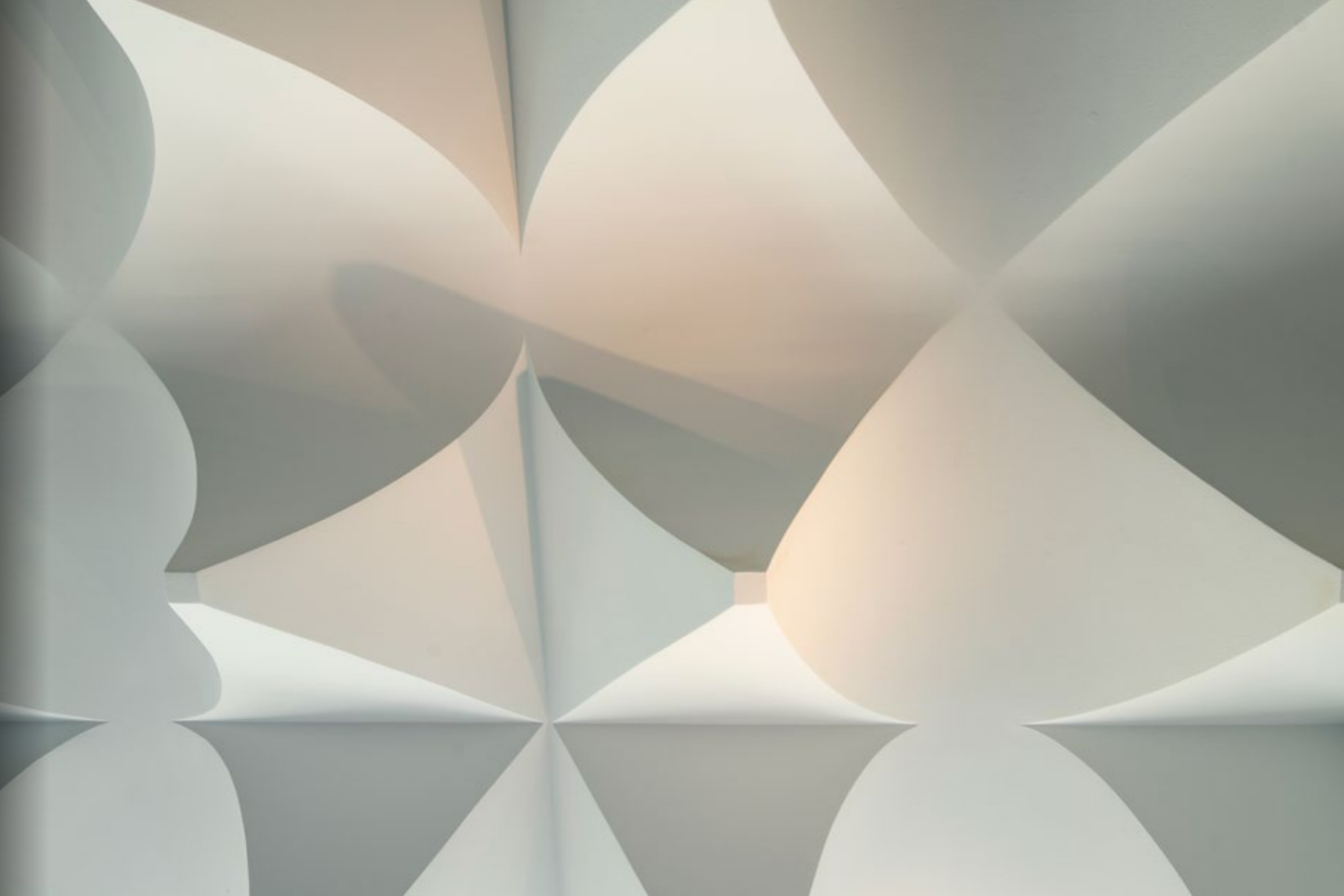


ISSUE
10

NOVEMBRE
2024

culture and focus periodical

I AM



In un'epoca di globalizzazione dei mercati, segnata dalla conseguente facilità con cui i grandi gruppi finanziari spostano da una parte all'altra del pianeta le loro smisurate masse di investimenti, i modi consolidati di fare professione nel mondo dell'architettura stanno cambiando radicalmente. Se la logica del mondo finanziario che guida le dinamiche di questi flussi economici è, naturalmente, quella della ottimizzazione dei risultati e quindi della legittima massimizzazione dei profitti, anche il mondo della progettazione si è adeguato a questa nuova dimensione, con la nascita di vere e proprie imprese multinazionali del progetto. Realtà in grado di schierare migliaia di professionisti per affrontare, sia dal punto di vista organizzativo che finanziario, sfide professionali globali intercettando la richiesta di prestazioni che garantiscano il risultato in termini di vendibilità del prodotto, della riduzione dei costi e della certezza nei tempi di ritorno degli investimenti.

In questa cornice globalizzata, il prodotto di architettura diventa merce e l'intero sistema adotta logiche appartenenti al mondo della produzione industriale (sul modello anglosassone): apporti progettuali settorializzati con alti livelli di specializzazione professionale, controllo del prodotto sulla base di standard internazionali misurabili, procedure produttive che seguono protocolli che consentano di verificare, lungo tutto il percorso progettuale, il processo produttivo. Se tutto è trasformato in merce e le sue logiche diventano quelle che guidano il mondo dell'Industrial Design, quale spazio residuo rimane, allora, all'architettura? Il risultato è sotto gli occhi di tutti noi: i devastanti e muscolari panorami delle grandi megalopoli densi ed irti di oggetti autoreferenti e decontestualizzati in cui spiccano opere più o meno simili, in gara tra di loro, nella loro esibizionistica ostentazione. È questo il futuro inevitabile delle nostre città? Che ne abbiamo fatto degli uomini e delle donne che devono viverci, del senso di comunità, delle storie e tradizioni culturali (così diverse tra di loro) che hanno reso l'umanità artefice di percorsi di trasformazione del territorio, che hanno dato un senso ricco e prezioso al vivere sul Pianeta Terra? Come riconosciamo Shanghai, e come la distinguiamo da Buenos Aires? Il nostro inevitabile destino è, dunque, quello di essere costretti a vivere nello stesso tipo di città, indipendentemente dal continente in cui ci troviamo, relegando la memoria storica delle città al ruolo di pura scenografia ad uso e consumo dell'industria del turismo di massa?

Personalmente, credo fermamente nel ruolo di mediazione sociale della architettura e nel suo valore etico. Sono quindi i valori che intendiamo perseguire (a tutela degli interessi della comunità) che debbono aiutarci a compiere le scelte progettuali. In questo senso i progettisti europei, per formazione e tradizioni culturali con radici umanistiche, potrebbero svolgere una funzione fondamentale nel correggere la rotta di quanto sta accadendo nel mondo. È necessario avere un forte senso di responsabilità verso l'umanità che vivrà sulla Terra nelle prossime generazioni. Tecnicità ed efficienza hanno un senso solo se posti a servizio del ruolo fondante dei valori. La priorità va, quindi, al rispetto degli equilibri tra mondo antropizzato e natura per evitare di imboccare un tunnel senza ritorno, ma la tutela dell'ambiente non basta. Sul nostro pianeta è attualmente in atto, senza che nessuno faccia sentire la propria voce, una cancellazione devastante delle culture locali, ignorando sistematicamente i valori della necessaria dimensione umana del vivere e delle sue implicazioni sociali e spirituali. Siamo esseri viventi con emozioni, memoria, intelletto, speranze, senso di appartenenza alla comunità ed alle sue tradizioni: non siamo solo consumatori effimeri ed inerti di merce. Dobbiamo cercare strade che riescano a soddisfare le esigenze della contemporaneità con la nostra appartenenza alle tante culture che, per rivoli diversi, hanno dato piena attuazione al nostro bisogno ineluttabile di costruire benessere ed equilibri armonici sulla Terra. Io credo che nell'attuale momento storico segnato dalla globalizzazione dei mercati e dei progetti, il punto di partenza di ogni ragionamento sull'architettura contemporanea debba nascere dal profondo rispetto per le radici culturali del territorio in cui si opera, alla ricerca di un futuro che ne rappresenti una naturale evoluzione.

Amedeo Schiattarella

Architetto e Fondatore Schiattarella Associati





CIAM AROUND THE WORLD

6

PAVLOVA

18



WAQAR ALI KHAN. BATEEL PROJECTS

24

VANZAN ACADEMY

26

CIAM AROUND



Oltre
i confini

THE WORLD

Il segreto della crescita esponenziale di CIAM sta nella sua capacità di ascoltare e di creare risposte, anche quando le lingue con cui si comunica sono metaforicamente e letteralmente diverse.



La storia di CIAM è profondamente legata al suo territorio di origine, dove ha contribuito, nel corso di più di 40 anni, a creare cultura, innovazione, sviluppo, tecnologico, sociale ed economico. Per fare questo, CIAM non ha mai guardato solo dentro sé stessa: sempre la luna, non il dito. Il segreto della crescita esponenziale di CIAM sta nella sua capacità di ascoltare e di creare risposte, anche quando le lingue con cui si comunica sono metaforicamente e letteralmente diverse.



Oggi, trattare certi progetti o certi clienti richiede un livello di competenze che non è affatto scontato. La formazione continua è diventata una necessità.

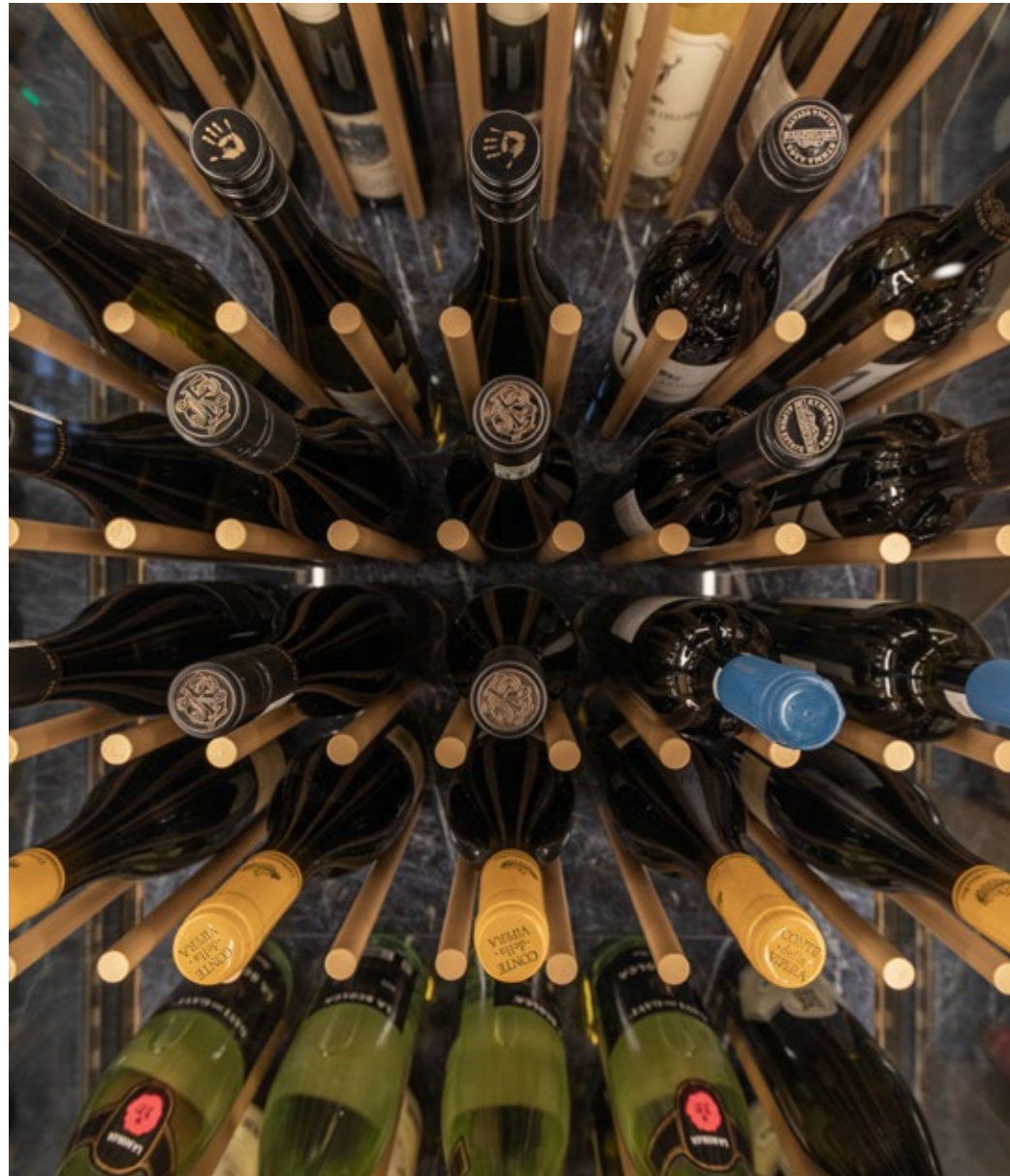
Lo slancio verso la leadership internazionale di CIAM inizia dagli USA, come nei più tradizionali racconti sul sogno americano: in pochi giorni di presenza sull'inesplorato territorio commerciale, ben sei contratti vengono stipulati in realtà molto diverse fra loro, dalla piccola pasticceria di quartiere fino alla prestigiosa sala da tè e cioccolateria frequentata dal Gotha della Casa Bianca a Washington D.C.

Come è possibile? Superando le barriere. Non solo quelle più ovvie, ma quelle più radicate, come differenti aspettative e caratteristiche culturali che definiscono la fruizione di uno spazio e quindi della stessa tecnologia che lo popola, sia da parte dei clienti che degli operatori. CIAM ha sempre parlato un'unica lingua, quella dell'innovazione e dell'evoluzione, del dinamismo e della versatilità. Quando incontra, quindi, per la prima volta delle esigenze lontane da quelle delle realtà italiane, dà risposte che conservino il suo DNA, ma che si adattino perfettamente alle nuove identità scoperte. Soluzioni personalizzate che bilanciano totalmente funzionalità ed estetica, un'attenzione estrema alla ricerca e allo sviluppo, fino ad affermarsi come brand della refrigerazione tailor-made per antonomasia.





Lo status di leader internazionale non si conquista però solo con l'elevata qualità dei prodotti e dei progetti. La chiave per le porte del mondo è una: l'affidabilità. Per CIAM, essere partner tecnologico di realtà di qualsiasi dimensione e di qualsiasi Paese significa garantire pianificazione precisa, continuità operativa in tutto l'anno, documentazioni di utilizzo chiare, esaustive e sintetiche, e sicurezza nella gestione della spedizione, sia in termine di tempi che di tutela della merce. La tranquillità nel mettersi nelle mani di CIAM per portare alla luce progetti e spazi grandiosi, figli della più alta innovazione e della più emozionale ricerca estetica, ha portato l'azienda di Assisi a essere scelta da chef stellati come Joël Robuchon, resort esclusivi, hotel di lusso come Waldorf Astoria, FourSeason, Hyatt, catene con migliaia di negozi come Starbucks, Bateel e Whole foods e studi di architettura riconosciuti in tutto il mondo come Citterio, Starck, Cini little o RiccaDesign, per non parlare delle incredibili realizzazioni con i più importanti gruppi di moda come LVMH, Prada o Armani.



Lo status di leader internazionale non si conquista però solo con l'elevata qualità dei prodotti e dei progetti. La chiave per le porte del mondo è una: l'affidabilità.





CIAM è entusiasta del lavoro svolto finora, ed elettrizzata per il proprio futuro, che si immagina ancora più grande e ancora più capace di esportare la sua duplice anima artigianale e industriale.

— Oggi, trattare certi progetti o certi clienti richiede un livello di competenze che non è affatto scontato, — racconta Riccardo Turchetti, Export Manager di CIAM per i mercati Europa, Africa e America. — Un esempio di questo è il progetto del campus Apple a Cupertino, sviluppato con Foster and Partners. In quel contesto, il linguaggio utilizzato era altamente tecnico. Bisognava essere aggiornati su materiali, tecniche di costruzione e assemblaggio, affrontando sfide significative. È stato appagante sapere che CIAM è una delle poche aziende a livello globale in grado di accettare queste sfide, comprendere le richieste, studiarne la fattibilità e tradurle in un prodotto perfettamente funzionante. Oggi non posso immaginare un profilo commerciale in CIAM che non sappia parlare di aspetti tecnici con un architetto. La formazione continua è diventata una necessità.



Un percorso oltre i confini che non ha mai un punto di arrivo. CIAM infatti ha negli ultimi anni consolidato ancora di più la sua presenza sul mercato estero con l'apertura dell'ufficio CIAM Middle East a Dubai nel 2019 e lo showroom di Milano nel 2024, hub strategico e luogo d'incontro con clienti, architetti e studi di tutta Europa. CIAM è entusiasta del lavoro svolto finora, ed elettrizzata per il proprio futuro, che si immagina ancora più grande e ancora più capace di esportare la sua duplice anima artigianale e industriale.





Timeless Design

Design : Casa&Casa Interiors + Matteo Gentili

Una tradizione di pasticceria Novecentesca rivive e si rinnova nell'elegante atmosfera di uno spazio che s'ispira al passato, ma si nutre d'innovazione tecnologica e design timeless. Un'esperienza dall'eleganza e dalla bontà unica: il Pavlova caffè, situato al secondo piano del Dubai Mall - Emirati Arabi Uniti -, è un arioso e luminoso spazio dai toni neutri che coinvolge per la ricercatezza dei materiali e per il suo design impeccabile d'ispirazione neoclassica.

Inventato e realizzato per la prima volta in onore della celebre ballerina russa Anna Pavlova (1881-1931), questo dolce preparato a base di meringa, farcito e decorato con panna montata, fragole e frutta fresca, è tipico dell'Australia e della Nuova Zelanda. La tradizione che ne tramanda le origini narra, infatti, che sia stato proprio lo chef di un celebre hotel di Wellington a crearlo per la prima volta in onore della ballerina di danza classica, Anna Pavlova appunto, da cui prende il nome. Una storia di arte, bellezza, eleganza e bontà universali che ben si sposa con l'atmosfera dell'ultimo punto vendita della prestigiosa catena Pavlova, che vede nello spazio situato all'interno del Dubai Mall la cornice ideale per rendere timeless una tradizione di pasticceria unica.



Il progetto, curato dallo studio di architettura Casa&Casa, di Dubai, e seguito dall'architetto italiano Matteo Gentili, è stato ideato riflettendo le ispirazioni e le forme di uno stile neoclassico: boiserie, linee essenziali e minimali si accompagnano a materiali come il gres e l'ottone per un risultato che valorizza ed esalta l'esposizione del prodotto. "Nell'architettura neoclassica italiana ci sono dettagli, decori ed elementi architettonici che non muoiono mai e che possono essere reinterpretati in chiave contemporanea e moderna, anche grazie al contributo di nuovi materiali, risultato della continua ricerca e innovazione tecnologica che segnano lo scenario attuale e futuro", afferma Gentili.

La pasticceria d'eccellenza della prestigiosa catena Pavlova risulta così avvolta da un'aura quasi museale, anche grazie all'alta tecnologia e al design di prodotti come Murozero - le due vetrine verticali che fanno parte dell'arredamento realizzato "tailor made" per il progetto da CIAM -, in grado di trasformare ogni prodotto esposto in un pezzo d'arte.



Nell'architettura neoclassica italiana ci sono dettagli, decori ed elementi architettonici che non muoiono mai e che possono essere reinterpretati in chiave contemporanea e moderna, anche grazie al contributo di nuovi materiali, risultato della continua ricerca e innovazione tecnologica che segnano lo scenario attuale e futuro.



“Quando per la prima volta proposi la tecnologia CIAM a Pavlova, sapevo che stavo inserendo nel progetto un’azienda evoluta nelle competenze e nell’innovazione, che per qualità del prodotto, tecnologia, post vendita e capacità di intuire e realizzare perfettamente le idee e le esigenze del cliente non ha eguali: lo dimostra il fatto che stia ormai lavorando su scenari internazionali importanti, conseguendo ottimi risultati”, conclude Matteo Gentili.



Un progetto prestigioso e significativo per CIAM, che traccia un ulteriore segno nel panorama commerciale di Dubai.



Oltre ai due Murozero sopra menzionati, che si caratterizzano per la finitura delle porte in lamiera galvanica ottone satinato (LGOS) e rivestimento interno in gres emperador lucidato, la fornitura di CIAM per Pavlova Cafè di Dubai vede protagoniste dello spazio anche due vetrine Flat con teca saldata modello TS12, piano di lavoro e piano perimetrale in gres emperador lucidato, pannellatura realizzata in MDF verniciato RAL 9010, logo pantografato e zoccolatura in lamiera galvanica ottone satinato (LGOS), per terminare con i retrobanchi Standard ventilati e neutri, con sportelli verniciati RAL 9010 e top in gres emperador lucidato. Un progetto prestigioso e significativo per CIAM, che traccia un ulteriore segno nel panorama commerciale di Dubai, dove il brand umbro è ormai presente da anni con un ufficio e un’importante rete di collaboratori.

WAQAR ALI KHAN

Senior Manager of Property & Projects
per Bateel International

Selezionare i partner giusti è fondamentale per garantire che i progetti soddisfino le aspettative di qualità, budget e tempistiche. In Bateel, diamo priorità ai partner con una comprovata esperienza, un'eccellente reputazione nel settore e un impegno verso standard elevati. La sostenibilità, l'innovazione e strutture di costo eque influenzano anche le nostre decisioni.

1. Introduzione al mondo di Bateel International e al suo concetto di design degli spazi

Bateel International è rinomata per le sue offerte di lusso, che fondono tradizione con eleganza moderna e prodotti gourmet di alta qualità. L'essenza della nostra esperienza in boutique è quella di accogliere gli ospiti con il calore dell'ospitalità araba in un ambiente lussuoso, caratterizzato da un'architettura d'interni squisita e da eleganti espositori. Una boutique Bateel è la destinazione ideale per indulgere e fare regali, dove la raffinatezza e il patrimonio si incontrano. Lo spazio irradia un lusso senza tempo grazie al suo design meticoloso: finiture in legno pregiato, illuminazione soffusa e espositori accuratamente realizzati che mostrano i nostri datteri biologici premium, prodotti gourmet e cioccolatini raffinati. Il design bilancia il minimalismo moderno con influenze tradizionali mediorientali, creando un'atmosfera invitante che riflette la dedizione del marchio alla qualità, all'innovazione e all'autenticità. Ogni dettaglio rispecchia l'impegno di Bateel nel fornire un'esperienza eccezionale e immersiva.

2. Introduzione a CIAM e alla collaborazione in corso

In qualità di Senior Manager of Property & Projects presso Bateel International, la selezione dei partner giusti è fondamentale per garantire che i progetti soddisfino le aspettative di qualità, budget e tempistiche. Diamo priorità ai partner con una comprovata esperienza, un'eccellente reputazione nel settore e un impegno verso standard elevati. Valutiamo la stabilità finanziaria, le capacità comunicative e la compatibilità con i nostri obiettivi di progetto. La sostenibilità, l'innovazione e strutture di costo eque influenzano anche le nostre decisioni. In definitiva, collaboriamo con partner che si allineano ai nostri standard di prestazione, garantendo la consegna di successo di ogni progetto.

3. Approfondimento su CIAM: Soluzioni su misura, contatto diretto nella regione/tecnologia innovativa

Per diventare leader nel mercato mediorientale, un'azienda deve dimostrare adattabilità culturale, innovazione e forti relazioni locali. È essenziale comprendere e rispettare le tradizioni della regione, allineandosi alle preferenze locali, il che favorisce la fiducia e la fedeltà dei clienti. L'innovazione è altrettanto importante, poiché le aziende che abbracciano la tecnologia moderna e offrono soluzioni all'avanguardia possono rimanere competitive senza sacrificare la qualità. Inoltre, costruire connessioni personali con clienti, partner e istituzioni è cruciale. Queste relazioni aiutano le aziende a navigare nelle dinamiche uniche del mercato e nei quadri normativi della regione, garantendo il successo a lungo termine.

4. Sistema brevettato No-Fog

La soluzione più innovativa di CIAM è il suo sistema brevettato No-Fog. Questa tecnologia impedisce la formazione di condensa sulle vetrine, garantendo che i nostri prodotti gourmet rimangano chiaramente visibili mantenendo una freschezza ottimale. Migliora l'esperienza del cliente permettendo una visibilità ininterrotta degli articoli esposti, particolarmente importante nella presentazione di alimenti di lusso. Questa innovazione non solo migliora l'appeal estetico della nostra gamma gourmet, ma dimostra anche l'impegno di CIAM nel combinare funzionalità con tecnologia avanzata, rendendola una caratteristica distintiva sul mercato.

VANZAN

ACADEMY

Una scuola, una passione, molti futuri.

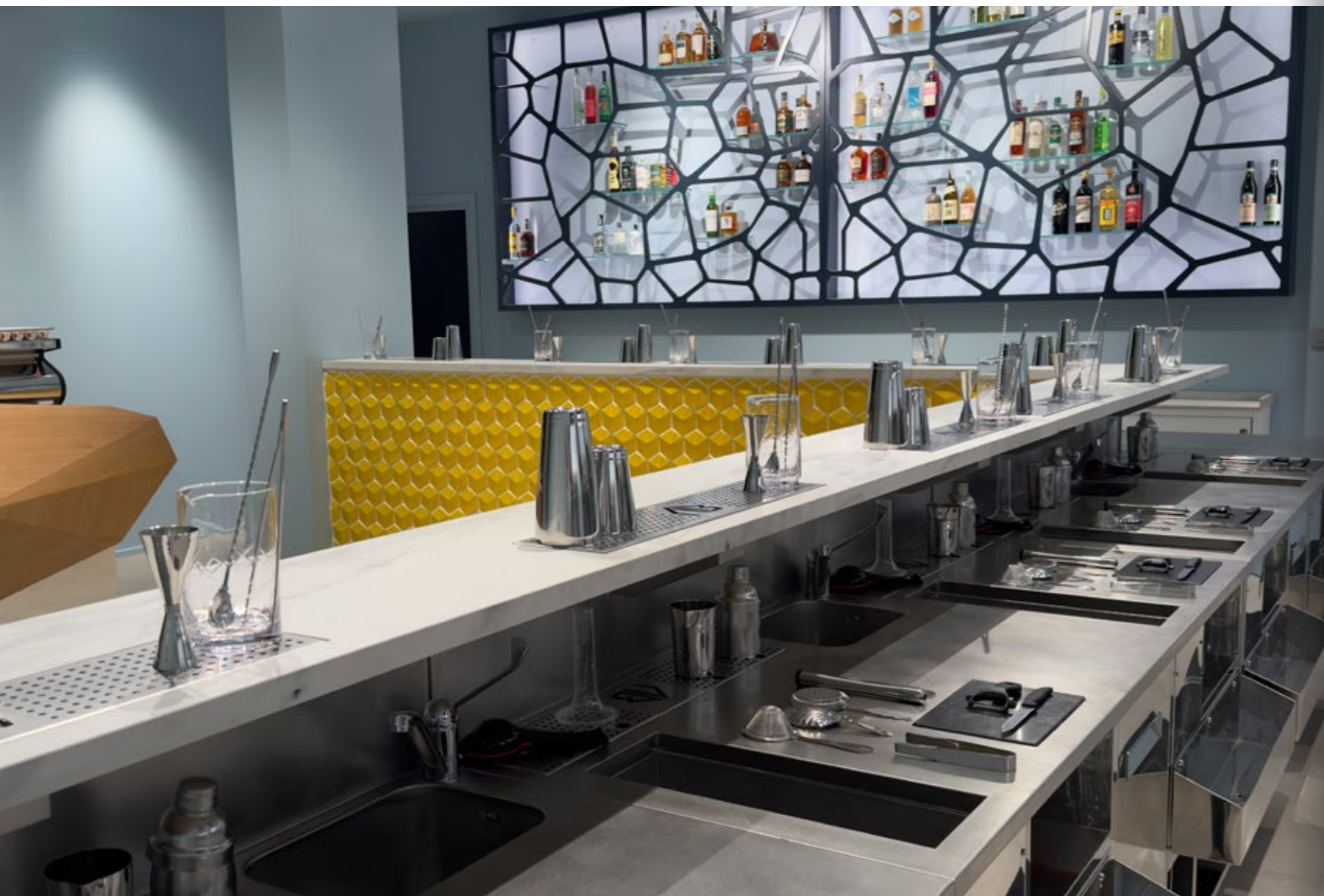
Design : Bruno Vanzan + Fabiano Zucconi
Foto: Vanzan Academy

L'eccellenza mondiale e campione di bartending Bruno Vanzan lancia un progetto innovativo e affascinante in cui mette in condivisione la sua esperienza, le sue tecniche e la sua visione: la Bruno Vanzan Academy. Una scuola di formazione evoluta che offre un'alta specializzazione nelle professioni del beverage, avvalendosi di trainer di spessore e dell'apporto di tecnologie evolute che consentono ai partecipanti che la scelgono di trovare la propria strada e la propria unicità.



Per coprire gli ampi orizzonti che segnano e contraddistinguono l'esperienza Academy, Bruno Vanzan ha scelto CIAM quale partner tecnologico, perché la possibilità di affidarsi all'alta ingegnerizzazione di strumenti di precisione nella conservazione del freddo, così come il bisogno, mai secondario, di bellezza e funzionalità del design permettono di immaginare, sperimentare e raggiungere gli alti standard a cui guarda l'Academy.

“La creazione dell'Academy è stato il frutto di un lavoro di squadra che ha saputo plasmare un'idea dandole concretezza”, afferma Bruno Vanzan, “una scuola che attualmente rappresenta un'assoluta novità per il mondo del beverage, e lo è proprio perché strizza l'occhio all'eccellenza, e visto che parliamo di eccellenza, trovo che il collegamento con CIAM sia più che adeguato”.



“ La creazione dell'Academy è stato il frutto di un lavoro di squadra che ha saputo plasmare un'idea dandole concretezza. Una scuola che attualmente rappresenta un'assoluta novità per il mondo del beverage, e lo è proprio perché strizza l'occhio all'eccellenza.”



Lo spazio dell'Academy prende vita a Sesto San Giovanni, importante centro di snodo industriale, commerciale e culturale, e l'intero progetto esprime i valori che Vanzan infonde nei suoi corsi professionali: competenza, qualità, innovazione ed estetica. I basamenti refrigerati a temperatura positiva, bassa e neutra, forniti da CIAM sono uno dei più alti esempi di tailor-made del brand, grazie a una progettazione unica che, nonostante l'elevato dinamismo dell'attività, garantisce la freschezza e la qualità dei prodotti utilizzati durante i corsi. Oltre ai basamenti, CIAM ha realizzato per la Vanzan Academy due iconici murali Murozero da incasso che aggiungono funzionalità ed eleganza allo spazio. Tutti gli interni sono stati realizzati con una speciale finitura a specchio che lega il progetto a un'estetica pulita e contemporanea.

Per mixologist, bartender e manager del beverage del futuro, lavorare con strumenti e prodotti caratterizzati da massima qualità, innovazione e design significa essere un passo avanti verso la realizzazione dei propri sogni, e CIAM augura loro di vederli presto compiuti.



I AM

by CIAM Spa
32 pages, 240x320 mm
Print on Munken Premium White 80 gr/m2
Art direction by Studiogusto

I AM is the periodical exploring the world from CIAM's perspective. It is a wide open eye on technology, art and culture, and also a living space aiming to create new ground for innovation. We like to think about it as a room to get closer and deeper inside the brand, by looking at what is around us.