

Dialoghi 01

ottobreduemilaundici

*Marco Polo descrive un ponte, pietra per pietra.
- Ma qual è la pietra che sostiene il ponte? - chiede Kublai Kan.
- Il ponte non è sostenuto da questa o quella pietra, - risponde Marco, - ma dalla linea dell'arco che esse formano.
Kublai Khan, rimane silenzioso, riflettendo.
Poi soggiunge: - Perché mi parli di pietre? È solo dell'arco che m'importa.
Polo risponde: - Senza pietre non c'è arco.*

Le città invisibili, Italo Calvino

65

YEARS • 1946 - 2011

snaidero

CUCINE PER LA VITA

Dialoghi n.01

ottobre duemilaundici

2| IN PRIMO PIANO

La società, il futuro dell'imprenditorialità, l'innovazione, la qualità dei progetti: il pensiero di Edi Snaidero.

3| DAL PROGETTO ALL'INNOVAZIONE

Le risposte di Ola 20, un progetto che esprime la necessità di cambiare lo spazio domestico, una nuova consapevolezza progettuale: ne parliamo con Paolo Pininfarina.

6| SNAIDERO COMPIE 65 ANNI

Una bella storia italiana fatta di uomini e idee: i progetti che hanno fatto la storia del Design in cucina dalla voce di Sandra Snaidero.

11| RINO SNAIDERO SCIENTIFIC FOUNDATION

Sostenibilità, ricerca, cultura, formazione: l'impegno della fondazione spiegato dal suo vicepresidente Elvia Snaidero.

15| I LUOGHI DELL'ESSERE SNAIDERO

Tra reale e virtuale, dalla comunicazione alla conversazione: gli store, l'arcipelago web, l'evoluzione della comunicazione tradizionale. Ivano Dri ci racconta il progetto di comunicazione a 360°.

20| ABITARE OGGI

L'epoca in cui viviamo ci obbliga a fare i conti con una serie di cambiamenti sociali e culturali che ci fanno riscoprire la "molteplicità" di dimensioni che caratterizza il suo abitare contemporaneo.

Edi Snaidero
Presidente e
Amministratore Delegato
Gruppo Snaidero



IN PRIMO PIANO

La progettualità e con essa il modo di interpretare il DESIGN in futuro, per Snaidero punterà sempre più a farsi interprete delle aspettative più autentiche e intangibili dei propri clienti, conciliando competenza e sensibilità, memoria storica e visione, coinvolgimento emotivo e sperimentazione sulla sostenibilità. Di tutto questo leggerete in questo numero di Dialoghi che vuole essere un modo semplice ma autentico di raccontarci, in quello che siamo e crediamo.

Storicamente, e forse fino agli anni '70, il focus dell'impresa nei confronti del mercato era il prodotto.

L'impresa disegnava, progettava e sviluppava prodotti al suo interno, tra le mura dei dipartimenti di ricerca e sviluppo, con scarsa sensibilità e attenzione a quello che il mercato domandava. Oggi siamo in una fase in cui l'attenzione alla qualità (e a tutte le sue evoluzioni successive) non è stata mai messa in discussione né tantomeno intaccata dalla congiuntura. Ma la nuova frontiera su cui confrontarsi in un momento così particolare e delicato come quello attuale è sicuramente rappresentata dalla capacità del prodotto o e del modo in cui lo si propone di far vivere un'esperienza UNICA al cliente, che significa gestire la PERSONALIZZAZIONE DEL RAPPORTO con il proprio CLIENTE, sotto tutti i punti di vista, nello sviluppo prodotto, nella comunicazione, nel servizio, nell'esperienza di vendita.

La fine di un mondo, quello dei consumi in batteria, non deve essere scambiata tuttavia per la fine del mondo. Stiamo invece assistendo ad un vero e proprio cambiamento d'epoca, una trasformazione che modifica il peso dei settori merceologici, il coinvolgimento delle persone nel consumo, l'evoluzione dei valori

verso esperienze che non si possono comprare: l'amicizia, la serenità, la convivialità in casa.

Se ne parlerà a lungo all'interno di questo nuovo magazine, perché in Snaidero da sempre, e quest'anno abbiamo varcato con orgoglio la soglia dei 65 anni di storia, tutte le scelte, siano esse di prodotto, di comunicazione o di servizio sono guidate da una forte attenzione e sensibilità all'identità e alle aspettative di chi ci si avvicina e alla fine ci sceglie.

Mai come nella società attuale l'individuo è stato tanto attento a difendere la propria individualità, scegliendo prodotti personalizzabili in base alle proprie esigenze e aspirazioni esprimendo fortissime attese di prodotto e di relazione tailor made.


Nuove idee per nuove forme di Design

3|23



DAL PROGETTO ALL'INNOVAZIONE



 [Link video](#)

Le risposte di Ola 20: un progetto che esprime la necessità di cambiare lo spazio domestico con consapevolezza progettuale, una nuova dimensione estetica

Creatività e innovazione, emozione e rigore funzionale: l'evoluzione di OLA nei suoi vent'anni di storia ha visto declinare gli aspetti più avanzati della ricerca scientifica e ingegneristica con la dimensione estetica di un prodotto destinato ad accompagnare la vita di tutti i giorni. Attraverso uno stile elegante ed essenziale, l'unicità del suo design ha posto sempre al centro della sua filosofia progettuale l'uomo, le sue esigenze e le sue esperienze quotidiane.

L'EVOLUZIONE DI UN'IDEA

Prodotta ininterrottamente dal 1990, Ola sancisce l'inizio della collaborazione di Snaidero con il Gruppo Pininfarina e nasce dall'idea di un progetto che potesse interpretare le evoluzioni sociali degli anni '80, i nuovi bisogni di funzionalità, visibilità e status, uscendo da un impatto visivo ormai standardizzato e risolvendo nella forma più nuova le funzioni irrinunciabili di una cucina. Vent'anni dopo OLA coglie nuove sfide offrendo nuove risposte alle esigenze della vita domestica contemporanea e parlando un linguaggio discreto attraverso un segno morbido e rassicurante, come risposta alla complessità dei nostri tempi.

Vent'anni di sperimentazione e ricerca di autenticità

Paolo Pininfarina

Paolo Pininfarina racconta Ola 20: Design Fuoriserie

L'ottimismo del progetto Ola 20: la giusta interpretazione della tensione contemporanea verso il cosmopolitismo e la sostenibilità. Quali nuovi approcci al progetto, quali i nuovi "fruitori" da raggiungere?

"Ola 20" riprende lo spirito ottimista e futurista di Ola portandolo con naturalezza nel contesto contemporaneo. Resta la percezione estetica di sinuosità ma il risultato è più "leggero" ed è più sostenibile, al passo con i tempi attuali. La proposta Snaidero-Pininfarina di 20 anni fa era più elitaria, era rivolta ad una ristretta nicchia di puristi del design. Oggi c'è una certezza maggiore del contributo che la Pininfarina può dare a Snaidero ed i fruitori potranno essere più numerosi anche perché il prodotto è maturato godendo dei risultati tecnici e stilistici di vent'anni di collaborazione.

I suoi progetti fanno pensare che il design può essere anche poesia, sinuosità e utopia. Ha mai

pensato all'influenza dei suoi lavori sulla percezione che il "pubblico" ha del Design?

Osservando un gruppo di visitatori che ammirava la Cisitalia 202 in esposizione permanente al MOMA di New York mio nonno "Pinin", fondatore della Pininfarina nonché designer della Cisitalia, disse: "Le cose che abbiamo creato appartengono agli altri". La ricerca della funzionalità e dell'essenzialità ed il rigoroso rispetto dell'armonia e dell'equilibrio formale possono portare a momenti di straordinaria eccellenza in cui il design fa tendenza e viene a confondersi con l'arte. Nel progetto OLA originario penso di aver sperimentato qualcosa di simile: la consapevolezza di aver generato un prodotto iconico che attraverso la sua forte personalità estetica andava a ridefinire la percezione del pubblico al riguardo del design della cucina.

Produzione di serie, ma unicità nei dettagli. Quanto conta nel suo lavoro l'apporto dell'artigiano?

La capacità artigianale è una delle caratteristiche presenti nel DNA Pinin-

farina da sempre, basti pensare alle realizzazioni di pezzi unici negli anni '30, '50 ed anche recenti, ma è capacità di eseguire e non è determinante dal punto di vista creativo. La possibilità di personalizzazione di un prodotto è certamente importante ma mi sento di dire che se un prodotto è iconico sa essere autonomo e senza tempo. Varianti, declinazioni, serie limitate arricchiscono l'offerta del prodotto ma non potranno mai sostituirsi alla sua identità originaria.



OLA 20

Sostenibilità: oltre gli standard

Una visione della Qualità che sa guardare lontano vede l'impegno costante di Snaidero nella riduzione delle emissioni in atmosfera e nel miglioramento della salubrità dell'ambiente di lavoro. Ne è evidente testimonianza, l'introduzione già da anni delle vernici a base acquosa nella laccatura opaca e in quella micalizzata, frutto, quest'ultima, di una tecnologia di ultimissima generazione. Approfondisci nel documento a fianco le peculiarità del processo di laccatura in Snaidero.

PROCESSO DI LACCATURA
SNAIDERO: vuoi saperne di più?



Una bella storia italiana
fatta di uomini e idee

65 YEARS • 1946 - 2011

1967 Inaugurazione

SNAIDERO COMPIE 65 ANNI

Vissuti, da sempre, progettando la cucina di domani



1971 Pubblicità Primavera



1968 Spazio Vivo



1959 reparto interni



1967 nuovo stabilimento

Ricerca, immaginazione, coraggio e passione

65 anni e non dimostrarli, perché da sempre in Snaidero ciò che traina la progettazione è la ricerca, l'innovazione, il design: ne parliamo con Sandra Snaidero, che ci racconta attraverso i nomi e i volti delle cucine che hanno fatto la storia dell'azienda, l'interpretazione della progettualità in casa Snaidero.



Link video

Sandra Snaidero
Responsabile
Pubbliche Relazioni Snaidero



Una progettualità da sempre interprete di modi diversi di abitare

Se la storia e i protagonisti di Snaidero diventassero un filmato capace di trasmettere un mondo fatto di passione, qualità, cultura del progetto, il percorso visivo di un'impresa che porta con sé i segni tangibili della storia del design italiano. Quali frame sceglierebbe?

La storia della Snaidero si identifica certamente con la storia del suo fondatore, il CAVALIERE RINO SNAI-

DERO, che nel 1946 inaugura il suo primo laboratorio per la produzione di mobili, sicuro della crescente domanda alimentata dalla ricostruzione del secondo dopoguerra. La lungimiranza e il suo proverbiale intuito imprenditoriale lo inducono a capire al volo la portata di quella rinascita del genio e dello stile italiano del dopoguerra, quando i designer e gli architetti della penisola dettavano legge nel mondo e, a partire dagli anni '60, inizia la collaborazione con alcuni dei più bei nomi della progettazione Made in Italy.

Nel 1968 nasce **SPAZIO VIVO**, dalla collaborazione con Virgilio Forchiasini: il nome stesso dato al modello evoca il concetto con cui il designer progetta questa cucina: creare un ambiente dinamico e, al tempo stesso, ottimizzare gli spazi dedicati al riporre. Ma la cucina best seller di ogni tempo è la **OLD AMERICA** che arriva nel 1969: non solo l'interpre-

tazione nostrana di una cucina americana, ma la proposta di uno stile di vita in cui si fondono benessere e tradizione, ricchezza e ottimismo. La tecnica produttiva, basata sulla razionalizzazione del processo e l'utilizzo di nuovi materiali, come la Formica e l'Ondacarta, consente di contenere i costi anche in una cucina di gamma alta come questa. Old America è la prima cucina ad avere frigorifero e freezer integrati: la porta del frigorifero e quella del mobile erano accoppiate.



1969 Old America



1968 Spazio Vivo

SPAZIO VIVO

Presentata al Salone del Mobile di Milano del 1968, anticipa di trent'anni l'idea di una disposizione alternativa al consueto allineamento lungo le pareti. Il sistema di chiusura "a guscio" delle basi permette di aprirle e chiuderle a volontà. Diversi gli accorgimenti di design adottati qui per la prima volta: i contenitori porta pane e porta bottiglie estraibili, la base angolare con cestelli semicircolari rotanti per consentire l'utilizzazione dell'intera superficie interna del mobile, lo scolapiatti con anta che si chiude a libro scorrendo su cuscinetti ed apposite guide laterali, la cappa autofiltrante. Primo esempio di collaborazione della nostra azienda con un designer, ottiene un riconoscimento dal MOMA di New York e viene riproposta sempre al Moma anche quest'anno, come vera avanguardia della progettazione domestica.

Come interpreta Snaidero dal punto di vista progettuale l'effervescenza e la forte vitalità del design Made in Italy degli anni '70, '80 e '90

Sempre affidando a diverse sensibilità progettuali, progetti diversi: un approccio pionieristico per quegli anni mosso dalla volontà di sperimentare linguaggi, tecnologie e materiali. Nel 1973 per esempio nasce **CRUSCOTTO**, disegnata da Angelo Mangiarotti, grande maestro dell'architettura contemporanea. È la prima cucina senza maniglia di Snaidero: caratterizzata dalla continuità delle superfici orizzontali e verticali, come pure dai materiali di finitura - il legno massello pino di Svezia e l'acciaio inox - valorizzati al massimo dalla mancanza di elementi, quali pomoli o maniglie, si caratterizza per continuità e pulizia. Valori che ispirano la progettualità dell'architetto Giovanni Offredi che disegna nel 1984 la **KRIOS**: egli conferisce una personalità ed un carattere inconfondibile all'ambiente cucina, concependolo come uno spazio determinato dall'incontro dei volumi e dei colori, delle zone d'ombra e di luce; forme razionali ed alta tecnologia contribuiscono a realizzare un ambiente cucina pratico e funzionale.

Nel 1986 nasce **TEMPO**, disegnata da Michele Sbrogiò. Il progetto è il risultato di una ricerca storica, il cui scopo è quello di riportare nella cucina gli elementi costitutivi originali e i materiali nobili della sua tradizione, senza dimenticare, però, le moderne esigenze di funzionalità, modularità e contenimento. Il nucleo centrale della cucina è costituito da potager (cioè il piano preparazione), bancone operativo e dispensa. Rivisitandoli in chiave moderna, l'architetto Sbrogiò ripropone la loro originaria funzione scegliendo come materiali la pietra, il legno ed il metallo, proprio quelli in cui erano un tempo costruiti.

Arriviamo agli anni '90 e troviamo la collaborazione con Gae Aulenti...

Esattamente. Con lei lo spazio cucina viene interpretato come equilibrio tra forma rigorosa ed estrema funzionalità e concilia l'applicazione di nuove tecnologie con la scelta di materiali naturali quali il legno, il marmo e il vetro colorato.

Ma quegli anni segnano anche l'inizio della fortunata collaborazione con il Gruppo Pininfarina, che con noi rivoluziona il segno della progettualità in cucina, disegnando nel 1990 la **OLA**, che introduce per la prima volta nel settore la curva: Infatti l'andamento curvilineo è l'aspetto saliente di questa proposta che offre massima versatilità e funzionalità, grazie alla componibilità e agli accessori disponibili. Curva come rivoluzionaria risposta alle esigenze di ergonomia e praticità d'uso. Sempre Pininfarina disegna nel 2000 **IDEA**, una delle novità con la quale abbiamo voluto inaugurare il XXI secolo reinterpretando un prodotto di successo degli anni 80: Idea è la cucina per chi predilige la linearità ed il rigore del design, per chi è attento ai dettagli che sottolineano soluzioni d'arredo innovative con zone operative professionali, con linee distintive ed eleganti.



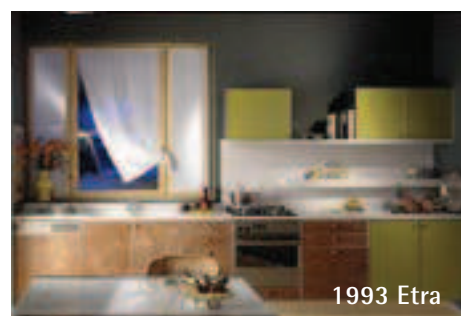
1973 Cruscotto



1984 Krios



1986 Tempo

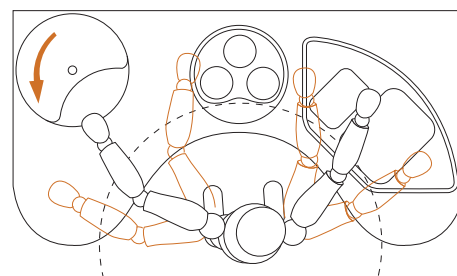
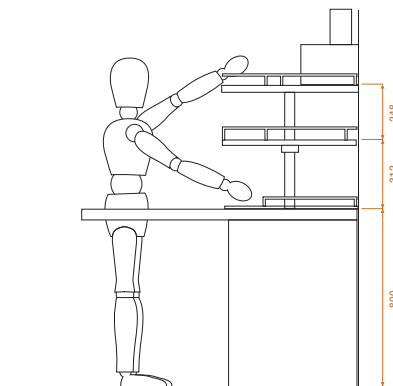


1993 Etra

Dagli anni 2000 ai nostri giorni sviluppando sempre più la qualità reale del progetto

Sicuramente la società è cambiata profondamente negli ultimi anni a partire dalla mutazione della famiglia tradizionale e all'affermarsi di nuovi modelli di famiglia e dinamiche familiari, all'evoluzione della cultura del cibo in termini di ritorno alle tradizioni e alla ricerca di benessere, per non parlare di un generale ritorno ad un sano pragmatismo, con scelte di acquisto sempre più puriste e rigorose, destinate a "durare nel tempo": rispetto a questo scenario abbiamo continuato a progettare cucine pensate per le persone, dando ancora più consistenza alla QUALITÀ REALE del PROGETTO, puntando ad offrire nuove soluzioni sempre meno "standardizzate" e sempre più taylor made. Tutto questo per noi si è tradotto in progetti come Skyline, Time, Orange, Code e Way dove progettualità e componibilità sono gli ingredienti di base su cui si fonda la ricerca di originalità ed unicità estetiche.

L'ultimo decennio si è caratterizzato per cambiamenti radicali nel modo di interpretare il vissuto domestico nelle moderne società. Quali sono state le risposte di Snaidero?



IL TREND DEL FUTURO

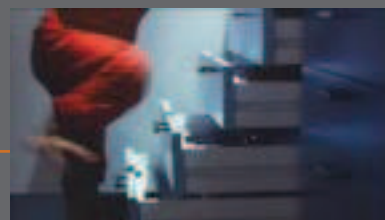
Nella dimensione abitativa osserviamo da tempo consumatori con i piedi ben piantati per terra alla ricerca di un rapporto più equilibrato tra design e funzione che si allontanano da forme inutilmente sorprendenti a favore di progetti che si dimostrino "reali" e soprattutto personalizzabili in base alle proprie esigenze ed aspirazioni. Mai come oggi, ciascuno di noi vuole difendere la propria individualità, soprattutto a casa propria: la centralità della creatività quotidiana è, e sarà il grande trend del prossimo futuro



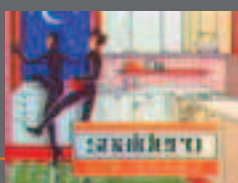
60



70



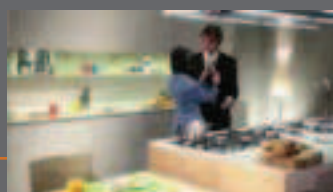
80



90



2000



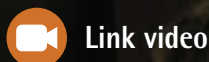
65

YEARS • 1946 - 2011



Link video e foto

Migliorare la qualità della vita delle persone in casa



Link video

RINO SNAIDERO SCIENTIFIC FOUNDATION

UNA RICERCA D'AVANGUARDIA,
FONDATA SULLA
MULTIDISCIPLINARITÀ

La Rino Snaidero Scientific Foundation nasce nel maggio 2006 per fare ricerca, cultura e formazione per migliorare la qualità della vita in casa, partendo dall'analisi dei bisogni e delle aspettative delle persone e delle famiglie.

Alla Rino Snaidero Scientific Foundation partecipano aziende, centri di ricerca, università, associazioni, fondazioni ed amministrazioni pubbliche, per promuovere attività di ricerca scientifica multidisciplinare, in un contesto internazionale, stimolando la creatività dei giovani e la capacità di innovazione delle imprese.

www.snaiderofoundation.org



RINO
SNAIDERO
SCIENTIFIC
FOUNDATION

Il convegno annuale: "Smart City, Smart Home"

Il convegno annuale della Fondazione, si terrà il prossimo 19 Novembre 2011 a Majano, quest'anno sarà dedicato al tema "Smart City, Smart Home", una visione interdisciplinare negli ambiti dell'energia e della qualità della vita, partendo dalla città e proseguendo con la casa e l'abitare, con qualificati interventi di esperti del mondo accademico, delle professioni, istituzionali ed imprenditoriali. Già nel 2010 con il tema "Sostenibilità ed abitare", l'approccio interdisciplinare delle ricerche aveva posto l'accento sulle molteplici dimensioni della sostenibilità, confermando l'orientamento della Rino Snaidero Scientific Foundation, alla ricerca di nuovi significati e nuove sfide da approfondire e cogliere per un nuovo BENESSERE nel MONDO DELLA CASA. Il 2011 rappresenta per la Rino Snaidero Scientific Foundation un anno di interessanti progetti, con l'obiettivo di testare come l'uso delle nuove tecnologie possa migliorare la sicurezza, il comfort e il risparmio di energia in casa, con particolare riferimento alle fasce "deboli" della popolazione, anziani e disabili.



La fabbrica di idee: un innovativo modello organizzativo

Quali sono le caratteristiche più importanti della Fondazione intitolata a Rino Snaidero?

Partendo dall'analisi dei bisogni e delle aspettative delle persone e delle famiglie la Fondazione svolge la sua ricerca con tre concetti-chiave: CREATIVITÀ, RETE INTERNAZIONALE ED INTERDISCIPLINARITÀ.

Il network della Fondazione, a fine 2010 contava 30 soggetti tra i quali anche importati realtà multinazionali e centri di ricerca europei: solo per citarne alcuni oltre al Gruppo Snaidero, Electrolux Zanussi, Bofrost, Valdadige Costruzioni, Regione Friuli e Lombardia, Unicredit, le Università di Udine e di Trieste, IUAV di Venezia, Technische Universität di Dresda, la Hochschule Ostwestfalen di Lippe ed altri ancora. Tutti interessati, da diverse prospettive, allo stesso tema: la casa e la persona che ci vive.

Ci può spiegare meglio il modello organizzativo della ricerca presso la Fondazione?

In sostanza impostiamo una strategia di ricerca realizzando un laboratorio integrato che abbiamo chiamato CREAL LAB.

Il CREAL LAB è costituito da due anime: un team di lavoro (CREATIVE TEAM) formato da giovani ricercatori di varie discipline (design, tecnologie, marketing, ma anche di area umanistica) provenienti dal network internazionale della Fondazione, produce NUOVI CONCEPT e cioè nuove idee di prodotto, di servizio, nuovi modelli di business che vengono poi proposti alle aziende. E sono poi le aziende a scegliere e validare le idee ritenute più interessanti: a questo punto la Fondazione costituisce gruppi di lavoro mirati (REAL TEAM), dove le stesse aziende (con i loro tecnici, manager ed imprenditori) affiancano esperti del mondo tecnico, scientifico, economico e finanziario. L'obiettivo finale è di valutare la fattibilità delle idee e la sostenibilità economico-finanziaria nel portarle avanti, anche attraverso la realizzazione di prototipi.

La Fondazione è interessata a conoscere e a trovare soluzioni ai problemi sempre più attuali legati al tema della sostenibilità e al benessere con un approccio interdisciplinare. Ci può dare qualche

esempio sui fronti della sostenibilità a cui state lavorando?

La premessa fondamentale è che noi approcciamo anche al tema della sostenibilità considerandola in tutte le sue complesse dimensioni.

SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE ED ENERGETICA, e quindi non solo la capacità di preservare nel tempo le funzioni dell'ambiente di fornitore di risorse (anche energetiche), di ricettore di rifiuti e di fonte diretta di utilità, ma anche la capacità di valorizzare l'ambiente in quanto "elemento distintivo" del territorio;

SOSTENIBILITÀ SOCIALE, intesa come capacità di garantire condizioni di benessere umano - sicurezza, salute, istruzione - distribuite in maniera equa;

SOSTENIBILITÀ CULTURALE, la diversità culturale è necessaria per l'umanità quanto la biodiversità per la natura; la diversità culturale è una delle radici dello sviluppo inteso non solo come crescita economica, ma anche come un mezzo per condurre una esistenza più soddisfacente sul piano intellettuale, emozionale, morale e spirituale.



Come il confronto fra esperienze culturali diverse riesce a produrre nuove sinergie e come il risultato di questi confronti può intervenire nel cambiamento proponendo un nuovo modo di rapportarsi al mondo, alla natura e allo sviluppo?

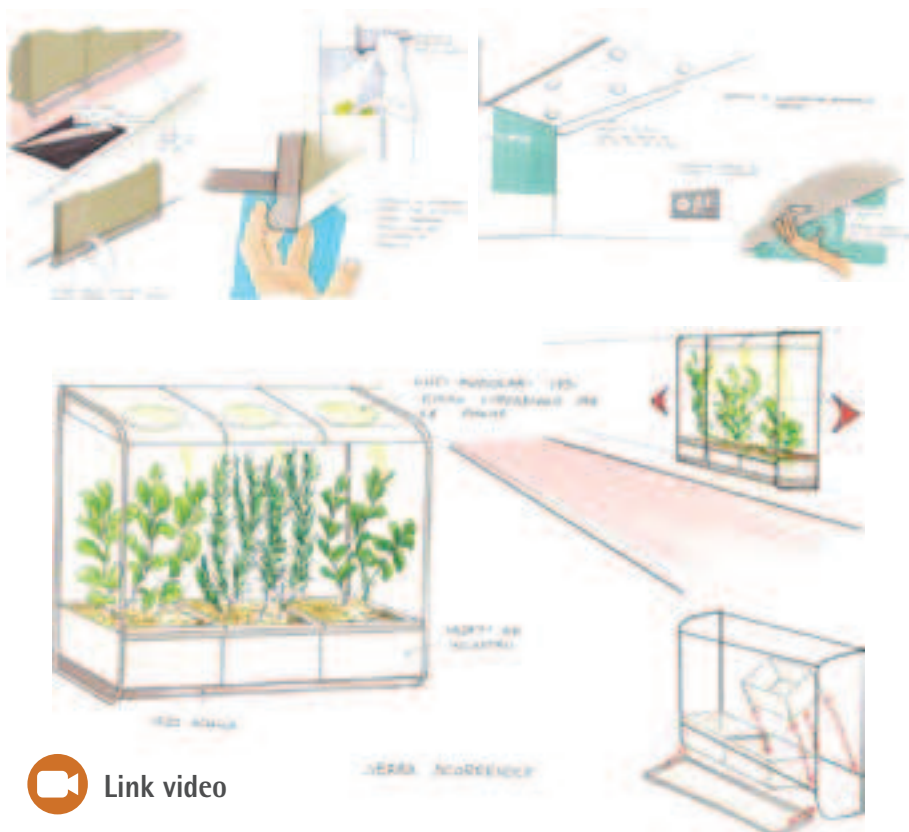
La constatazione di partenza è che oggi è estremamente difficile essere innovativi, utilizzando le tecniche che funzionavano nel passato: la sfida della Fondazione risiede proprio nel suo modello organizzativo. L'essenza del nostro fare ricerca è forzare, su temi di interesse comune, la contaminazione di punti di vista tra loro anche molto diversi. Crediamo che un'innovazione vera possa scaturire dal confronto tra più attori, di diverse competenze e discipline, mettendo al centro la persona, i suoi bisogni e la sua naturale aspirazione al miglioramento della qualità della vita in casa. Sono in atto alcuni radicali ripensamenti sui significati e sui parametri della qualità e del benessere, che investono i valori e gli stili di vita e quindi possono condizionare i modelli produttivi e tecnologici: la Fondazione, con i suoi progetti di ricerca, è chiamata a dare il suo contributo propositivo, iniziando a ragionare su nuove soluzioni, nuovi modelli di business integrati e su nuove e inedite alleanze, che rispondono a queste nuove esigenze, per costruire un futuro migliore.



I progetti di ricerca: sostenibilità in tutte le sue dimensioni

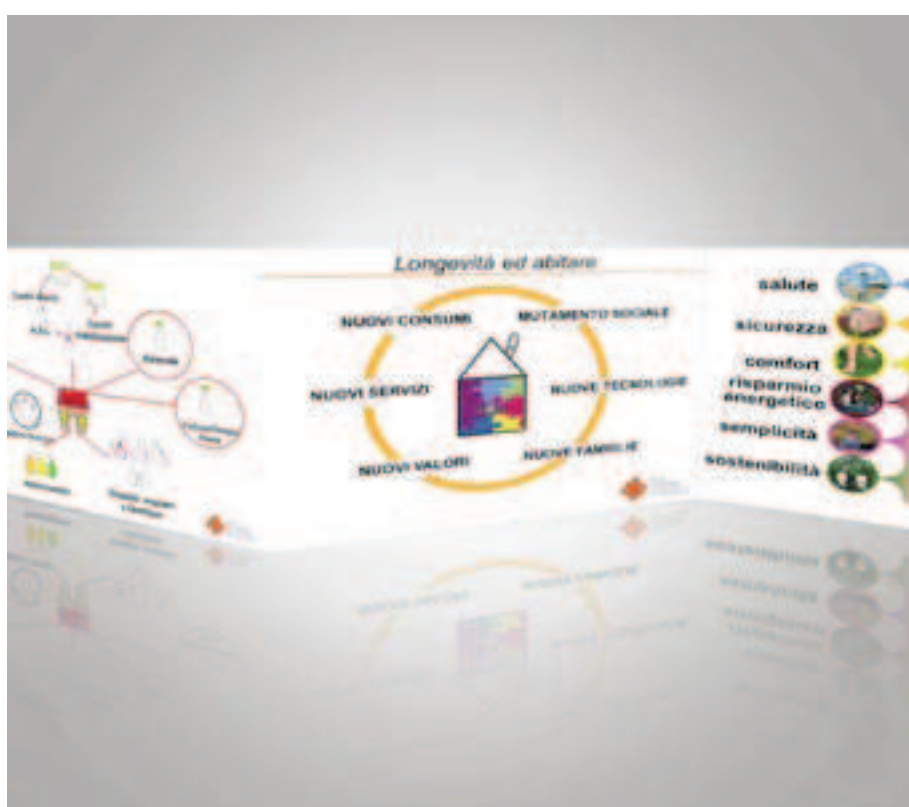
Progetto COOKING FOR ALL Sostenibilità etica e sociale

Nato da un concept del CREATIVE TEAM, di analisi dei requisiti di sicurezza e comfort per le persone ipo - e non vedenti in cucina, il progetto si è concentrato sullo studio di soluzioni ergonomiche, di estetica multisensoriale, di materiali, tecnologiche (anche utilizzando interfacce vocali), rivolti a tutti non solo alle persone che vivono una situazione di disagio. Da uno studio molto approfondito, è nato un prototipo per testare sul campo, con gli stessi utenti finali, la validità delle soluzioni proposte. Alcune delle idee sono state brevettate.



Progetto RE-FREEDOM Sostenibilità ambientale ed energetica

Comune di Udine, Rino Snaidero Scientific Foundation e Friuli Innovazione sono invece i partner del progetto "RE-FREEDOM - Rete funzionale per la ricerca e sperimentazione di servizi innovativi per la domiciliarità", che ha un duplice obiettivo: promuovere le tecnologie disponibili per migliorare la qualità della vita dei disabili in casa e sperimentare l'applicazione di queste tecnologie con gli utenti finali, in due appartamenti-pilota messi a disposizione dal Comune.



Tra reale e virtuale, dalla comunicazione alla conversazione: gli store, la comunicazione integrata, l'arcipelago web



I LUOGHI DELL'ESSERE SNAIDERO



Sperimentare nuove formule di relazione

Se c'è una certezza che si sta rapidamente e impetuosamente affermando nel contesto complesso e articolato che stiamo vivendo è certamente l'affermarsi di nuove formule di relazione e aggregazione tra le persone.

Lo viviamo tutti i giorni in prima persona, il bisogno di scambiare esperienze, di più e con maggiore continuità, ma al di fuori dei "LUOGHI CLASSICI" del passato. Un fenomeno travolgente, favorito dall'affermarsi del sistema di comunicazione aperto e autogestibile di Internet, che offre a tutti al di là del concetto fisico di vicinanza/lontananza la possibilità di interagire: la rete è diventata un "davanti casa" senza confini, un luogo di scambio infinitamente più grande e più semplice.

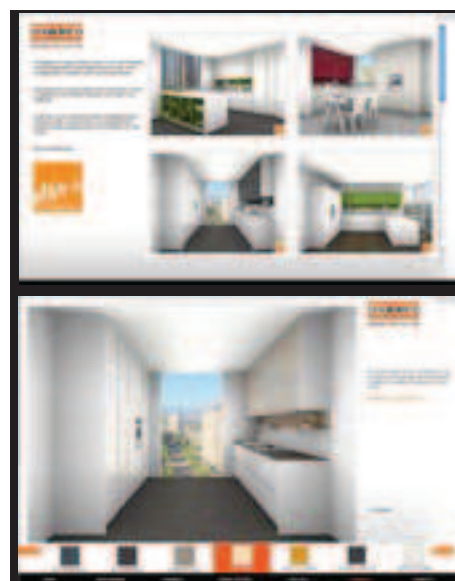
Ivano Dri sarà il nostro navigatore in questo nuovo mondo di relazioni.



I luoghi virtuali "arcipelago web"

COMUNICARE LA QUALITÀ DEI SERVIZI

Ecco quindi che attorno allo store, alla rappresentazione più fisica e tangibile della propria identità di marca, abbiamo voluto rendere sempre più interconnessi ed evoluti gli strumenti "classici" di marketing e di promozione della nostra identità: ripensando il CLASSICO CATALOGO che è diventato una sorta di magazine capace di comunicare la filosofia Snaidero, utilizzando la TECNOLOGIA come strumento di ingaggio esperienziale all'interno del negozio attraverso un software di progettazione sempre più raffinato ed evoluto, utilizzando il WEB come strumento semplificato di informazione e comunità e di legame col punto vendita.

[Catalogo Ola 20](#)[Link configuratore](#)

L'operazione di lancio commerciale e di comunicazione del progetto OLA20

Ultima nata in casa Snaidero, racchiude in sé lo sforzo a fare sistema nell'ottica di un progetto di comunicazione a 360° offrendo al pubblico un'esperienza d'uso nuova, inaspettata, in sintonia con i valori del progetto: il DESIGN, interpretato dalla curva caratterizzante e distintiva, espressione della volontà di sintonizzarsi con il futuro, la TECNOLOGIA, intesa come approccio progettuale e tecnologico non omologante, innovativo, l'Italian Way of Life e la grande CENTRALITÀ DELLA PERSONA, cui sono dedicate soluzioni, attenzioni con una sensibilità nuova, accessibile, al passo coi tempi.



Ola 20 concept site. Un progetto di comunicazione a 360°

Ecco tutto questo riflettersi nel nuovo **CONCEPT SITE** dedicato al progetto e visitabile all'indirizzo www.ola20.snaidero.it, un sito che interpreta il web in maniera più semplice, più "usabile", elegante, orientato sulla qualità dei contenuti

e sull'usabilità e l'ergonomia della navigazione.

Ma soprattutto un sito di grande impatto emozionale che ha voluto usare elementi di comunicazione tecnologicamente avanzati e di ultima generazione per creare una stretta similitudine tra il mood del sito ed il mood della cucina.

Un sito che ha puntato molto ad utilizzare strumenti finalizzati ad AUMENTARE L'ESPERIENZA D'USO dell'utente attraverso la tecnologia assolutamente innovativa della realtà aumentata, primo caso di applicazione di tecnologia di navigazione tridimensionale nel settore della

cucina, il configuratore, il test drive che permette la prenotazione online della visita dal rivenditore, la planimetria e la messa a disposizione di contenuti e approfondimenti di vario genere. E, non da ultimo attraverso un CONCORSO, "Tu&Ola20. Scatto fuoriserie", vero anello di congiunzione con lo store, espressione di quel legame inossidabile, tra tangibile ed intangibile, tra la rappresentazione del prodotto sul web e il suo rivelarsi nello store.

www.ola20.snaidero.it



Made in Italy_Made in Snaidero



Il segno dell'autentico spirito italiano

Comunque la si veda, di fatto, l'Italia ha un pregiudizio favorevole, che riguarda stile e qualità della vita, creatività, eleganza, gusto: ecco quindi importanti aperture in RUSSIA, SUDAFRICA, AUSTRALIA. Punti vendita progettati all'insegna di una nuova consapevolezza: lo showroom classico ha perso la sua sostanza commerciale. Mai come oggi, soprattutto per i BRAND che esportano ITALIAN LIFESTYLE è importante arricchire lo spazio di altre operazioni di marca e di marketing, dove si assapora anche solo per un tempo breve, una porzione di un certo lifestyle e di una certa visione del mondo a cui si vuole aderire anche solo temporaneamente.



OLTRE **40** ANNI DI EXPORT

PRESENZA **80** PAESI AL
IN OLTRE **80** MONDO

750 NEGOZI



UNICITÀ

Snaidero lifestyle

Il nostro sfidarsi si è tradotto nel provare a PROPORRE LIFESTYLE e non solo PRODOTTO, ma in maniera concreta, credibile, tangibile. Consapevoli che nel mondo la nostra unicità quale brand italiano, è la capacità di confezionare una proposta realmente italiana che faccia leva su quelli che sono i nostri valori da sempre: qualità, originalità, creatività ed innovazione.

nuove formule di distribuzione per nuovi concept abitativi

20²³



ABITARE OGGI



Flessibilità e vivere contemporaneo

Si affermano rapidamente nuove formule di distribuzione della cucina. Il concetto stesso di "casa" non è più riconducibile al solo modello tradizionale, sinonimo di permanenza e stabilità. La casa contemporanea può facilmente diventare una dimora "temporanea", emblema della mobilità che caratterizza la nostra epoca. Oggi la progettazione dello spazio abitativo pone la questione del riconoscimento della molteplicità dell'abitare e delle consequenziali diverse interazioni che lo spazio è in grado di instaurare con gli elementi con cui si relaziona. È con questa visione che gestiamo con la massima flessibilità il progetto, la produzione, e la fase d'installazione. Questo permette l'adattabilità delle nostre cucine a qualsiasi concept abitativo dagli spazi minimi, agli open space. La partnership con la Pircher e le realizzazioni Contract nel mondo ne sono un esempio.



UN NUOVO PRESTIGIOSO CONTRACT PER SNAIDERO A MIAMI

Location uniche, ambienti sofisticati, partners di altissimo profilo: è questo l'ambito in cui opera Snaidero con la propria Contract division. La struttura St. Regis Bal Harbour in Florida ne è una conferma. Il progetto, composto da tre grattacieli, è sito in una prestigiosa location affacciata sull'oceano Atlantico a North Miami e offre importanti spazi abitativi, unici. Snaidero Usa è stata selezionata, in questo contesto, per fornire le cucine delle penthouses residenziali.

Orange e Pircher

Mobilità e qualità green

Anche noi in Snaidero ci stiamo cimentando in queste nuove forme ed espressioni di abitare contemporaneo: una delle testimonianze più recenti è stata la collaborazione con la PIRCHER nella fornitura di cucine componibili per il progetto di MICROABITAZIONI MOBILI di qualità e design, un primo lotto è già stato consegnato e in prospettiva riteniamo sia un ambito dalle potenzialità ancora inesprese. La partnership Snaidero-Pircher nasce dalla sintonia dei due marchi rispetto ad una progettazione attenta a bellezza, funzionalità e sostenibilità. Non a caso la scelta in merito all'ambiente domestico è ricaduta proprio sulla cucina ORANGE, dal concept chiaramente "green". Bella nell'estetica, di grande flessibilità compositiva, in grado di rispondere alle nuove esigenze di sostenibilità, attenzione all'ambiente e risparmio energetico, Orange utilizza legno ecologico proveniente da riserve certificate dal Forest Stewardship Council (FSC) che stabilisce un giusto equilibrio tra taglio e piantumazione, inoltre utilizza trattamenti di verniciatura basati su prodotti a base di acqua che riducono drasticamente la presenza di solventi sintetici ed eliminano del tutto quelli aromatici considerati fortemente cancerogeni. In particolare, Orange adotta un nuovo pannello Low Emission, di particelle di legno di spessore 19 mm, a bassissima emissione di formaldeide con emissione drasticamente ridotta a meno della metà dello standard europeo E1.



LE CASE MOBILI MOVIT MADE IN PIRCHER VINCONO IL COMPASSO D'ORO

Rivolte prevalentemente agli insediamenti turistici-ricettivi di alta qualità - ma adatti anche per il residenziale - questi modelli innovativi offrono soluzioni funzionali e inedite. Rileggono in chiave contemporanea il concetto di casa mobile, reinterpretando le relazioni tra architettura, territorio, e materiale naturale. Le soluzioni sono infatti studiate per ambientarsi in luoghi anche molto diversi tra loro sempre nel rispetto comune di un abitare consapevole nei confronti dell'ambiente; hanno ricevuto la prestigiosa certificazione in classe A secondo gli standard internazionali CasaClima, sia in termini di processi produttivi che di gestione ambientale e materie prime utilizzate. Il progetto di mobile house SUNSET sviluppato per il brand Movit di Pircher Oberland, da Hangar Design Group, ha vinto il prestigioso XXII COMPASSO D'ORO ADI 2011 per il suo concept innovativo: un modulo abitativo open space dalle grandi aperture, una dimora compatta di comfort e design, su ruote, da immergere nella natura. Prodotta completamente in azienda, la casa arriva già allestita pronta per essere posizionata, all'insegna del minimo impatto ambientale e della massima efficienza energetica.

Snaidero. Oltre 20 anni di contract

Esperienza, servizio, innovazione.

In forte sviluppo soprattutto all'estero sono le formule di sviluppo edilizio che propongono la vendita della casa con già installata la cucina: si tratta delle FORNITURE CONTRACT, segmento di business su cui operiamo da oltre 20 anni.

La nostra storia rispetto allo sviluppo in questo settore non è recente: nasce infatti negli anni novanta negli Stati Uniti quando viene individuata in ambito immobiliare, legato soprattutto allo sviluppo residenziale "di lusso", questa importante specializzazione nel contract quale ulteriore opportunità di crescita. Da quel

momento attraverso Snaidero USA il primo importatore di cucine italiane nel mercato americano le cucine friulane cominciano a "popolare" gli appartamenti in tutto il mondo: dal 1992 ad oggi più di 7.000 cucine sono state installate in tutto il nord America all'interno di complessi immobiliari di grandi prestigio come le Trump Tower di Chicago e recentemente le Penthouses nel St. Regis Bal Harbour di Miami.

Alle realizzazioni negli Stati Uniti hanno fatto seguito, negli anni successivi, i progetti acquisiti dalla divisione Contract Italia in Europa, Cina, Hong Kong, Singapore, Giappone, Malesia, Thailandia, Turchia, Dubai e Corea. Fino alla realizzazione in Turchia, dove il Gruppo Trump, attraverso il suo magnate Donald Trump,

ha scelto Snaidero, per la fornitura di cucine all'interno delle due lussuose Torri in via di completamento a Istanbul (144 metri di altezza per 39 piani), progettate dallo studio di architettura Brigitte Weber.

Le nuove ed esclusive Torri (una per uffici ed una residenziale) si uniranno a Santa Sofia e al ponte sul Bosforo nel panorama della città.

Questo traguardo raggiunto, conferma la forza del marchio nel proporre un prodotto dal design raffinato, tutto Made in Italy, supportato da un altissimo livello di componenti e materiali, ma anche la capacità dell'azienda di essere in grado, in tempi rapidi, di produrre grandi quantità di cucine personalizzate secondo le specifiche richieste del cliente.



NUOVI MERCATI: 3 PROGETTI IN INDIA

Con 1,2 miliardi di persone ed una crescita annua del PIL di oltre il 6%, l'India rappresenta sicuramente una delle future potenze economiche più importanti, caratterizzata da una nuova e sempre maggiore sensibilità nei confronti del design e del lusso in genere. Snaidero, attraverso due showroom a Bangalore e New Delhi, inaugurati tra il 2008 e il 2010, ha messo qui radici in collaborazione con la società partner NestLinks, iniziando a creare la propria notorietà e sviluppando importanti relazioni con architetti e costruttori. Due distinti filoni di sviluppo (lusso e segmento medio) nei quali Snaidero sta iniziando a raccogliere ottimi risultati e per i quali le prospettive future sono anche migliori. Nei nuovi sviluppi "residenziali" in India, si stanno creando delle vere e proprie "new town", dedicate alla nuova "middle class", costituita da giovani, con un ottimo grado di istruzione e posizioni professionali di rilievo. In questi ultimi mesi, infatti, Snaidero si è aggiudicata tre importanti progetti residenziali, uno a New Delhi e due a Bangalore, per l'installazione di oltre 850 cucine, di cui circa 720 in consegna nel 2011. Per il progetto di New Delhi, denominato Exotica, è stato scelto il modello Sistema Zeta, mentre in quelli di Bangalore, denominati Brigade Petunia e Oakville, verranno installati i modelli Certosa ed Idea, oltre a Sistema Zeta.

www.snaidero.it
news.snaidero.it

Questo è il primo di una serie di appuntamenti che ci permetteranno di raccontare insieme a voi come il mondo sta cambiando e come Snaidero da 65 anni rifletta sulla realtà, interpreti i cambiamenti e raccolga intorno a sé emozioni, conoscenza, passione, ricerca, vita, per esprimere al meglio il proprio modo di fare design.

Grazie per la vostra attenzione.



65 YEARS • 1946 - 2011

snaidero

CUCINE PER LA VITA