

DESIGN DIFFUSION NEWS

INTERIOR MAGAZINE

ddn

255

DUBAI DESIGN B2B MALAYSIA/ITALY

**PERGOLE BIOCLIMATICHE PRATIC
SPAZI DI AUTENTICO COMFORT**

E 8,00 - "Italy only" - F E 13,00 - D E 13,00 - GR E 14,30 -
PE 15,40 - F E 8,90 - GB GBP 11,00 - BE 10,00 - SKR 170,00 -
CH SFR 23,00 - NL E 19,00 - A E 10,00 - N NKR 172,00 -

www.ddn.it

ISSN 1120-9720 - Mensile - TAXE PERCUE ZASSARIS -
Spredzornarab - Distribuzione postale: 13% - P. I. 03363770977

ISSN 1120-9720



9 771120 972003



NUOVE VISIONI STRATEGICHE NEW STRATEGIC VISIONS

a cura di Anna Dotti

In concomitanza con la Design Week, Selva lancia un nuovo negozio monomarca e una nuova idea di arredi basata sull'idea della 'petit maison'. Ne parliamo con il CEO dell'azienda, Philipp Selva, e con Aldo Cibic, art director e progettista dello spazio espositivo di Bovisio Masciago.

In conjunction with the Milan Design Week, Selva opens a new flagship store and launches a new furniture concept based on the idea of the 'petit maison'. We talked about it with the company's CEO, Philipp Selva, and with Aldo Cibic, art director and designer of the Bovisio Masciago-based showroom.

PHILIPP SELVA. L'EVOLUZIONE DEL MARCHIO

In occasione della settimana del design milanese aprite un grande negozio monomarca a Bovisio Masciago, all'interno di un territorio molto competitivo.

Cosa vi ha portati a questa scelta?

Indubbiamente la considerazione del fatto che il territorio Milanese, e in particolare la Brianza, costituiscono la realtà più dinamica nell'ambito del mondo dell'arredamento, in Italia e non solo. Milano sta vivendo un periodo di eccitante trasformazione: è una città proiettata al futuro, in continuo sviluppo, che si conferma come capitale del design e del gusto. Un'azienda come Selva, con la sua forte vocazione internazionale, non può mancare in questo contesto.

Come si inserisce questa apertura nella vostra strategia più in generale?

Il nuovo flagship store farà vedere l'evoluzione del marchio e sarà il negozio pilota per future aperture di altri monomarca nel mondo. Il successo del nostro monomarca a Dubai, ormai aperto da 15 anni, ci ha insegnato che la strategia dello store monomarca funziona. La notorietà del marchio cresce in maniera esponenziale e, so-

prattutto, ci permette di avere un dialogo diretto col consumatore finale.

Il Salone del Mobile è in costante crescita. Quali sono le ragioni che vi hanno portato a non partecipare alla fiera?

Gli investimenti per la realizzazione di un flagship store sono consistenti, un'operazione importante alla quale vogliamo dedicare tutto il nostro impegno e le nostre risorse. Inoltre non dimentichiamo che questo progetto per noi non è limitato al Salone, ma ci darà visibilità tutto l'anno. L'apertura è prevista durante la Design Week e con l'occasione sono già programmati eventi e visite dei nostri principali partner di tutto mondo.

Il rapporto con Aldo Cibic si consolida e vi porta ad esplorare nuovi orizzonti, come ad esempio l'idea di una 'petit maison' popolata di arredi multifunzionali dalle forme contenute...

Aldo Cibic coordina e firma il nostro nuovo flagship store. Qui presenteremo il nuovo tema ideato da Aldo per Selva. Un forte messaggio, giovane e attualissimo, che farà vedere la forza di grande innovazione da parte di Selva.

www.selva.com

ALDO CIBIC. NUOVI MODI DI ABITARE

Da quest'anno, oltre a disegnare singoli prodotti, segue l'art direction di Selva.

Qual è la filosofia del progetto complessivo?

Abbiamo disegnato degli elementi di arredo che vanno a soddisfare quella che è un'esigenza sempre più diffusa nelle grandi città: di organizzare spazi eleganti e funzionali in appartamenti di dimensioni contenute, delle "petit maison".

Ci siamo concentrati sulla realizzazione di mobili

contemporanei e vivaci pensati per soddisfare in modo specifico questa domanda.

Come ha deciso di declinarla nel nuovo negozio di Bovisio Masciago?

Lo showroom di Bovisio Masciago diventa il luogo in cui quest'idea di appartamento "petit maison" prende forma. Qui i clienti possono fare esperienza del concetto della "petit maison" mettendo insieme varie declinazioni di elementi ed accessori. Un

concetto in continua evoluzione.

Un primo cenno agli interni che vedremo?

In una scatola architettonica neutrale, caratterizzata da tende, colori e accessori, l'esperienza che il cliente fa è di attraversare le diverse atmosfere che il mondo Selva propone. Presto sveleremo anche il progetto di interior completo e l'articolazione dei diversi ambienti.



ALDO CIBIC. NEW WAYS OF LIVING

From this year, in addition to designing single products, you are Selva's art director. What is the philosophy of the overall design?

We designed furnishing elements that meet what is an increasingly diffused need in large cities: to organize elegant and functional spaces in small apartments, the so called "petit maison".

We concentrated on the creation of contemporary and lively furniture designed to specifically meet this requirement.

How did you decide to express it in the new Bovisio Masciago-based store?

The Bovisio Masciago showroom becomes the

place where this idea of the "petit maison" apartment takes shape. Here customers can experience with the concept of the "petit maison" by putting together various forms of elements and accessories. An ever evolving concept.

Could you just tell us something about the interiors that we are going to see?

In a neutral architectural box, characterized by curtains, colors and accessories, customers will experience with different atmospheres offered by the Selva world. Soon we will also unveil the complete interior project and the articulation of the different rooms.



PHILIPP SELVA. THE EVOLUTION OF THE BRAND

On the occasion of the Milan Design Week, you open a large flagship store in Bovisio Masciago, within a very competitive area.

Why this choice?

Undoubtedly, the consideration of the fact that the Milan area, and Brianza in particular, is one of most dynamic in the furniture industry, in Italy and abroad. Milan is experiencing a time of thrilling transformation: it is a city projected towards the future, in continuous development, which is confirmed as the capital of design and taste. A company like Selva, with its well-established international mood, couldn't miss in this context.

How does this new opening more generally fit into your strategy?

The new flagship store will showcase the evolution of the brand, and will be the experimental store for future openings of other flagship stores worldwide. The achievements of our flagship store in Dubai, which has now been open for 15 years, has taught us that the strategy of the flagship store works. The brand's awareness grows exponentially and, above all,

allows us to have a direct dialogue with the end consumer.

The Salone del Mobile is constantly growing. For what reasons you did not participate in the fair?

The investments needed for establishing a flagship store are quite big, it is an important venture on which we want to focus all our efforts and resources. Moreover, consider that this project won't be limited to the Salone, but will give us visibility all year round. The opening is expected during the Design Week and events and visits from our main partners from all over the world are already planned.

The relationship with Aldo Cibic is well-established and leads you to explore new horizons, such as the idea of a 'petit maison' full of multifunctional yet quite small furnishings...

Alco Cibic coordinates and designed our new flagship store. Here we are going to present the new theme he conceived for Selva. A strong message, young and very actual, which will show Selva's strength of great innovation.

www.selva.com

