

PRIMO PIANO

Ambienti domestici e lavorativi i trend del futuro

I temi e le idee alla base dei trend emergenti da Ambiente Frankfurt sono contemporaneamente una sintesi di quanto accaduto negli ultimi anni e un'anticipazione del futuro: riflessioni sulla sostenibilità, con le annesse ricerche sui materiali, nuove soluzioni estetiche e sviluppo dell'artigianato e innovazione digitale. Queste suggestioni hanno generato tre "tavole di stile" che propongono selezioni di prodotti di arredamento e oggettistica, ciascuna con una sua palette di colori. Ogni trend è creato a partire da un'emozione o una sensazione, che sono suggerite dai nomi scelti dai curatori: *unknown beauty_strange + gracious*, *calming nature_careful + pleasant*, *lasting ideas_passionate + evocative*.

Bellezza sconosciuta e gentile

unknown beauty_strange + gracious è il nome della prima delle tre tendenze selezionate dalla fiera. Qui, il desiderio di esperienze nuove e sorprendenti gioca un ruolo decisivo. Questa tendenza riflette un tema vivente che combina grazia non convenzionale e incredibili nuove creazioni. L'inaspettato si fa strada nell'ambiente di vita familiare. La tavolozza di colori presenta tonalità intense e stravaganti, alternate a sfumature delicate e morbide. I microtemi cromatici consentono interpretazioni individuali e punti focali che vanno dal freddo all'intenso, dal neutro all'eccentrico. Dominano i toni multicolori e cangianti, così come gli effetti iridescenti dell'arcobaleno o i look "bagnati". In termini di materiali, l'attenzione si concentra su forme astrat-

Durante la fiera Ambiente che si è tenuta a febbraio a Francoforte sono state presentate interessanti selezioni di prodotti di arredamento e oggettistica ispirate a tre tendenze, declinate nelle aree Dining, Living, GIVING e Working.

te, aliene e superfici non convenzionali. Anche la dissoluzione tra mondo analogico e digitale, mondo reale e virtuale viene spinta in avanti. La convergenza di artigianato e tecnologia produce nuovi prodotti. Come tema vivente, *unknown beauty_strange + gracious* ha in serbo soluzioni sorprendenti: "Qui, l'attenzione si concentra su affascinanti

combinazioni di colori e soluzioni estetiche inaspettate", commenta Annetta Palmisano del trend bureau *bora.herke.palmisano*. "I modelli situazionali, i riflessi ambientali e il gioco di luci e ombre creano straordinari effetti visivi. Da stravagante a bizzarro, sempre straordinario e glamour in modo speciale".

Il potere calmante della natura

La seconda tendenza, *calming nature_careful + pleasant*, si concentra sul potere calmante della natura. Forme organiche, colori tenui e un uso attento delle risorse sono al centro dell'attenzione tanto quanto il rapporto tra uomo e natura. Forme e disegni organici sono supportati da colori tenui.

La tavolozza dei colori si focalizza sui toni naturali, che hanno un effetto particolarmente delicato con la loro delicata pigmentazione. L'orientamento più freddo presenta sfumature dal mondo vegetale, mentre la gamma neutra mostra sfumature di pietra e metallo. Muschio, argilla e una sfumatura rosata determinano l'espressione più calda.

Sempre più, *calming nature_careful + pleasant* sfuma i confini tra tecnologia, ricerca, arte e artigianato. I cicli di vita dei materiali forniscono un'importante fonte di ispirazione. Nuove soluzioni sono offerte, ad esempio, dai materiali di scarto che

calming nature
careful + pleasant

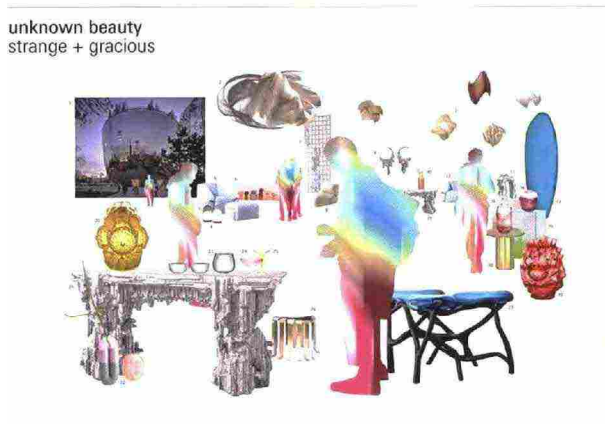


lasting ideas
passionate + evocative



Interior decoration

unknown beauty
strange + gracious



diventano nuove materie prime. La natura è sempre inclusa in questo trend, anche in ufficio: l'ambiente di lavoro beneficia di un linguaggio formale chiaro e calmo. Mobili, tavoli e dispositivi di illuminazione sembrano focalizzati sull'essenziale. La luce biofila conferisce agli uffici e agli spazi di lavoro un aspetto naturale. "La ricerca sui materiali è ancora una delle strategie più importanti nel design e gli studi di progettazione interdisciplinari sono costantemente alla ricerca di materiali innovativi e sostenibili. Il percorso verso il design circolare rimane la preoccupazione maggiore e ci accompagnerà ininterrottamente nei prossimi anni", afferma Palmisano.

Le icone del design incontrano il qui e ora

La terza tendenza, *lasting ideas_passionate + evocative*, condensa le idee di grandi icone del design in un tema vivo che cerca soluzioni per il qui e ora. Design classici e iconici vengono reinterpretati con risultati fondamentalmente nuovi e moderni. Grafiche e d'impatto, con colori forti e forme concrete, evocano ricordi di icone del design. L'accento è posto sul desiderio di reinterpretare concetti familiari: si possono vedere concetti ben ponderati che si confrontano con nuove esigenze. Dove il nostro ambiente di vita sta diventando sempre più anche un ambiente di lavoro, si trovano soluzioni modulari e versatili. La tavolozza di colori duraturi, passionali e evocativi costituisce la base per design potenti: le sfumature del petrolio e del blu dominano la gamma fredda, mentre il rosso-arancio intenso con sfumature di viola e giallo guida l'orientamento caldo. Sia il colore individuale che le sofisticate composizioni cromatiche, ad esempio nei motivi grafici delle placche o nei moderni mosaici, caratterizzano questa tendenza. Il concetto generale è chiaramente in primo piano in *lasting ideas_passionate + evocative*, quindi è possibile utilizzare anche materiali diversi: morbidi o solidi, realizzati con materiali naturali o riciclati. Materiali come la pietra o il marmo sottolineano la durabilità, così come gli oggetti modulari e versatili. *lasting ideas_passionate + evocative* dimostra che non solo i mobili per la casa ma anche altri prodotti funzionali possono essere utilizzati in modo particolarmente flessibile. Anche nell'ambito del lavoro e dell'abitare l'adattabilità del nostro ambiente di vita viene perpetuata da oggetti abitativi multifunzionali. "Allo stesso tempo, l'artigianato e l'idea di manifattura, dove i pezzi speciali sono prodotti in piccole edizioni o addirittura come pezzi unici, giocano un ruolo importante. Molti prodotti sono funzionali e tuttavia sempre una dichiarazione di design", conclude Palmisano. ▶