

295

E 8,00 "ITALY ONLY" FE 13,00 - DE 13,00 - GRE 14,30 PE 15,40 - EE 8,90 - GB GBP 11,00 - B E 10,00 - SKR 170,00 - CHF 23,00 - NLE 19,00 - A E 10,00 - N NKR 172,00
ISSN 1120-9720 - Mensile TAXE PERCUE (TASSA RISCOSSA). UFFICIO CMP/2
ROSERIO - MILANO Spedizione in abbonamento postale - 45% - D.L. 353/2003 (conv.in
L.27/02/2004 n.46) art.1, comma 1, DCB Milano



ddn

DESIGN DIFFUSION NEWS

PRODUCT • INTERIOR • ARCHITECTURE

BATH & WELLNESS
LIVING
BY THE SEA
ARCHITECTURE CHALLENGES



ORIGINE / DAVIDE GROPPI



295 SETTEMBRE *SEPTEMBER* 2024

IN QUESTO NUMERO/

in this issue

EDITORIAL 5 *F.Russo*

NEWS 8 **Design highlights**
L.Galimberti, A.Maffina, P.Molteni, F.Casale

COMPANIES 44 **EquipHotel Paris**
46 **Frascio**
48 **Scavolini**
50 **Aran Cucine**
52 **Vismaravetro**
54 **Boffi**
56 **Bross**
58 **Cristina Rubinetterie**
60 **Ideagroup**
62 **Signature Kitchen Suite**
64 **Pratic**
A.Maffina, F.Casale

INTERVIEW 68 **Gianluigi Landoni** *F.Casale*

PROGETTO COVER 72 **Davide Groppi** *L.Galimberti*

UNKNOWN DESIGN 76 **Hogan Lovells Studio Legale**
M.L. Franceschelli, L.Trevisanello e G.Fanelli

NOTES 78 **About my China** *A.Biamonti*

VALUES 80 **Discretion** *E.Baleri*

LIVING BY THE SEA 82 **Projects by MAB Arquitectura; Spagnulo & Partners; Matteo Thun & Antonio Rodriguez; Parisotto + Formenton Architetti; ACPV Architects Antonio Citterio Patricia Viel**
L.Galimberti

GALLERY 112 **The state of the bathroom**

A CHAT WITH... 136 **Claudio Papa**
A.Maffina

OF ARCH 140 **Projects by EX., BIG - Bjarke Ingels Group; Diana Kellogg Architects; SSA Simone Subissati Architects; Benjamin Murúa Arquitectos; Kengo Kuma & Associates**
P.Molteni

IFI 168 **Environmental wellness and wellbeing**

COVER PROJECT
Davide Groppi Origine floor lamp, designed by Davide Groppi and Giorgio Rava



DESIGN DIFFUSION NEWS
www.designdiffusion.com
ddn@designdiffusion.com

DIRETTORE RESPONSABILE
EDITOR IN CHIEF
Carlo Ludovico Russo

DIRETTORE
EDITOR
Francesca Russo

REDAZIONE/EDITORIAL STAFF
Laura Galimberti
l.galimberti@ddworld.it

Annamaria Maffina
a.maffina@ddworld.it

Paola Molteni
p.molteni@ddworld.it

Francesca Casale
f.casale@ddadvertising.it

Carlotta Russo
carlotta.russo@designdiffusion.com

Bradley Wheeler
CoolNewProjects.com

PROGETTO GRAFICO
GRAPHIC DESIGN
Antonietta Scuotri
a.scuotri@ddworld.it

TRADUZIONE/TRANSLATION
Erika Serra

CONTRIBUTORS
M.L. Franceschelli,
G.Fanelli,
L.Trevisanello,
A.Biamonti, E.Baleri

cover
PROJECT



L'ALFABETO 'LUMINOSO' DI DAVIDE GROPPI *LUMINOUS ALPHABET*

Scrittore, ma anche fotografo, sceneggiatore, musicista...
Davide Groppi si identifica in ognuna di queste figure nel raccontarci la fase creativa da cui nascono i suoi 'racconti' di luce. Ce ne parla in queste pagine.

*Writer, but also photographer, screenwriter, musician...
Davide Groppi identified himself with each of these figures as he told us about the creative phase that gives life to his "stories" of light. Let's discover more in these pages.*

di Laura Galimberti



In senso orario, Nulla, Infinito e Pablo, che generano rispettivamente luce diretta, indiretta e diffusa, tre prodotti fondamentali attorno a cui si declina tutta la produzione Davide Groppi e le sue soluzioni arredative.

Clockwise, Nulla, Infinito and Pablo, which generate direct, indirect and diffused light, respectively. Three core products around which all Davide Groppi's products and furnishing solutions are designed.



Sampei nella versione outdoor (design Enzo Calabrese, Davide Groppi): le lampade di Davide Groppi possono fondamentalmente vivere negli interni come negli ambienti esterni. Nella pagina accanto, due lavori sviluppati nel mondo dell'ospitalità e, nello specifico, per ristoranti di chef stellati.

Sampei in the outdoor version (designed by Enzo Calabrese and Davide Groppi): Davide Groppi's lamps can live in both indoor and outdoor environments. On the opposite page, two works developed for the hospitality sector and, more specifically, for restaurants run by starred chefs.

È difficile inquadrare Davide Groppi, progettista e imprenditore, e le sue creazioni luminose all'interno di una categoria precisa. I suoi oggetti sono tante cose insieme, semplici e complessi, minimali e ricchi di sfumature, tecnici, funzionali e anche decorativi.

Quello che trasmettono è sicuramente poesia, in forma di luce. La lampada, con la sua forma, è la conseguenza diretta dell'effetto luminoso ricercato, eppure è ugualmente un oggetto ricco di significati, un oggetto capace di raccontare una storia.

“Le lampade sono come le lettere di un alfabeto con cui scrivere anagrammi, parole. Storie fatte di luce, perché la luce è racconto e il racconto è il progetto – ci spiega Groppi –. Io cerco degli ideogrammi, in cui la forma rappresenti, in modo quasi ideografico, la funzione stessa e quindi, inevitabilmente, l'essenza. A questo poi assegno dei significati. Il significato è sempre un concetto, che deve essere semplice, essenziale, leggero –. Davide Groppi, che si è imbattuto giovanissimo nel mondo della luce e ha aperto il suo primo laboratorio grazie al lavoro e alla conoscenza di Ingo Maurer, definisce ‘matematico’ il metodo che utilizza per progettare le sue lampade. “Parto da un presupposto logico e, attraverso un procedimento preciso, arrivo sempre a dimostrare qualcosa di nuovo, a soddisfare un bisogno, a utilizzare un materiale in modo alternativo, a provocare attraverso un gesto ironico – prosegue –. La mia estrazione è sicuramente funzionalista, non posso ignorare il fatto che una lampada debba servire a fare una bella luce. La bellezza per me, oltre ad esprimersi attraverso una forma pulita, asciutta e minimale, è però anche una forma di verità che passa attraverso il racconto. Mi piace raccontare delle storie diverse. Una parte della mia produzione, infatti, non è funzionalista e il fatto che si contestualizzi in oggetti luminosi è solo marginale. Si tratta di veri e propri racconti, di follie luminose che servono ad alimentare la parte narrativa del mio lavoro”.

Come riesci, praticamente, a raccontare queste storie attraverso degli oggetti?

“Tendenzialmente la nostra missione è quella di offrire alle persone e ai progettisti la possibilità di comporre un progetto completo fornendo una serie di lettere di un ideale alfabeto. La mia è una visione molto legata alla scrittura. Nel cinema e nel teatro, ad esempio, la luce si chiama foto-grafia, cioè scrittura di luce, e le nostre lampade sono oggetti che servono per realizzare la luce di scena in un teatro. Cerco sempre di fornire gli strumenti giusti per comporre questa scenografia”.

Puoi fare degli esempi concreti attraverso la tua produzione?

“Osservando i modi in cui la luce si manifesta, si possono individuare quelli

che chiamiamo ‘stati fondamentali della luce’: luce diretta, luce indiretta e luce diffusa. La prima è quella che accoglie, raccoglie e congeda, come la lampada Nulla, una luce che crea ombra e che usiamo sulle soglie, sui percorsi, sui tavoli e sui piani; la luce indiretta, come quella di Infinito, coglie le capienze degli spazi e non produce ombra; la luce diffusa, ‘vestita’, rende tutto più morbido e sensuale, è delicata, rispettosa e leggera, come la lampada Pablo, un pannello quadrato che cambia colore e si appoggia per terra come fosse un quadro. È un po’ una visione euclidea della luce: la Nulla il punto, l’Infinito la linea e la Pablo il piano. Ovviamente, poi, con tre prodotti non si può fare un’azienda e quindi abbiamo pensato a molti altri apparecchi luminosi, che di fatto sono una declinazione di queste tre suggestioni”.

A chi vi rivolgete, principalmente?

“Il nostro mercato di destinazione è fondamentalmente quello residenziale, realizziamo il progetto illuminotecnico di moltissime case, attraverso gli architetti, che ci apprezzano e ci utilizzano, ma anche direttamente con il cliente finale. Molte nostre committenze riguardano persone che ci conoscono, ci amano e desiderano arredare con noi tutta la loro casa. E questo per me è una cosa molto bella, perché considerandomi un musicista è come se avessi la consapevolezza che le mie canzoni siano veramente ascoltate dalla gente. Realizziamo anche molti progetti nel settore hospitality, come ristoranti e boutique hotel. Abbiamo iniziato quindici anni fa con l’illuminazione di un ristorante a tre stelle Michelin, Le Calandre di Massimiliano e Raffaele Alajmo, e con un passaparola incredibile, negli anni, abbiamo arredato i più bei ristoranti d’Italia, luoghi dal sapore teatrale, molto più vicini al mondo dell’arte che della nutrizione. Abbiamo anche realizzato alcuni interessanti progetti museali, sempre legati all’arte. L’Italia continua ad essere un mercato molto importante per noi, sempre in crescita, anche se da qualche anno il nostro giro d’affari proviene maggiormente dall’estero”.

Gli showroom monomarca Davide Groppi, nel mondo, stanno crescendo a ritmo sostenuto. È questa la ragione principale?

“Crediamo che la modalità di diffondere il nostro verbo attraverso i negozi monomarca sia molto potente ed efficace e abbiamo puntato su alcuni luoghi importanti e interessanti per noi. Con New York e Milano sono ormai dieci gli showroom Davide Groppi nel mondo, che diventeranno presto 11 con l’imminente apertura di Madrid, senza contare le aperture in programma in Oriente e in Estremo Oriente. Riteniamo fondamentale dare la possibilità di entrare, senza filtri, all’interno del nostro mondo per presentare al meglio la nostra autenticità e la nostra verità”.

davidegropi.com

It is difficult to frame designer and entrepreneur Davide Groppi and his lighting creations within a precise category. His objects are many things at once: simple and complex, minimalist and nuanced, technical, functional and even decorative. What they convey is definitely poetry, in the form of light. The lamp, with its shape, is a direct consequence of the desired light effect, yet it is still an object rich in meaning, an object capable of telling a story. "Lamps are like the letters of an alphabet with which to write anagrams, words. Stories made of light, because light is a story and a story is a project," Groppi explains. "I look for ideograms in which the form represents, in an almost ideographic way, the function and, therefore, inevitably, the essence. Then, I assign meanings to them. The meaning is always a concept, which must be simple, essential, light." Davide Groppi, who came across the world of light at a very young age and opened his first workshop thanks to the work of and familiarity with Ingo Maurer, describes his method of designing lamps as "mathematical". "I start from a logical assumption and, through a precise procedure, I always end up proving something new, satisfying a need, using a material in an alternative way, provoking with an ironic gesture," he continued. My background is definitely functionalist; I cannot ignore the fact that a lamp should serve to create a beautiful light. However, in my opinion, beauty, besides expressing itself through a clean, dry and minimalist form, is also a form of truth that comes through storytelling. I like to tell different stories. In fact, a part of my production is not functionalist and the fact that it consists of light objects is purely marginal. They are real stories, luminous follies that serve to feed the narrative part of my work."

How do you practically manage to tell these stories through objects?

"Basically, our mission is to offer people and designers the opportunity to compose a complete project by providing a series of letters of an ideal alphabet. My vision has very much to do with writing. In film and drama, for example, lighting is called photo-graphy, that is, writing with light, and our lamps are objects that are used to make the stage light in a theater. I always try to provide the right tools to create this scene."

Can you give us some concrete examples through your production?

"Looking at the ways in which light manifests itself, we can identify what we call the 'fundamental states of light': direct light, indirect light and diffused light. The first is the light that welcomes, gathers and dismisses, like the Nulla lamp, a light that creates a shadow and that we use on

thresholds, pathways, tables and tops; indirect light, like that of Infinito, captures the capacities of spaces and does not produce shadows; diffused light is 'dressed' and makes everything softer and more sensual, it is delicate, respectful and light, like the Pablo lamp, a square panel that changes color and rests on the floor as if it were a painting. It is a kind of Euclidean view of light: Nulla ('nothing') is the point, Infinito ('infinite') the line, and Pablo the plane. Of course, you can't build a company on three products, so we have designed many other luminaires, which, are, actually, an interpretation of these three ideas."

Who is your main target?

"Our target market is basically the residential market as we create the lighting design of a lot of houses, thanks to architects who appreciate and use our products, as well as directly with the end customer. Many of our commissions involve people who know us, love us, and want to furnish their whole house with us. And that's a very nice thing to me, because, as I consider myself a musician, it's like knowing that people really listen to my songs. We also carry out a lot of projects in the hospitality sector, such as restaurants and boutique hotels. We started fifteen years ago with the lighting of a three-Michelin-starred restaurant, Massimiliano and Raffaele Alajmo's Le Calandre, and, over the years, thanks to incredible word of mouth, we have furnished the most beautiful restaurants in Italy, places with a theatrical flavor, much closer to the world of art than of nutrition. We have also realized some interesting museum projects, also related to art. Italy is still a very important and growing market for us, although in recent years our turnover has come more from abroad."

Davide Groppi single-brand showrooms around the world are growing at a fast pace. Is this the main reason?

"We think that single-brand stores are a very powerful and effective way of spreading our word, and we have focused on some places that we consider important and interesting. With those in New York and Milan, there are now ten Davide Groppi showrooms in the world, soon to become eleven with the imminent opening in Madrid, not counting the openings planned in the East and Far East. We think that it is fundamental to offer the opportunity to enter our world, without filters, so that we can present our authenticity and truth at its best.

davidegropi.com

