

CASA

- Arredo e il design -

STILE

412

11 GIUGNO 2021

Home

Architecture

Boats

Cooking

Design

Fashion

Wine

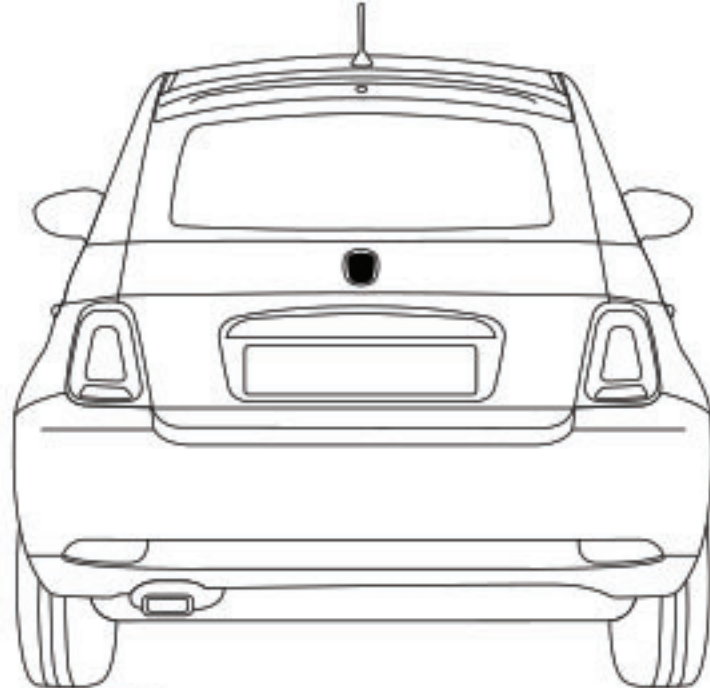
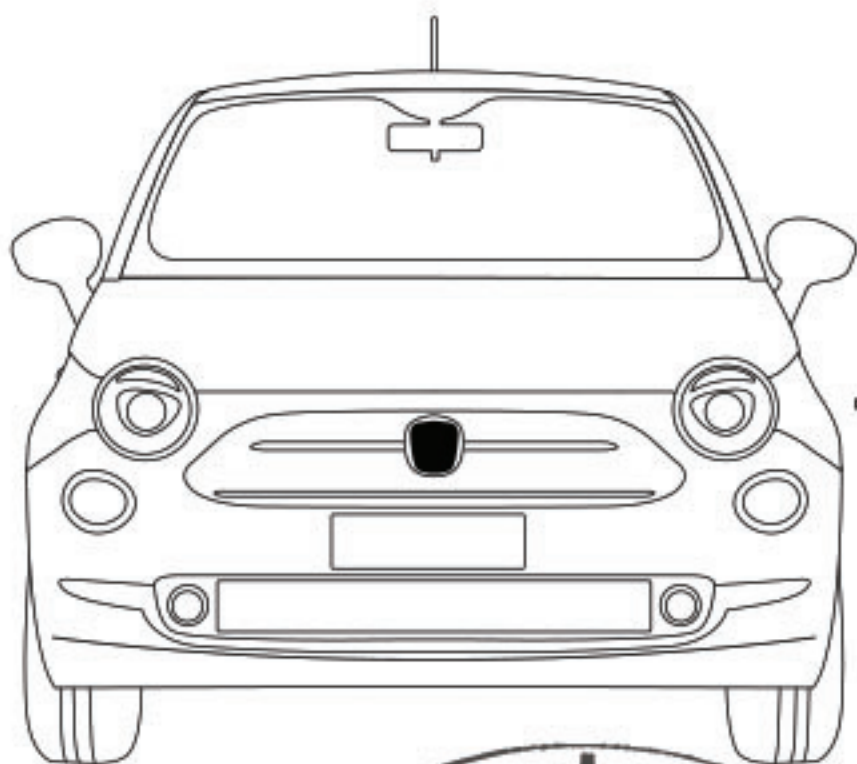
GRAND TOUR
Italian
excellence

a cura di

Fabio Destefani

Patrizia Pagani

Laura Tarroni



ID for Design

Dialogo con Davide Conti



Titolare dello studio Davide Conti Design Studio, con sede in Italia e in Cina. Ideatore e coordinatore di IDM - Italian Design Masterclass e dal 2021 design director di ITUP, agenzia italo-cinese di promozione e commercializzazione del brand del settore arredo/design in Cina

Quali caratteristiche rendono il design una delle eccellenze italiane più apprezzate nel mondo?

Alla base porrei l'emozione che ogni oggetto è capace di esprimere, sia in modo classico che anticonvenzionale. Il design italiano, che riassume in sé semplicità e complessità, veicola un valore di ricerca e di passione che pochi altri progetti al mondo esprimono. Penso al design giapponese, che sicuramente per poesia e ricerca non è da meno, tuttavia la forza intrinseca dei nostri prodotti va oltre la poetica, irrompe con forza nel reale, suscitando ammirazione. A questo proposito è facile fare esempi citando le automobili e le moto italiane, ma pensiamo ad esempio anche alle nostre cucine e paragoniamole a quelle tedesche. Certo queste ultime sono perfette, funzionali



Nelle immagini
progetto di villa
a Shanghai per
cliente privato

ma se paragonate alle nostre sono un po' carenti dal punto di vista emozionale.

In che modo il suo approccio al progetto interpreta l'eccellenza del Made in Italy nel mondo?

Do molta importanza alle fasi iniziali, alla ricerca, alle esigenze del cliente perché per me è fondamentale che il mio lavoro lo soddisfi pienamente e questo non sempre è facile. A volte bisogna rincorrere i clienti per anni, altri invece pretendono che il lavoro venga svolto in tempi rapidissimi. Da alcuni anni il mio mercato di riferimento è la Cina dove ho uno studio con vari collaboratori. Anche se nasco nel settore di mobile, oggi il mio mercato verte soprattutto sul design d'interni. Questo perché in generale i cinesi apprezzano molto i nostri interni empatici e di valore, mentre progettare il mobile in Cina è tutto un altro lavoro e bisogna confrontarsi con varie problematiche legate agli imprenditori cinesi.

Come racconta il Made in Italy?
Raccontare il design italiano in Cina è un

IL DESIGN ITALIANO
VEICOLA UN VALORE
DI RICERCA E DI PASSIONE
CHE POCHI ALTRI PROGETTI
AL MONDO ESPRIMONO

onore anche se è molto complesso. Noi lo facciamo illustrando il progetto sin dall'inizio, spiegando come nel nostro lavoro siamo affiancati da artigiani ed esperti che assicurano quella minuziosa cura dei particolari che rimane uno dei tratti distintivi del Made in Italy. A questo aggiungerei l'approccio italiano al progetto: da noi il lavoro non è mai separato dal piacere di

poter condividere momenti conviviali con la famiglia e con amici. Anche questa attitudine contribuisce a definire l'originale stile del Made in Italy.

Quali sono gli aspetti del design italiano più apprezzati in Cina?

La nostra creatività e originalità. Non a caso oltre che a clienti privati, facciamo molte consulenze ai nostri colleghi cinesi, architetti o designer di interni, che ci chiedono di aiutarli nella fase concettuale e nella selezione degli arredamenti.

Lei è design director di ITUP. Può spiegarmi quale è la sua mission?
ITUP è un'agenzia con base a Shanghai

FOR Design

A conversation with Davide Conti, owner of Davide Conti Design Studio and creator and co-ordinator of IDM - Italian Design Masterclass and design director of the ITUP agency

What makes design an example of Italy's excellences?

Basically, the emotion an object expresses. Italian design, both simple and complex, is a virtually unique vehicle for values and passion. Though Japanese design is poetic and sophisticated, the intrinsic strength of our products transcends poetry and commands admiration. Examples come easily - Italian cars and motorbikes, but also our kitchens compared with German ones, yes, they're perfect, functional but they lack that spark of emotion.

How does your approach to design interpret the concept of 'Made in Italy'?

The early stages are crucial, though not always easy, I have to satisfy the clients' needs. Sometimes you have to chase a client for years while others want everything finished quickly. My target market has been China for some years now, I have a studio there. Although I started out in the furniture sector today I mainly focus on interior design. This is because, generally



ESISTE UN APPROCCIO ITALIANO AL PROGETTARE IN CUI INTERAGISCONO ANCHE I CONCETTI DI PIACERE E CONVIVIALITÀ

speaking, Italian interiors appeal to Chinese people, while designing furniture in China is very different and rather complex.

How do you communicate the 'Made in Italy' concept?

Communicating Italian design in China is an honour yet tricky. Our approach is to illustrate the project right from the start, explain how we are flanked by craftsmen and experts who ensure that unique attention to detail which characterises the 'Made in Italy' concept. Also, the Italian approach: for us, work is never separate from time with the family and friends. This attitude to life help to define the original Italian style.

Which aspects of Italian design are most popular in China?

Creativity and originality. In fact, apart from our private clients, we also offer consultancy services to Chinese architects and interior designers who need help with the concept and furnishing stages.

As Design Director of ITUP, what is your job exactly?

ITUP in Shanghai promotes Italian companies in the interior design sector. I oversee all the projects and liaise with the Italian companies. Our Chinese partners have to find connections with architects and interior designers in China. ITUP is still quite new, but we are already working with various Italian firms who want to break into the Chinese market with the help of a trusted team of experienced professionals.

How is the Chinese economy today?

The pandemic stopped everything of course, and we can still see the effects of the crisis. However, by last August China was back in business and we haven't stopped since. We are growing again, so we know we're on the right track.



che aiuta a promuovere a fini commerciali le aziende italiane del settore arredo/design.

Io mi occupo sempre di progettazione, seguo tutti i progetti che nascono in copartecipazione tra la parte cinese e italiana e sono il collegamento con le aziende italiane.

Ai partner cinesi invece spetta il compito di promuovere e di trovare le connessioni con architetti, interior designer, rivenditori sparsi su tutto il territorio cinese.

ITUP è appena partita e stiamo già iniziando il lavoro con diverse aziende italiane che si sono affidate a noi per entrare nel mercato cinese affidandosi a profes-

sionisti italiani e cinesi che hanno esperienza concreta del mercato.

Come è la situazione economica attualmente in Cina?

Già nel 2019 in Cina c'erano state flessioni sul mercato del design e l'esplosione della pandemia nel 2020 ha bloccato tutto. La crisi c'è stata e ancora un po' si sente. Tuttavia dall'agosto scorso la Cina è ripartita con grande forza e convinzione. Da allora non ci siamo più fermati anche facendo molti sacrifici. Ora siamo di nuovo in crescita e questo ci fa capire che la strada che abbiamo intrapreso è quella corretta. □