

ISSUE
1

culture and focus periodical

MAGGIO
2020

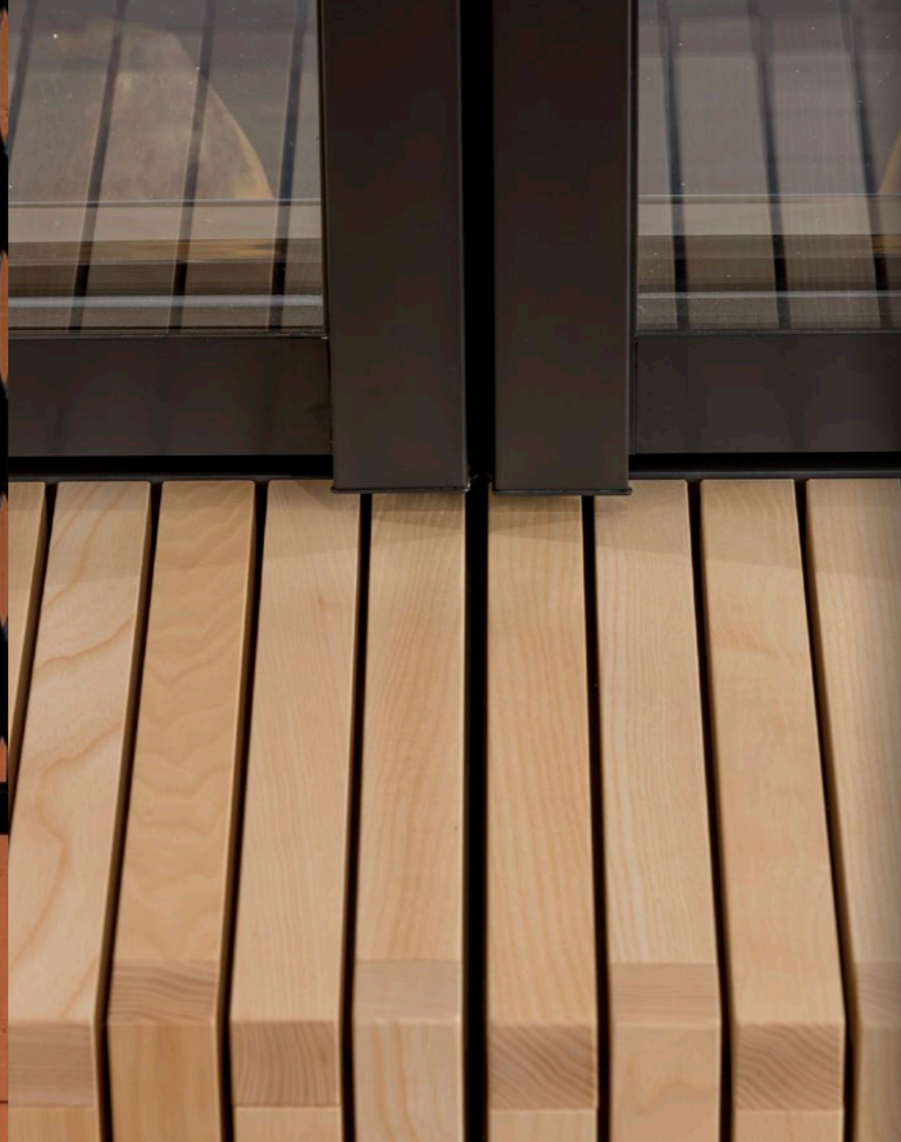
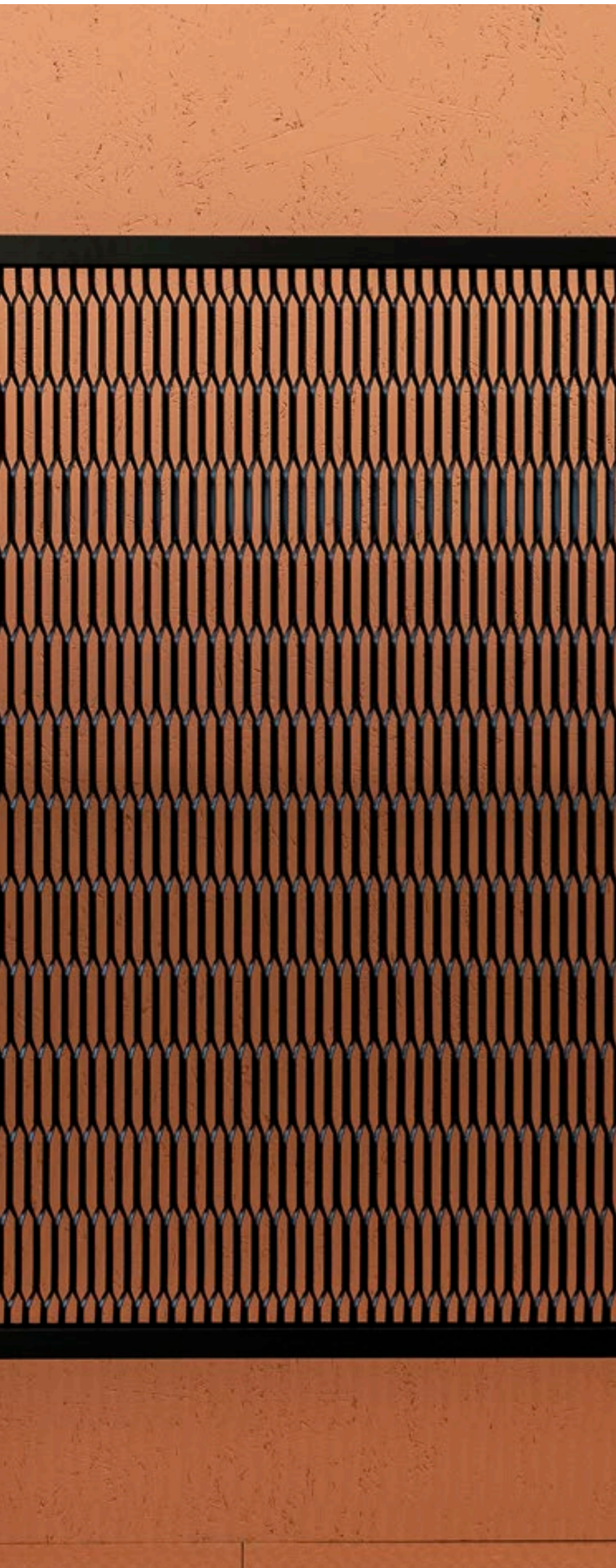
I AM



Ci si chiede come cambierà il mondo, e quanto profondamente, una volta che l'emergenza sanitaria da coronavirus sarà finita (ma sapendo che un'altra pandemia potrebbe presto o tardi scoppiare). Parliamo dunque di cambiamenti strutturali o di lungo periodo, che potrebbero essere determinati e indotti in particolare dalle pratiche di isolamento obbligatorio e di rigoroso distanziamento sociale che si sono rese necessarie su scala globale per contrastare l'avanzata del contagio. Pratiche apparse all'inizio innaturali venendo tutti noi da una tradizione opposta: socialità diffusa, affollamento urbano, vicinanza e contiguità, relazioni strette: sui posti di lavoro come nei luoghi di svago e vacanza. Ma che in futuro – per ragioni in senso lato di sicurezza e prevenzione – potrebbero, sebbene diluite, diventare una necessità: che da vitale potrebbe trasformarsi in funzionale, trasformandosi dunque tali pratiche in abitudini e convenzioni nuove (l'uomo, ricordiamolo sempre, è un animale ad altissima capacità adattativa). C'è insomma da mettere in conto, per il futuro (incerto) che ci aspetta, una trasformazione del senso dello spazio (e della spazialità) così come li abbiamo intesi sino ad oggi, col conseguente obbligo di ripensare gli ambiti della vita ordinaria (a partire dalle abitazioni private e dagli ambienti di lavoro), quelli dedicati alle attività commerciali d'ogni tipo (dal piccolo negozio allo shopping mall) e, ancora di più, le aree comuni di vita collettiva extra-famigliari ed extra-professionali: bar e ristoranti, cinema e teatri, alberghi e residence, musei e sale da concerto, lidi al mare e piste da sci, e via elencando. Per non parlare della sfida che s'apre per gli urbanisti, dal momento che anche le città, non potendo riprogettarle e ricostruirle ex novo, dovranno essere rimodulate, quanto meno dal punto di vista degli spazi comuni di movimento e svago. Non si può beninteso innovare d'un colpo il mondo nel quale abbiamo sin qui vissuto. Ma qualcosa (se non molto) dovrà necessariamente cambiare – anche perché saremo noi stesso a chiederlo e a pretenderlo. Si pensi ad esempio al mondo del lavoro. L'esperimento di smart working di massa, imposto dall'emergenza, ha aperto un orizzonte obiettivamente nuovo, sul quale i sociologi dell'organizzazione avevano già richiamato l'attenzione, restando tuttavia inascoltati. Si dovranno attrezzare case-ufficio (sulla base di spazi opportunamente progettati e dedicati) non solo pensando al mondo (alto) delle professioni liberali, come già oggi in parte accade, ma anche a quello (diffuso) legate alle mansioni impiegate tradizionali e al mondo della burocrazia pubblica. Insomma, si lavorerà sempre più da casa, ora che si è capitato che si può fare e forse è persino conveniente farlo (sul piano economico come quello che investe la gestione del tempo). Contestualmente, gli spazi novecenteschi del lavoro tradizionale (fabbrica o grande ufficio), divenuti inutilmente grandi, andranno a loro volta rimodulati e forse destinati a nuovi impieghi. Ma avendo coscienza del fatto che un nuovo eccesso di affollamento e promiscuità potrebbe un giorno condurci a nuove forme di isolamento coatto per chissà quale nuova crisi o emergenza sanitaria che ormai dobbiamo mettere in conto con un'eventualità reale, si pretenderanno forme di contatto sociale più diffuso anche all'interno degli spazi pubblici, che a loro volta dovranno garantire anche standard sempre più elevati di pulizia, igiene e sicurezza per la salute. C'è il rischio in effetti di votarsi ad una visione che si pretende asettica della vita sociale, ma se l'alternativa (ovvero la minaccia) è di dover indossare, nella vita di tutti i giorni, mascherina e guanti come in certi film distopici, è normale pretendere spazi non solo meno affollati ma anche più sicuri per la salute (sin dalla scelta dei materiali utilizzati per poltrone, balconi, tavoli, strumenti di lavoro, apparecchiature, e via dicendo). Sembra insomma aspettarci una bella sfida progettuale che riguarderà le piccole come le grandi cose che ci servono quotidianamente, gli spazi e i luoghi della nostra vita personale e comune. Nulla sarà come prima, si dice oggi. Ma magari, grazie allo sforzo creativo cui saremo costretti, potrebbe anche essere meglio di prima.

Alessandro Campi





**LIMITLESS
REFRIGERATION
DESIGN**

6

**PASTICCERIA
BESUSCHIO**

18

**FABRIZIO
MILESI**

24

MANGIARBENE

26

LIMITLESS REFRIGERATION DESIGN

Designer: Fabrizio Milesi / Year: 2019-2020



Gli eventi fieristici di settore rivestono oggi un ruolo fondamentale nel mostrare le eccellenze di ampi panorami internazionali. Vettrine di innovazione e spazi di aggregazione e condivisione, dove i brand si raccontano creando esperienze intorno alla propria visione.

CIAM negli anni ha saputo distinguersi per aver dato vita a dei micromondi sensoriali, in cui sperimentare la poliedricità della sua identità, fatta di design, artigianalità, innovazione e tecnica.



Photography: Mirco Baccaille / Diletta Fernandez

Il racconto di un viaggio poliedrico



Lo stand progettato diventa un tour esperienziale in cui l'elemento centrale della scoperta è l'interazione.

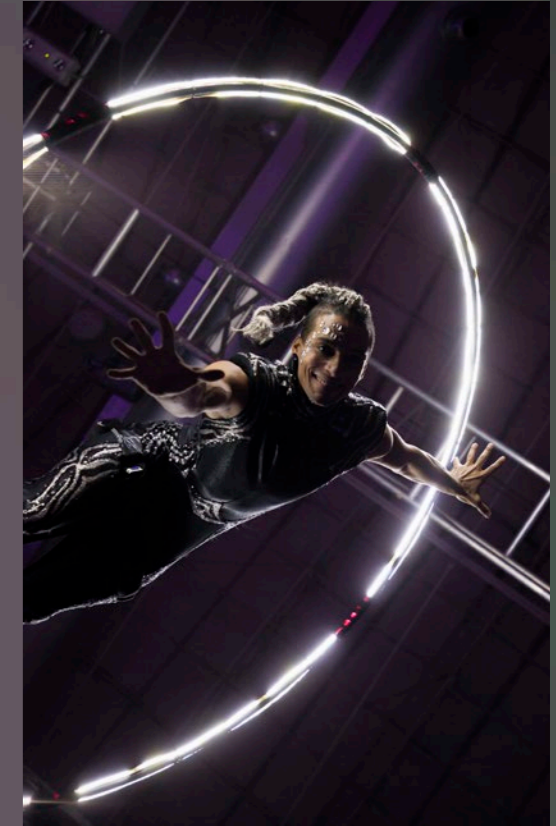
Host 2019, la fiera internazionale che ha portato a ottobre a Milano le eccellenze dell'hospitality, è stata la conferma del successo di un modello che unisce armonicamente business e cultura in un singolo spazio. Nato da un progetto di Fabrizio Milesi, lo stand CIAM è stato concepito come una scatola da imballaggio permeabile, in cui tecnologia e design sono mostrati con tre ambiti caratterizzati da tre diversi colori. In questo modo, CIAM ha dato vita a un ambiente in cui vivere una totale esperienza custom fuori dagli standard, a partire dal concetto di colore. Un percorso attraverso cui poter scoprire le infinite possibilità di un brand che mette l'innovazione e un servizio di personalizzazione del prodotto al primo posto. Un vero e proprio tour esperienziale in cui l'elemento centrale della scoperta è l'interazione, valorizzata nella sua necessaria efficienza quotidiana per business che hanno bisogno di un equilibrio sincero fra estetica e funzionalità.



I nuovi concept cromatici dello stand hanno aperto la strada a un evento magico, dove la profondità del pensiero CIAM si è manifestata in tutta la sua poliedricità.

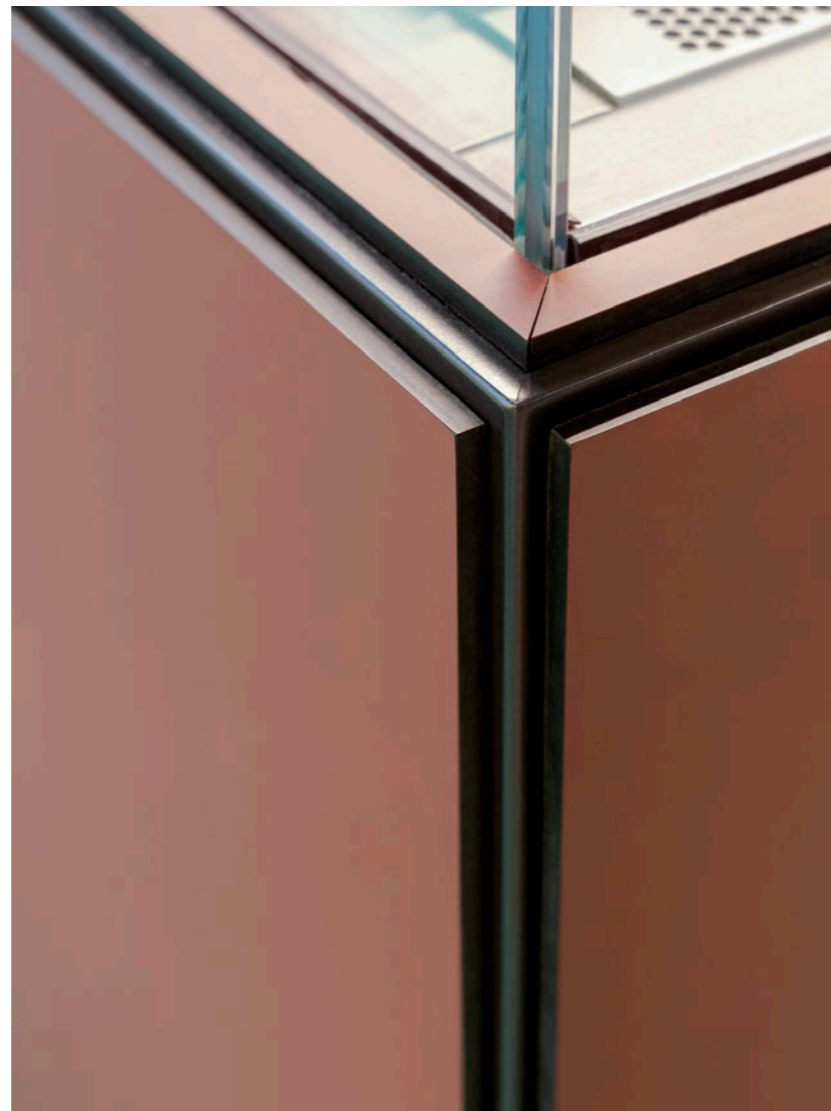
Nello storico spazio della Pelota, Revolutionary Colors ha regalato un perfetto coinvolgimento sensoriale e artistico raccontando il colore e il valore che questo ha per il brand.

Un'originale coreografia di luci che in un flusso continuo di contaminazioni, fra interventi musicali e performance acrobatiche, è divenuta espressione stessa dei nuovi orizzonti del design CIAM.





Ospiti speciali, innovazioni tecniche e nuovi prodotti sono stati il cuore dell'edizione Sigeep 2020, in cui CIAM ha saputo mostrare la capacità evolutiva di un brand che unisce sapientemente il suo know-how e la sua vision per abbracciare e vestire le necessità dei professionisti del settore. La tecnologia Multix di CIAM, sviluppata in collaborazione con Gelsystem, è un esempio di questo processo di risposta del brand alle esigenze tecniche ed estetiche. Multix è il primo rivoluzionario sistema di refrigerazione intelligente brevettato da CIAM, che facilita e digitalizza le funzionalità degli strumenti, permettendo di avere un costante risparmio energetico e di combinare differenti piani di lavoro all'interno dello stesso prodotto, con un touch screen intuitivo e funzioni controllabili da remoto.



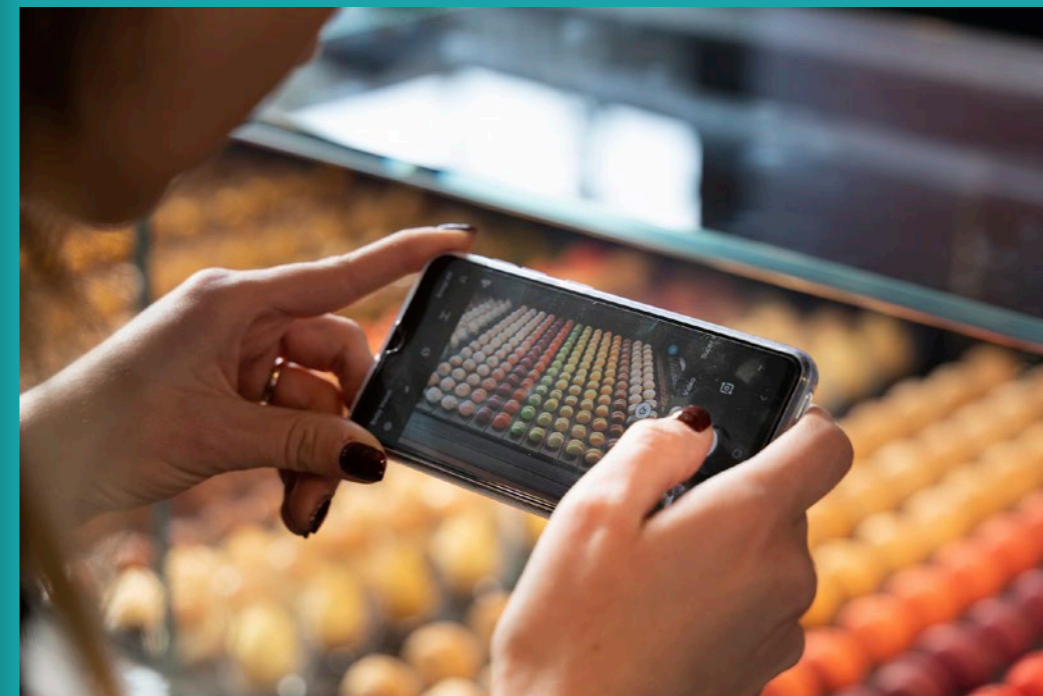
Innovazioni tecniche e nuovi prodotti sono stati il cuore dell'edizione Sigeep 2020 che ha mostrato sistemi e concept rivoluzionari.

Per quanto riguarda le necessità di gelatieri e pasticceri, la risposta CIAM è Ice Design Live Station, colonna portante e antonomasia di questa unione fra emozione e tecnica. Le Ice Design Live Stations sono stazioni modulari multiformi e multifunzione, selezionate da ADI INDEX 2019, premiate dalla ADI Design Index Regione Lombardia e attualmente in corsa per il prestigioso Compasso d'Oro 2020. Ideate da Raffaele De Angelis, permettono di realizzare davanti ai propri clienti veri e propri spettacoli di Live Show Cooking per la preparazione di gelati tradizionali e gourmet, semifreddi, torte, yogurt, stecchi e granite. Un nuovo concept che permette di personalizzare la configurazione delle station con diverse attrezzature in funzione dello show cooking desiderato. Fra i possibili accessori: mantecatore verticale, mantecatore orizzontale, piastra fredda, temperatrice-scioglitrice, pozzetti gelato, vaschette per yogurt e frigorifero positivo/negativo.



Il concetto del colore torna in chiave pop con **The Colorful Side of Pastry**, un duplice evento inserito nel programma del Sigep 2020, che ha visto protagonisti all'interno dello stand due maestri della pasticceria italiana nel mondo: Damiano Carrara e Andrea Besuschio.

Con il racconto delle proprie storie personali e professionali e delle rispettive esperienze tecniche legate ai prodotti CIAM, i due maestri si sono resi testimonial della filosofia del brand in costante equilibrio fra creatività e concretezza, supporto funzionale e valore emotivo.



Dal Sigep, il viaggio fra le fiere delle eccellenze porta CIAM a Düsseldorf per l'evento Euroshop 2020, dove lo stand realizzato da Fabrizio Milesi diventa il teatro in cui esibire l'evoluzione CIAM in termini di innovazione e capacità custom. Il concetto di Limitless Refrigeration Design trova la sua massima espressione in uno spazio che esalta la flessibilità progettuale e le nuove tecnologie di un brand capace di creare con dedizione sartoriale elementi unici per ogni cliente. Una dimostrazione delle illimitate possibilità di CIAM in termini di design e personalizzazione, che raccontano l'attenzione per il panorama contemporaneo e per la natura speciale di ogni progetto. Suggestioni e visioni materiche, palette cromatiche, funzioni e dimensioni custom formano un insieme di caratteristiche che CIAM riesce a mettere a sistema per ideare soluzioni affascinanti e irripetibili.



Attenzione alla contemporaneità e all'unicità di ogni progetto: sono questi i punti cardine di soluzioni custom illimitate.



PASTICCERIA



Photography: Bordini Produzione

Uno spazio storico rivolto al futuro

BESUSCHIO

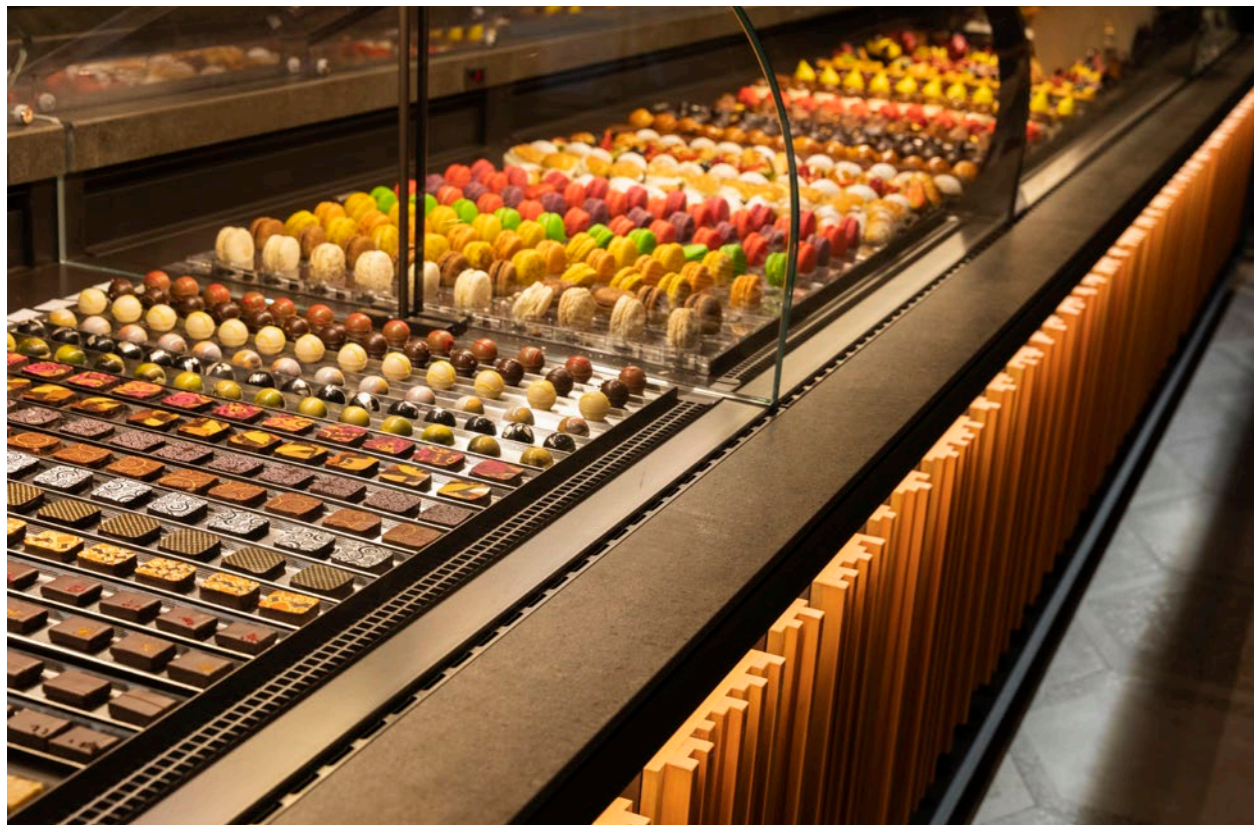
Designer: Simone Colombo / Year: 2019

In equilibrio fra tradizione artigianale e desiderio di innovazione:
il nuovo spazio Besuschio conferma il ruolo centrale di un nome italiano
nel panorama della pasticceria internazionale.

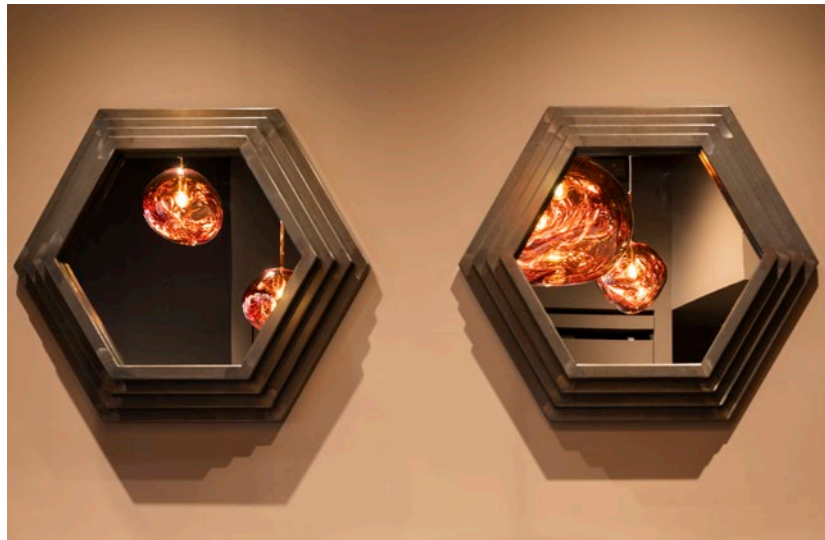
Uno spazio ricco di storia, una tradizione di famiglia che continua da sei generazioni e un progetto di design che vuole guardare al futuro -. Così, l'architetto Simone Colombo descrive gli ambienti della Pasticceria Besuschio ad Abbiategrasso, Milano, di cui nel 2018 ha curato il restyling. Un cognome che parla da solo, quello dei grandi maestri pasticceri italiani acclamati in tutto il mondo, e che racconta la storia di una missione e di una passione tramandate di padre in figlio dal 1845. La Pasticceria Besuschio incarna la perfetta fusione fra una tradizione irrinunciabile e l'arte di guardare sempre in avanti, verso i nuovi orizzonti tecnologici, visivi e sociali del vivere contemporaneo. L'architetto Colombo ha abilmente tradotto la storia unica dei Besuschio in un'esperienza multisensoriale che ha completamente ricreato gli spazi interni della pasticceria.

- Il progetto doveva rispondere, prima di tutto, alle nuove esigenze di organizzazione del lavoro e per questo è stato rivisto l'impianto planimetrico dei tre ambienti. Nello stesso tempo, la ricercatezza dei dettagli doveva rispecchiare l'unicità delle creazioni del Maestro Andrea Besuschio e di suo figlio Giacomo - racconta Colombo, che per raggiungere questo incredibile risultato sinergico ha disegnato insieme alla famiglia Besuschio ogni spazio, ogni oggetto, spesso condividendo i tavoli del laboratorio di pasticceria.





Il progetto incontra CIAM in questa ricerca di eccellenza tecnica ed estetica con una capacità custom dal taglio sartoriale, caratteristiche fondamentali per soddisfare l'ambizioso disegno di Colombo, ricco di contaminazioni che vanno dalle avanguardie artistiche del secolo scorso alla tradizione decorativa lombarda, senza tralasciare lo standard qualitativo di un maestro pasticcere del calibro di Besuschio. - Il banco di undici metri lineari di tecnologia CIAM è completamente custom e rappresenta il fulcro di tutto il progetto, - prosegue Colombo - infatti incanala in un'unica vista prospettica i tre ambienti. I vetri curvi del banco riprendono quelli della vetrina originale di primi '900, il rivestimento in lamiera nera, il grès porcellanato delle superfici e il rivestimento frontale a doghe colorate sono di ispirazione Futurista. -



L'intero spazio architettonico trova la sua massima espressione nel banco custom di 11 metri lineari di tecnologia CIAM.



- Lo spazio si suddivide in due parti: il primo ambiente dedicato all'esposizione e alla vendita, il secondo e il terzo adibiti alla somministrazione - continua Colombo - il pavimento a formelle esagonali in grès riprende le "cementine" dei vecchi pavimenti lombardi. L'illuminazione, fatta eccezione per le sospensioni di Tom Dixon all'ingresso, è minimale al fine di valorizzare al massimo gli antichi soffitti lignei restaurati e in parte ritrovati: a questo fine, si sono utilizzati solo proiettori a Led orientabili montati su binari che seguono l'orditura delle travi in legno. Gli stessi materiali e le linee costruttive degli elementi architettonici si prolungano idealmente dal bancone in un'unica prospettiva che caratterizza e unifica tutti gli ambienti. -

Un percorso progettuale di due anni
per uno spazio da vivere a ogni ora
21 del giorno.



Fabrizio Milesi



“Nel frattempo che...”, come ha detto Cristina Comencini, è il nostro tempo di mezzo, quello in cui dobbiamo capire come tornare alla normalità attraverso nuovi modi di vita privata e sociale.

Non posso non esprimere alcune considerazioni riguardo a questo complicato momento storico, considerando che CIAM lavora al servizio del mondo HO.RE.CA. e quindi della convivialità, proprio quel modo di vivere che oggi è stato annullato dalle regole di distanziamento sociale. Credo come molti, che ogni evento difficile porti con sé grandi potenzialità di analisi e miglioramento; da questo periodo in cui siamo dovuti rimanere fermi ho capito il valore della calma rispetto al modo di fare veloce. Questo non significa rimanere inattivi, ma riuscire a leggere le cose intorno a noi attribuendo loro il giusto valore. Significa valutare altri modi possibili di vivere all'interno dello spazio domestico, nelle città e di condivisione e interazione tra le persone. È una grande e rara opportunità. Sicuramente, come per tutti i grandi eventi storici, vivremo una fase di metabolizzazione e le storie che accompagnano questo periodo verranno rilette e riscritte. Attualmente nelle persone intuisco la volontà di dare un senso positivo all'esperienza che stiamo vivendo, nell'ottica di trasformare questa tragedia in una forza per guardare avanti e ripartire.

Credo purtroppo che tutta questa spinta positiva sarà in parte frenata, perché le pratiche economiche all'interno delle nostre società sono molto più complesse di un virus e questa è la cosa che ora mi preoccupa di più. Sappiamo infatti benissimo che il tentativo sarà quello di far tornare l'economia e la sua struttura come prima, utilizzando le stesse ricette. Mi auguro ovviamente che ci sia una ripresa economica, ma allo stesso tempo spero che possa avvenire all'insegna della comprensione dei motivi che ci hanno portato a questo punto, con un'attenzione particolare ai temi ecologici. Questo tema non può più attendere soluzioni con tempi lunghi come è stato fino ad oggi. Questo momento storico ha dimostrato la capacità di affrontare la realtà in pericolo con tempi brevi e misure drastiche che con grande senso collettivo di sacrificio hanno immediatamente prodotto un risultato positivo. Se tutti noi guardassimo oggi i numeri delle emergenze, capiremmo che quella della sostenibilità non può più attendere.

In cinque anni di lavoro la portata del cambiamento che siamo riusciti a realizzare è stata veramente forte e coinvolgente.

Mi piace usare questo termine perché, a parte la proprietà che chiaramente ha creduto in questo percorso, tutte le persone che quotidianamente lavorano in azienda hanno capito l'importanza del nuovo corso con al centro il design, supportandolo con una nuova consapevolezza in base alla quale l'eccellenza del prodotto rappresenta la vera forza dei risultati che vogliamo raggiungere. La nuova coscienza passa attraverso la costante

ricerca tecnologica, estetica e sostenibile dei prodotti e dell'azienda in generale, la comunicazione attraverso partner e strumenti innovativi, la partecipazione e l'organizzazione di eventi e performance. Oggi, CIAM è una macchina che si muove costantemente cercando di capire per poi trovare soluzioni alle esigenze contemporanee del mondo del food sempre più importante nelle logiche estetiche e commerciali dei mercati internazionali.

Stiamo ancora cercando di capire e immaginare come cambierà in futuro il nuovo rapporto tra design e food.

Rapporto molto complicato, visto il momento che stiamo vivendo. Riferendoci al contesto pre-Covid 19, credo che il forte rapporto tra design e food sia maturato, divenendo imprescindibile, dal momento che il mondo dell'ospitalità in genere si è sempre più evoluto e avvicinato alle esigenze di visibilità, esperienza e connessione umana dei brand della moda interna-zionale, ricercatori assoluti della nostra società, non solo nelle aree di gusto ma anche nella visione e nelle connessioni tra mondi apparentemente distanti. Da quel momento in poi, il food è stato esplorato attraverso il design per diventare anche, grazie alla forte spinta mediatica, la rinnovata espressione della perfezione nella ricerca tra tradizione

e innovazione, molte volte contaminata da mondi lontani e opposti. Ognuno ha percorso al suo interno una propria ricerca estetica ed espressiva attraverso il design di ogni elemento connesso al mondo del food ricercando sempre di più materiali sostenibili e innovativi. Il food oggi ha trovato nel design non solo la sua immagine relativa ai progetti degli spazi, ma anche quella della forma espressiva del cibo stesso; mi piace ricordare a tale proposito la performance che CIAM insieme a Francesca Sarti (designer food), fondatrice di Arabeschi di latte, ha pensato per la Milano Design Week 2019 all'interno dello spazio Alcovia pubblicato sul numero zero di IAM.

La ricerca sui materiali è alla base del nuovo corso di CIAM.

La vetrina refrigerata orizzontale Move16, pensata e sviluppata nel corso del 2016 inaugurando la nuova direzione artistica, aveva già nella sua idea iniziale due obiettivi; da una parte la forte riduzione estetica del segno e dall'altra la volontà di nascondere dalla vista l'acciaio inox, da sempre il materiale principe per tutti i costruttori di arredi refrigerati. Nel caso specifico la vetrina venne testata e presentata con la finitura in resina epossidica applicata all'interno della teca vetrata refrigerata. Questo aspetto fortemente materico contribuì a rendere l'insieme percepito più 'morbido' e permise di caratterizzare cromaticamente il prodotto rendendolo personalizzabile dai designer che decisero di utilizzarlo nei loro progetti. Da lì in avanti, ho cercato sempre di guardare oltre l'ordinario, andando via via a inserire in tutti i prodotti una serie di materiali o materie nate come finiture per altri ambiti progettuali. Mi riferisco alle carte

da parati, alle nuove lastre a basso spessore di grès porcellanato, alle resine epossidiche con varie finiture materiche e cromatiche e non ultimo l'uso di materiali di sintesi, oggi sempre più ecosostenibili. Tutta questa ricerca ha implementato la materioteca tradizionale basata su materiali naturali, pietre, marmi e legni. Questo nuovo approccio, secondo me, rende visivamente i prodotti apparentemente privi di tecnologia e non riconducibili alle 'fredde' macchine funzionali, ma al contrario li avvicina sempre di più al design dei mobili. Mi piace molto il fatto che all'interno dei nuovi prodotti CIAM ci sia sempre una tecnologia innovativa che però rimane nascosta e mitigata dalla contemporaneità delle forme rigorose; credo sia oggi la vera differenza e il vero valore globale dei prodotti che pensiamo. Sembra che all'improvviso gli abbiamo tolto la loro primaria funzione tecnologica per farli diventare qualcos'altro.

M A N G I A R B E N E

Designer: Alfio Barabani / Year: 2019

Un progetto dal sapore contemporaneo che rappresenta uno spin-off non in meri termini di marketing, ma che incarna un concept distintivo esportabile e replicabile sotto un marchio garanzia di eccellenza. Nel totale anonimato stilistico dell'architettura industriale degli anni '70, uno spazio unico fa breccia per il suo alto valore qualitativo ed estetico: Mangiarbene, Bastia Umbra, è la prima luxury food hall della holding Viander, famosa per la fornitura di prodotti enogastronomici di altissimo livello distribuiti in Italia e in numerosi altri paesi del mondo.



Uno spazio unico che punta alla contemporaneità valorizzando
eccellenze e nuovi concept di mercato.



Gusto artigianale in uno scenario industriale.



- Il primo obiettivo che ci siamo posti è stato quello d'infondere personalità a un punto vendita che nasceva in un ambito anonimo e che allo stesso tempo potesse essere replicato in ambiti urbani pregiati, in diverse città, mantenendo costantemente la stessa identità architettonica.- Curato da Alfio Barabani Architects, Mangiarbene rompe la monotonia dell'area industriale in cui nasce, con uno spazio dal gusto moderno che si caratterizza per l'atmosfera elegante e accogliente. I 150 mq all'interno dell'edificio storico che mezzo secolo fa ha visto gli albori dell'attività, racchiudono una selezione di eccellenza fra le migliaia di prodotti a catalogo dell'azienda madre.

- Il filo conduttore è stato trovato nel mettere insieme due contributi fondamentali dell'uomo - spiega l'architetto Barabani - la secolare messa a punto dei processi di lavorazione, che oggi ci consentono di avere eccellenze alimentari senza pari, e la manualità artigianale che emerge in tutti i tratti caratteristici del negozio, insieme a quella alla base dei prodotti in vendita. -



Dalla customizzazione dei prodotti ai dettagli illuminotecnici ed energetici, CIAM ha saputo creare soluzioni in grado di rispettare ogni esigenza progettuale.



Per enfatizzare la sensazione di trovarsi di fronte a quanto di meglio l'uomo abbia saputo creare nella storia, il progetto ha posto una grande attenzione nella scelta degli elementi di arredo per la conservazione e l'esposizione dei prodotti. Con le sue capacità tecnologiche, l'abilità custom e la precisione dei dettagli illuminotecnici, come il controllo dei riflessi e il risparmio energetico, CIAM ha saputo dare una risposta unica alle esigenze tecniche ed estetiche del progetto. Il banco orizzontale 6040 TSA, di profondità 1000, con interni verniciati matt black e pannellatura in gres completo di banco di taglio e banco cassa con elemento in ferro naturale; i due murali Classic Open canalizzati a temperatura positiva e verniciati a polveri epossidiche; l'armadio Brilliant Two Sided per formaggi; le tre Murozero custom con altezza ribassata e in finitura matt black; le quattro vetrine murali neutre con mensole a doppia illuminazione led in finitura fenix black; i basamenti Compact Basic in finitura matt black; l'armadio custom Esclusive 74S con dimensioni oversized da 4x4mt H per l'esposizione dei pregiatissimi prosciutti.

La direzione artistica di Alfio Barabani Architects e il know-how di CIAM regalano un'esperienza coinvolgente a chiunque acceda all'ambiente.

Questa straordinaria combinazione di prodotti CIAM personalizzati per il Mangiarbene regala un'esperienza coinvolgente a chiunque acceda all'ambiente. - A questi elementi unici, - continua Barabani - si aggiungono quelli lignei disegnati appositamente per il negozio, come la pavimentazione di rovere lavorato a listelli strettissimi femmina - femmina sgrabiati in superficie, l'albero centrale a lamelle di frassino che ordina lo spazio e la parete retrobanco realizzata con scarti di legno. Il tutto segue un significato materico, tattile e cromatico. Il connubio della materia increspata di pavimento, albero e parete boiserie con l'eleganza tecnologica delle vetrine di prosciutti e formaggi, sia free-standing che filo muro così come del bancone del fresco, risulta particolarmente efficace nella valorizzazione dei prodotti. - La direzione artistica di Alfio Barabani coniuga ogni dettaglio dell'ambiente in un'armonia naturale che rende protagonisti i prodotti e l'interazione con gli elementi dello spazio in cui si trovano, donando una percezione museale evocata dall'uso dei colori per pareti e soffitti e dagli schermi interattivi, dove il cliente può interrogare i singoli prodotti per avere informazioni sulle loro caratteristiche.



Ogni dettaglio di Mangiarbene assume un significato materico, tattile e cromatico che valorizza l'esposizione dei prodotti.



I AM

by CIAM Spa
28 pages, 240x320 mm
print on Munken Print White 80 gr/m2
by Grafiche Diemme Srl
art direction by Gusto IDS

I AM is the periodical exploring the world from CIAM's perspective. It is a wide open eye on technology, art and culture, and also a living space aiming to create new ground for innovation. We like to think about it as a room to get closer and deeper inside the brand, by looking at what is around us.