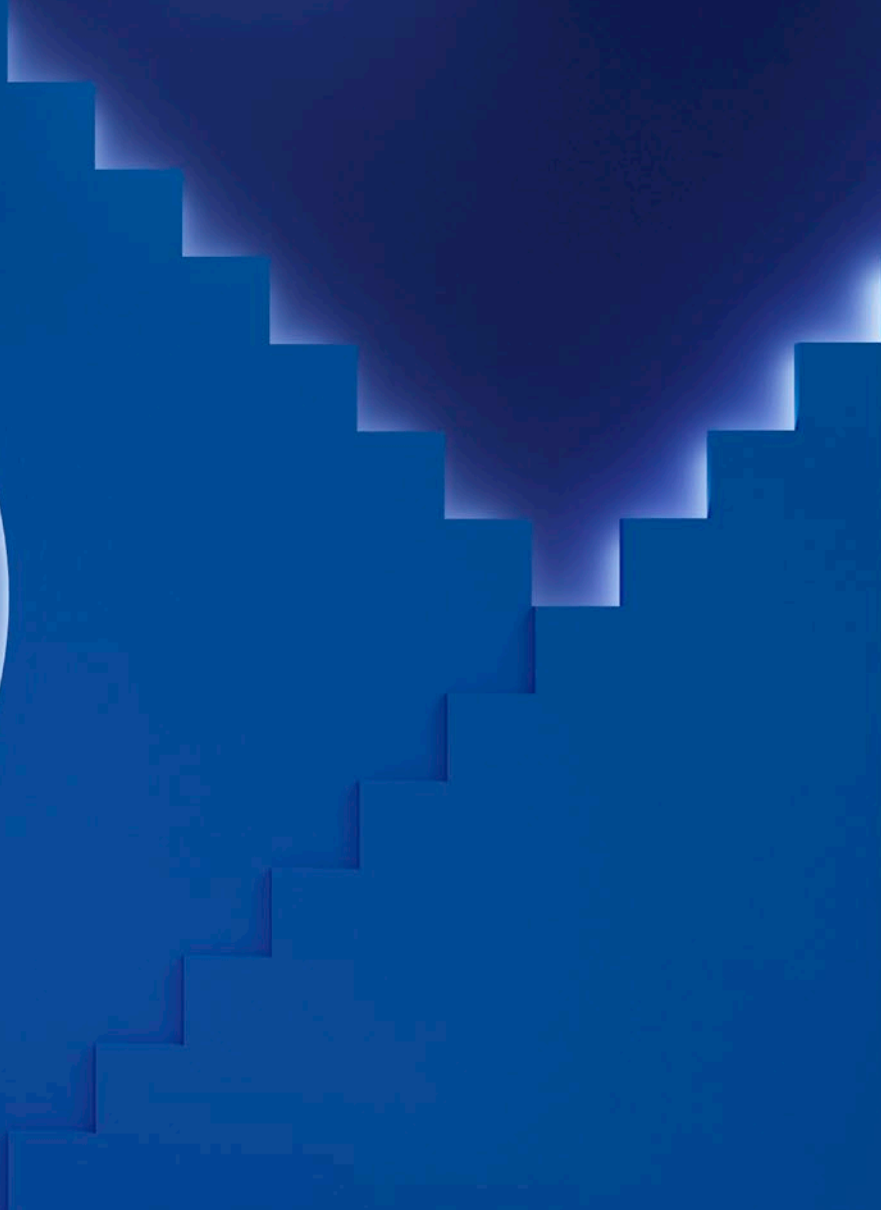


ISSUE
4

culture and focus periodical

SETTEMBRE
2021

I AM



Qualcuno dice che sono nato in una fornace; di sicuro ci sono cresciuto. La Fornace Brioni è a Gonzaga: la mia famiglia vi produce mattoni da oltre un secolo; mio padre l'ha ereditata nel 1973, lo stesso anno in cui sono nato. Un certo giorno, però, mi sono chiesto se dovesse necessariamente essere impiegata tutta quella energia per cuocere la terra, quando anche da cruda permetteva di fare cose straordinarie. In quel momento – era il 2010 – inizia il mio percorso con una materia dotata di tutte le caratteristiche che ritengo indispensabili per il progetto di ogni tempo: bassissimo impatto ambientale, grandissima disponibilità in natura, riciclabilità quasi totale in tutte le fasi di vita (dalla produzione allo stabilimento), atemporalità e adattabilità a qualsiasi progetto e contesto. Ho così deciso di scommettere tutto sulla terra cruda, gettandomi con passione in un viaggio di scoperta che prosegue ancora oggi. Sono un architetto e agisco nell'interior design; mi sento però più un contadino che fa l'artigiano. Contadino perché vengo dal contatto e dal lavoro con la terra; artigiano perché l'attitudine che trasferisco a ogni progetto è quella di chi, nel proprio lavoro, ripete e migliora il più possibile ogni passaggio. Insieme a tutto il mio team di collaboratori, tecnici, installatori, cerco di perseguire la perfezione insita nella reiterazione del gesto, dalla quale scaturisce un effetto poi percepibile a tutti (un approccio che può ricordare la visione orientale del mondo). Ciascun progetto necessita di due componenti fondamentali: un ottimo prodotto e una mano esperta e sensibile, in grado di controllarne l'applicazione. Esiste però anche un terzo elemento fondamentale: l'ascolto.

La capacità cioè di cogliere gli elementi di valore trasmessi da chi commissiona l'intervento e di interpretarli in maniera specifica. Credo che la personalizzazione e la flessibilità possano essere viste come due facce della stessa medaglia, che in ogni progetto si mescolano tra loro cercando la giusta calibratura, e che appartengono a chiunque eserciti la propria libertà creativa. La prima volta che abbiamo adottato l'espressione “bespoke”, legata proprio al calibrare su misura l'applicazione di un prodotto, era per il progetto di ristrutturazione di un casale toscano abitato da un famoso fotografo svedese; un committente dal gusto molto raffinato, abituato a girare il mondo per testate come Vogue o The Wall Street Journal. La sua sensibilità, insieme a un continuo “alzare l'asticella” per sentire anche propria ogni scelta, hanno fatto sì che da quell'esperienza unica scaturisse un'intera linea di finiture, il Terra Wabi, che oggi viene declinata in tutti i nostri prodotti. Lavorare con la terra cruda significa porre al centro fattori intangibili che fanno la differenza tra lo stare bene o meno in uno spazio; fattori che coinvolgono tutti i sensi sollecitati: la vista, il tatto, l'olfatto, che attraverso la materia assumono forma di intonaco, pavimento, decoro, Tanti amici, e perfino clienti, a volte mi prendono bonariamente in giro per come mi incanto a guardare i muri, annusandone con gli occhi colori e sfumature, neanche se gli edifici fossero piantagioni di pepe, caffè o cacao. Il mio modo di lavorare però è proprio questo: vado in caccia di terre crude come se fossero spezie rare. Ogni argilla può trasformarsi in “aroma” per la vista e il tatto, e a ogni spazio interno corrisponde quello più adatto, fatto di colore, texture, massa. Macinando i campioni di roccia estratti da diverse cave si può selezionare un'infinita varietà di inerti, che poi, in un processo in totale equilibrio con l'ambiente, vengono tagliati con argille provenienti da luoghi anche molto distanti tra loro, che infondono a ciascuna finitura qualità uniche. Osservare la realtà a questo modo può consentire non solo di realizzare cose più belle, ma di operare in modo più responsabile. Anche per questo abbiamo recentemente adottato un nuovo modello di impresa che guarda al futuro, trasformandoci in Società Benefit. Una scelta fatta nella convinzione che la “sostenibilità” (al pari della “bellezza”), non debba essere un concetto astratto, ma il frutto di un continuo scambio tra l'individuo e il bene comune.

Matteo Brioni

Material Designer





CUSTOM

6

CLOUD & CO.

18

JOSEPH GRIMA

24



THE RIGHT CHOICE

26

CUSTOM



Fluidità: un termine sempre più al centro della ricerca contemporanea del design, che cerca di interpretare i materiali tradizionalmente propri di altri ambiti.

CIAM

Un'opera sartoriale seamless

-Fluidità: proprio questo termine è sempre più al centro della ricerca contemporanea del design, che cerca di interpretare ed esplorare i materiali tradizionalmente propri di altri ambiti.- Fabrizio Milesi, art director e designer di Ciam, introduce così uno dei pilastri portanti della visione e della produzione del brand: il custom. Un valore diventato uno tra i principali segni distintivi dell'azienda, che con la storica esperienza accumulata riesce a trasformare e plasmare i propri prodotti come fossero materia organica, adattandoli al progetto in termini estetici e dimensionali, senza nessun compromesso dal lato tecnico e funzionale.

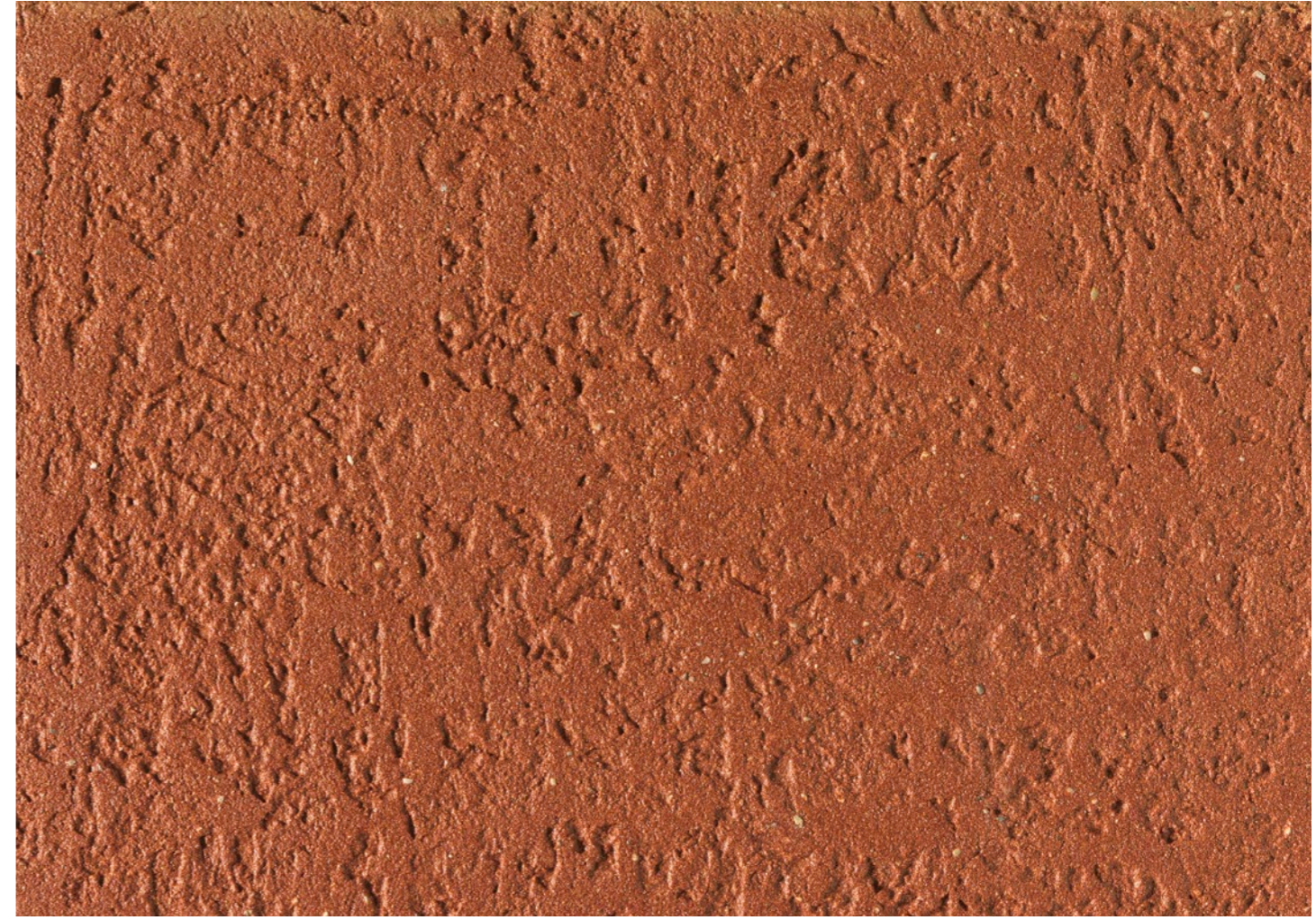


Un lavoro che si traduce in una collaborazione totale con gli studi di architettura e con i professionisti che utilizzano i prodotti Ciam, e che vede quest'ultima estendere sempre di più la propria offerta materica e la ricerca su elementi non convenzionali per incontrare e dare vita a qualsiasi fantasia progettuale. Questo continuo stimolo evolutivo, fatto di scambi creativi fra le realtà coinvolte, è un tesoro inesauribile a cui attingere per studiare soluzioni innovative e intraprendere percorsi mai battuti. L'osmosi tra culture e mondi diversi crea alchimie in grado di generare nuovi stimoli sensoriali per forme e funzioni- continua Milesi. -Molti materiali pensati per applicazioni industriali oggi applicati al design trovano nuove forme di bellezza cariche di valori estetici e funzionali inaspettati.



“Molti materiali pensati per applicazioni industriali oggi applicati al design trovano nuove forme di bellezza cariche di valori estetici e funzionali inaspettati.”

Fabrizio Milesi



Ne è la prova l'ultimo progetto ideato e realizzato in occasione del Fuorisalone 2021. È proprio attraverso questa visione - continua Milesi - che ho incontrato Matteo Brioni e la sua esclusiva ricerca sulla terra cruda, immaginandola come la nuova superficie per Table, il nuovo sistema custom di tavoli refrigerati progettato per CIAM. Un prodotto inedito caratterizzato da una composizione di diverse funzioni che trovano spazio sullo stesso piano, e che grazie alle capacità custom maturata dal brand abbandona il concetto di standard sostituendolo con quello di una realizzazione ogni volta unica. -Table definisce un nuovo concept: rilegge l'idea di banco che tradizionalmente divide l'operatore dal cliente con una logica di separazione spaziale- spiega il designer. -Il tavolo, invece, attraverso l'elemento del piano sospeso e con le sue dimensioni funzionali esplora un approccio di condivisione nuovo nell'ambito horeca, rappresentando l'elemento funzionale che invita ad appoggiarsi sopra alla sua superficie, e a toccarla a tal proposito, credo la scelta della terra cruda sia quella ideale per trasferire il senso di naturale benessere a Table.-



L'esperienza di personalizzazione pensata da Ciam si traduce in un'ottica seamless, in cui il prodotto si connette al progetto come un'opera sartoriale senza cuciture, senza stacchi visibili.

Stare al fianco dei progettisti ed essere il loro supporto d'eccellenza significa per Ciam guardare nella stessa direzione e costruire orizzonti insieme. La produzione custom incarna questo principio perché nasce proprio dalla volontà di legarsi, rispondere e unirsi senza soluzione di continuità al progetto. L'esperienza di personalizzazione pensata da Ciam, infatti, non si traduce semplicemente in un vasto campionario di finiture che espandono le possibilità di adattamento ma in un'ottica seamless, in cui il prodotto si connette al progetto come un'opera sartoriale senza cuciture, senza stacchi visibili: essere tutt'uno con il contesto, è questo che fa la differenza.

Caffè Fernanda è un esempio chiave di questo approccio di dedizione totalizzante al progetto nella sua interezza: il bancone è stato impreziosito con doghe in noce canaletto, i piani in ottone brunito, l'alzata retropalco a specchio con tubolari in ottone e le mensole in legno con illuminazione led incorporata. Il colore e la matericità rappresentano i pilastri filosofici ed estetici attorno a cui ruota la costruzione dello spazio, che porta a un valore paritario il piano visivo e quello della scoperta tattile, caratteristica fondamentale per un ambiente ambizioso che eleva l'esperienza d'interazione a elemento d'arte espositiva.

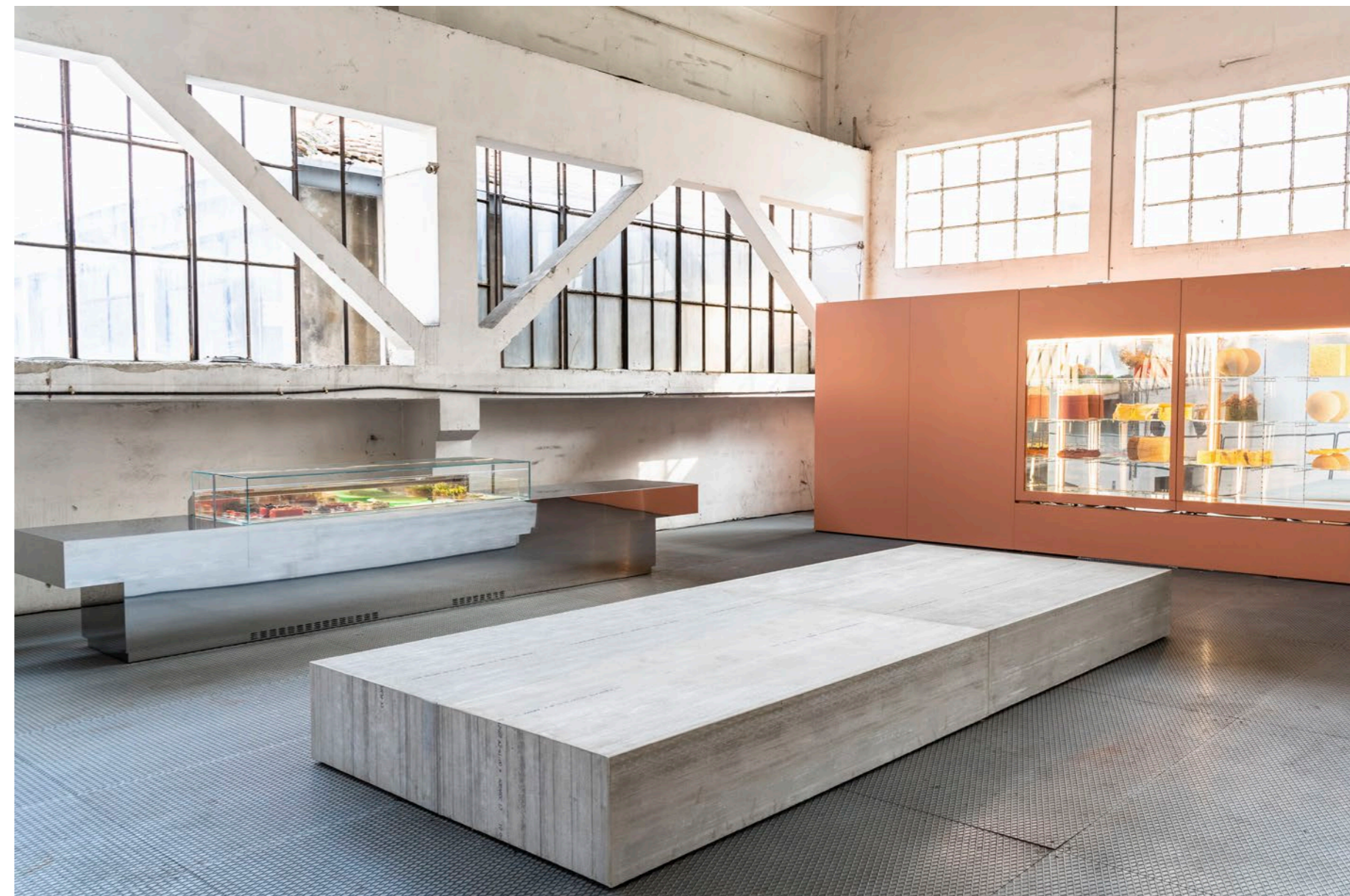




Anche il Caffè Doria di Roma, situato in via della Gatta e storico punto di riferimento per i visitatori della Galleria d'arte Doria Pamphilj, fa da testimone dell'abilità inscritta nel DNA di Ciam di entrare in profondità nel progetto, arrivare a capirne e a toccarne l'anima e a plasmare di conseguenza i suoi prodotti. L'utilizzo del noce canaletto torna in listelli piccoli per il rivestimento e si combina a piani in gres porcellanato noir desire lucidato, con basso fondo in ottone satinato; nella zona bar la vetrina FLAT P800 TS con teca saldata è accompagnata da un retrobanco Compact con ante verniciate e specchiere retroilluminate in stile classico; i due armadi Murozero BT/TN sono accuratamente rivestiti da una carenatura in legno con specchiere laterali.

Saper entrare in profondità nel progetto, arrivare a capirne e a toccarne l'anima e a plasmare di conseguenza i prodotti.

Per lo Spazio Alcova del 2019, Fabrizio Milesi ha immaginato un set design fortemente bilanciato e simmetrico che si confronta con la monumentalità quasi sacrale e decadente dell'archeologia industriale. È caratterizzato da una perfetta simmetria di elementi, le due grandi travi in cemento e la copertura a volta sovrastante. Lo spazio espositivo è costruito con due dei prodotti più rappresentativi della ricerca e dello sviluppo custom di Ciam: Murozero Slide, l'armadio refrigerato verticale con le ante scorrevoli complanari filo parete selezionato dall'ADI Design Index 2018, e Move16, il banco orizzontale con apertura delle teche vetrate automaticamente. La finitura in acciaio inox superlucido dei due Move16 smaterializza completamente le dimensioni rendendoli eterei, quasi trasparenti, moltiplicando, con la loro superficie riflettente, i movimenti dei visitatori all'interno dello spazio; questi due banchi disposti l'uno di fronte all'altro accompagnano delicatamente lo sguardo verso il grande Murozero Slide con finitura monocromatica opaca.





Il custom Ciam continua a regalare un'esperienza capace di rivoluzionare il senso dello spazio e delle leggi fisiche, di risuonare con il progetto e di essere lo strumento definitivo nelle mani di ogni architetto.

Per Mangiarbene, la prima luxury food hall della holding Viander, il progetto curato dall'architetto Alfio Barabani ha portato Ciam a sperimentare e creare un'atmosfera elegante, accogliente dal gusto modernista e contemporaneo: il banco orizzontale 6040 TSA, profondità 1000, vede i suoi interni verniciati in matte black con pannellatura in gres, completo di banco di taglio e banco cassa con elementi in ferro naturale; le tre Murozero custom hanno un'altezza ribassata e riprendono la finitura matte black; ma la vera protagonista di questa estensione estrema delle potenzialità di personalizzazione è l'armadio custom Esclusive 74S con dimensioni oversized da 4x4m, destinato all'esposizione dei pregiatissimi prosciutti di Mangiarbene.

Con Ciam assistiamo all'espansione dello stesso termine custom, che assume valori e modalità differenti e in continua evoluzione, dalla miniaturizzazione di parti e funzioni sulle vetrine orizzontali fino alla glorificazione degli spazi con le vetrine verticali extra size, che raggiungono misure monumentali e un carattere museale. Il custom Ciam continua a regalare un'esperienza capace di rivoluzionare il senso dello spazio e delle leggi fisiche, di risuonare con il progetto e di essere lo strumento definitivo nelle mani di ogni architetto.





CLOUD

Designer: Futura / Year: 2021



Atmosfera sognante, cenni all'arte surrealista e un design pensato per portare sulle nuvole. L'esperienza di un gelato può fare tutto questo? La risposta di Cloud and Co. è assolutamente sì. Il progetto della gelateria recentemente nata a Doha, in Qatar, è stato sviluppato dallo studio creativo messicano Futura e vede al suo interno l'utilizzo di tutto il patrimonio di know-how tecnico ed estetico frutto dell'esperienza Ciam. Il concept alla base vedeva la creazione di uno spazio vibrante, giovane e surreale, seguendo l'espressione inglese "being on Cloud 9", cioè trovarsi in un momento di pura gioia. Un tipo di gioia che non passa solo dal gusto del gelato di qualità, ma soprattutto da uno spazio costruito nei minimi dettagli per dare ai visitatori stimoli visivi forti e permettere loro di immergersi totalmente in un mondo di bellezza assurda.

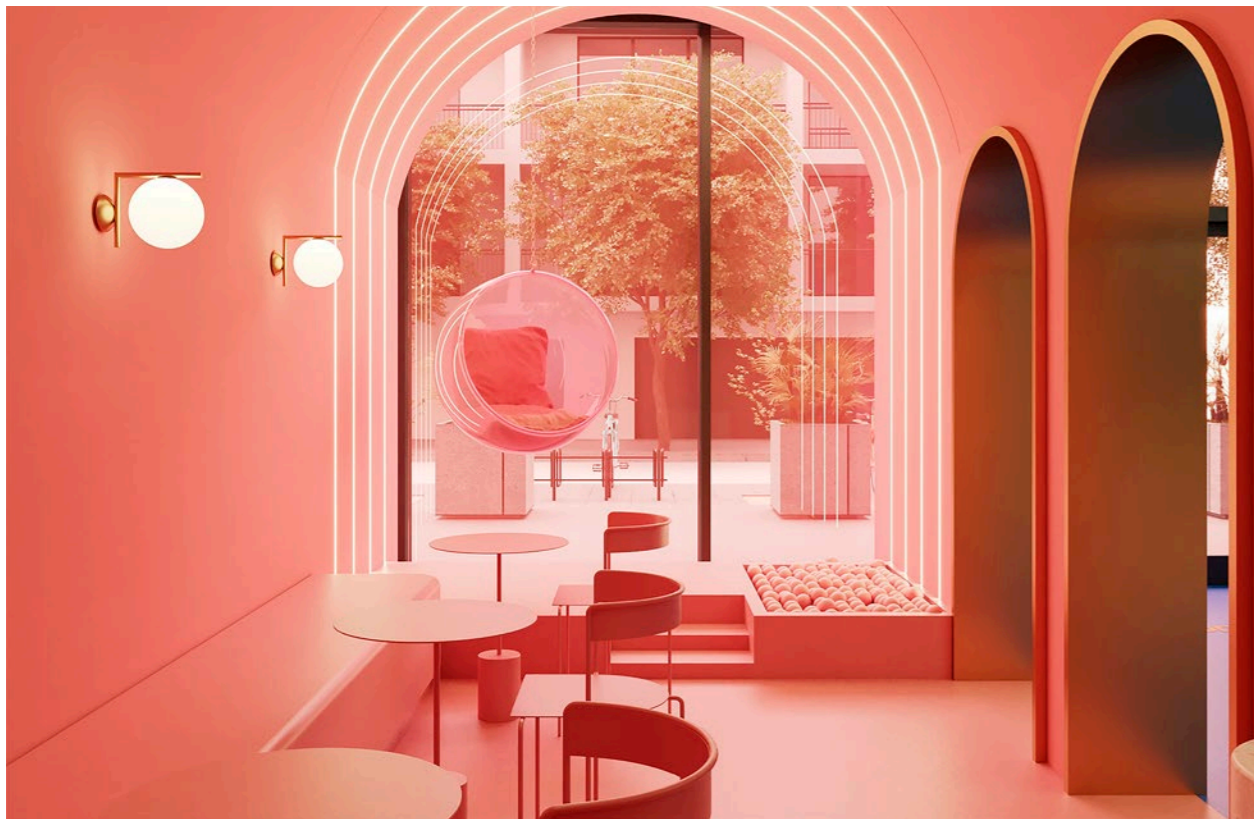
L'idea di Futura traduce la visione di artisti surrealisti come M.C. Escher e Pedro Friedeberg in un tripudio di colori e forme che si allontanano dai sensi e dalle regole della fisica e della razionalità. Allo stesso tempo, però, il progetto sfrutta al massimo la dimensione architettonica dello spazio e lo trasforma in una nicchia di comfort che invita l'ospite a rimanere quanto vuole. Archi, scale e volumi, oggetto di grande interesse per il movimento artistico d'avanguardia che ha rivoluzionato il pensiero di inizio XX secolo, si plasmano in un ambiente architettonico con prospettive dechirichiane che chiedono al visitatore di abbandonare le regole del mondo esterno.

&

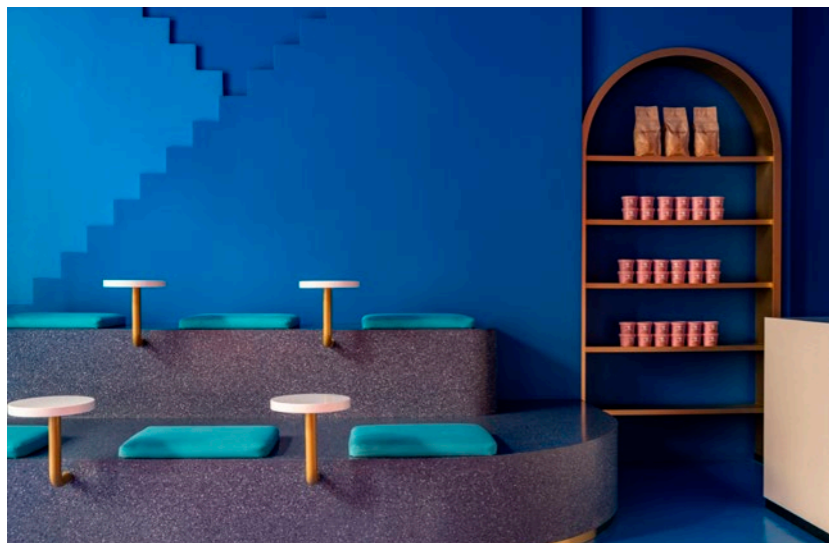
CO.



Doha Qatar



Gli elementi di interior design rimandano tutti a un universo fantastico con cieli pastello e nuvole di zucchero filato, affermando una nuova cultura del gelato. L'area a disposizione dei clienti è divisa in due parti che risuonano l'una con l'altra: una completamente rosa, ricca di oggetti giocosi che spingono all'interazione, e l'altra blu, misteriosa e onirica. La vetrina Ciam fa da ponte fra questi due mondi surreali, collegando l'uno all'altro e diventando parte di entrambi. La fornitura è composta da due banchi a pozzetto, collocati in continuità e dotati di 16 carapine inserite a filo con il piano di lavoro e fornite di maniglia in Corian Glacier White. Il piano di lavoro, il rivestimento frontale e i fianchi dei basamenti sono stati realizzati in Corian Whitecap in finitura opaca. Sul lato dell'operatore è invece stata applicata una laccatura in bianco traffico RAL 9016, in finitura opaca. Il sistema di refrigerazione si arricchisce quindi in questo progetto di un altro valore aggiunto, oltre all'eccellenza tecnica e alla raffinatezza estetica: raggiunge una dimensione di collante per l'intero concept, che viene tenuto abilmente insieme in questo equilibrio fra contrasti netti e combinazioni inedite.



Archi, scale e volumi si plasmano in un ambiente architettonico con prospettive dechirichiane che chiedono al visitatore di abbandonare le regole del mondo esterno.





Joseph Grima

Architetto, Critico, Curatore.



Il custom nel design contemporaneo: lo stato dell'arte in Italia.

Ritengo sia importante sottolineare quanto il valore del custom, così come lo conosciamo oggi e quale elemento fondamentale nel determinare il successo di molte delle eccellenze italiane contemporanee, non sia sempre stato valorizzato. Il grande boom economico che ha investito l'Italia nel secondo Dopoguerra ha visto infatti la celebrazione della serialità: in questo senso, il design veniva gestito come lo strumento per produrre un oggetto che poteva essere replicato milioni di volte, rendendolo più economico e di conseguenza accessibile a tutti. A distanza di cinquant'anni, i concetti alla base di tale boom sono completamente capovolti: la visione del design come mezzo per sostenere la serialità contrasta infatti con la visione del design contemporaneo improntato alla personalizzazione e alla creazione dell'unicità, obiettivi che portano con sé anche un utilizzo ottimale di energie, risorse e scopi.

Se all'inizio degli anni Sessanta la tecnologia rendeva possibile il molteplice, oggi la stessa tecnologia rende economicamente sostenibile e possibile la produzione custom. Parlando di tale trasformazione, ritengo che siamo ancora agli inizi, ma sono certo che da qui in avanti non si tornerà indietro: il custom rappresenta infatti un elemento fondamentale della produzione anche perché comporta meno sprechi ed è quindi più sostenibile. Da questo punto di vista, penso che l'Italia, paese di piccole e medie imprese con una grande tradizione di arte e artigianato - che a differenza di paesi come Francia e Inghilterra si inseriscono in un paesaggio produttivo decentralizzato - sia stata in grado di consentire un approccio più veloce di adattamento alle nuove esigenze creando un prodotto custom con meno limiti, più identità e utilità per l'acquirente finale. Per tale ragione, penso possa ritenersi, oggi come ieri, leader in questa nuova fase del design.

Tra design e artigianato. il valore del pezzo unico.

Uno dei ruoli che ricopro attualmente è quello di Direttore Creativo della Design Academy di Eindhoven, famosa per la sua visione che pone il design in una posizione intermedia tra arte e produzione. Per questo, mi capita spesso di osservare i trend emergenti delle giovani generazioni di designer e vedo che quello che si aspettano oggi è diverso da ciò che un designer si aspettava nel passato, dove punto di riferimento e partenza per nuovi progetti erano i grandi nomi milanesi che celebravano la serialità. Oggi, questi giovani trovano la propria ispirazione nel lavorare a produzioni legate all'arte e all'artigianato, al pezzo unico, e non è un caso, visto che è lo

stesso mercato a richiederlo a causa del surplus di esposizione legato alla serialità. In questo caso, quando si parla di pezzi unici, si parla di un prodotto diverso da quello artigianale, in quanto lavorato e prodotto con stampanti 3d, con microprocessori e qualsiasi altro strumento possa nascere dalle nuove correnti dell'innovazione tecnologica, ma il fine resta identico a quello che si pone l'artigianato. È chiaro che in questo caso si parli di un target alto, come quello dei collezionisti, ma esistono anche diverse produzioni che lavorano per una committenza istituzionale costituita da musei e gallerie, che ovviamente si muovono su fasce economiche diverse.

Fluidità e riscoperta dei materiali: lo strumento vincente.

Credo che oggi la materia sia una delle frontiere più importanti da affrontare in tema di design. Stiamo infatti emergendo da un periodo di folgorazione vissuta nei confronti di alcuni materiali, come plastica e polimeri, che ci hanno abbagliati per le loro potenzialità senza farci riflettere sulle conseguenze che potessero avere anche in tema di sostenibilità: perché è il come si produce e cosa si produce a determinare l'impatto ambientale a cui si lega la natura stessa dei materiali utilizzati. Mi sembra che la tendenza contemporanea sia quella di lavorare non tanto su specifici prodotti quanto sulla materialità stessa, soprattutto laddove si individua un surplus che non viene sfruttato; aggiungo che non sempre questa ricerca rappresenta una scoperta, ma la riscoperta di specifici materiali. Un esempio è costituito sicuramente dalle alghe, una risorsa

completamente trascurata nel tempo. In particolare, nei paesi scandinavi venivano utilizzate come copertura per i tetti in quanto dotate di una grande proprietà isolante e perché si trovano abbondantemente a disposizione: esistono molti studi e ricerche che si concentrano su questo tema, tra cui quelli legati ai nomi di Jan Boelen, esperienza già condivisa qualche anno fa nel Ciam Museum, e di Kathryn Larsen, una bravissima ricercatrice che da poco abbiamo ospitato a Venezia che lavora sempre con le alghe ma a scala architettonica. Non dimentichiamo, inoltre, il contributo della scienza dei materiali che continua a proporre nuove materie che si caratterizzano per le elevate prestazioni in durezza come il grafene o altri materiali legati a varie forme di carbonio molto presenti nel mondo automobilistico che lavora per le filiere rinnovabili.

Lo sguardo al futuro: nuovi paesaggi produttivi e dialogo con il territorio.

Penso che tra le varie trasformazioni apportate da internet ci sia anche quella legata all'accessibilità della conoscenza e alle conseguenze che questa può avere sulla localizzazione del territorio. In questo senso, sempre meno importante risulta l'ammassamento intorno ai grandi centri urbani in favore di un coinvolgimento più omogeneo del territorio, e la realtà Ciam incarna molto bene tale visione, così come lo sguardo verso un futuro avanzato e sostenibile. Azienda d'eccellenza che lavora a livello mondiale su un segmento del settore molto specifico, Ciam ha riconosciuto il

valore del design in un ambito in cui non era così ovvio riconoscerlo e lo ha fatto non solo in campo estetico, ma finalizzando tale ricerca anche a una evoluzione tecnologica e al valore aggiuntivo che il design potesse dare al suo utente/committente. Ritengo dunque che sia proprio questo modello di azienda internazionale da una parte, ma ben inserita nel suo contesto territoriale dall'altra, con cui stabilisce e approfondisce una relazione fatta di dialogo costante a determinare il futuro di una produzione avanzata.

THE RIGHT



Damiano Carrara

“Ho viaggiato alla ricerca della mia visione di pasticceria, e di un partner di eccellenza capace di aiutarmi a costruirla. CIAM ha reso possibile l'impossibile.”

Damiano Carrara

CHOICE

Damiano Carrara: Brand Ambassador CIAM

Creare sistemi di refrigerazione significa modellare il rapporto fra pasticcere, prodotto e cliente. Significa incidere su qualità, presentazione ed esperienza di tutto il progetto. Le innovazioni tecnologiche, funzionali ed estetiche che CIAM nella sua storia d'eccellenza ha sviluppato, hanno trovato la loro consacrazione al fianco dei tanti professionisti del settore che le hanno scelte per i propri spazi. -Ho viaggiato alla ricerca della mia visione di pasticceria, e di un partner di eccellenza capace di aiutarmi a costruirla. CIAM ha reso possibile l'impossibile.- Il celebre Pastry Chef Damiano Carrara racconta così l'incontro con CIAM: una sinergia che ha portato il marchio e il pasticcere a scegliersi a vicenda come compagni di innovazione. “The Right Choice” è il titolo del nuovo progetto di comunicazione, che con questa collaborazione sottolinea la necessità per i professionisti del settore di affidarsi a partner che condividono i loro stessi obiettivi, e li traducono in prodotti costruiti sulle loro unicità.



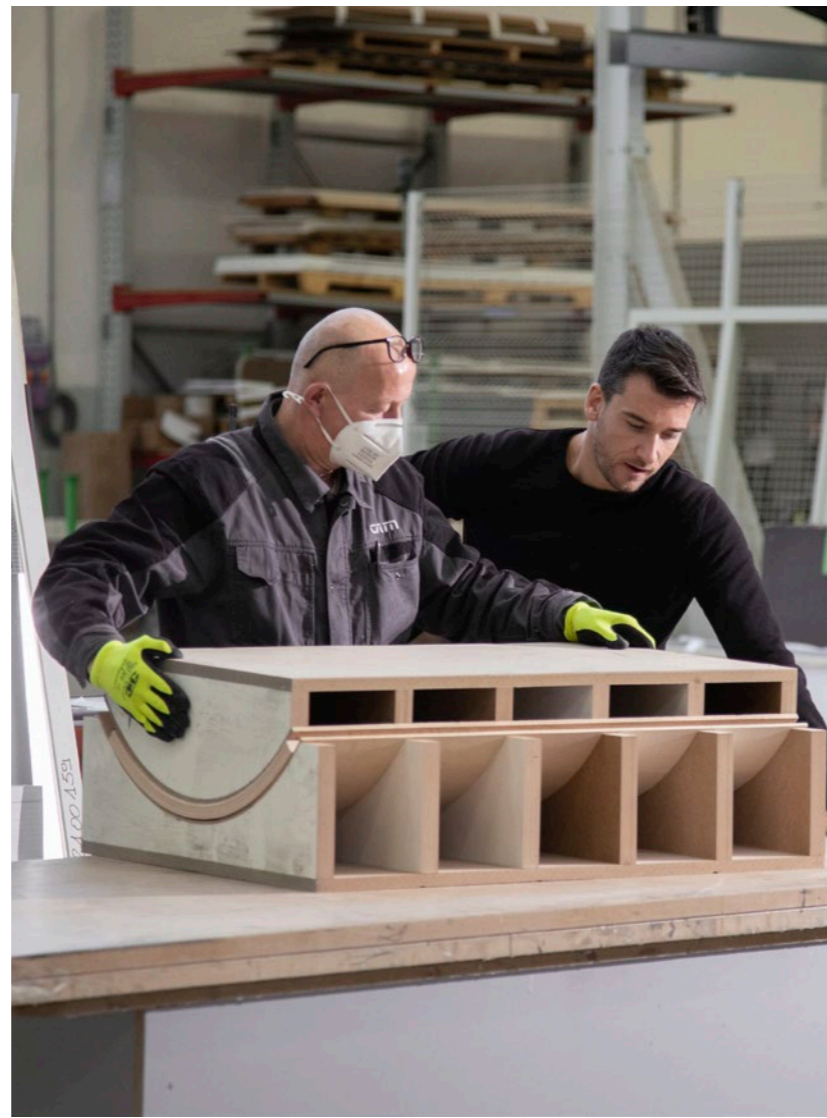
-Personalmente considero la pasticceria un sentimento di sorpresa che può contribuire a cambiarti . Lo fa con i sapori, coi colori, con le consistenze,- continua Carrara nel video The Right Choice. -Quella contemporanea deve saper espandere l'emozione oltre i confini del gusto e fuori dal dolce stesso. Non deve creare solo prodotti, ma esperienze uniche, apparentemente irripetibili, frutto di tecnica, innovazione e creatività.- Il pasticcere, che ora ricopre il ruolo Brand Ambassador CIAM, ha scelto i sistemi di refrigerazione del brand per i suoi esclusivi locali, tra cui l'ultimo spazio nato per il quale Carrara ha scelto come cornice Lucca, la sua città.

-Quando parliamo di pasticceria contemporanea, parliamo di un ecosistema in perfetto equilibrio, in cui è necessario scegliere i partner migliori: quelli capaci di guardare nella stessa direzione e di dare forma ai nostri sogni- continua Carrara. Una comunione di visioni e di intenti, ma soprattutto una condivisione di valori che vanno dall'innovazione in termini di design e tecnologia fino all'attenzione per la sostenibilità, tema imprescindibile per i pasticceri contemporanei. The Right Choice e l'intera collaborazione con il nuovo Brand Ambassador Damiano Carrara dimostrano la capacità di CIAM di essere l'eccellenza al fianco di ogni professionista e della sua identità.



The Right Choice e l'intera collaborazione con il nuovo Brand Ambassador Damiano Carrara dimostrano la capacità di CIAM di essere l'eccellenza al fianco di ogni professionista e della sua identità.





La progettualità custom contraddistingue il lavoro del marchio scelto da tanti professionisti internazionali proprio per la capacità di tradurre la loro identità in esperienze tecniche e visive, con dettagli che rivoluzionano l'intero spazio architettonico. Grazie alle fondamentali e avanzate funzionalità dei sistemi di refrigerazione, come il sistema intelligente Multix ideato da Ciam in collaborazione con Gelsystem per il controllo dell'umidità e il risparmio energetico, e il brevetto anti-appannamento NoFog, il design innovativo di Ciam evolve il concetto di esposizione, abbattendo qualsiasi barriera visiva e rendendo il prodotto del pasticcere l'unico protagonista.

La progettualità custom è capacità di tradurre l'identità del professionista in esperienze tecniche e visive che rivoluzionano lo spazio architettonico.



I AM

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

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.