



MAG

LONDONART MAGAZINE

ISSUE X/2021

#FREEPRESS

#thenewfuture

LONDONART SHOWROOM

THE HISTORY OF THE PROJECT, FROM THE PAST TO THE FUTURE

#fashion

LUXURY

BIKE SHORTS

#travel

STAYCATION

THE ONLY SUSTAINABLE ALTERNATIVE

#beauty

MAKE-UP

A WORDLESS STATEMENT

#food

FOOD

REVOLUTION

FOOD TRENDS OF THE YEAR, WHAT AND HOW OUR WAY OF EATING WILL CHANGE.

#design

Well-Being BUNKER

#what's_new

THE DAYDREAMER

GIOPAGANI

#closeup_talk

THE KIDS
T02S01





Finally April, finally spring, and even without the usual appointment with Salone del Mobile, here we are, with a new MAG. The tenth one. And a Design Week ready to adapt to the times. This disproportionate issue on fashion and femininity is dedicated to the new capsule collection created for Londonart by Gio Pagani, The Daydreamer, a true journey through time and decoration. In this collection, as the designer himself said in the interview (page 15), all the foundations of the studio's creative base are expressed through the experimentation of very different and deliberately universal aesthetic languages. The new catalogue is conceived as a record, a collection, complete with a music playlist to listen to, to enjoy an immersive vision into the creative hemispheres proposed. In The Daydreamer project nothing was left to chance, and the coordinated image was extremely curated by a specialized team that helped to combine the creative idea with the world of fashion and beauty.

Even the Londonart Showroom in Piazza San Marco changes its look for the occasion: the interior spaces have been covered with the new collection and a new furniture set-up by Gio Pagani, capable of fully embodying the project philosophy. You can learn more about the Londonart Showroom on page with a special dedicated to the history, from past to future, of the space and two brand-new interviews.

In this issue of MAG you will find new fashion and beauty trends, new solutions to experience and resist the seclusion in a well-being bunker, new philosophies for traveling just a few steps away from home and eating what is good for us. Because undoubtedly something has changed, but it is up to us to adapt to the changes as best we can, trying to gain ground and not get too saddened by nostalgia.

Buona lettura e buon design a tutti!

Valentina Pepe

EDITORIAL DIRECTOR

Finalmente aprile, finalmente la primavera e anche senza l'appuntamento di rito con il Salone del Mobile, eccoci qui, con un nuovo MAG. il decimo. E una Design Week pronta ad adeguarsi ai tempi. Questo numero sproporzionato sulla moda e la femminilità, è dedicato alla nuova capsule collection creata per Londonart da Gio Pagani, The Daydreamer, un vero proprio viaggio nel tempo e nel decoro. In questa collezione, come afferma lo stesso designer nell'intervista (pag.15) vengono espressi tutti i fondamenti della base creativa dello studio, attraverso la sperimentazione di linguaggi estetici molto diversi tra loro e volutamente trasversali. Il nuovo catalogo è concepito come un disco, una raccolta, con tanto di playlist musicale, da ascoltare, per godere di una visione immersiva negli emisferi creativi proposti. Nel progetto The Daydreamer, nulla è stato lasciato al caso e l'immagine coordinata è stata estremamente curata da un team specializzato che ha contribuito a coniugare l'idea creativa col mondo moda e con quello del beauty.

Anche lo Showroom Londonart di Piazza San Marco, cambia veste per l'occasione, gli spazi interni sono stati rivestiti dalla nuova collezione e un nuovo allestimento di arredi curato da Gio Pagani, capace di rendere appieno la filosofia progettuale. Sullo Showroom Londonart potete saperne di più a pag con uno speciale dedicato alla storia tra passato e futuro dello spazio e due interviste inedite.

In questo numero del MAG troverete nuove tendenze e beauty, nuovi trend per l'abitare e resistere alla chiusura in un bunker di benessere, nuove filosofie per viaggiare a pochi passi da casa e mangiare ciò che ci fa bene. Perché indubbiamente qualcosa è cambiato, ma sta a noi adeguarci al meglio ai cambiamenti, cercando di guadagnare vantaggio e non farci troppo intristire dalla nostalgia.



ISSUE X



ON COVER

ARE YOU EXPERIENCED?

T07S03 | design by GIOPAGANI

Art Director:
Nicola Bottegal

Editorial Director:
Valentina Pepe

Editorial Design:
Riccardo Zulato

Londonart Srl
HEADQUARTER
Via Migliadizzi 18,
Noventa Vic. - Vi [IT]
Tel +39 0444 760 565
info@londonart.it

SHOWROOM
Piazza S. Marco, 4
Brera, Milano [IT]
+39 328 62 59 868
milano@londonart.it

londonartwallpaper.com
londonart.it

INDEX



what's_new

09

**THE
DAYDREAMER**
GIOPAGANI

closeup_talk

15

GIOPAGANI

NARRATOR OF TACTILE STORIES.
NOMADIC SPIRIT WITH AN
INTERNATIONAL ATTITUDE.

thenewfuture

26

**LONDONART
SHOWROOM**

THE HISTORY OF THE PROJECT,
FROM THE PAST TO THE FUTURE

travel

42

STAYCATION

THE ONLY SUSTAINABLE
ALTERNATIVE

beauty

48

MAKE-UP

A WORDLESS STATEMENT

design

54

**WELL-BEING
BUNKER**

FASHION

64

LUXURY

BIKE SHORTS

what's_new

72

FOOD REVOLUTION

FOOD TRENDS OF THE YEAR,
WHAT AND HOW OUR WAY OF
EATING WILL CHANGE.



TIME WAITS FOR NO ONE
T04S05





You know, you're a cute little heartbreaker
Foxy, yeah, and you know, you're a sweet little lovmaker
Foxy, I want to take you home, yeah
I won't do you no harm, no
You've got to be all mine, all mine
Ooh, foxy lady

FOXEY LADY
T07S02

THE DAYDREAMER

GIOPAGANI

#what's_new

A product of continuous exploration, the new wallpaper collection created by Giopagani for Londonart is a reinterpretation of distinctive signs in an eclectic and imaginative stylistic language. The common thread that binds the new wallpapers is the journey and its narration, deliberately universal, presented through new figurative languages with extensive experimentation in the use of colour, evident brushstrokes, and material, which becomes the protagonist of the decoration. The Daydreamer is a journey, a soundtrack resulting from a skilful mix of very different creative hemispheres. The subjects stand out for their personality, thanks to the intense fusion between the world of fashion and the world of art, with Eastern influences and references to the first experiments of pictorial avant-gardes. Pop accents, cinematographic representations, Japanese and geometric motifs from the 70s alternate in a sophisticated aesthetic journey. All wallpapers of The Daydreamer capsule collection are embellished by seductive textures, capable of creating a three-dimensional illusion and stimulating a new perception of space. Greatly impactful backgrounds, where the macro decoration takes the spotlight to transform the living spaces into theatrical wings, with precious decorations, waves of colour, intoxicating flowers, and patterns reminiscent of precious fabrics. The collection is designed as a record, a vinyl, a collection of songs that, like a soundtrack, guides the viewer.

Risultato di una continua esplorazione, la nuova collezione di wallpaper creata da Giopagani per Londonart è una reinterpretazione di segni distintivi, in un linguaggio stilistico eclettico e denso d'immaginazione. Il fil rouge che lega i nuovi wallpaper è il percorso e la sua narrazione, volutamente trasversale, presentato attraverso linguaggi figurativi nuovi con un'ampia sperimentazione nell'uso del colore, pennellate evidenti e la materia che diviene protagonista della decorazione. The Daydreamer è un viaggio, una colonna sonora frutto di sapiente commistione di emisferi creativi molto diversi tra loro. I soggetti si distinguono per la loro personalità, grazie all'intensa contaminazione tra il mondo della moda e il mondo dell'arte, con divagazioni orientali e riferimenti ai primi esperimenti delle avanguardie pittoriche. Così in un percorso estetico sofisticato, si alternano accenti pop, rappresentazioni cinematografiche, motivi giapponesi e geometrici anni '70. Tutti i wallpaper della capsule Collection The Daydreamer sono impreziositi da texture seducenti, capaci di creare un'illusione tridimensionale e stimolare una percezione nuova degli spazi. Sfondi di grande suggestione, dove la macro decorazione è protagonista, per trasformare gli spazi abitativi in quinte teatrali, con preziosi decori, onde di colore, fiori inebrianti e pattern che ricordano tessuti pregiati. La collezione è pensata come un disco, un vinile, una raccolta di brani che come una "soundtrack" guida lo spettatore.




PLAY ME

LET THERE BE MORE LIGHT

T05S04







Drying in the cold sun
Watching as the frilly panties run
Hey, Aqualung
Feeling like a dead duck
Spitting out pieces of his broken luck
Oh, Aqualung

AQUALUNG
T06S02



Cause I'd rather stay here with all the madmen
Than perish with the sad men roaming free
And I'd rather play here with all the madmen
For I'm quite content they're all as sane as me

ALL THE MADMEN

T01S04

Narrator of tactile stories.
Nomadic spirit with an
international attitude.

GIO PAGANI

A multi-faceted architect, Gio Pagani established his design studio in Parma in 1995, with the aim of offering architectural and lifestyle solutions rooted in an unconventional elegance, where innovation and eclecticism find a balance with functionality and aesthetic: "Design is a value that cannot be separated from utility, it must necessarily be functional to a purpose".

Travelling and discovering are keys in the maturation of his creative spirit, guided by a strong attitude toward exchange and interaction, where the crossover of different impulses generates a personal iconic style.

"I have no roots, I love to travel, and it's extraordinary to think that something new can be built in every place", explains Gio Pagani. "Dynamism is a stimulus. Not just the creative dynamism but also the one linked to my journeys. Milan, London, Paris and New York are places where I need to spend time to confront myself with reality, to find new inspirations and future perspectives."

Inspirations from the world converge into his architectural projects worldwide. The act of designing, whether it is buildings, hotels, private villas, residential or retail interior spaces, leads Gio Pagani to express an original creativity that reflects his wide background of experiences.

Gio Pagani is also dedicated to the creation of unique objects, giving life to paths that involve all the senses with a strong emotional impact, where imagination and fantasy are combined for a tactile experience.

The GIOPAGANI collection is the result of all the impulses that have guided his professional career, where the love for design and for the study of matter are combined, shaping objects in which the foresight of design and the contemporary inspiration of fashion are combined in a personal and refined taste, always devoted to giving a sense of well-being and enrichment to everyday life.

"It's important to surround ourselves with objects that can guide us in everyday lives. Because some of them will help make sense of more important things", Gio Pagani firmly believes.



Autore di storie plasmate nella materia. Spirito nomade dall'attitudine internazionale.

Poliedrico architetto, Gio Pagani fonda il suo studio di progettazione a Parma nel 1995 con l'obiettivo di offrire soluzioni architettoniche e di design votate a un'eleganza fuori dagli schemi, dove audacia ed eclettismo si sposano ad una costante ricerca di funzionalità: "Il design è un valore che non può prescindere dall'utilità, deve essere necessariamente funzionale a uno scopo".

Il viaggio e la scoperta si rivelano presto chiavi fondamentali per la maturazione del suo spirito creativo, guidato da una forte propensione allo scambio, all'interazione, in cui la convergenza di impulsi diversi genera una forte carica stilistica.

"Non ho radici, amo viaggiare, ed è straordinario pensare che in ogni luogo si possa costruire qualcosa di nuovo," spiega Gio Pagani. "Il dinamismo è uno stimolo. Non solo il dinamismo creativo ma anche quello legato ai miei viaggi. Milano, Londra, Parigi e New York sono luoghi in cui ho bisogno di passare del tempo per confrontarmi con la realtà, le nuove ispirazioni, le prospettive future".

Ispirazioni dal mondo, racchiuse in progetti d'architettura, che hanno trovato la loro espressione e collocazione in tutto il mondo. L'atto di progettare, che si tratti di edifici, siano essi alberghi o abitazioni, oppure d'interni abitativi o spazi retail, porta Gio Pagani ad esprimere una creatività originale, riflesso del suo ampio background esperienziale.

Gio Pagani si dedica anche alla creazione di oggetti unici, dando vita a percorsi che coinvolgono tutti i sensi in un vortice emozionale, in cui l'immaginazione e la fantasia si combinano all'esperienza tattile e materica.

La collezione GIOPAGANI è il risultato di tutti gli impulsi che hanno guidato il suo percorso professionale, dove l'amore per il progetto e per lo studio della materia si sposano, plasmando oggetti in cui la lungimiranza del design e l'afflato contemporaneo della moda si combinano in un gusto personale e raffinato, sempre votato a donare un senso di benessere e arricchimento alla quotidianità.

"Bisogna circondarsi di oggetti che ci possano orientare nella vita di tutti i giorni. Perché alcuni di loro contribuiranno a dare un senso a cose più importanti," crede fermamente Gio Pagani.



GIO PAGANI

 Valentina Pepe

He describes himself as a nomadic spirit with an international attitude. Designer and architect, innovative and eclectic, Gio Pagani is always in search of functionality and aesthetic stories to tell. He has over twenty years of experience with the biggest fashion, design, and luxury brands. His furniture and atmosphere manage to involve all the senses; they bring us back to the past and catapult us into the future, like a vortex in which fantasy and imagination transform into matter. The design and haute couture (where attention to materials and details are essential elements) that have always accompanied him in his journey influence him in every creation. So, among velvet curtains, careful stitching, and unexpected decorations, we discover the world of Gio Pagani, enthusiast of different influences, lover of all figurative arts, expressed with total freedom in The Daydreamer, the wallpaper capsule collection imagined for Londonart, like a record with forty never-before-seen subjects.

What excites you about a project?

The compositional variety, that is the possibility of being able to experiment with very different design solutions. I like that a lot.

And what excited you about this Londonart project?

Londonart came at a moment in my life when I was able to create a timeline of a creative journey that lasted ten years, which I summarized in a collection. In The Daydreamer I believe I have fully expressed and represented my language, including all the essential elements, the foundation of my creative base, through an experimentation

with very different aesthetic languages and temporal references that have analysed the most present historical periods in my imagination. A sort of reinterpreted, revised, and reorganized scrapbook.

Can you describe The Daydreamer in few words?

A dreamy journey through very different styles and languages; it is the desire to explore aesthetics that represent the beauty that marked me, taking it, reinterpreting it, and making it current. It is studying the past through the present to project it into the future.

A collection conceived as a vinyl? Is there a connection not only with fashion, but also with music?

Always. Everything I design has a sound, just like a soundtrack that accompanies the creation and gives birth to that shape. This collection is a record. A collection of songs that has the power to transport us on a complete aesthetic journey through the individual subjects we wanted to represent.

What's new in this collection?

Everything. (laughs) An aesthetic melting pot. I am an anomalous and incoherent

architect. The new thing was to have a free mind, to be able to try my hand in creative hemispheres that are not related to each other and, at times, even diametrically opposed.

Let's talk about your furniture: yours are not simple furniture collections, but capsule collections conceived as a set of elements that can be easily combined and interchanged. All this draws inspiration from fashion. Can you explain the origins of this intense bond?

Yes, that's right, they originate from fashion! I think that creativity cannot be classified in one style. Fashion represents what we are; it dresses our way of being; it is often pure avant-garde, superimposition. Fashion has always fascinated me, precisely because it explores and exasperates; it is born and dies to be recreated; everything in it is ephemeral. The capsule is a further niche within the collection: it is made for a brief concept or inspiration; it is a very specific moment, an intense stylistic language with character. It is born and ends, making room for other capsules, very different from it, ready to explore new aesthetics. We range from the inspirational 30s, to pop art, to futurism. I liked this philosophy of thought to be exasperated in my creations and collections.

Influences are fundamental. You breathe very different languages and you love to make them coexist with manufacturing. How do you do it?

I like to talk: this comes a bit from the Italian style and a well-defined historical period of 'industrial craftsmanship'. The industry tries to maximize things and often denatures fundamental steps; it eliminates the imperfection of the object. My love for matter, trying to understand who makes things and how they make them, leads me to a meticulous yet artisan research. I really like the mix of craftsmanship and industry. We can still afford this poetry; we are still experimental.

What material do you love to use and why?

Undoubtedly fabric and leather. I look for leather that gives me vibrations, unusual textures, perhaps belonging more to the fashion world than to furniture, and then lacquers, because there is an undisputed charm in glossy polyester.

The recognition that has gratified you the most?

The fact that Londonart looked for me and contacted me, telling me: 'I need to have your free mind to interpret a project in its entirety!' Beautiful recognition!

Your works are unmistakable and have a strong personality; how are they evolving over time?

They mature. We are the children of what



we experience. Over time you realize that in the suitcase of experiences you carry with you there are billions of situations that have made you evolve and experiment with languages that you would not have even considered before.

Space, colour, concept: where do you usually start from in a project?

Good question! It is a spring of very mixed things, but the function that comes from the setting is certainly the main element, and then there is the enchantment of colours.

What are you working on at the moment?

At the moment, from micro to macro. From residential to retail, to objects, because this is what I love, I cannot limit designing.

The shape you prefer and that you often find in your instinctive traits?

I am very elaborate; I love all things graphical, consequently it is an overlapping and twisted shape – there is little linearity in my way of thinking.

What would you like to design?

A submarine.





anni, che ho riassunto in una collezione. In The Daydreamer credo di aver espresso e rappresentato appieno il mio linguaggio che comprende tutti i diktat, fondamento della mia base creativa, attraverso la sperimentazione di linguaggi estetici molto diversi tra di loro e le citazioni temporali che sono andate ad analizzare i periodi storici più presenti nel mio immaginato. Una sorta di album di ricordi reinterpretato, rivisto e riorganizzato.

Ci descrivi in poche parole The Daydreamer?

Un viaggio trasognato, attraverso stili e linguaggi molto differenti, è un voler esplorare estetiche che rappresentano il bello che mi ha segnato, prenderlo, reinterpretarlo e renderlo attuale. E' studiare il passato, attraverso il presente per proiettarlo nel futuro.

Una collezione pensata come un vinile? Esiste un legame oltre che con la moda, anche con la musica?

Sempre. Ogni cosa che progetto ha un suono, proprio come una colonna sonora, che accompagna la creazione e fa nascere quella forma. Questa collezione è un disco. Una raccolta di canzoni che ha il potere di trasportarci in un viaggio estetico completo attraverso i singoli soggetti che abbiamo voluto rappresentare.

Cosa c'è di nuovo in questa collezione?

Tutto. (ride ndr) Un "melting pot" estetico. Io sono un architetto anomalo e incoerente. La cosa nuova è stata avere la mente libera, per potermi cimentare in emisferi creativi non correlati tra loro e, a volte, anche diametralmente opposti.

Parliamo dei tuoi arredi, le tue non sono semplici collezioni di arredi ma "capsule collection" pensate come un insieme di elementi facilmente abbinabili e interscambiabili fra loro, tutto questo trae ispirazione dalla moda. Riesci a spiegarci le origini di questo legame così intenso?

Sì, proprio così, traggono origine dalla moda! Penso che la creatività non sia classificabile in un'estetica, la moda rappresenta quello che noi siamo, veste il nostro modo d'essere, spesso è avanguardia pura, sovrapposizione. La moda, mi affascina da sempre, proprio perché, esplora ed esaspera, nasce e muore per essere ricreata, in lei tutto è effimero. La capsule è ulteriore nicchia all'interno della collezione, è fatta per un breve concetto o ispirazione, è un momento ben preciso, un linguaggio stilistico intenso e di carattere. Nasce e finisce lasciando posto ad altre capsule, molto diverse, pronte ad esplorare estetiche nuove. Spaziamo dagli anni 30 ispirativi, alla pop art, al futurismo, mi piaceva che questa filosofia di pensiero fosse esasperata nelle mie creazioni e collezioni.

Le contaminazioni sono fondamentali, vivi di linguaggi molto diversi e ami farli convivere con la manifattura, come si fa?

Mi piace parlare, un pò questo è questo è figlio dell'Italian style e di un periodo storico ben determinato, di "artigianato industriale". L'industria cerca di massimizzare le cose e snatura spesso dei passaggi fondamentali, elimina l'imperfezione dell'oggetto. Il mio

Si definisce uno spirito nomade dall'attitudine internazionale. Gio Pagani designer e architetto, innovativo ed eclettico è sempre alla ricerca di funzionalità e mondi estetici da raccontare. Vanta oltre venti anni di esperienza con i più grandi brand di moda, design e luxury. I suoi arredi e le sue atmosfere riescono a coinvolgere tutti i sensi, ci riportano al passato e ci catapultano in quello che sarà, come un vortice in cui l'immaginazione e la fantasia si trasformano in materia. La sartoria e "l'haute-couture" che ha respirato da sempre, (dove l'attenzione alla materia e ai dettagli sono elementi imprescindibili) lo influenzano in ogni creazione. Così tra sipari di velluto, attente cuciture e decori inattesi, scopriamo il mondo di Gio Pagani, cultore delle contaminazioni, amante di tutte le arti figurative, espresse in totale libertà in The Daydreamer la capsule di Wallpaper immaginata per Londonart, come un disco, con quaranta soggetti inediti.

Cosa ti entusiasma in un progetto?

La varietà compositiva, ovvero la possibilità di poter sperimentare soluzioni progettuali molto differenti tra loro. Quello mi piace molto.

E cosa ti ha entusiasmato in questo progetto per Londonart?

Londonart è arrivata in un momento della mia vita in cui sono riuscito a fare una vera e propria "cronostoria" di un percorso creativo durato dieci

#closeuptalk





amore per la materia, cercare di capire chi realizza le cose e come le realizza, mi porta ad una ricerca meticolosa ma artigianale. La commistione tra artigianato e industria mi piace molto. Possiamo ancora permetterci questa poesia, siamo ancora sperimentali.

Il materiale che ami utilizzare e perché?

Indubbiamente i tessuti e le pelli. Ricercò pelli che mi diano vibrazioni, trame inconsuete, appartenenti forse più al mondo moda che all'arredo e poi i laccati, perché c'è un fascino indiscusso nel poliestere lucido.

Il riconoscimento che ti ha gratificato di più?

Che mi abbiano cercato e contattato in Londonart, dicendomi: "Ho bisogno di avere la tua mente

libera per interpretare un progetto a 365 gradi!" Bellissimo riconoscimento!

I tuoi lavori sono riconoscibili ed hanno una forte personalità, come stanno evolvendo nel tempo?

Maturano, siamo figli ciò che viviamo, col tempo ti rendi conto che nella valigia di esperienze che ti porti dietro ci sono miliardi di situazioni che ti hanno fatto evolvere e sperimentare linguaggi che tempo prima non avresti neanche considerato.

Spazio, colore, concetto, da dove inizi di solito a concepire un progetto?

Bella domanda! E' uno scaturire di cose molto commissionate tra loro, ma la funzione che nasce dalla scenografia è sicuramente l'elemento

principale, e poi c'è la suggestione dei colori.

A cosa stai lavorando in questo momento?

In questo momento dal micro al macro. Dal residenziale al retail, agli oggetti, perché è questo quello che amo, non riesco a limitare la progettualità.

La forma che preferisci e che ritrovi spesso nei tuoi tratti istintivi?

Sono molto elaborato, amo tutto quello che è grafica e di conseguenza, è una forma sovrapposta e contorta, c'è poca linearità nel mio modo di pensare.

Cosa vorresti progettare?

Un sottomarino.



TILL THE NEXT GOODBYE
T04S01





But when she passed the bar and she heard the music play
She had to go in and sing, it had to be that way
She had to go in and sing, it had to be that way
And I said no, no, no, oh, Lady Day
And I said no, no, no, oh, Lady Day

LADY DAY
T02S03

It seems the peacefuls stopped the war
Left generals squashed and stifled
But I'll slip out again tonight
'Cause they haven't taken back my rifle

RUNNING GUN BLUES

T01S01



A SAUCERFUL OF SECRETS
T05S02





LONDONART SHOWROOM

The history of the project,
from the past to the future

✍️ Valentina Pepe

Londonart has a new home, in Piazza San Marco 4, Milan. The new showroom is an exhibition space full of memories, spread over several floors, located in the heart of Brera.

Londonart ha una nuova casa, in Piazza San Marco 4, Milano. Il nuovo showroom è uno spazio espositivo denso di memorie, distribuito su diversi piani, nel cuore pulsante di Brera.

Designer in the 1960s of the cult lamp 'Pipistrello' (Bat), set designer of Prato's Theatre Design Workshop alongside director Luca Ronconi, author of the Orsay Museum in Paris in the 1980s, of the renovation of Palazzo Grassi in Venice, and of the Palavela in Turin. Gae Aulenti (1927-2012) was an eclectic and international character, a pioneer of twentieth-century Italian architecture. 'The architect,' she declared herself, 'must be able to read the context, because very often the roots are hidden and underground. Knowing how to recognize them and show them is the

great work of historical reinterpretation of a place.' In the double-height Milanese studio-house in Piazza S. Marco that Gae Aulenti designed in 1974, Londonart has decided to inaugurate its new showroom. Remaining faithful to the original distribution of the spaces, the project is spread over 250 square meters, divided into five exhibition levels. The renovation and interior design were done by architect Fabio Fantolino, who brought back to life the ancient splendour of the eighteenth-century building with a big operation, in which new contemporary elements blend



Progettista negli anni Sessanta della lampada cult “Pipistrello”, a fianco del regista Luca Ronconi come scenografa del Laboratorio di Progettazione Teatrale di Prato, autrice del Museo d’Orsay di Parigi negli anni Ottanta, della ristrutturazione di palazzo Grassi a Venezia e del Palavela di Torino. Una figura eclettica e internazionale quella di Gae Aulenti (1927-2012), pioniera dell’architettura italiana del Novecento. «L’Architetto» ha dichiarato lei stessa «deve saper leggere il contesto perché molto spesso le radici sono nascoste e sotterranee. Il saperle riconoscere e farle apparire è il grande lavoro di rilettura storica di un luogo». Nella casa-studio milanese a doppia altezza di piazza S. Marco che Gae Aulenti disegnò nel 1974, Londonart ha deciso di inaugurare il suo nuovo showroom. Rimanendo fedele alla originaria distribuzione degli spazi, il progetto si sviluppa su 250 metri quadrati, suddivisi in cinque livelli espositivi. La ristrutturazione e il design degli interni è stato curato dall’architetto Fabio Fantolino, che ha ridato vita agli antichi splendori della palazzina del Settecento, con un grande intervento, in cui nuovi elementi di contemporaneità si fondono agli elementi preesistenti. Era doveroso infatti non toccare niente di questo luogo, mantenendo immutato il fascino di quando ci lavorava Gae Aulenti. Alcuni dettagli hanno trovato nuove funzioni, come la griglia di tubi in ferro a soffitto che ha custodito le tavole dei progetti storici come quelli del Musée d’art moderne al Centre Pompidou, la ristrutturazione delle Scuderie del Quirinale a Roma, gli showroom per Olivetti a Parigi o a Buenos Aires, il disegno di Piazza Cadorna a Milano, trasformata in un palco scenografico per le nuove collezioni di wallpaper esclusivi. Nasce e rinasce così, uno spazio dinamico nel cuore del capoluogo lombardo, in cui la storicità delle mura è capace di donare maggiore risalto alla modernità delle carte da parati. La nuova casa Londonart sarà anche luogo d’incontro, infatti oltre ad essere scenario delle nuove collezioni, sarà teatro di eventi e approfondimenti sul design e l’architettura.

with the pre-existing elements. It was indeed important not to touch anything of this place, keeping unchanged the charm of when Gae Aulenti worked here. Some details found new functions, like the grid of iron pipes on the ceiling that housed the tables of historical projects such as those of the Musée d’Art Moderne at the Pompidou Centre, the renovation of the Scuderie del Quirinale in Rome, the showrooms for Olivetti in Paris or Buenos Aires, the design of Piazza Cadorna in Milan, transformed into a spectacular stage for the new collections of exclusive wallpapers.

Thus new life has been given to this dynamic space in the heart of the Lombard capital, in which the historical walls better highlight the modernity of the wallpapers. The new Londonart home will also be a meeting place: in addition to being the setting for the new collections, it will host events and workshops for design and architecture.



NICOLA BOTTEGAL

CEO | ART DIRECTOR

**A single-brand showroom, an important step.
Was it the result of a natural evolution of the company?**

Nicola Bottegal: Yes, an important step, which fully reflects the growth of my company. I felt the need to have my own space, where I could exhibit the collections and feel at home. A highly distinctive place of inspiration, where you can find design solutions and truly experience the products first-hand.

Why exactly Gae Aulenti's studio in San Marco?

N.B.: It was actually a pleasant coincidence, but life is made up of coincidences and discovering this place with all its noble history further convinced me that it was the right direction. Our intent was immediately clear: to bring this historical place back to design and revive it through a flexible and dynamic environment. My wish is that it becomes a point of reference, meeting, and exchange; a stage for relations more than just a simple exhibition space for products.



#

What did you think the first time you entered this space?

N.B.: As soon as I set foot in this place, I knew it was the right one; I felt an immediate vibration and I imagined exactly how I would dress the walls with my wallpapers. In addition, the split-level floor plan seemed really ideal for the installation of wallpapers. We did not need to recreate wings or divide a space into fake domestic settings; everything was ready to show our collections in the best possible way.

Does the project exactly reflect Londonart's philosophy?

N.B.: Yes, the project reflects exactly what I had in mind: the container has remained the same, as a tribute to what it used to be, but with the Fantolino studio we have done an excellent job with the project and research, imagining it as a space in continuous evolution, with great character, regardless of the periodic changes in the exhibition.

Will it be a place of interaction between designers and other professionals or just an exhibition place?

N.B.: Of course, my intention is to make this place a point of reference for the project, organizing meetings and studies on design and architecture. The project is conceived as a cosy living room, a place to feel at home to enjoy an immersive experience in the name of decoration.

The space is divided into several levels. This is an advantage for the presentation of the collections; have you diversified the areas?

N.B.: Yes, we have decided to dedicate the lower floor to the Exclusive Wallpaper collection, which encompasses the multiplicity of the designers' creativity. Here the focus is on the products, with the tirelle of all the collections and a decidedly bourgeois atmosphere compared to the other floors, dedicated to Londonart's capsule collections. For the inauguration in October we exhibited Luxury Shit by TOILETPAPER, which contains the iconic subjects and best sellers of the works by Maurizio Cattelan and Pierpaolo Ferrari. Now the exhibition is dedicated to The Daydreamer by Gio Pagani, a true journey through time, capable of interpreting graphics and historical periods in a very personal way. Thanks to the differentiated levels, you can breathe the idea and the ferment that represent Londonart's identity and get a complete view, certainly leaving you with your eyes full of beauty. Just what I wanted!

Uno Showroom monomarca, un passo importante, è stato frutto di un'evoluzione naturale dell'azienda?

Nicola Bottegal: Sì un passo importante, che rispecchia pienamente la crescita della mia azienda. Sentivo l'esigenza di avere uno spazio tutto mio, dove poter esporre le collezioni e sentirmi a casa. Un luogo d'ispirazione fortemente distintivo, dove trovare soluzioni progettuali e avere la possibilità di toccare con mano i prodotti.

Come mai proprio lo studio di Gae Aulenti in San Marco?

N.B.: In realtà è stata una piacevole coincidenza, ma la vita è fatta di coincidenze e scoprire questo luogo con tutta la sua nobile storia, mi ha ulteriormente convinto che fosse la direzione giusta. Il nostro intento è apparso subito chiaro, riportare questo luogo storico al progetto e farlo rinascere attraverso un ambiente flessibile e dinamico. La mia volontà è che si trasformi in un punto di riferimento, di incontro e scambio; un teatro di relazioni ancora prima che un semplice spazio espositivo di prodotti.

Cosa hai pensato la prima volta che sei entrato in questo spazio?

N.B.: Appena ho messo piede in questo posto, ho capito che era quello giusto, ho sentito una vibrazione immediata e mi sono immaginato esattamente come avrei vestito le pareti con la mie carte. Inoltre la disposizione su diversi livelli e piani sfalsati, sembrava davvero ideale per la posa delle carte da parati. Non avevamo l'esigenza di ricreare delle quinte o dividere uno spazio in scenari domestici "posticci", era tutto già pronto, per mostrare al meglio le nostre collezioni.

Il progetto rispecchia esattamente la filosofia Londonart?

N.B.: Sì, il progetto rispecchia esattamente quello che avevo in mente, l'involucro è rimasto lo stesso, nel rispetto di ciò che è stato, ma con lo studio Fantolino abbiamo fatto un ottimo lavoro di progetto e ricerca, immaginandolo come spazio in continua evoluzione, con grande carattere, indipendentemente dai mutamenti periodici dell'esposizione.

Sarà un luogo di interazione tra progettisti e addetti ai lavori o solo un luogo espositivo?

N.B.: Certo, la mia intenzione è di rendere questo luogo un punto di riferimento per il progetto, organizzando incontri e approfondimenti sul design e l'architettura. Il progetto è pensato proprio come un salotto accogliente, un luogo dove sentirsi a casa per godere di un'esperienza immersiva all'insegna della decorazione.

Lo spazio si divide su più livelli, questo per la presentazione delle collezioni è un vantaggio, avete diversificato le zone?

N.B.: Sì, abbiamo deciso di dedicare il piano inferiore alla collezione Exclusive Wallpaper che racchiude la molteplicità della creatività dei designer. Qui il focus è sui prodotti, con le tirelle di tutte le collezioni e un'atmosfera decisamente borghese rispetto agli altri piani, dedicati alle capsule collection Londonart. Per l'inaugurazione di ottobre abbiamo esposto Luxury Shit di TOILETPAPER che racchiude i soggetti iconici e i best steller delle opere scattate da Maurizio Cattelan e Pierpaolo Ferrari. Adesso l'allestimento è dedicato a The Daydreamer di Gio Pagani, un vero e proprio viaggio nel tempo, capace di interpretare in modo molto personale grafiche e periodi storici. Grazie ai livelli differenziati si può respirare l'idea e il fermento che rappresentano l'identità di Londonart e avere una panoramica totale, uscendo sicuramente con gli occhi pieni di bellezza. Proprio quello che volevo!





FABIO FANTOLINO

STUDIO FANTOLINO | ARCHITECT

What was the design approach for the creation of the new Londonart Showroom?

Fabio Fantolino: The new Londonart showroom is located inside Gae Aulenti's studio, characterized by a particular and unique floor plan. Developed on six different levels, the space, already rich and dense with cultural contents, inevitably influenced the project, designed to respect its historical vocation. The very contemporary soul of Londonart coexists with the dense and history-filled one of the space. Design was the common thread, interpreting through creativity and a very modern reinterpretation the need for a flexible and changing space, where styles and tones coexist within the same environment. I believe this to be the strong point of the project, and broadening the discussion to the city of Milan, one could say that it is coherent with the rest of the Brera district in which it is located: an area in which you perceive the liveliness of the new projects in a historical context that has been taken care of and maintained to respect the past.





How did you manage to interpret Londonart's contemporary taste and merge it with a location full of pre-existing design like Gae Aulenti's studio?

F.B.: The philosophy that guided me through the design of the showroom was to take care of both the 'box' and its content, researching furnishings and accessories from all over the world to represent the international presence of Londonart. We kept the container as unchanged as possible and worked mainly inside with objects characterized by an extremely modern design and an international nature. This is how on some floors original elements ended up being reinterpreted for their modern Londonart purpose. On the '-1' floor, where drawings used to be hung, today sample collections are hung instead. Each floor is different from the other, and narrow and long plans alternate with more intimate and reserved mezzanines that simulate reassuring domestic environments. It is precisely the discontinuity of the spaces that made it possible to create different environments that evoke different sensations and perceptions in the visitor.

What are the steps that lead from the client's request to the development of the concept?

F.B.: The project begins with the detailed analysis of Londonart's requests and needs.





In addition to the need for a flexible and welcoming space, the desire was to create a place that does not just simply display wallpapers but that accompanies the visitor in exploring different environments. The ground floor is the welcoming space and the first impact with the world of Londonart, an open and contemplative space that intrigues and invites you to visit the rest of the showroom. The lower floor is the heart of the space where projects are born. The protagonist is a long convivial wooden table for meetings with clients and professionals. The upper floor is the brightest and boasts a splendid view over Piazza San Marco, simulating a living room at home through the presence of a round table, allowing you to experience the wallpapers in a domestic, calm, welcoming, and contemplative way. What unites the different levels and the different functions is a set of light fixtures inside the void of the staircase, creating a strong continuity.

What fascinated you about this place and what makes it unique?

FB.: The particular characteristic of the very fragmented spaces that develop around a single central staircase, kept in its original state of Gae Aulenti's times.

What kind of experience is offered to the visitor?

FB.: At Londonart the customer experience is very different compared to a traditional showroom: the customers, guided by curiosity, discover the details as they explore the various environments. As one can infer from the number of armchairs and sofas that invite you to take your time in the visit, the spaces are designed to be experienced and not just observed.



ph. © Emanuele Zamponi



ph. © Emanuele Zamponi



Quale è stato l'approccio progettuale per la creazione del nuovo Showroom Londonart ?

Fabio Fantolino: Il nuovo showroom di Londonart trova spazio all'interno dello studio di Gae Aulenti, caratterizzato da una planimetria particolare e unica. Sviluppato su sei livelli diversi, lo spazio già ricco e denso di contenuti culturali ha condizionato inevitabilmente anche il progetto pensato nel rispetto della sua vocazione storica. L'anima molto contemporanea di Londonart convive con quella densa e carica di storia dello spazio. Il design ha rappresentato il trait d'union, interpretando attraverso la creatività e una reinterpretazione molto attuale, la necessità di uno spazio flessibile e mutevole, dove stili e toni coesistessero all'interno dello stesso ambiente. Ritengo che questo sia il punto di forza del progetto e volendo allargare il discorso alla città di Milano, si può dire che sia coerente con il resto del quartiere di Brera in cui si colloca: una zona in cui si percepisce la vivacità dei nuovi progetti in un contesto storico curato e mantenuto nel rispetto del passato.

Come sei riuscito ad interpretare il gusto contemporaneo Londonart e fonderlo ad un luogo, denso di preesistenze progettuali, come lo studio di Gae Aulenti?

F.B.: La filosofia che mi ha guidato nella progettazione dello showroom è stata la duplice

cura della 'scatola' quanto del suo contenuto, mettendo in campo una ricerca di arredi e complementi da tutto il mondo per rappresentare l'internazionalità di Londonart. Abbiamo mantenuto il più possibile invariato il contenitore e siamo andati ad agire soprattutto al suo interno con oggetti caratterizzati da un design estremamente contemporaneo e di natura internazionale. È così che in alcuni piani si reinterpretano elementi originari per gli scopi attuali di Londonart. Al piano -1, dove si appendevano i disegni oggi si appendono i campionari. Ogni piano è diverso dall'altro e a piante strette e lunghe si alternano mezzanini più intimi e riservati che simulano spazi domestici rassicuranti. E' proprio la discontinuità degli spazi che ha consentito di creare diverse scenografie ad evocare sensazioni e percezioni diverse nel visitatore.

Quali sono gli step dalla richiesta del cliente allo sviluppo del concept?

F.B.: Il progetto prende inizio dall'analisi di dettaglio delle richieste e delle esigenze di Londonart. Oltre alla necessità di uno spazio flessibile e accogliente, la volontà è stata quella di creare un luogo che non si limitasse ad esporre le carte da parati ma che accompagnasse il visitatore nell'esplorazione di diversi ambienti. Il piano terra è lo spazio dell'accoglienza e del primo impatto con il mondo di Londonart, spazio, aperto e contemplativo incuriosisce ed

invita a visitare il resto dello showroom. Il piano inferiore è il cuore dello spazio dove nascono i progetti, il protagonista è un lungo tavolo in legno conviviale per gli incontri operativi con clienti e professionisti. Il piano superiore è il più luminoso e vanta una splendida vista su piazza San Marco, simulando attraverso la presenza di un tavolo rotondo un salottino di casa consente di avere un'esperienza delle carte in maniera domestica, serena ed accogliente e contemplativa. A unire i diversi livelli e le diverse funzioni, un fascio di corpi illuminanti all'interno del vuoto della scala, lo attraversa creando una forte continuità.

Cosa ti ha affascinato di questo luogo e cosa lo rende unico?

F.B.: Sicuramente la particolarità degli spazi molto frammentati che si sviluppano intorno ad un'unica scala centrale, mantenuta originale come ai tempi Gae Aulenti.


Che tipo di esperienza viene offerta al visitatore?

F.B.: Da Londonart la customer experience è molto diversa paragonata ad un classico showroom: il cliente, guidato dalla curiosità, scopre i dettagli man mano che esplora i vari ambienti. Come traspare dalla quantità di poltrone e divani che invitano a prendersi il proprio tempo nella visita, gli spazi sono progettati per essere vissuti e non per essere solo osservati.



I said dance, dance, little sister, dance
Dance, little sister, dance
Dance, little sister, dance
I said dance, dance, little sister, dance
Dance, little sister, dance
Dance, little sister, dance

DANCE LITTLE SISTER
T04S03



In Berlin, by the wall you were five foot ten inches tall
It was very nice candlelight and Dubonnet on ice
We were in a small cafe you could hear the guitars play
It was very nice, it was paradise

BERLIN
T02S02

Can you see me, begging you on my knees
Woo yeah, can you see me baby
Baby please don't leave
Yeah if you can see me doing that
You can see in the future of a thousand years
Can you hear me? Cryin' all over town, yeah babe

CAN YOU SEE ME
T07S05



LUXURY
T04S04








As I did walk by Hampstead Fair
I came upon Mother Goose
So I turned her loose, she was screaming
And a foreign student said to me
Was it really true there elephants and lions too
in Picadilly Circus?

MOTHER GOOSE
T06S04



Fingerprint file, you get me down, you keep me running
Know my way around. Yes, you do, child
Fingerprint file, you bring me down
Keep me running, you keep me on the ground
Know my moves, way ahead of time
Listening to me, on your satellite

FINGERPRINT FILE
T04S02

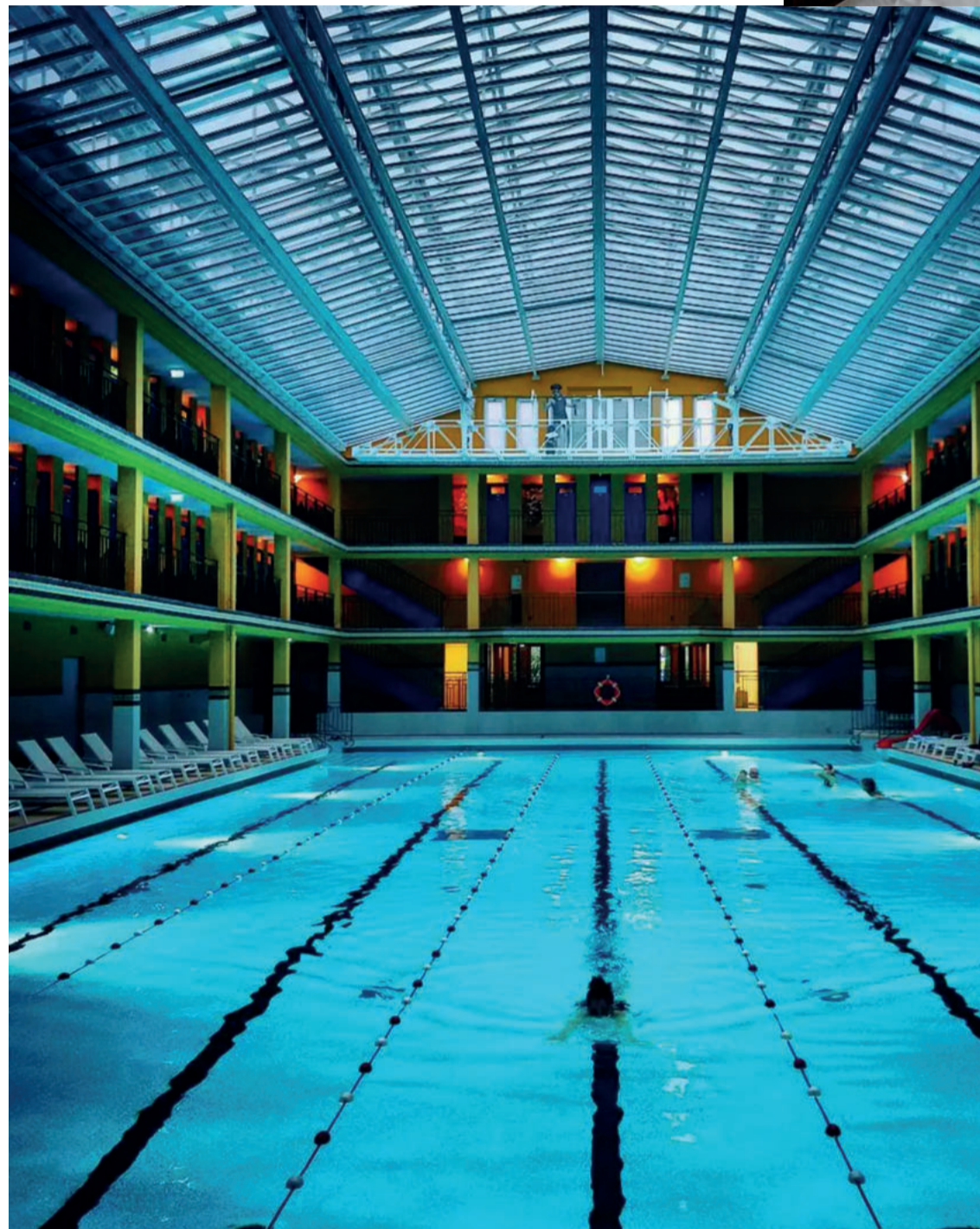
Staycation

THE ONLY SUSTAINABLE
ALTERNATIVE

 Valentina Pepe

The impossibility of travelling to different countries has led to an increase in domestic tourism and the birth of a new type of travel: the staycation, a way of seeing things, destined to last.

'Stay (at home)' + 'vacation', a neologism to define a vacation to enjoy without going too far from home. A regional, safer, zero-kilometre tourism, away from the stress and risks of a trip abroad. For 'habitual' explorers it is a tough period and the staycation represents a turning point, or rather, the only alternative. A sustainable holiday, which appeals to travellers who are attentive to environmental issues, suitable for those who do not like to travel by train and plane and for those who love weekends out of town. Luxurious rooms, a gourmet dinner, locations to enjoy with excursions and walks, tailored services, massages or panoramic swimming pools: good starting points to expand this new target. So, for those who want to enjoy the services of a hotel, in their own city, looking at it as tourists, there are many hotels that offer ad hoc packages that include the free use of internal services. The data collected by Airbnb confirms this trend, pointing out that in 2020 many small domestic locations recorded unprecedented peaks. According to the latest Ismart-Legambiente report as well, in Italy, less mainstream areas such as Abruzzo, Molise, and Umbria have experienced a large increase in tourist flows, in particular cycle tourism. This means that people are really rediscovering their land and neighbouring ones. Travelers take shorter, more frequent trips to explore less travelled destinations. They experiment with non-traditional accommodation solutions on these occasions: dispersed hotels, tree houses, glamping, and farmhouses. In other words, the new tourism consists in looking with new eyes at what is much closer to us, to experience it in an innovative way, with the incentive of feeling very sustainable.





L'impossibilità di spostarsi tra nazioni diverse ha portato a un incremento del turismo domestico e alla nascita di un nuovo tipo di viaggio: la stay-cation, un modo di vedere le cose, destinato a durare.

“Stay (at home)” + “vacation”, un neologismo per definire una vacanza da trascorrere senza allontanarsi troppo da casa. Un turismo a chilometro zero, regionale, più sicuro, lontano dallo stress e i rischi di un viaggio all'estero. Per gli esploratori “incalliti” è un periodo duro e la staycation rappresenta una svolta, o meglio, l'unica chance. Una vacanza sostenibile, che piace ai viaggiatori attenti alle tematiche ambientali, adatta a chi non ama spostarsi in treno e aereo e a chi ama i weekend fuori porta. Camere lussuose, una cena gourmet, location da assaporare tra escursioni e camminate, servizi su misura, massaggi o piscine panoramiche, sono già dei buoni punti di partenza per ampliare questo nuovo target. Quindi per chi ha voglia di godersi i servizi di un hotel, nella propria città, guardandola da turisti, molti sono gli alberghi che offrono pacchetti ad hoc che comprendono l'uso libero dei servizi interni.



A confermare questa tendenza ci sono i dati rilevati da Airbnb che ha sottolineato come nel 2020 molte piccole località domestiche hanno registrato picchi inediti. Anche secondo l'ultimo rapporto Isnart-Legambiente, in Italia, territori poco mainstream come Abruzzo, Molise e Umbria hanno sperimentato un grande incremento nei flussi turistici, in particolare cicloturistici. Questo significa che realmente le persone stanno riscoprendo la propria terra e quelle vicine. Chi viaggia si concede viaggi brevi e più frequenti per esplorare destinazioni meno battute. In queste occasioni, si sperimentano soluzioni di alloggio non tradizionali: alberghi diffusi, case sugli alberi, glamping e agriturismi. In poche parole, il nuovo turismo, consiste nel guardare con occhi nuovi a ciò che si trova molto più vicino a noi per viverlo in modo innovativo, con l'incentivo di sentirsi molto sostenibili.



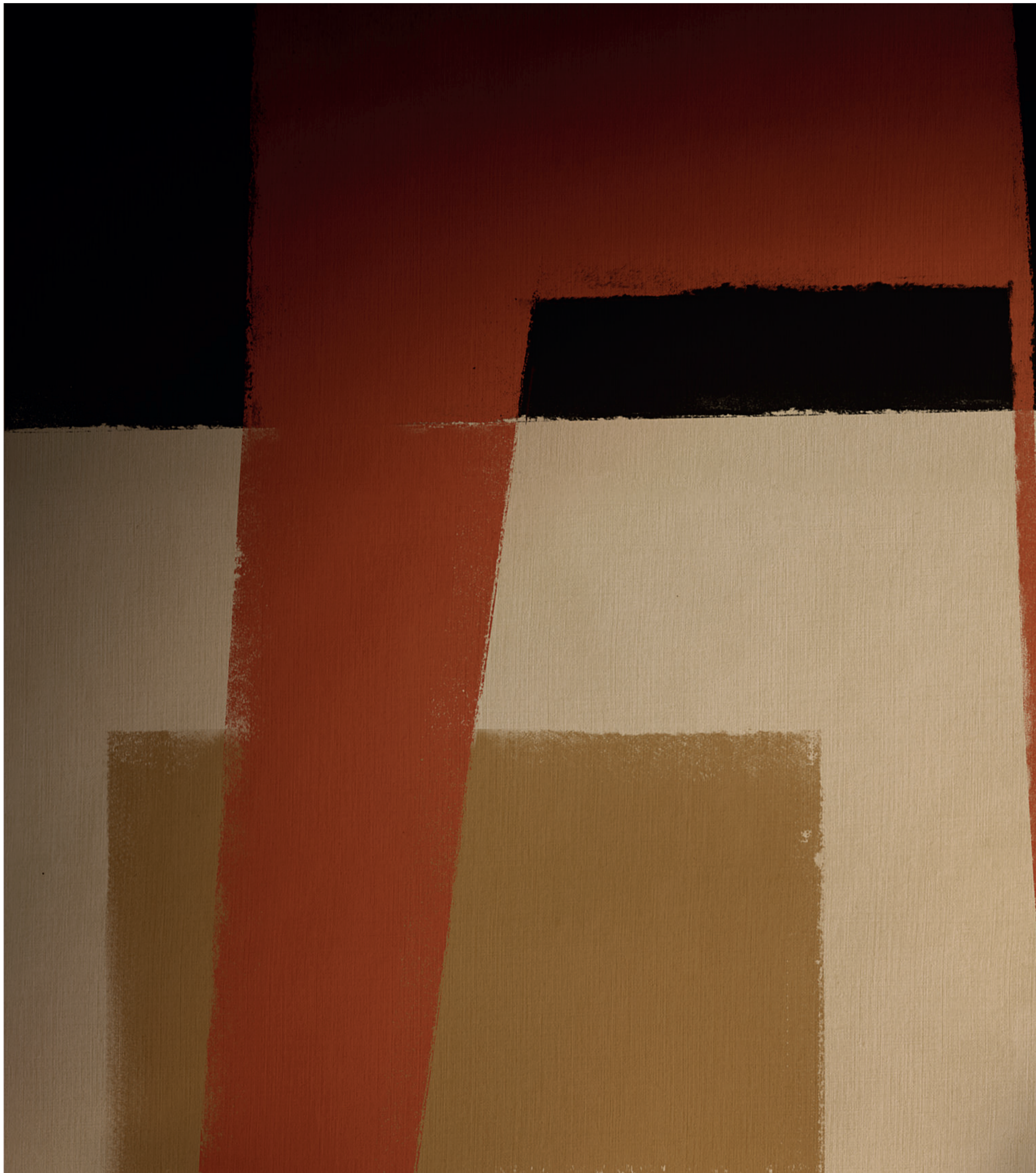
Sits on a stick in the river, laughter in his sleep
Sister's throwing stones, hoping for a hit
He doesn't know, so then
She goes up while he goes down
Down, another time, another day
A brother's way to leave, another time, another day

SEE SAW
T05S01



I've had enough of the way things been done
Every man on a razors edge
Someone has used us to kill with the same gun
Killing each other by driving a wedge
My life's a mess I wait for you to pass
I stand here at the bar, I hold an empty glass

EMPTY GLASS
T03S05



THE MAN WHO SOLD THE WORLD
T01S03



#beauty

Often stigmatized as a frivolous interest, make-up should instead be considered a precious and powerful tool of expression. 2021 promises interesting news on the make-up front. A desire for vivid colours, but also to make the eyes stand out and the freedom to make lips shine.

MAKE-UP

A WORDLESS STATEMENT

✦ Valentina Pepe

PASSION FOR COLOURFUL EYESHADOW

The eye area is more exposed because the rest of the face is covered, so the gaze takes the spotlight, with multicoloured, stunning eye make-up. The trend calls for the application of solid colours over the entire eyelid like acid green, yellow, blue, and peach. Those who want to soften this look have two alternatives: combining it with a line of coloured eyeliner, or colouring only the mobile lid and applying a neutral gradient colour on the creaseline and the outer v. In any case, the important thing is to overdo it with mascara, to make the eyes talk.

MAKE WAY FOR CUSTOMIZATION

The demand for customized beauty experiences is increasing, for genderless and multifunctional products that lend themselves to being blended with others. The Stylight online platform conducted a study that revealed a strong increase in demand for eyebrow products, soap brows, brushes. So, get ready to show off gull-wing eyebrows, neon eyeliners, and multicoloured eyeshadows. The most sought-after nuance is metallic green, millennials' new passion. The important thing is for all these products to be mask-proof and no-transfer.

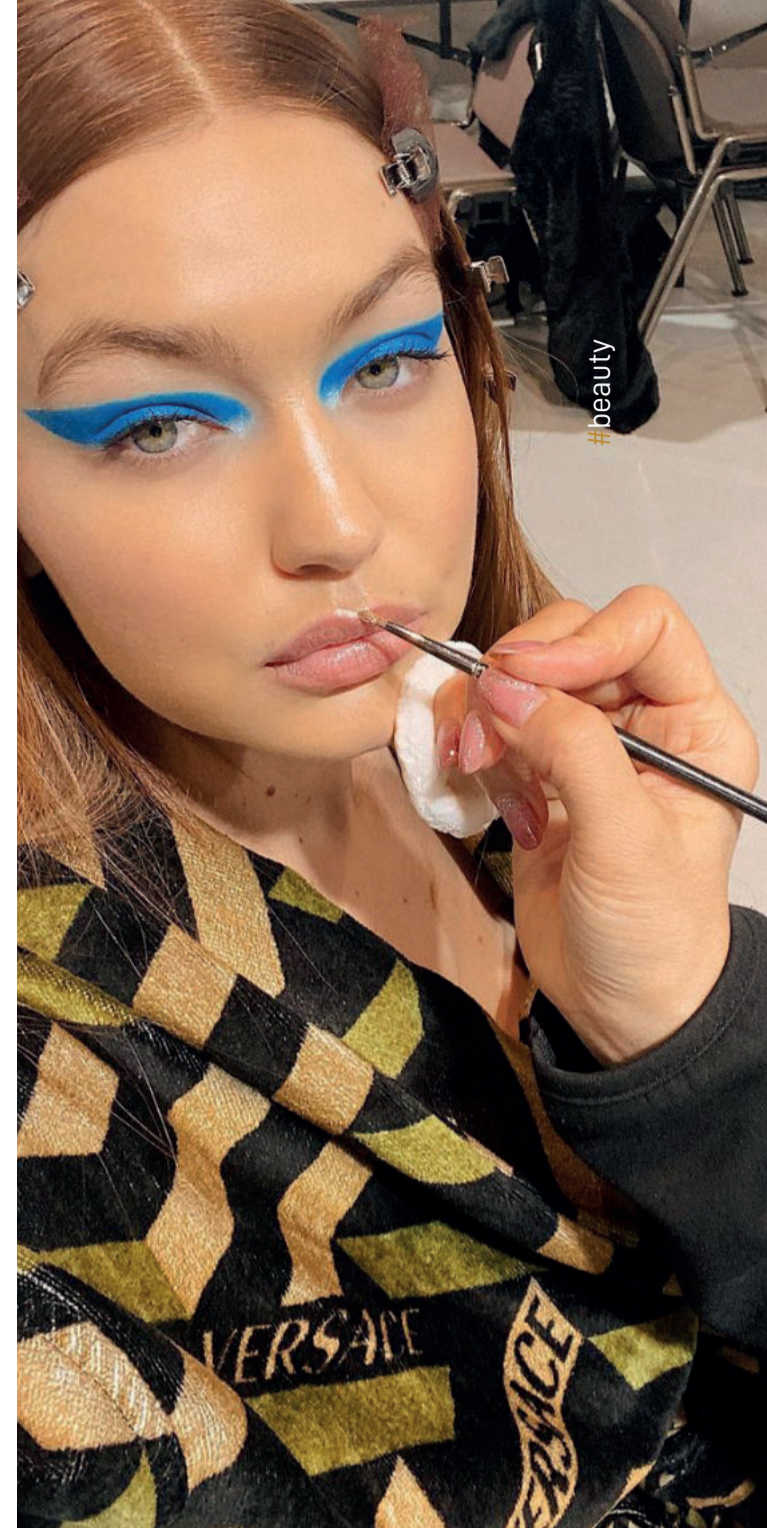
CANDY APPLE RED LIPS

Although masks are not ideal for those who love lipsticks, the new trend is candy apple red lips – Snow White style. But there will be no lack of orange reds or burgundy. Whether it is glossy, matte, or demi-matt, it does not matter. What is important, instead, is to make way for this triumph of bold, captivating, sensual colours. Enhancing the mouth has never been easier.





Spesso stigmatizzato come un interesse frivolo, il trucco è invece da considerare come un prezioso e potente strumento d'espressione. Il 2021 promette tante novità interessanti sul fronte make-up. Voglia di colori vivaci, ma anche il desiderio di fare risaltare lo sguardo e la libertà di far risplendere le labbra.



PASSIONE OMBRETTI COLORATI

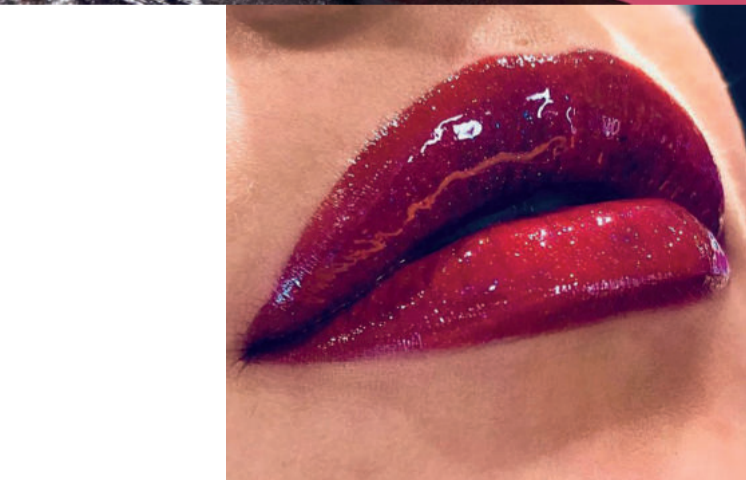
L'area occhi è più esposta perché il resto del volto è coperto, così lo sguardo è sempre più protagonista, con trucchi occhi multicolor e sorprendenti. Gli shade di tendenza prevedono l'applicazione su tutta la palpebra di colori come verde acido, giallo, blu e pesca in solid colour. Chi vuole ingentilire questo look ha due alternative: abbinarlo con una linea di eyeliner colorato, oppure tingere solo la palpebra mobile e applicare un colore neutro sfumato nella piega palpebrale e sull'angolo esterno. In ogni caso, l'importante è esagerare con il mascara, per fare parlare gli occhi.

LARGO ALLA PERSONALIZZAZIONE

Aumenta la richiesta di esperienze beauty "ritagliate ad hoc", di prodotti genderless e multifunzione che si prestano per essere amalgamati con altri. La piattaforma online Stylight ha condotto una ricerca, da cui è emerso un forte incremento nelle richieste di prodotti per le sopracciglia, soap brows, pennelli. Tutti pronti quindi a sfoggiare "eyebrows" a forma di ali di gabbiano e eyeliner fluo e ombretti multicolorati. La nuance più ricercata è il verde metallizzato, la nuova passione dei millenials. L'importante è che ognuno di questi prodotti sia mask-proof e no-transfer, cioè difficili da rimuovere.

CANDY APPLE RED LIPS

Anche se la mascherina non è l'ideale per chi ama i rossetti, la nuova tendenza sono le candy-apple red lips — le labbra rosso mela, tipo Biancaneve. Ma non mancheranno i rossi aranciati o i bordeaux. Che sia lucido, matte o demi-matt non importa. Ciò che è importante, invece, è lasciare campo libero a questo trionfo di colori audaci, accattivanti e sensuali. Valorizzare la bocca non è mai stato tanto facile.





Maybe I might have changed and not been so cruel
Not been such a fool, whatever was done is done
I just can't recall, it doesn't matter at all
You see it's all clear, you were meant to be here
From the beginning

WIND UP
T06S03

Then I ran across a monster who was sleeping by a tree.
And I looked and frowned and the monster was me
Well, I said hello and I said hello
And I asked "Why not?" and I replied "I don't know"
So we asked a simple black bird, who was happy as can be

THE WIDTH OF A CIRCLE

T01S05



HAD ENOUGH
T03S04



well-being bunker

✎ **Valentina Pepe**

Reorganizing domestic spaces to improvise an office, a work corner, or more simply, a well-being area to read and dedicate yourself to video conferences. In the long term, temporary solutions need to be calibrated and integrated with the style of the house. All those iconic, versatile furnishings with a variable configuration, capable of adapting to multiple contexts and performing different functions, will be a strategic choice. Materials and shapes stolen from nature and accessories that foster an overall well-being. Design also helps us create corners that reproduce the outdoors so as not to have too much nostalgia for the outside and to experience a better seclusion. A space to think, a space to imagine, with new attention to materials and finishes. A domestic image in which the material becomes integral part of our daily environment.



Riorganizzare gli spazi domestici per improvvisare un ufficio, un angolo di lavoro, o più semplicemente, una zona di benessere per leggere e dedicarsi alle videoconferenze. Sul lungo termine le soluzioni temporanee andranno calibrate e integrate con lo stile della casa. Saranno strategici tutti quegli arredi iconici, versatili, dall'assetto variabile, capaci di adattarsi a più contesti e di assolvere diverse funzioni. Materiali e geometrie rubate alla natura e complementi che conciliano un benessere globale. Il design ci aiuta a creare anche angoli che riproducono l'outdoor per non avere troppa nostalgia dell'esterno e vivere bene la clausura. Uno spazio per pensare, uno spazio per immaginare con un'attenzione nuova ai materiali e alle finiture. Un immaginario domestico in cui il materiale diviene parte integrante del nostro ambiente quotidiano.



NANIMARQUINA | FLORA BACKYARD

Unique and stunning handcrafted rugs designed to thrill. In search of constant innovation, artisan techniques, and new materials.

Tappeti artigianali unici e sorprendenti per far emozionare le persone. Alla ricerca di innovazione costante, tecniche artigianali e nuovi materiali.

phanto.com



FORMA&CEMENTO | CONCRETE LANDSCAPE

Fusto is the series that introduces the new design approach. A multifaceted column that, through a system, grows and changes to create a concrete landscape made dynamic by the movement of light on the surfaces.

Fusto è la serie che introduce il nuovo approccio progettuale. Una colonna sfaccettata che, attraverso un sistema, cresce e si modifica per creare un paesaggio in cemento reso dinamico dal movimento della luce sulle superfici.

formacemento.com





CIOTTOLO | TROPPOTOGO

Unprecedented acoustic relaxation with this rechargeable 'stone'. 6 different natural sounds that are extremely relaxing: ambient noise, bonfire, falling rain, rainforest, flowing river, ocean waves.

Relax acustico senza precedenti con questa "pietra" ricaricabile
6 diversi suoni naturali estremamente rilassanti - rumori dell'ambiente, falò, pioggia che cade, foresta pluviale, fiume che scorre, onde dell'oceano.

troppotogo.it

FARAM | BAHLARA

The versatile system for smartworking and homeworking offers a garden roof with sliding legs that extend becoming an arbour where you can house plants, lights, and suspended objects, to creatively set up your workspace.

Il sistema versatile per lo smartworking ed homeworking propone un tetto giardino con gambe scorrevoli che si allungano diventando un pergolato; dove si possono alloggiare piante, luci e oggetti sospesi, per allestire con creatività il proprio spazio di lavoro.

faram.com



RUBINACCI NAPOLI

A new line of furniture that rediscovers natural materials and tradition through furnishings and accessories that restore identity to the production processes within projects.

Una nuova linea di mobili che riscopre i materiali naturali e la tradizione, attraverso arredi e complementi che restituiscono identità ai processi produttivi all'interno di progetti.

rubinaccinapoli.com



ARPER | ASTON CLUB

Aston Club, designed by Jean-Marie Massaud, offers maximum comfort through its classic and decisive lines, which convey a timeless charm.

Aston Club, design by Jean-Marie Massaud, offre il massimo comfort attraverso le sue linee, classiche e decise, che trasmettono un fascino intramontabile.

arper.com

MARSOTTO | VORTEX

Drawing inspiration from a vortex of water, Vortex is a vase-stand designed by Nabhadr Apiwanopas. The soft inclination of the tray makes the water stagnate around the flower, like a small lake in a Zen garden.

Prendendo ispirazione da un vortice d'acqua, Vortex è un vaso-alzata designato da Nabhadr Apiwanopas. L'inclinazione morbida del vassoio fa stagnare l'acqua attorno al fiore, come un piccolo lago in un giardino Zen

edizioni.marsotto.com



MÉTAPHORES | COLLEZIONE ÉLÉMENTS TERRE

It stands out for its craftsmanship and the rigorous selection of natural and noble fibres. The new collection is inspired by the natural world and is designed by Emilie Paralitici.

Si contraddistingue per la lavorazione artigianale e la rigorosa selezione di fibre naturali e nobili. La nuova collezione è ispirata al mondo naturale ed è disegnata da Emilie Paralitici.

metaphores.com






UP TO ME
T06S01

Oh, my mind is so messed up
Going round and round
Must there be all these colours
Without names, without sound, baby?
My heart burns with feeling, but I
Open my mind, it's cold and reeling
Is this love, baby, or is it confusion?

LOVE OR CONFUSION

T07S04



A woman with long dark hair is sitting on a plush red carpet. She is wearing a black, shiny, strapless top and a matching black skirt. She is also wearing black high-heeled sandals with ankle straps. The background is a wall with a large, stylized floral pattern in shades of red and brown. The lighting is dramatic, highlighting her legs and the texture of the carpet.

I don't care if the sun don't shine
And I don't care if nothing is mine
And I don't care if I'm nervous with you
I'll do my loving in the winter
And the sea isn't green
And I love the queen
And what exactly is a dream
And what exactly is a joke

JUGBANDS BLUES

T05S03

Bike Shorts

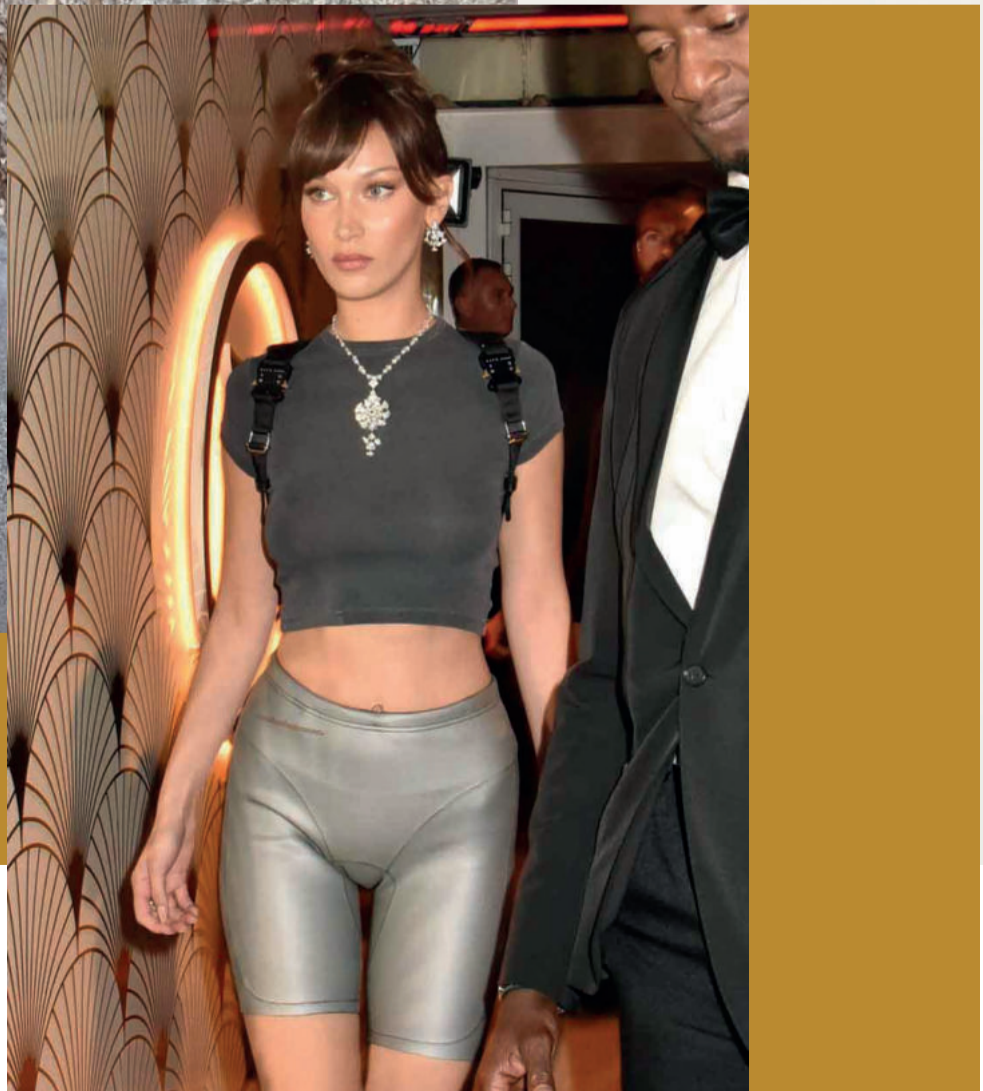
✍️ Valentina Pepe

Expression of a new way of being and dressing, sport shorts become the manifesto and concept of a new elegance. A trend that could leave you perplexed, especially because one inevitably wonders if it is really possible to wear them without looking like you are ready for a bike ride or an hour of workout.

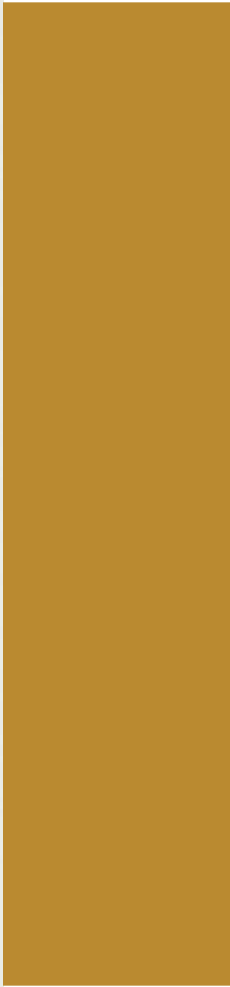
Fashion trends come and go, but sometimes some that come back can be particularly surprising. Bike shorts, whether tight or oversized, seem to be a must for the next season. A true flashback for this garment, revised in a hyper-feminine version. The controversial trend was already in the air last spring, with the street style of celebs, but this is the season in which cycling shorts will be invasive like never before, ready to redefine all looks. Yes, the novelty is this:

they are not worn in casual looks like it happened in the past, for example in the 90s, when they were a fundamental item in the appalling combo oversized T-shirt + shorts, but also with more elegant outfits. And hear, hear! They can be chic too. Just combine the cycling shorts with an elongated blazer with oversized shoulders and a pair of killer high heels. Even defining them as a sexy garment seems really impossible, but to make them hotter than usual, just wear them with impudent and shameless lingerie on display, a bralette, perhaps a lace triangle bra, to express without hesitation the desire for sensuality and freedom. In any case, sport shorts require a certain style and are for many but not for all, establishing themselves as a decidedly bold garment, to tease and play with looks. So, are you ready to wear them in the different versions? Complete with reinforced stitching, tapestry motifs, neon details, worn with boxy jackets, but also studded with sophisticated embroidery and beads. In other words, cyclists yes or cyclists no? You be the judges!





#fashion





Espressione di una nuova libertà di essere e di vestire, i pantaloncini sportivi diventano manifesto e concetto di nuova eleganza. Un trend che potrebbe lasciare spiazzati, soprattutto perché ci si chiede inevitabilmente se sia davvero possibile indossarli senza sembrare pronte per un giro in bici o un'ora di work out.

Corsi e ricorsi della moda, a volte alcuni ritorni però, sono particolarmente sorprendenti. I bike shorts, stretti o in versione over, sembra che siano un must per la prossima stagione. Un vero ritorno di fiamma per questo capo, rivisto in versione iper-femminile. Il controverso trend era già nell'aria la scorsa primavera, con lo street style delle celeb, ma è questa la stagione in cui pantaloncini da ciclista saranno invasivi come mai prima d'ora, pronti a ridefinire tutti i look. Sì, la novità è proprio questa: si indossano non tanto con look casual come accadeva in passato, ad esempio negli Anni 90, quando erano capo fondamentale nell'agghiacciante combo T-shirt oversize + pantaloncini, ma anche con mise più eleganti. E udite, udite, possono essere anche chic. Basta abbinare i cycling shorts a un blazer allungato con le spalle definite dal taglio oversize e un paio di tacchi da capogiro. Anche definirli un capo sexy appare davvero impossibile, ma per renderli più "hot" rispetto al solito basta indossarli con una lingerie sfacciata e impudica in mostra, un reggiseno bralette, un triangolo magari in pizzo, per esprimere senza remore, la voglia di sensualità e libertà. In ogni caso, i pantaloncini sportivi richiedono un certo stile e sono per tante ma non per tutte, affermandosi come indumento decisamente sfidante, per stuzzicare e giocare con lo styling. Quindi siete pronti ad indossarli nelle diverse versioni? Con tanto di cuciture effetto rinforzato, motivi tapestry, dettagli neon, indossati con boxy jacket, ma anche tempestati di sofisticatissimi ricami e perline. Insomma ciclisti sì o ciclisti no? A voi l'ardua sentenza!





#fashion



Man is an obstacle, sad as the clown
So hold on to nothing
And he won't let you down
Some people are marching together
and some on their own
Quite alone, others are running

AFTER ALL
T01S02





He used to sing so sweet, but uh since my baby left me he ain't sang a tune all day
Oh, remember the blue-birds and the honey bees,
They used to sing for sunshine, they used to sing for the flowers
They used to sing so sweet

REMEMBER
T07S01

OH JIM
T02S04



Food Revolution

Food trends of the year, what and how our way of eating will change.

Le tendenze alimentari dell'anno, cosa e come cambierà il nostro modo di mangiare.

What are the food and beverage trends in 2021? What will we eat and drink after our habits have changed even drastically to adapt to the containment measures of the pandemic? In addition to changing our lifestyles, the lockdown has also changed our consumption habits. Just to give a few examples, 2020 has seen a boom in alternative solutions to physical shopping to keep the fear of contagion under control. For months it has been impossible to eat out – it still

 Valentina Pepe

is partially – and this has caused the number of home food deliveries to explode. Last but not least, new social practices of conviviality related to food and beverage have spread, like aperitifs via video chat. Even though classic patterns do not apply anymore, and it is no longer easy to predict the future developments of the global situation, we can investigate what kind of consumers we are ready to become as the world changes around us.



Quali sono le tendenze che riguardano il food e il beverage nel 2021? Cioè cosa mangeremo e berremo dopo che le nostre abitudini si sono modificate anche drasticamente per adattarsi alle misure contenitive della pandemia? Il lockdown oltre a cambiare i nostri stili di vita ha anche cambiato le nostre abitudini di consumo. Tanto per fare qualche esempio, il 2020 ha conosciuto un boom delle soluzioni alternative alla spesa fisica per tenere sotto controllo la paura dei contagi. Per mesi è stato impossibile mangiare fuori — e in parte lo è tuttora — questo ha fatto esplodere il numero di consegne a domicilio di cibo. È ultimo ma non meno importante, si sono diffuse nuove pratiche sociali di convivialità legate al food and beverage come gli aperitivi via videochat. Nonostante gli schemi classici siano saltati, e non sia più così scontato prevedere gli sviluppi futuri della situazione globale, possiamo indagare quale tipo di consumatori siamo pronti a diventare mentre il mondo intorno a noi cambia.



CLIMATARIAN DIET

One of the new trends of the healthy gastronomic sector is the climatarian diet. Its goal is a conscious consumption to balance individual well-being with that of other living beings. However, one must pay attention to the entire supply chain: products must fairly profit those who cultivate them, their processing must not pollute, they must adopt sustainable packaging and must not require animal mistreatment. The aspects that the most conscious consumers look after have also become market levers for companies.

Uno dei nuovi trend del settore gastronomico healthy è la dieta climatariana. Il suo obiettivo è un consumo consapevole per equilibrare il benessere individuale con quello degli altri esseri viventi. Occorre però porre attenzione a tutta la filiera: i prodotti devono remunerare in modo equo chi li coltiva, la loro lavorazione non deve inquinare, devono adottare un packaging sostenibile e non devono richiedere il maltrattamento degli animali. Gli aspetti a cui badano i consumatori più consapevoli sono diventati anche leve di mercato per le aziende.



NOWASTE AND RELAXING DRINKS

Per quanto riguarda il beverage, il trend #nowaste vedrà la presenza di birre artigianali prodotte dagli avanzi di pane (come Ibrida, nata da un'idea di quattro ragazzi del Politecnico di Milano). L'altro trend circolare e sostenibile sarà il kombucha, una bevanda di origine asiatica leggermente frizzante ottenuta fermentando tè zuccherato. Il kombucha viene apprezzato per le sue proprietà (batteri benefici per l'organismo, antiossidanti, polifenoli e vitamine del gruppo B, è utile nella depurazione di fegato e sangue, ideale per rafforzare il sistema immunitario). Ma anche le bevande rilassanti avranno parecchio successo, come antidoto allo stress accumulato nel 2020, in contrapposizione ai drink energizzanti, verranno prodotti ma drink che favoriscono il sonno addizionati con magnesio e aminoacidi anti-stress.

As for the beverages, the #nowaste trend will see the presence of craft beers produced from leftover bread (such as Ibrida, born from an idea of four guys from the Polytechnic University of Milan). The other circular and sustainable trend will be kombucha, a slightly fizzy drink of Asian origin obtained by fermenting sweetened tea. Kombucha is appreciated for its properties (beneficial bacteria for the body, antioxidants, polyphenols, and B vitamins, useful for purifying the liver and blood, ideal for strengthening the immune system). But relaxing beverages will also be very successful, as an antidote to the stress accumulated in 2020, as opposed to energy drinks, sleep-inducing drinks with added magnesium and anti-stress amino acids.



FORAGING

Foraging consists in collecting food that grows spontaneously in nature without damaging it. The practice is already in vogue in the United States and Northern Europe: for example, chef René Redzepi has launched an app that helps choose these products. Many chefs have shortened the supply chain, personally choosing and collecting the ingredients; thus, the eco-trend of foraging was born, which allows you to pay attention to the origin of the raw materials.

Il foraging consiste nel raccogliere il cibo che cresce spontaneo in natura senza danneggiarla. La pratica è già in voga negli Stati Uniti e in Nord Europa: ad esempio, lo chef René Redzepi ha lanciato un'app che aiuta a scegliere questi prodotti. Molti chef hanno accorciato la filiera, scegliendo e raccogliendo personalmente gli ingredienti, così è nato l'eco-trend del foraging che permette di prestare attenzione alla provenienza delle materie prime.

BRUNCHFAST

We do not yet know when restaurants will reopen in the evening. At the moment, the only option for those who can enjoy a meal away from home is lunch, both as a break from smart working and in their free time. A probable development is that the boundaries of lunch will stretch more and more. The chefs are conceiving menus that are also suitable for the morning and afternoon because we will eat at any time of day.

Non sappiamo ancora quando i ristoranti riapriranno anche la sera. Al momento l'unica opzione per chi può concedersi un pasto fuori casa è il pranzo, sia come pausa dallo smart working, sia nel tempo libero. Un risvolto probabile è che i contorni del pranzo diventeranno sempre più allungati. Gli chef stanno immaginando carte adatte anche al mattino e al pomeriggio perché si mangerà a ogni ora del giorno.





VEGAN MEAT

Vegan meat, also known as meat substitute, or fake meat, is a 100% plant-based product that is not only aimed at the vegan market. In Italy, the chain of gourmet hamburgers Welldone distributes the products of the Californian brand Beyond Meat, which aims at omnivorous consumers by offering appetizing products made with reduced environmental impact. Their success is due to the combination of ethics and sustainability.

La fake meat nota anche come carne surrogata, o finta carne, è un prodotto al 100% vegetale, che non è rivolto solo al mercato vegano. In Italia, la catena di hamburger gourmet Welldone distribuisce i prodotti del brand californiano Beyond Meat che punta ai consumatori onnivori proponendo prodotti appetibili e 'realizzati' con un impatto ambientale ridotto. Il loro successo è dovuto all'unione di eticità e sostenibilità.

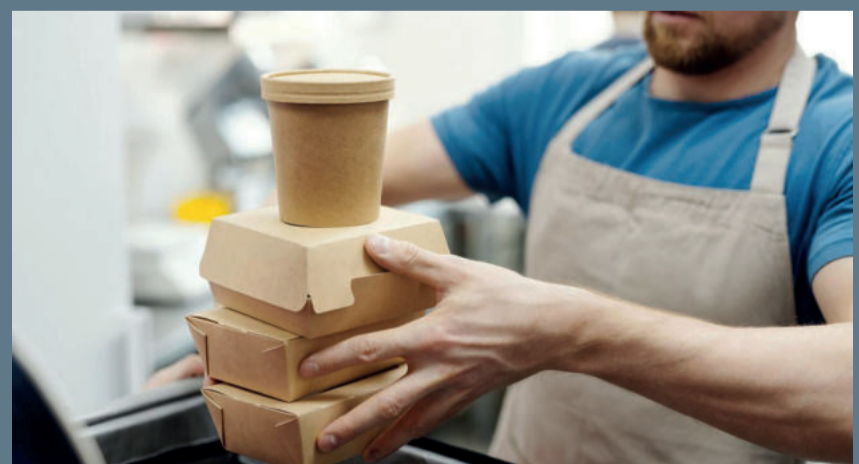
#food

GHOSTRONOMY

There are several terms to define this innovative catering model: dark kitchen, cloud kitchen, ghost kitchen. Kitchens without showcases, located in places with no road access that do not provide takeaway service. The dishes are home-delivered with a rider system after they are ordered via App or website. The only human contact is with the delivery man at the time of delivery. The restaurant as a physical place disappears and is replaced by a 'virtual brand' in which the communication of the service and the brand occurs only on the internet and through the packaging of the products.



Ci sono più termini per definire questo modello di ristorazione innovativo: dark kitchen, cloud kitchen, ghost kitchen. Si parla cucine senza vetrina, situate in luoghi privi di accesso su strada che non forniscono il servizio take away. I piatti vengono serviti a domicilio con un sistema di rider dopo che sono stati ordinati via App o sito web. L'unico contatto umano è con il fattorino al momento della consegna. Il ristorante come luogo fisico scompare e viene sostituito da "virtual brand" in cui la comunicazione del servizio e del brand avviene solo su internet e attraverso il packaging dei prodotti.





The music must change, for we're chewing a bone
We soared like the sparrow hawk flied
Then we dropped like a stone, like the tide and the waves
Growing slowly in range
Crushing mountains as old as the Earth
So the music must change

MUSIC MUST CHANGE

T03S01



I really wanna know
Oh, I really wanna know
Come on tell me who are you, you, you, you
who are you?

WHO ARE YOU
T03S03

TRICK OF THE LIGHT
T03S02







LONDONARTWALLPAPER

londonart.it | londonartwallpaper.com