

# DESIGN DIFFUSION NEWS

## INTERIOR MAGAZINE

# dd n

252

## DESIGN FROM DUBAI ISRAEL LEBANON

E 8.00 - Italy only - F 3.00 - D 13.00 - GR 14.30 -  
P 15.80 - EE 8.90 - GB 11.00 - BE 10.00 - SKR 170.00 -  
CH SFR 23.00 - NL 3.00 - A 10.00 - N NGR 172.00 -



ISSN 1120-9720



9 02522

9 771120 972003

ISSN 1120-9720 - Address: STAKE PUBLICATIONS, Via C. Caviglioglio, 10 - 20122 Milano, Italy  
Sped. in abb. post. 27/02/2007 n. 461 art. 1 comma 1 b) D.L. 35/2007 conv. in L. 58/2007



## IL PROGETTO DELLA CRESCITA FELICE CONTRO LA MEDIOCRAZIA

Risollevare il mondo progettando bellezza e felicità: obiettivo ambizioso ma in linea con i tempi che viviamo. Al radicalizzarsi delle opinioni distruttive e aggressive nei confronti della diversità, bisogna reagire *Designing Happiness*, immaginando progetti sostenibili di qualità della vita. Dal 17 al 19 ottobre si affronterà a Milano (a Le Village di Crédit Agricole il 17 e alla Fondazione delle Stelline il 18 e 19) il grande tema della crescita del vivente, una condizione fatta di battiti locali e impollinazione globale, di rivincita dei luoghi e di geografia come condizione esistenziale rilevante, di *genius loci* e dei suoi caratteri, di strategie possibili nel quadro delle attuali drammatiche trasformazioni che hanno gettato il mondo nello sconforto e nella rabbia, imponendo una sorta di mediocrazia. Per risollevare le sorti bisognerà affrontare le sfide future con coraggio e fantasia, coinvolgendo la politica, le istituzioni, ma anche le aziende e il marketing. In questo scenario nel corso del Festival della Crescita verrà proposta l'intelligenza vitale di design e architettura che dalla visione di Michele Lucchi su stazioni globali per accogliere le culture locali del sapere fare manuale, arriva fino all'impegno di una Università come quella di Firenze che ha lanciato il contest *Italian Factor* nei corsi di *Industrial Design* e *Fashion Design*. Questo è il punto: risollevarsi per riconquistare una visione ampia, cosmopolita, felice, attraverso una consapevolezza che arriva solo con l'allenamento alla diversità, riconoscendola come la bellezza del mondo (questo il titolo del mio ultimo libro in uscita proprio il 17 ottobre). Il Festival della Crescita si propone come palestra per raggiungere proprio questo obiettivo.

Francesco Morace

## THE PROJECT OF HAPPY GROWTH AGAINST MEDIOCRACY

*Raise the world by designing beauty and happiness: it's an ambitious goal but in line with the times we live. Whether destructive and aggressive opinions towards diversity are establishing deep roots, it is necessary to react *Designing Happiness*, conceiving sustainable designs related to the quality of life. From October 17th to 19th, in Milan (at Le Village di Crédit Agricole, on the 17th, and at the Fondazione delle Stelline, on the 18th and 19th) the major challenge of the growth of the living will be faced, a condition made up of local impulses and global pollination, of revenge of places and of geography as a major living condition, of *genius loci* and its characters, of possible strategies in the framework of the current tragic transformations that have casted a gloom over the world, imposing a sort of mediocracy. To bring back the world to its limelight, it will be necessary to face future challenges with braveness and creativeness, involving politics, institutions, but also companies and marketing departments. In this scenario, during the Festival della Crescita, the vital intelligence of design and architecture will play a central role, i.e. the vision of Michele Lucchi on global stations to accommodate local cultures of handicrafts, together with the commitment of a University like Florence, which launched the contest *Italian Factor* within *Industrial Design* and *Fashion Design* courses. This is the point: recovering to regain a broader, cosmopolitan, happy vision, through an awareness that comes only through training in diversity, recognizing it as the beauty of the world (this is the title of my last book coming out on October, 17th). The Festival della Crescita aims to be a training ground to achieve this goal.*

## NEW ENTRY PER ZANOTTA

La storica azienda che produce arredi contemporanei, con sede a Nova Milanese e spazio espositivo a Milano, e riconosciuta protagonista del design italiano, accoglie Carlo Oliverio nella figura di general manager, forte di un background internazionale, avendo ricoperto ruoli di crescente responsabilità in ambito vendite, export management e marketing in aziende del settore home design. A due anni dall'acquisizione da parte di Tecno spa, l'azienda sta implementando i processi manageriali e ridefinendo la struttura organizzativa e le strategie di sviluppo con l'obiettivo di interpretare le esigenze dei nuovi consumatori. [www.zanotta.it](http://www.zanotta.it)

Annamaria Maffina

## A NEW ARRIVAL TO ZANOTTA

*The long-standing company specializing in contemporary furniture, headquartered in Nova Milanese, with a showroom in Milan, a leader on the Italian design scene, welcomes Carlo Oliverio as General Manager, a man with a solid international background built by holding positions with increasing responsibility in the sales, export management and marketing departments at different companies in the home design industry. Two years after the acquisition by Tecno spa, the company is implementing its managerial processes and redefining the organizational structure and development strategies to interpret the needs of new customers. [www.zanotta.it](http://www.zanotta.it)*

