



Il DNA di quel Modo Italiano conosciuto nel mondo come Made in Italy, si è costruito nel tempo grazie alla particolare sensibilità, spesso feconda nel nostro Paese, di fondere insieme creatività, innovazione, capacità e coraggio.

Questa fantastica miscela ha rappresentato in tanti momenti vincenti del nostro "saper fare" e del nostro "saper essere" con stile e originalità, il propellente che ha alimentato in maniera vigorosa i migliori modelli dell'imprenditoria italiana.

Tale aggregazione di valori è stata senza dubbio il punto di forza e la costante anche di quella "qualità del fare" che in questa felice occasione stiamo celebrando con il titolo Made in Cassina. A poco più di ottant'anni dalla sua fondazione la Cassina è ormai da tempo riconosciuta nel Mondo come un'icona di riferimento dell'italian design, avendo raccolto nel suo lungo e intenso percorso le ricerche, le esperienze e le visioni progettuali dei più stimati e interessanti designer italiani, e spesso anche internazionali.

Oggi questo percorso è un patrimonio culturale che ha ancora una grande valenza metaprogettuale per lo spirito di quella rinnovata realtà industriale che è oggi Cassina.

Da quando questa azienda è nata nel 1927, poco più di un laboratorio artigianale, ha via via conquistato, grazie all'illuminata opera imprenditoriale dei suoi fondatori Cesare e Umberto Cassina, primati e riconoscimenti che l'hanno portata a distinguersi come azienda leader nel suo settore. La qualità duratura di questo primato è la conseguenza di un autentico e brillante gioco di squadra che ha visto coraggiosi e caparbi imprenditori valorizzare la creatività e la capacità delle proprie maestranze, per costruire insieme a creativi e percettivi architetti e designer (cercati e "incontrati" per affinità elettive), delle lungimiranti "visioni" di nuovi scenari dell'abitare in continua evoluzione.

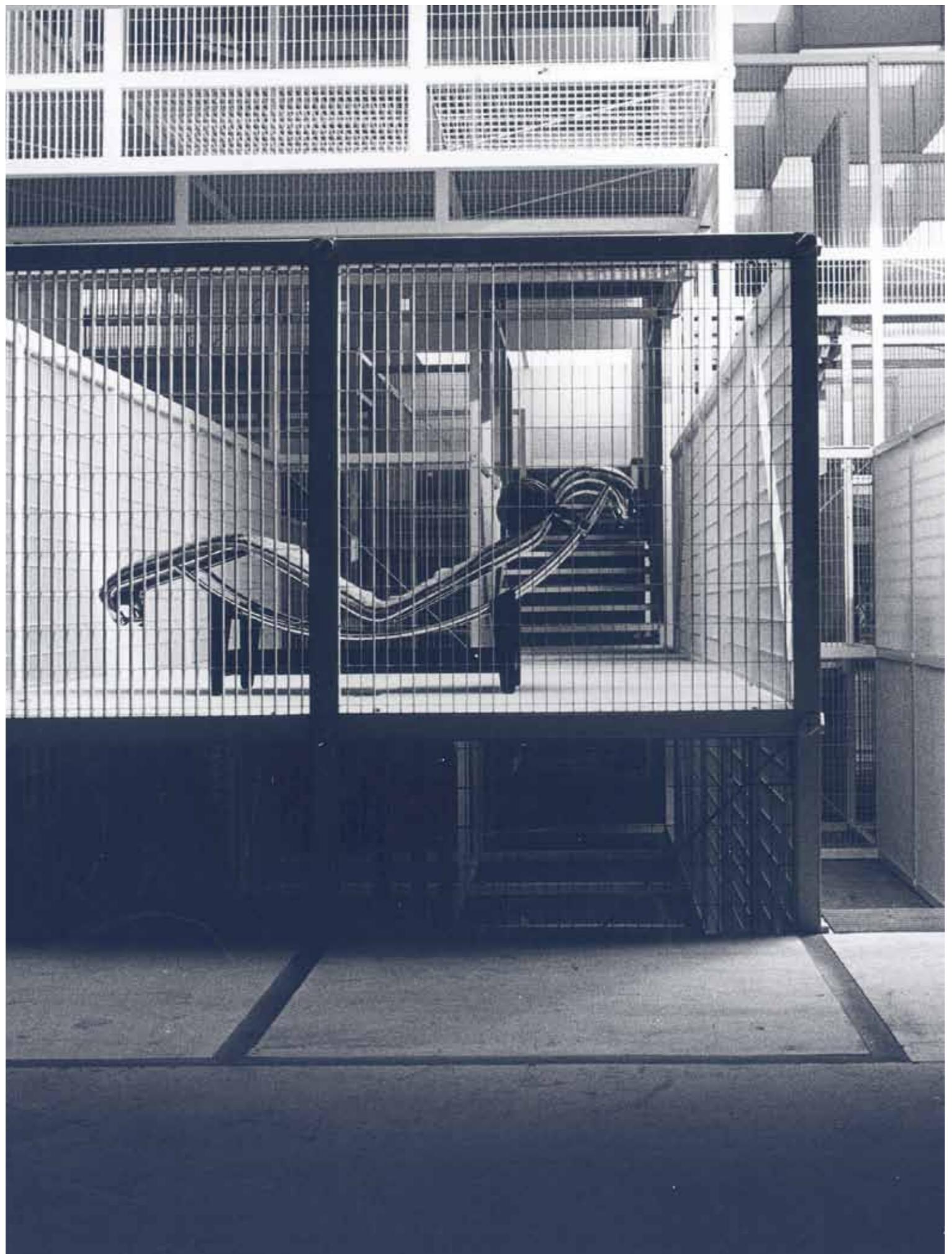
Dalla gloriosa stagione degli arredi transatlantici degli anni cinquanta in cui la Cassina ha iniziato a formarsi una consapevolezza fondativa della cultura industriale del design, all'incontro, proprio in quei frangenti, con la rinascimentale figura di Gio' Ponti, primo importante consigliere artistico della Cassina; dalla brillante idea a metà degli anni sessanta di dare vita alla Collezione I Maestri, dove si sono raccolti nel tempo alcuni dei più celebri pezzi del design internazionale del XX secolo firmati fra gli altri da Le Corbusier, Frank Lloyd Wright e

Mackintosh, alla ricchissima raccolta di esperienze d'avanguardia tipologica, formale e tecnologica rappresentate lungo un ampio percorso da grandi designer quali Bellini, Deganello, Magistretti, Scarpa, Kita Pesce e più recentemente Starck e Wettstein, tutte queste esperienze insieme costituiscono un patrimonio depositato in Cassina che ancora vive non solo per essere mantenuto a memoria di un precorso di qualità, ma soprattutto rivive per essere riletto oggi nel suo spirito essenziale come fonte d'ispirazione, per capire in anticipo i nuovi scenari dell'abitare prossimo venturo e affrontare con determinazione e adeguata flessibilità i nuovi mercati futuri. La scelta di entrare in questo mondo di grande tradizione per l'affermazione storica del Made in Italy, coincide con la volontà di dare nuove energie ben coordinate a quel Sistema Italia, che solo con la costruzione di più forti sistemi sinergici può affrontare le sfide imposte dai sempre più grandi e impegnativi mercati internazionali. Il nostro e' un segnale di grande fiducia per l'Italia e per le piccole e medie imprese, e vuole essere anche un segno di quello che possiamo fare con alcuni marchi straordinari, espressione d'eccellenza nel mondo del design e dell'italian style.

Cassina, in tal senso, ha sempre avuto una innovativa visione imprenditoriale e culturale del proprio ruolo nel settore dell'arredamento a livello internazionale, tanto da consentirgli di essere leader nell'esportazione del proprio brand e dei propri prodotti su tutti i mercati esterni. Questa scelta lungimirante gli permette oggi di essere già in una posizione di prestigio in tutti quei paesi che traineranno il mondo nel futuro quali l'India, la Cina e il Brasile. Il prestigio che Cassina ha nel mondo è confermato anche dalla sua notorietà in Giappone dove è uno dei 5 marchi del Made in Italy più noti. La sua straordinaria e continua capacità di innovazione, di ricerca, di industrializzazione, di confronto costante con nuovi designer e nuove forme espressive e di comunicazione del prodotto, rappresenta sempre di più i capisaldi del Made in Italy e soprattutto di un Made in Italy innovativo e ha per questo consentito a Cassina di assumere una posizione di forte leadership nel suo settore a livello internazionale.

In questo periodo mi capita spesso di citare la famosa frase di John Kennedy «Gli uomini passano, i Governi passano, le idee restano», e credo proprio che con questa lucida consapevolezza si debba raccogliere il testimone del passato per portarlo sempre dentro di noi come sintesi di un valore che si rinnova con impegno e passione.

Luca Cordero di Montezemolo



Dicembre 1968
Presentazione "I Maestri" - Showroom Milano

The DNA of the Italian way of manufacturing, known throughout the world as Made in Italy, has been constructed over time through a special flair for combining creativity, innovation, talent and drive, which often abounds in this country. A fantastic mix that has given as impetus to the best Italian business models on the many occasions when our 'know-how' and 'approach', characterized by style and originality, has triumphed.

A combination of values that has been a constant mainstay of the 'quality manufacturing' that we are pleased to celebrate here with Made in Cassina.

Founded just over eighty years ago, Cassina has always been an iconic international point of reference in Italian design, due to the fact that during its long and intense career it has brought together the researches, experiences and visions of the most interesting and respected Italian, and often international, designers. The Company's career has become a cultural legacy, which still has a significant metadesign value for an industrially renewed Cassina.

Since the Company was established in 1927, when it was little more than an artisanal workshop, it has gradually won supremacy and recognition thanks to the enlightened entrepreneurship of its founders Cesare and Umberto Cassina, who have established it as a leader in the furniture sector. This lasting supremacy is the result of a brilliant teamwork that has seen tenacious and intrepid entrepreneurs make the most of the creativity and talents of its skilled workers to construct with creative and insightful architects and designers (sought and 'encountered' through elective affinities), farsighted 'visions' of new, constantly evolving scenarios for living. From the splendid period devoted to furnishing ocean-going liners in the Fifties, during which Cassina began to build its own industrial design culture, to the meeting, within that context, with Renaissance man Gio Ponti, who became Cassina's first important artistic advisor. From the brilliant idea in the mid-Sixties of creating the Cassina I Maestri collection, which over the years has featured some of the most iconic international designers of the twentieth century, including pieces by Le Corbusier, Wright, and Mackintosh, to the wealth of projects in the vanguard from a typological, formal and technological standpoint, undertaken over a long period with eminent designers such as Bellini, Deganello,

Magistretti, Scarpa, Kita, Pesce and more recently Starck and Wettstein.

The sum of these experiences constitutes a legacy at Cassina that not only commemorates a career marked by quality but, above all, whose essential spirit is now a source of inspiration for understanding in advance the new scenarios for living in the immediate future, and resolutely facing, with the right flexibility, the new future markets. The choice of entering this world with its long Made in Italy tradition comes from the desire to inject new well-coordinated energies into the Italian system, which can only rise to the challenges imposed by ever-larger and more committed international markets by constructing stronger synergic networks. It shows great faith in Italy and in small and medium-size businesses, but also reveals what we are capable of achieving with some remarkable brands that are expressions of excellence in the world of design and of Italian style.

Cassina has always had an innovative entrepreneurial and cultural vision of its international role in the furnishing sector, which has made it one of the major exporters of its brand and its products to all foreign markets. This farsighted choice has already enabled the Company to secure a prestigious position in those countries that will drive the world in the future, namely India, China and Brazil. Cassina's global reputation is confirmed by its fame in Japan where it is one of the five best-known Italian brands.

The Company has an extraordinary talent for innovation, research and industrialization, for constant exchanges with new designers, and the ability to find new forms of expression for its products and advertising.

These skills have increasingly become the cornerstones of Made in Italy, especially a groundbreaking Made in Italy. Thus they have enabled Cassina to become an international leader in its sector. These days, I often quote John F. Kennedy: 'A man may die, nations may rise and fall, but an idea lives on.' I believe that it is with this kind of enlightened consciousness that we must learn from the past and carry it within as the symbol of a value renewed with commitment and passion.

Luca Cordero di Montezemolo

L'ADN de cette Manière italienne qui est connue dans le monde entier sous le nom de Made in Italy s'est élaboré au fil du temps grâce à une sensibilité particulière, souvent féconde dans la Péninsule, qui voit la créativité se fondre avec l'innovation, la capacité et le courage. À bien des époques glorieuses de notre « savoir-faire » et de notre « savoir être » faits de style et d'originalité, ce mélange fabuleux a été le carburant qui a alimenté vigoureusement les meilleures modèles d'entreprises italiennes. Il ne fait aucun doute que c'est cette combinaison de valeurs qui a constitué la force et la constante de cette « qualité du faire » que nous célébrons ici, en cette heureuse occasion, sous le titre made in Cassina.

Un peu plus de quatre-vingts ans après sa fondation, cela fait déjà longtemps que Cassina est reconnu dans le monde entier comme une icône de référence du design italien, après que l'en-treprise eut réuni au cours de son long et intense parcours les recherches, les expériences et les visions des designers italiens – et souvent aussi internationaux – les plus estimés et les plus intéressants. Aujourd'hui, ce parcours est un patrimoine culturel encore doté d'une grande valeur sur le plan du méta-projet, pour l'esprit de cette réalité industrielle renouvelée que Cassina représente actuellement.

Depuis sa naissance en 1927, où elle n'était guère plus qu'un atelier d'artisans, la maison Cassina, grâce au talent et à la clairvoyance de ses fondateurs, Cesare et Umberto Cassina, a obtenu des succès et des reconnaissances qui lui ont permis de se distinguer comme une entreprise de pointe dans son secteur. La qualité durable de cette primauté est le résultat d'un travail d'équipe authentique et brillant, qui a vu des chefs d'entreprise courageux et acharnés valoriser la créativité et les capacités de leurs ouvriers, pour construire en compagnie d'architectes et de designers à la fois créatifs et sensibles (recherchés et « rencontrés » par affinités électives) des « visions » clairvoyantes des nouveaux paysages d'un habitat en évolution continue.

Depuis l'époque glorieuse des aménagements transatlantiques des années 50, quand Cassina a commencé à se dorer d'une conscience fondatrice de la culture industrielle du design, jusqu'à la rencontre, précisément à cette époque, avec Gio Ponti, ce véritable homme de la Renaissance qui fut le premier conseiller important de l'entreprise ; depuis l'idée brillante, au milieu des années soixante, de créer la

collection « Cassina I Maestri », qui a réuni au fil du temps quelques-unes des plus célèbres pièces du design international du XX^e siècle, signées Le Corbusier, Wright et Mackintosh, jusqu'au richissime ensemble d'expériences d'avant-garde typologique, formelle et technologique représentées tout au long d'un vaste parcours par de grands designers tels que Bellini, Deganello, Magistretti, Scarpa, Kita, Pesce et plus récemment Starck et Wettstein, toutes ces expériences réunies constituent un patrimoine déposé chez Cassina, qui vit encore pour témoigner d'un parcours de qualité, mais surtout qui revit pour servir aujourd'hui dans son esprit essentiel de source d'inspiration, pour anticiper les nouvelles tendances de l'habitat à venir et pour affronter avec détermination et avec la flexibilité nécessaire les nouveaux marchés.

Le choix d'entrer dans ce monde de grande tradition pour l'affirmation historique du Made in Italy coïncide avec la volonté d'insuffler de nouvelles énergies bien coordonnées au « Système Italie », qui devra se dorer de systèmes synergiques plus forts s'il veut relever les défis lancés par des marchés internationaux de plus en plus vastes et concurrentiels. C'est un signal de confiance pour l'Italie et pour les petites et moyennes entreprises que nous voulons lancer ici, mais c'est aussi le signe de ce que nous pouvons réaliser grâce à des marques extraordinaires, expression d'excellence dans le monde du design et de l'Italian style. Cassina, en ce sens, a toujours eu une vision entrepreneuriale et culturelle novatrice de son rôle dans l'ameublement au niveau international, une vision qui lui a permis d'être leader dans l'exportation de sa marque et de ses produits sur tous les marchés étrangers. Ce choix clairvoyant lui permet d'occuper dès maintenant une position de prestige dans tous les pays qui entraîneront le monde dans l'avenir, comme l'Inde, la Chine et le Brésil. Le prestige dont Cassina jouit dans le monde entier est confirmé également par sa notoriété au Japon, où elle est l'une des cinq marques Made in Italy les plus connues. Son extraordinaire et continue capacité d'innovation, de recherche, d'industrialisation et de confrontation constante avec de nouveaux designers et avec de nouvelles formes d'expression et de communication du produit constitue de plus en plus le fondement même du Made in Italy, et surtout d'un Made in Italy novateur : c'est pour cette raison que cette capacité a permis à Cassina d'occuper une forte position de leadership dans son secteur au niveau international. En cette période, il m'arrive souvent de citer la célèbre phrase de John F. Kennedy : « Les hommes passent, les gouvernements passent, les idées restent », et je crois que c'est avec cette lucidité que nous devons prendre le témoin du passé pour le porter toujours en nous, comme la synthèse d'une valeur qui se renouvelle avec sérieux et avec passion.

Luca Cordero di Montezemolo

Das Wesen und das Wesentliche des Typisch Italienischen, weltweit als Made in Italy bekannt, hat sich im Laufe der Zeit dank einer besonderen Sensibilität herausbilden können, die in unserem Land so häufig aus einer fruchtbaren Verbindung von Kreativität, Innovation, Fähigkeit und Mut besteht. Diese phantastische Mischung an Know-how und Lifestyle, an Stil und Originalität, war schon in vielen erfolgreichen Momenten das treibende Element für die großen Beispiele des italienischen Unternehmertums. Diese Ansammlung von Werten ist zweifelsohne eine unserer Stärken und eine Konstante, auch in Hinblick auf die „Qualität des Handelns“, die wir jetzt unter dem Titel Made in Cassina feiern.

Wenig mehr als achtzig Jahre sind seit der Gründung vergangen, doch schon seit geraumer Zeit ist Cassina ein Name, der in der Welt für das Italian Design schlechthin steht, denn in seiner langen und erfahrungsreichen Entwicklung hat dieses Unternehmen die Entwicklungen, Ideen und Standpunkte der bedeutendsten und interessantesten italienischen, oft auch internationalen Designer zu vereinigen gewusst. Heute stellt diese Entwicklung ein kulturelles Erbe dar, dessen Bedeutung über das Projekt an sich hinausgeht und den Geist dieser neuen industriellen Wirklichkeit zum Ausdruck bringt, den man mit dem Namen Cassina verbindet.

Bei seiner Gründung im Jahre 1927 war das Unternehmen wenig mehr als ein Handwerksbetrieb, konnte aber bald, dank der großen unternehmerischen Umsicht seiner Gründer Cesare und Umberto Cassina, Bestleistungen und Anerkennung erreichen und so zu einem führenden Betrieb in der Welt des Designs werden.

Die Dauerhaftigkeit dieser Vorrangstellung ist dabei das Ergebnis von ehrlichem und brillantem Teamwork, bei dem mutige, entschlossene Unternehmer den Einfallsreichtum und die Fähigkeiten ihrer Mitarbeiter voll zur Geltung zu bringen wussten und wissen und in Zusammenarbeit mit kreativen, den Entwicklungstendenzen der Zeit gegenüber aufgeschlossenen, wahlverwandten Architekten und Designern weitreichende „Visionen“ neuer Wohnszenarien schufen und schaffen.

Von der glorreichen Zeit der 1950er Jahre, als sich mit den Einrichtungsaufträgen für die großen Ozeanriesen bei Cassina ein tiefes Bewusstsein für die Industriekultur des Designs zu bilden beginnt, bis hin zur Begegnung mit der großartigen Persönlichkeit

eines Gio Ponti, dem ersten bedeutenden künstlerischen Berater von Cassina; von der glänzenden Idee Mitte der 1960er Jahre, die Sammlung „Cassina I Maestri“ ins Leben zu rufen, die heute einige der berühmtesten Stücke des internationalen Designs des 20. Jahrhunderts umfasst, unter anderem auch Werke von Le Corbusier, Wright und Mackintosh, bis hin zu den zahlreichen typologischen, formalen und technologischen Erfahrungen mit der Avantgarde des Designs, wobei Namen wie Bellini, Deganello, Magistretti, Scarpa, Kita, Pesce und neuerdings auch Starck und Wettstein zu nennen sind: All diese Erfahrungen bilden das Erbgut Cassinas, das nicht allein weiterlebt, um auf die Entwicklungen der Vergangenheit zurückblicken zu können, sondern vor allem, damit es uns heute eine neue Inspirationsquelle liefert, um die Wohnszenarien der Zukunft im Voraus verstehen und den künftigen Märkten mit Entschlossenheit und Flexibilität entgegentreten zu können.

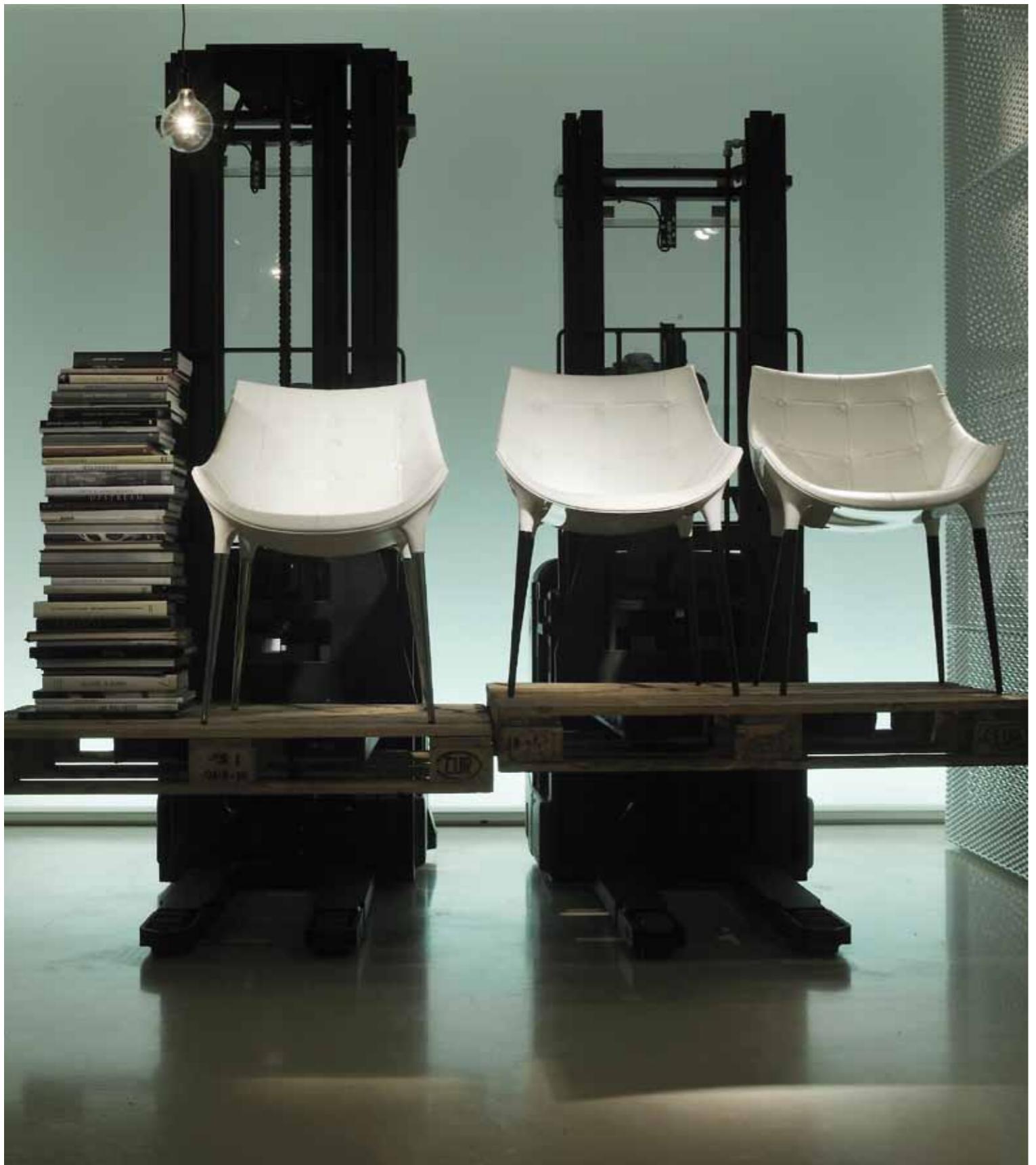
Die Entscheidung, an dieser traditionsreichen Welt teilzuhaben und den Weg der Geschichte des Made in Italy zurückzuverfolgen, wird hier mit dem Willen kombiniert, dem System Italien neue, gut koordinierte Energien zuzuführen, denn nur mit der Bildung starker synergetischer Systeme kann den Herausforderungen und Ansprüchen der immer größeren, internationalen Märkte entgegentreten werden.

Wir wollen hier unser großes Vertrauen in Italien und die kleinen und mittleren Betriebe betonen und aufzeigen, welche Möglichkeiten uns einige der großen Markenzeichen bieten, als Ausdruck einer vorzüglichen Qualität in der Welt des Designs und des Italian Style. In diesem Sinne hat die Firma Cassina ihre Rolle in der Einrichtungsbranche auf internationaler Ebene seit jeher unter einem innovativen, unternehmerischen und kulturellen Aspekt gesehen und spielt so bei der Ausfuhr ihres Markenzeichens und ihrer Produkte auf allen Weltmärkten eine führende Rolle. Und auch in all den Ländern, wie Indien, China und Brasilien, die die Zukunft der Welt bestimmen werden, nimmt Cassina schon heute eine Vorrangstellung ein. Das Prestige, das der Betrieb weltweit besitzt, wird auch durch seine Bekanntheit in Japan bestätigt, wo dieses Markenzeichen eines der fünf bekanntesten Markenzeichen des Made in Italy ist.

Die außergewöhnliche, nie versiegende Fähigkeit in den Bereichen der Innovation, Recherche und Industrialisierung, der ständige Ideenaustausch mit neuen Designern und neuen Ausdrucksformen wie auch die Produktkommunikation stellen den Lebensnerv des Made in Italy dar, vor allem eines innovativen Made in Italy. Sie sind die unbedingte Voraussetzung für die führende Rolle Cassinas auf internationaler Ebene.

In letzter Zeit zitiere ich häufig den berühmten Satz von John F. Kennedy: „Die Menschen vergehen, die Regierungen vergehen, aber die Ideen bleiben erhalten.“ Ich glaube wirklich, dass man den Auftrag der Vergangenheit mit diesem nüchternen Bewusstsein annehmen und ihn, als Synthese eines Wertes, der sich durch Einsatz und Leidenschaft erneuert, in sich tragen muss.

Luca Cordero di Montezemolo



Cassina vuole ripercorrere tutta la sua esperienza e quindi far conoscere tutta quella vitalità, tutta quella espressione e tutta quella forza, avendo però ben presente che questi fondamentali stimoli bisogna saperli portare di fronte a nuovi scenari che impongono delle necessità operative, produttive e competitive moltdiverse da quelle di un tempo.

La questione oggi è quella di tenere alto quel prestigio e quella "qualità del fare" che il processo evolutivo di questa magnifica realtà industriale ci ha tramandato, per portarla di nuovo ad esprimere al massimo livello quel primato di eccellenza nel contesto in cui oggi si deve operare, che pone delle sfide con dei margini di spazio di mercato, e quindi di vita per un'azienda, totalmente diversi rispetto a quelli di solo vent'anni fa.

In questo momento è urgente riscoprire la filosofia del progetto, ovvero quella capacità di riflettere sulle trasformazioni della società e percepire le nuove necessità ambientali alle quali bisogna saper dare delle risposte inedite e originali.

La storia ci insegna che la capacità di cambiare, di evolversi, di essere al passo con i tempi è stata la spinta principale del programma industriale di Cassina. In tal senso noi rendendo omaggio alla formazione e alla crescita culturale e industriale di questo marchio, vogliamo anche acquisire la forza di chiudere una fase storica per aprirne un'altra che, partendo dalla consapevolezza delle sue origini, possa dare vita a una nuova stagione che sappiamo sarà altrettanto di valore e di eccellenza.

While keen to re-examine its own experience as a whole and make known all that vitality, expressive flair and strength, Cassina is clearly aware that these fundamental stimuli must be used to address new scenarios involving operative, productive and competitive requirements that are very different from those of the past.

The task today is to maintain the legacy of prestige and quality developed and handed down to us by this magnificent company so as to bring it back the highest levels and restore its primacy of excellence in the theatre of operations to be addressed today, which involves challenges in terms of market space and hence company survival of a completely different nature from those of just twenty years ago.

It is vital in this period to rediscover the philosophy of design, the capacity to reflect on the transformations of society and perceive the new environmental requirements in such a way as to provide a response of unprecedented originality.

History proves that the ability to change, evolve and keep abreast of the times has been the primary driving force of Cassina's industrial programme. In paying tribute to the creation and the cultural and industrial growth of this company, we are thus also seeking to summon up the strength to bring one historical phase to an end and open up another that is endowed with awareness of its origins from the very outset and hence capable of initiating a new phase of equal value and excellence.

Cassina veut retracer toute son expérience et donc faire connaître toute cette vitalité, toute cette expression et toute cette force, mais sans jamais oublier qu'il faut savoir projeter ces inspirations fondamentales dans de nouveaux contextes qui imposent des nécessités opérationnelles, productives et compétitives très différentes de celles d'autrefois.

Aujourd'hui, le problème est de maintenir au sommet ce prestige et cette « qualité du fai-re » que le processus évolutif de cette magnifique réalité industrielle nous a transmis, pour les amener à exprimer de nouveau au plus haut niveau cette excellence reconnue, en la replaçant dans le contexte actuel, qui lance des défis et impose des marges d'espace de marché, et donc de vie pour une entreprise, totalement différentes de celles d'il y a seulement vingt ans.

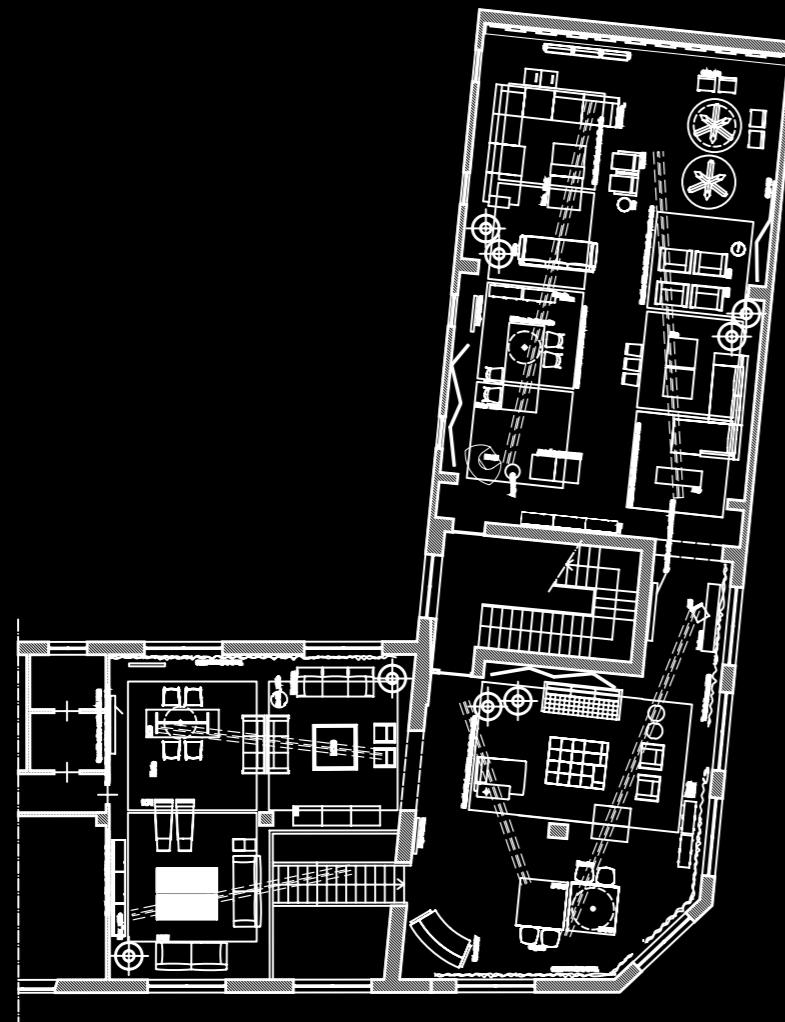
Il est urgent aujourd'hui de redécouvrir la philosophie de projet, c'est-à-dire la capacité de réfléchir sur les transformations de la société et de comprendre ses nouveaux besoins environnementaux, auxquels il faudra savoir apporter des réponses inédites et originales. L'histoire nous enseigne que la capacité de changer, d'évoluer, de vivre avec son temps a été la dynamique principale du programme industriel de Cassina. En ce sens, en rendant hommage à la formation et au développement culturel et industriel de cette marque, nous voulons aussi nous donner la force de clore une phase historique et d'en ouvrir une autre : une nouvelle phase qui parte de la conscience de nos origines et qui puisse donner vie à une nouvelle saison, dont nous savons qu'elle se distinguera par la même valeur et la même excellence.

Cassina ist entschlossen, ihren gesamten Werdegang aufzurollen und somit ihre ganze Vitalität, all ihre Ausdrucks Kraft und Stärke zu zeigen, aber ohne zu übersehen, dass sie in der Lage sein muss, diese grundsätzlichen Antriebe vor neue Szenarien zu bringen, die ganz andere operative, produktive und konkurrenzfähige Voraussetzungen erfordern als früher.

Das Problem besteht heute darin, jenes Prestige und jene „Qualität des Tuns“ hochzuhalten, die uns der Evolutionsprozess dieses einzigartigen industriellen Faktums überliefert hat, damit sie die hervorragende Qualität wieder auf höchstem Niveau in dem Kontext ausdrückt, in dem man heute operieren muss. Das bringt hinsichtlich der Marktraumspannen, und somit für das Leben eines Betriebes, Herausforderungen ganz anderer Art mit sich als noch vor nur zwanzig Jahren.

In diesem Moment ist es dringend notwendig, die Philosophie des Projekts wieder zu entdecken, das heißt, die gesellschaftlichen Veränderungen und die neuen Umweltbedürfnisse wahrzunehmen, die zeitgemäße und originelle Antworten verlangen.

Die Geschichte lehrt uns, dass die Fähigkeit sich zu ändern, sich zu entwickeln, mit der Zeit Schritt zu halten, der Hauptimpuls des industriellen Programms Cassinas war. In diesem Sinne wollen wir der Ausbildung und dem Wachstum dieser Firma auf kultureller und industrieller Ebene Anerkennung verschaffen und eine historische Phase abschließen, um von ihren Ursprüngen ausgehend eine neue zu beginnen, die, und davon sind wir überzeugt, ebenso wertvolle und hervorragende Leistungen hervorbringen wird.



Aprile 2009
Showroom Meda

INDICE

1. le collezioni the collections, les collections, die Kollektionen	16
2a. lo spazio the space, l'espace, der Raum	18
2b. l'illuminazione lighting, l'illumination, die Beleuchtung	24
3a. elementi distintivi distinguishing marks, marques distinctives, charakteristische Elemente	28
3b. la parete luminosa bright wall, cloison lumineuse, Leuchtwand	32
3c. gli elementi divisorii screenings, cloisons, Trennwände	36
3d. i tappeti carpets, tapis, Teppiche	40
3e. le lampade lamps, lampes, Lampen	42
3f. il visual visuals, visual, visual	44
3g. icone icons, icône, Ikone	48
4. la comunicazione the communication, la communication, die Kommunikation	50
5. il progetto the project, le projet, Projekts	54



1. LE COLLEZIONI



Maggio 2008
Showroom Milano

1. le collezioni

Il lay-out distributivo è sviluppato sulla base di un mix di prodotto e linguaggio storico dell'azienda, costantemente aggiornato dall'inserimento di nuovi prodotti e dalla sperimentazione allestitiva Cassina.

Il Concept Cassina si basa su una presentazione del prodotto attraverso aree o ambienti per sottolineare al meglio le peculiarità dei prodotti.

Ogni singolo pezzo della collezione è coordinato in una presentazione di ambiente secondo determinate scelte di immagine, coerenti con la documentazione fotografica dei cataloghi e con le fiere di settore che, a loro volta, diventano occasioni per aggiornamenti del Concept. La Collezione "iMaestri" sono anche proposti con una presentazione iconografica orientata ad aggiungere valore storico e qualitativo dei prodotti "icona". La presentazione Cassina esprime diverse personalità senza connotarsi al realismo di un vero ambiente domestico, offrendo così spunti di utilizzo dei propri elementi.

1. the collections

The commercial lay-out centers upon a combination of product and historical language, continuously updated thanks to the introduction of new products and to Cassina's flair for presentation.

The Cassina display concept is a presentation of products positioned in areas or spaces, with the aim of emphasizing the unique aspects of each individual piece of furniture.

Each piece in the collection is designed to reflect one's 'lifestyle' following a carefully selected choice of image, consistent with Cassina's photographic documentation. The collection "iMaestri" is also represented in a distinctive presentation aimed at portraying the historical value and excellent quality of these "iconic" models. Cassina's displays express different personalities without the realism of a 'home', providing fresh ideas for the use of one's own elements.

1. les collections

Le schéma de répartition a été développé sur la base d'un mix de production et de langage historique de l'entreprise, constamment mis à jour par l'introduction de nouveaux produits et par l'expérimentation de Cassina au niveau de la réalisation des expositions.

Le Concept de Cassina se fonde sur une présentation de la production grâce à des surfaces ou des intérieurs afin de souligner le mieux possible les particularités des produits ; chaque pièce de la collection est coordonnée dans une présentation d'intérieur, suivant des choix d'image déterminés, en cohérence avec la documentation photographique des catalogues et avec les salons de ce secteur, qui deviennent à leur tour des occasions pour actualiser le Concept. La Collection « iMaestri » est aussi proposée avec une présentation iconographique destinée à ajouter de la valeur historique et qualitative aux produits « icône ». La présentation de Cassina exprime différentes personnalités, sans se référer au réalisme d'un véritable intérieur ménager ; ainsi elle suggère diverses occasions d'utilisation pour ses propres éléments.

1. die Kollektionen

Das Layout wird auf der Grundlage eines Mix aus Produkten und historischem Stil des Unternehmens entwickelt und kontinuierlich durch die Aufnahme neuer Produkte und experimenteller Ausstattungen von Cassina aktualisiert.

Die Produktpräsentation des "Concept Cassina" erfolgt in einem Bereich oder Ambiente, in dem die Besonderheit eines jeden Produkts wirkungsvoll zum Ausdruck gebracht wird; die Einzelstücke der Kollektion werden Image-Entscheidungen entsprechend aufeinander abgestimmt, passend zur Fotodokumentation der Kataloge und Fachmessen, die ihrerseits eine Gelegenheit zur Aktualisierung von Concept darstellen. Die ikonographische Präsentation der Kollektion "iMaestri" ist dazu bestimmt, den historischen und qualitativen Wert der „Ikonen“ zu erweitern. Die Präsentation von Cassina bringt die unterschiedlichsten Persönlichkeiten zum Ausdruck, ohne sich an den Realismus einer echten häuslichen Umgebung zu binden und bietet dadurch neue Anregungen für die Verwendung der einzelnen Element.

2a. LO SPAZIO





Giugno 2007
Showroom Milano

Giugno 2009
Showroom Milano

2. lo spazio

Deve essere un contenitore con un equilibrio tra le pareti, pavimento e soffitto ed avere una illuminazione organizzata a spot con coni di luce di diverso diametro per dare enfasi agli ambienti e ai dettagli. Il concept illuminotecnico di Cassina utilizza la luce per rafforzare la visibilità e l'enfasi della presentazione.

Le aree tematiche saranno illuminate mediante sorgenti concentrate a luce calda (incandescenza) per ottenere una corretta resa cromatica delle finiture e dei rivestimenti e per creare un atmosfera ricca di calore.

Tra le diverse aree la luce diminuisce di intensità per rendere più scenografica la visione dell'area successiva.

La presenza poi di pareti luminose, introduce una nuova sorgente di luce che crea un effetto di controluce soft mentre l'introduzione di lampade decorative accentua ancora di più l'effetto scenografico dell'ambiente.

Si ricorda l'importanza dei puntamenti dei faretti dopo lo spostamento degli arredi sul pavimento.

Il colore del pavimento e delle pareti devono essere una cornice neutra agli elementi distintivi che andremo ad aggiungere.

2. the space

Must be a container with a balance between walls, floor and ceiling. Lighting should be used in order to give emphasis to the surroundings and highlight the details of each product.

The thematic areas are illuminated by concentrated and hot light sources to create a warm atmosphere, enabling one to clearly see finishes and coatings of each product.

The usage of lights varies among the different areas.

The presence of wall lights introduces a new source of light that creates a soft atmospheric backlight effect, whilst the introduction of decorative lamps accentuates the impact of the scenographic approach.

It is essential to change the direction of the spotlights in accordance with the changing positioning of the furniture.

The colour of the floor and walls should be neutral in order to contrast the distinctive elements that will be added.





2. l'espace

Doit être un conteneur, avec un équilibre entre les murs, le plancher et le plafond, et l'éclairage doit être organisé avec des spots, des cônes de lumière de différents diamètres pour mettre en relief les intérieurs et les détails.

Le concept technique d'éclairage de Cassina utilise la lumière pour renforcer la visibilité et la mise en valeur de la présentation.

Les zones thématiques seront éclairées par des sources concentrées à lumière chaude (incandescence), afin d'obtenir un rendement chromatique correct des finitions et des revêtements, et de créer une atmosphère riche de chaleur.

Entre une zone et une autre, la lumière diminue d'intensité pour rendre plus scénographique la vision de la zone suivante.

De plus la présence de murs lumineux introduit une nouvelle source de lumière, qui crée un effet de contre-jour soft, tandis que l'introduction de lampes décoratives accentue encore davantage l'effet scénographique du décor.

Nous rappelons qu'il est important de marquer correctement les spots après avoir déplacé les meubles sur le sol.

La couleur du plancher et des murs doit former un cadre neutre pour les éléments distinctifs que nous allons ajouter.

2. der Raum

Ein Raum muss ein "Behälter" mit einem ausgeglichenen Verhältnis zwischen Wänden, Fußboden und Decke sein und die Beleuchtung aus einem Spot mit Lichtkegeln unterschiedlicher Durchmesser bestehen, um den Räumlichkeiten und Details Nachdruck zu verleihen. Lichttechnisch gesehen ist das Konzept von Cassina so ausgelegt, dass Visibilität und Ausdruck der Präsentation verstärkt werden. Die einzelnen thematischen Bereiche werden zur korrekten farblichen Wiedergabe der Feinbearbeitung und Verkleidungen und zur Schaffung einer gemütlichen Atmosphäre mit konzentrierten warmen Lichtquellen (Inkandeszenz) beleuchtet.

Zwischen den einzelnen Bereichen verliert das Licht an Intensität, um die Ausstrahlung des nachfolgenden Bereichs noch effektvoller zu gestalten.

Die Präsenz heller Wände schafft eine neue Lichtquelle, die eine Art sanftes Gegenlicht erzeugt, während die Verwendung dekorativer Lampen die effektvolle Wirkung des Raumes noch verstärkt.

Besonders wichtig ist die Ausrichtung der Strahler auf den Fußboden nach dem Verschieben der Einrichtungsgegenstände.

Die Farbe des Fußbodens und der Wände müssen für die neu hinzukommenden charakteristischen Elementen einen neutralen Rahmen bilden.

2b. L'ILLUMINAZIONE



2. l'illuminazione

Il progetto di illuminazione degli spazi espositivi, nasce dalla ricerca di una soluzione che crei atmosfera all'interno dello spazio espositivo. L'illuminazione d'accento consente una buona comprensione delle forme, delle superfici, e delle textures degli oggetti.

La luce concentrata crea delle ombre marcate che aumentano il contrasto di luminosità rispetto all'ambiente generale accentuando un oggetto in modo particolare.

Evidenziando in questo modo i singoli prodotti, si può così guidare l'attenzione dell'osservatore e creare una gerarchia delle percezioni. L'illuminazione così definita, sarà caratterizzata da una serie di luci puntate sull'ambiente.

Il risultato finale sarà la presenza di accenti di luce che sottolineeranno gli elementi più importanti.

L'illuminazione diffusa crea un'illuminazione omogenea su oggetti o superfici. Si distingue per la sua elevata uniformità e per il gradiente tenue della distribuzione della luce. L'illuminazione diffusa può fare da sfondo ad una illuminazione d'accento.

2. lighting

The choice of lighting used in the design of exhibition spaces is key to creating the desired atmosphere.

The accent lighting permits a good understanding of shapes, surfaces, textures and objects.

The focused light creates strong shadows that enhance the contrast of brightness, emphasizing an object in a particular way.

Highlighting in this way, each product captures the attention of the observer, and creates a hierarchy of perception.

The illumination thus defined, will be characterized by a series of lights cast upon the furniture.

The end result will be the presence of lights that emphasize the most important elements.

The lighting creates widespread uniform illumination on objects or surfaces. It is distinguished by its high uniformity and the gradient of the distribution of faint light.

2. l'illumination

La lumière concentrée crée des ombres marquées, qui augmentent le contraste de luminosité par rapport à l'environnement général, en accentuant un objet en particulier.

En mettant ainsi en relief chaque produit, on peut guider l'attention de l'observateur et créer une hiérarchie des perceptions.

L'éclairage ainsi défini sera caractérisé par une série de lumières pointées sur la pièce.

Le résultat final sera la présence d'accents de lumière qui souligneront les éléments les plus importants.

L'éclairage diffus crée une lumière homogène sur les objets ou sur les surfaces. Il se distingue par sa grande uniformité et par le gradient subtil de distribution de la lumière. L'éclairage diffus peut servir de fond pour un éclairage d'accentuation.

2. die Beleuchtung

Das Beleuchtungsprojekt der Ausstellungsbereiche entstand aus der Suche nach einer Lösung, die dem Ausstellungsbereich eine besondere Atmosphäre verschaffen sollte.

Eine akzentuierte Beleuchtung bringt Formen, Oberflächen und Beschaffenheit der Objekte zur Geltung.

Konzentriertes Licht schafft ausgeprägte Schatten, die zwischen der Helligkeit und dem Raum den Kontrast erhöhen und jeweils einzelne Gegenstände besonders hervorheben.

Durch diese Art der Betonung kann die Aufmerksamkeit des Beobachters auf die einzelnen Gegenstände gelenkt und eine Hierarchie bei der Wahrnehmung erzeugt werden.

Die so definierte Beleuchtung zeichnet sich durch eine Reihe in den Raum gerichteter Lichter aus.

Das Resultat sind Lichtakzente, die die wichtigsten Elemente unterstreichen.

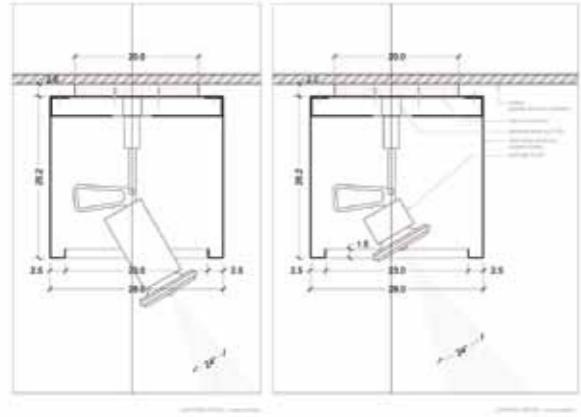
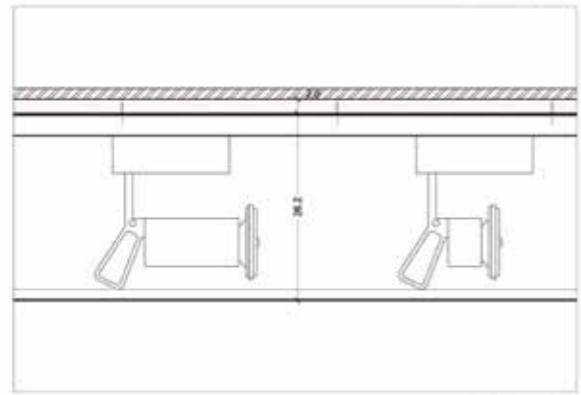
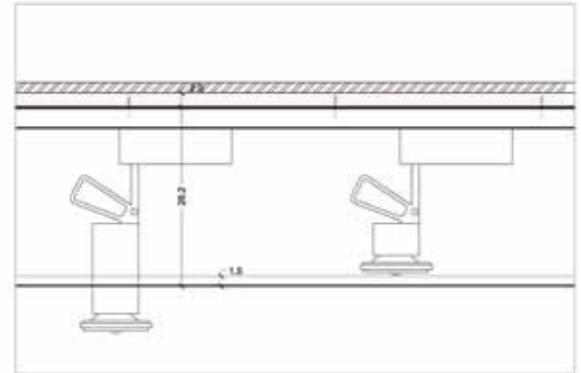
L'effetto ottenuto sarà un grosso "bagliore" centrale, un alone che lo circonda, e ancora una zona a basso illuminamento perimetrale, derivata dalle varie riflessioni della luce.
Il risultato finale saranno delle vere e proprie macchie nell'ambiente, dove un accento di luce sottolineerà gli elementi più importanti.

The result is a stunning central 'glow', with a more subtle use of lighting in the peripheral area.

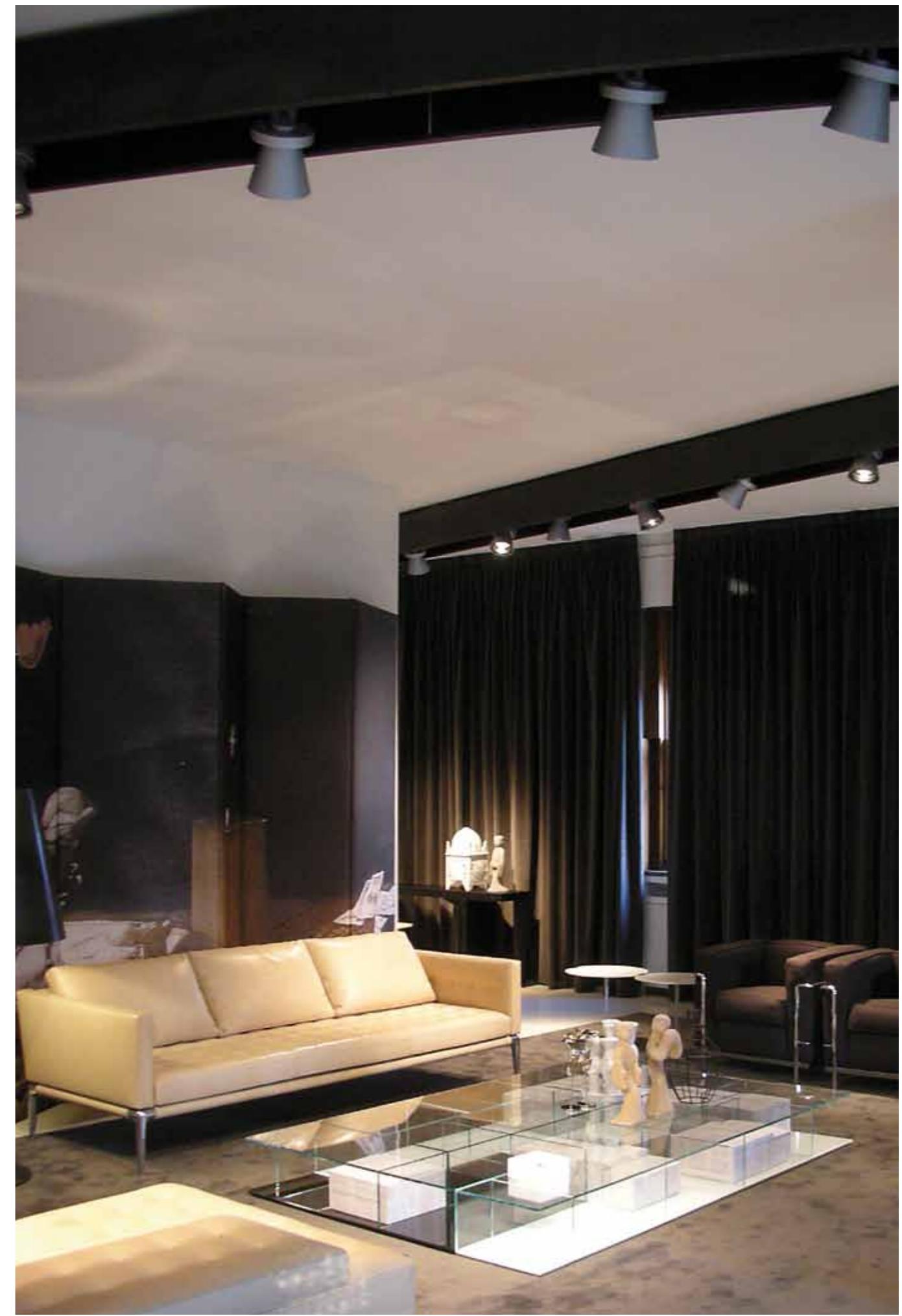
The final result will be of real 'stains' in the space, where a hint of light will underline the most important elements.

L'effet obtenu sera une grande « lueur » centrale, un halo qui l'entoure, et encore un périmètre faiblement éclairé, dérivant des divers reflets de lumière.
Le résultat final créera de véritables taches dans la pièce, où un accent de lumière soulignera les éléments les plus importants.

Die diffuse Beleuchtung erzeugt flächendeckende Lichtverhältnisse auf Objekte und Oberflächen. Sie zeichnen sich durch äußerst gleichmäßige Beleuchtung und den sanften Gradienten der Lichtverteilung aus. Diffuses Licht kann den Hintergrund für akzentuierte Beleuchtung bilden.



Aprile 2009
Showroom Meda



3a. ELEMENTI DISTINTIVI





3. elementi distintivi

L'identificazione dello spazio inizia proprio con il logo Cassina illuminato che apre le porte ed invita al percorso tra gli ambienti. È stato concepito per avere la massima visibilità all'interno del negozio. Proposto nella soluzione da terra oppure sospeso. Nella definizione dei percorsi e dei punti di vista più importanti, è definita una divisione dello spazio con l'aiuto di elementi come: Pareti luminose, Paraventi grafici, Tappeti, Lampade, Visual. Inoltre, per le icone dei Maestri è previsto un tappeto Cassina dove sono presenti i segni che indicano la posizione e un paravento con i ritratti fotografici dei Maestri.

3. distinguishing marks

The identification of space begins with the illuminated Cassina logo, indicating the path between the different settings. It was designed for maximum visibility inside the store fixed to the ground or suspended. The most relevant paths and points of view are defined through the division of space with the help of distinctive elements such as: Wall lights, Graphic screenings, Carpets, Lamps, Visuals. For the iconic pieces of the iMaestri collection, carpet is used with signs providing information regarding the products in addition to photographic portraits of the designers.

3. marques distinctives

L'identification de l'espace commence justement avec le logo Cassina éclairé, qui ouvre les portes et invite le visiteur à parcourir les différentes pièces. Il a été conçu pour permettre le maximum de visibilité à l'intérieur du magasin. Proposé dans la version au sol ou bien en suspension. Dans la définition des parcours et des points de vue les plus importants, on a divisé l'espace à l'aide d'éléments comme : Murs lumineux, Paravents graphiques, Tapis, Lampes, Visual. En outre, pour les icônes des Maîtres, on a prévu un tapis Cassina, où des signes indiquent la position, et un paravent avec les portraits photographiques des Maîtres.

3. carakteristische Elemente

Die Kennzeichnung der Räumlichkeiten beginnt mit dem beleuchteten Logo von Cassina, das zum Eintreten auffordert und zur Entdeckung der einzelnen Bereiche einlädt. Es wurde so ausgelegt, dass innerhalb des Geschäfts maximale Visibilität gewährleistet ist. Als Stehlampe oder Hängebeleuchtung erhältlich. Die Anordnung der wichtigsten dem Besucher vorgegebenen Wege und Perspektiven wird durch die räumliche Trennung mithilfe folgender Elemente unterstützt: Helle Wände, Grafische Wandschirme, Teppiche, Lampen, Visual. Für die Ikonen der „Maestri“ ist ein Teppich von Cassina vorhanden, auf dem Zeichen die jeweilige Position angeben sowie ein Wandschirm mit den Porträts der Meister.



3b. LA PARETE LUMINOSA





3. parete luminosa

L'illuminazione diffusa crea un'illuminazione omogenea su oggetti o superfici. Si distingue per la sua elevata uniformità e per il gradiente tenue della distribuzione della luce. L'illuminazione diffusa può fare da sfondo ad una illuminazione d'accento.

3. bright wall

The subtle background lighting casts a uniform effect on objects or surfaces. It is distinguished by its consistent usage and soft gradient. This lighting can be used as a background for accent lighting.

3. cloison lumineuse

L'éclairage diffus crée une lumière homogène sur les objets ou sur les surfaces. Il se distingue par sa grande uniformité et par le gradient subtil de distribution de la lumière. L'éclairage diffus peut servir de fond pour un éclairage d'accentuation.

3. Leuchtwand

Die diffuse Beleuchtung erzeugt flächendeckende Lichtverhältnisse auf Objekte und Oberflächen. Sie zeichnen sich durch äußerst gleichmäßige Beleuchtung und die sanften Gradienten der Lichtverteilung aus. Diffuses Licht kann den Hintergrund für akzentuierte Beleuchtung bilden.

Aprile 2009

Showroom Meda

Maggio 2008

Showroom Milano



3c. GLI ELEMENTI DIVISORI





3. elementi divisori

Paraventi suggestivi di Arte Classica rappresentata da pittura fiamminga e olandese del '600.

3. screenings

Evocative screens of classic art representing Flemish and Dutch paintings from XVII century.

3. cloisons

Seggestifs paravents d'art classique représentants la peinture flammande et hollandaise de XVII siècle.

3. Trennwände

Faszinierende Wandschirme mit klassischer Kunst, die flämische und niederländische Malerei aus dem XVII Jahrhundert darstellen.



3d. I TAPPETI



Gennaio 2007
Stand Colonia

3e. LE LAMPADE



3f. IL VISUAL





3g. LE ICONE



Paravento "I Maestri" h 220 cm
Tappeto dimensione 400 x 300 cm

3. icone

La presentazione iconografica della Collezione iMaestri, raccoglie gli elementi più rappresentativi dei sette Maestri in una cornice che associa autore e modello.

3. icons

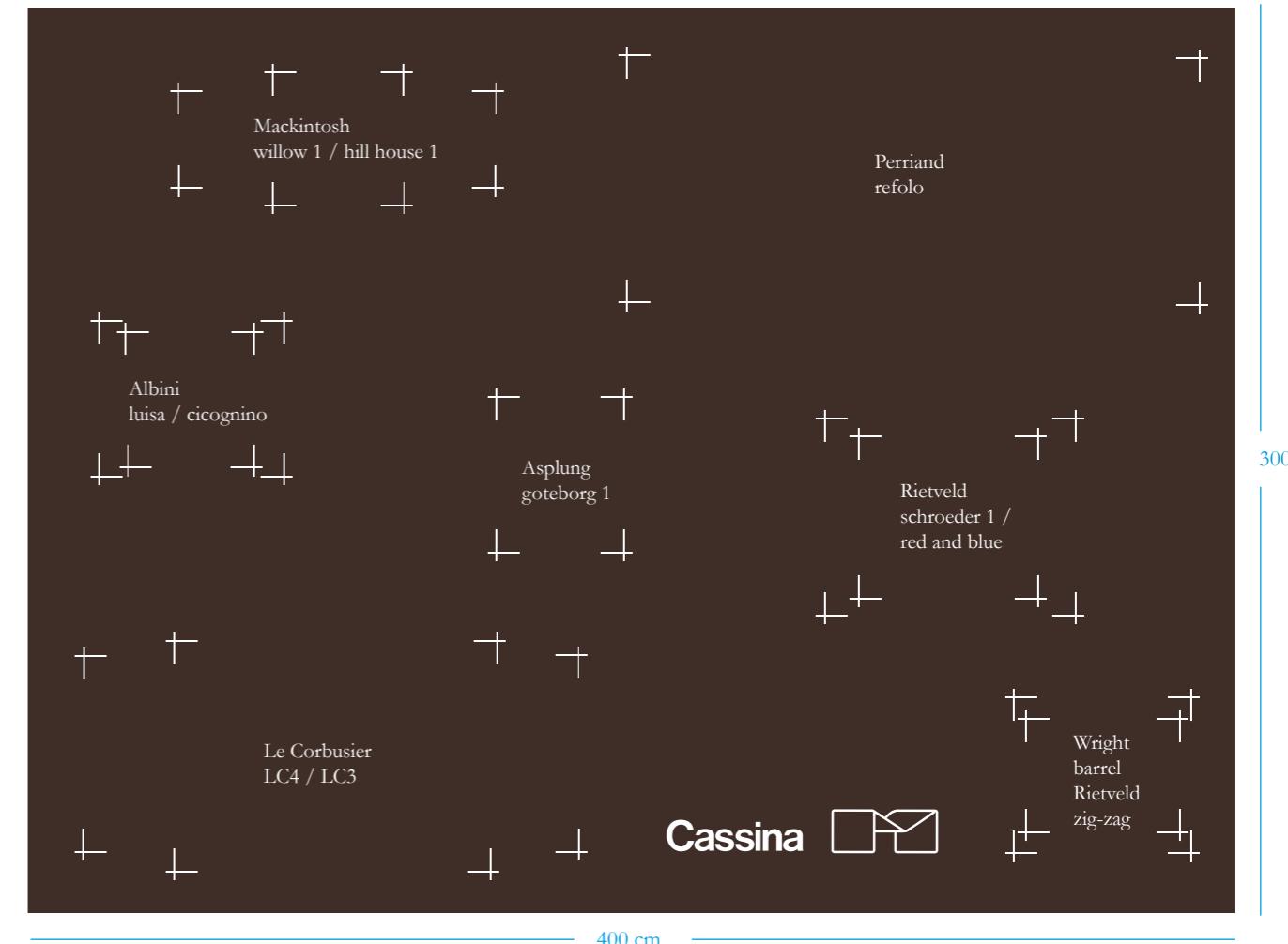
The iconographic presentation of the iMaestri collection shows the most representative elements of the seven Masters in a way which combines author with products.

3. icône

La présentation iconographique de la collection iMaestri englobe les éléments les plus représentatifs des sept Maîtres dans un cadre qui associe l'auteur et ses modèles.

3. ikone

Die Präsentation der Kollektion iMaestri in Bilder zeigt die wichtigsten Eigenschaften von den sieben aistern in einem Rahmen, wo der Autor und seine Werke dargestellt sind.



4. LA COMUNICAZIONE



4. la comunicazione

La comunicazione si sviluppa attraverso dei segni che si trovano lungo il percorso dell'allestimento Cassina.

La presenza in prossimità degli ambienti, di targhe didascaliche indicanti i riferimenti ai prodotti, evidenzia di nuovo il logo Cassina. Anche la presenza del libro "Made in Cassina" sugli scaffali delle librerie o sui tavoli contribuisce fortemente alla valorizzazione del marchio attraverso il racconto della storia, della qualità e della contemporaneità di Cassina.

4. the communication

The communication of information regarding each product is developed through the signs that are present along the path of the Cassina display.

The usage of plaques (with captions and detailed explanations concerning each product) within each area, employs once more the Cassina logo.

The "Made in Cassina" book can be seen on the shelves of bookcases or on tables, further enhancing the brand through the narration of Cassina's history, quality, and contemporary aspect.



4. la communication

La communication se développe grâce à des signes qui se trouvent tout le long du parcours de l'exposition Cassina.

La présence, à proximité des pièces, de plaques de légende indiquant les références aux produits, met à nouveau en évidence le logo de Cassina.

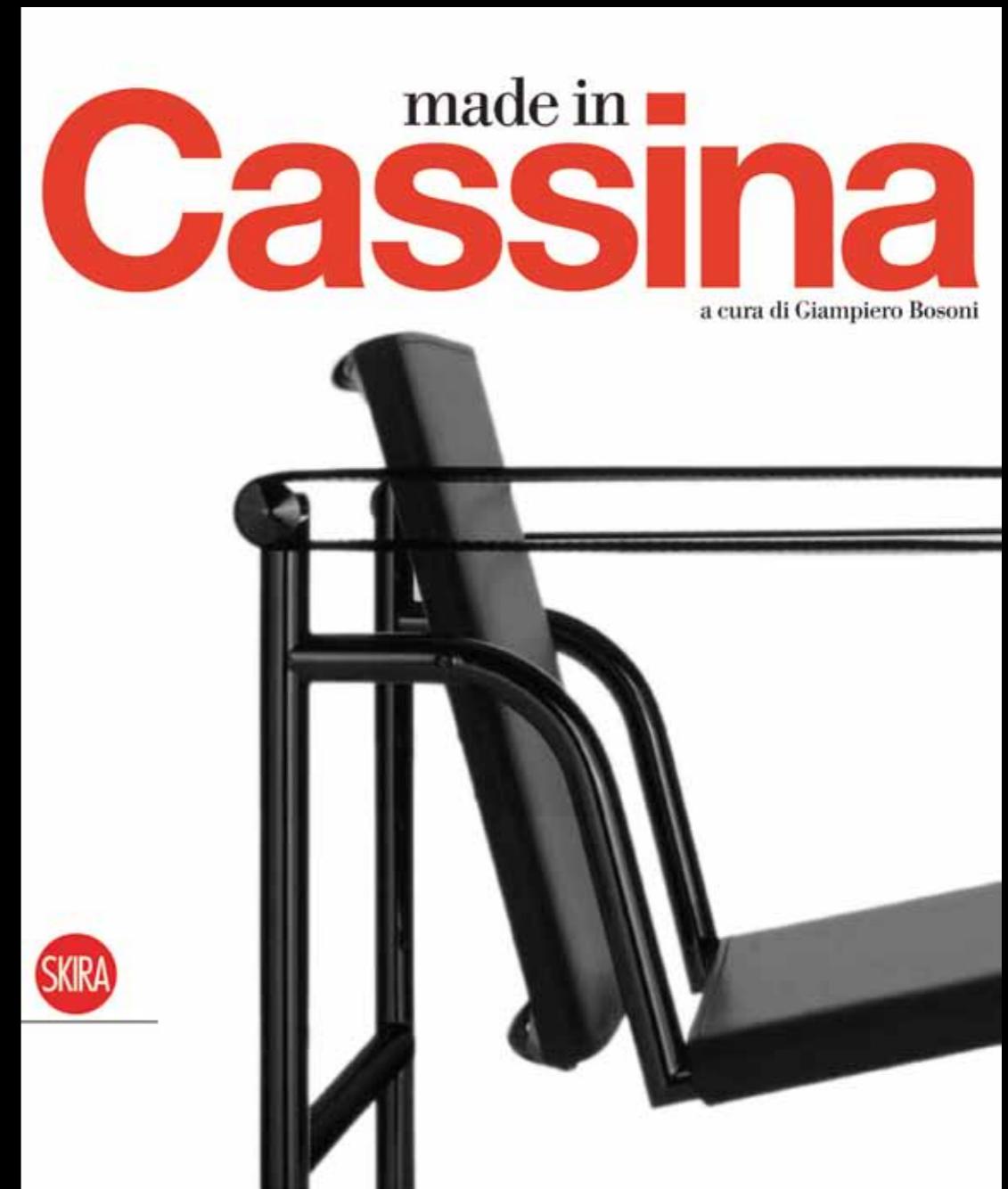
La présence du livre « Made in Cassina » sur les rayons des bibliothèques ou sur les tables contribue aussi fortement à mettre en valeur la marque en racontant l'histoire, la qualité et l'actualité de Cassina.

4. die Kommunikation

Die Kommunikation erfolgt durch Kennzeichnungen entlang des vom Besucher zurückgelegten Wegs bei der Betrachtung der Einrichtungsgegenstände von Cassina.

In der Nähe der einzelnen Räume befinden sich Schilder mit Produktinhalten, die erneut das Logo von Cassina hervorheben.

Auch das auf den Bücherregalen oder Tischen ausgelegte Buch "Made in Cassina" trägt durch Erzählungen über die Geschichte, Qualität und Aktualität von Cassina sehr stark zur Anerkennung der Marke bei.



5. IL PROGETTO



5. la qualità del progetto

La presentazione del progetto contiene i valori di immagine e qualità della filosofia Cassina e trasferirà anche nella sua veste grafica e di packaging questi valori.

5. the quality of the project

The presentation of the project embodies the values of the image and quality of Cassina's philosophy and transfers these values even in its graphic layout and packaging.

5. la qualité du projet

La présentation du projet contient les valeurs d'image et de qualité de la philosophie Cassina, et elle transférera aussi ces valeurs au niveau de la graphique et du packaging.

5. die Qualität des Projekts

Die Präsentation des Projekts umfasst alle Image- und Qualitäts-werte der Philosophie von Cassina, die auch in der grafischen Aufmachung und Verpackung deutlich zu erkennen sind.



