

# LAPALMA

www.lapalma.com

## **Come nasce Lapalma e quale è la filosofia alla base del suo successo?**

Lapalma nasce nel 1978 con la vocazione di realizzare dei prodotti riconoscibili, universali e di grande appeal internazionale. Oggi, dopo 34 anni, esportiamo in oltre 55 Paesi. Il nostro focus è sul design di prodotto come eccellenza e creazione di valore aggiunto su esso. Cerchiamo di essere innovativi sondando valenze sia tecnologiche che estetiche, e ponendo attenzione ai materiali. Ogni singolo prodotto è frutto di una ricerca attenta tanto dal punto di vista formale che della sua funzionalità. In questi anni abbiamo studiato linee di prodotto diverse ma coerenti fra loro. Ci siamo rivolti in questo anche a giovani designers. Quando riceviamo un disegno non guardiamo il nome ma il prodotto, è questa la filosofia che ci ha portato al successo. Abbiamo ottenuto premi e riconoscimenti internazionali come il Good Design Award in Giappone nel 2001 o Fx International Interior Design Award a Londra nel 2000, e anche grazie ad essi, dopo oltre 10 anni, lo sgabello LEM disegnato da Shim & Tomoko Azumi continua a vivere ed essere venduto nel mondo, tanto da essere diventato un classico del design, esposto anche nell'esibizione permanente del Victoria & Albert Museum di Londra. L'azienda non ha mai dimenticato di guardare anche all'aspetto ecologico, anche in tempi in cui l'attenzione all'ambiente non era così forte. Abbiamo sempre cercato di utilizzare materiali completamente riciclabili, le componenti in metallo vengono realizzate in acciaio, i legni provengono da piantagioni controllate, l'utilizzo di plastica è ridotto al minimo. Recentemente, con la costruzione della nuova sede, sono stati installati sul tetto dell'edificio pannelli fotovoltaici che producono elettricità senza emissione di CO<sub>2</sub>. Attualmente è in atto l'implementazione del sistema di gestione ISO 14001.

## **Le vostre referenze si trovano soprattutto fuori dell'Italia. Come vi spiegate questo traguardo e quali sono i principali vostri segmenti di mercato?**

All'estero, soprattutto in Nord Europa e in Paesi come la Germania, si investe di più nel Design. Questo può sembrare paradossale, se consideriamo che in Italia sono molte le aziende produttrici nel settore del design. I nostri prodotti sono molto apprezzati nel settore del contract. Ad esempio siamo riusciti ad affermarci nell'automotive attraendo l'interesse di aziende quali Audi, BMW, Volkswagen. Le nostre linee sono un preciso sinonimo di stile, precisione e funzionalità e per questo le case

automobilistiche le raccomandano nelle concessionarie, per le sale d'aspetto come per gli stand fieristici. I nostri prodotti rispondono a diversi segmenti di mercato: banche, hotel, uffici e spazi aziendali e in tutti quei luoghi e realtà in cui l'accoglienza del cliente è un valore aggiunto. McDonald's Europa, Deutsche Bank a Milano, Schiphol Airport ad Amsterdam, Hotel Mercure a Roma, Virgin Active UK sono alcuni esempi.

## **Come si converte un'idea in un prodotto?**

L'industrial design vuole prodotti belli a costi ragionevoli, pertanto si devono trovare soluzioni produttive economiche, senza compromettere la credibilità del prodotto finito. Per questo, nelle fasi lavorative, sono necessarie tecnologie avanzate e macchinari di nuova generazione. La difficoltà in questo settore è sì quella di trovare delle idee vincenti, ma occorre che queste possano essere realizzate con semplicità. Il design in questo senso è fondamentale. Nei disegni che riceviamo da tutto il mondo cerchiamo anche questo tipo di pensiero. Sappiamo che oggi immettere prodotti sul mercato, già ricco e saturo, allo stesso tempo, di possibilità, non è certo impresa facile. Per questo nei disegni, come nelle idee, ricerchiamo contenuti e intuizioni forti. Dobbiamo cercare di fare dei prodotti che siano trasversali, che possono collocarsi nell'ambiente del contract senza disdegnare l'uso domestico. Lavorare in questo ambito richiede anche ingenti sforzi di gestione e controllo della qualità. Di conseguenza occorre organizzare la produzione e la logistica. Per questo Lapalma ha realizzato a Cadoneghe una fabbrica di nuova concezione, un'architettura sobria ed elegante, che ospita insieme automazioni, laboratori, showroom e ambienti di lavoro spaziosi e luminosi.

## **Cosa ha in serbo per il futuro Lapalma e che consiglio vi sentite di dare ai giovani che oggi si avvicinano al mondo del design?**

Per il futuro l'obbiettivo, oltre a quello di porre sempre maggiore attenzione alle tematiche ambientali, fondamentali per il benessere di ognuno, è quello di consolidare i risultati raggiunti in questi anni, affidandoci alla tecnologia in continua evoluzione, accettando le sfide che essa offre, senza tradire i principi e la filosofia che in questi anni hanno caratterizzato e ispirato le nostre collezioni. Ai giovani che si avvicinano al design, ci sentiamo di consigliare di partire sempre da un'idea chiara e svilupparla tenendo ben presente il destinatario a cui desiderano indirizzarla, ovvero l'azienda che ritengono possa essere il realizzatore della loro idea.

## **How did Lapalma start and what is the philosophy behind its success?**

Lapalma was founded in 1978 with the purpose of manufacturing versatile and striking products with a strong international appeal. Today, after 34 years, we export to more than 55 countries. We focus on outstanding design as added value to our products. We try to be innovative by exploring new technological and aesthetic frontiers, and by paying attention to the raw materials we use. Each product is the result of careful research of both its aesthetic and its functional features. In these years we have created a number of diverse yet consistent product lines. In this process we have turned to young designers as well. When we receive a product-design we like to consider the product itself rather than the name underneath it. This strategy has proven to be very successful for us. We have received awards and international acknowledgements such as the Japanese Good Design Award back in 2001 and the FX International Interior Design Award in London in 2000. It is also thanks to these that after more than 10 years the LEM stool designed by Shim & Tomoko Azumi continues to thrive and sell globally so as to become a classic of Design. In fact it is displayed in the permanent exhibition of the Victoria & Albert Museum in London. Over the years the company has always had special regards for the environment, even in the time in which the awareness was not as strong as nowadays. We have always tried to use fully recyclable materials, our metal components are in steel, we only use Controlled Wood and our use of plastic is minimal. With the recent construction of our new plant we have installed solar panels on the roof of the building so as to produce 100% green electricity. We are currently implementing the ISO 14001 management standards.

## **Most of your customers are from outside Italy. How did you achieve this milestone and which are your main market segments?**

Abroad, especially in Northern Europe and in countries like Germany, they are prepared to invest more in Design. This may seem paradoxical, if we consider that in Italy there are so many Design producers. Our products are very popular in the Contract Market. For example, we have managed to establish ourselves in the automotive industry, receiving the interest of companies such as Audi, BMW, Volkswagen. Our product lines are synonymous with style, precision and functionality and for this reason car manufacturers recommend us to their dealers, for

their waiting rooms as well as for trade show displays. Our products meet the demands of diverse market segments: banks, hotels, offices and business rooms, and all those places and situations in which customer reception is an added value. McDonald's Europe, Deutsche Bank in Milan, Schiphol Airport in Amsterdam, Mercure Hotel in Rome, Virgin Active UK are just a few examples.

## **How do you convert an idea into a product?**

Industrial Design means beautiful products at a reasonable cost, so you must find cost-friendly solutions for your production without jeopardizing the credibility of your final products. For this reason, in course of production, you must use advanced technology and cutting-edge equipment. The great difficulty in our field is that we need brilliant ideas, yet they should be feasible with simplicity. In this sense good design is vital. In the drawings that we receive from around the world we look for this kind of quality. We realize that today it is not easy at all to introduce new products in the market, which is already saturated yet at the same time rich with possibilities. Therefore we search for strong content and insights in both design and ideas. We must try to make our products transversally, so that they can suit a Contract Market context just as well as a domestic environment. Working in this field also requires considerable efforts in management and quality control. Production and logistics must be organized with special care. For this reason Lapalma has created a plant in Cadoneghe by a new concept, with a sober and elegant interior design, that houses automation as well as workshops, showrooms and spacious and bright workplaces.

## **What does the future hold for Lapalma and which advice would you give to the young people that are approaching the world of design today?**

Apart from caring increasingly for environmental issues, that are vital for the well-being of all of us, our goal for the future is to consolidate the results that we have achieved in these years, by relying on the continuously evolving technology and picking up the challenges offered by it, without betraying our principles and philosophy that have distinguished and inspired our collections so far. To young people that are approaching Design, we would like to advise to start always from a clear idea and then develop it, keeping well in mind whom it is meant for, meaning the company that they believe might become the producer of their design.



IMMAGINI CHE RACCONTANO IL MONDO LA PALMA. ALCUNI DEI PRODOTTI DI ECCELLENZA REALIZZATI NELLA ACCOGLIENTE E LUMINOSA FABBRICA DI CADONEGHE. QUI LE MANI SONO AL LAVORO TUTTI GIORNI PER DARE CORPO ALLE IDEE E AI PROGETTI DI DESIGNERS PROVENIENTI DA TUTTO IL MONDO. IN BASSO A DESTRA I FRATELLI MARCATO TITOLARI DELL'AZIENDA.

PAGINA PRECEDENTE: PROFILO DELLO SGABELLO LEM, PRODOTTO PLURIPREMIATO DI LAPALMA, DISEGNATO DA SHIN & TOMOKO AZUMI. IMAGES SHOWING THE WORLD OF LAPALMA. SOME OF THE EXCELLENT PRODUCTS THAT WERE MADE IN THE BRIGHT AND FRIENDLY ATMOSPHERE OF THE CADONEGHE PLANT. HERE ALL HANDS ARE AT WORK EVERY DAY TO GIVE SHAPE TO THE IDEAS AND PROJECTS OF DESIGNERS FROM THE WHOLE WORLD. BELOW AT THE RIGHT SIDE THE MARCATO BROTHERS, THE OWNERS OF THE COMPANY. PREVIOUS PAGE: THE LEM STOOL, THE AWARD-WINNING LAPALMA PRODUCT DESIGNED BY SHIN & TOMOKO AZUMI, IN SILHOUETTE.

