

# INTERNI

THE MAGAZINE OF INTERIORS  
AND CONTEMPORARY DESIGN

N° 9 settembre  
SEPTEMBER 2011

MENSILE/MONTHLY ITALIA € 10  
A € 24 - B € 23 - CH CHF 29 - E € 18  
F € 15 - GR € 18 - P cont. € 18 - UK £ 15

Poste Italiane SpA - Sped. in A.P.D.L. 353/03  
art.1, comma 1, DCB Verona  
MONDADORI



ICJ *ITALIAN  
CREATIVE  
JUNCTIONS*



ITALY > < WORLD



NATIONAL > < INTERNATIONAL  
INDUSTRY MARKETS



DESIGN > < NEW  
MASTERS GENERATION





ICJ

VISTA NOTTURNA DELL'EDIFICIO ANNI SETTANTA, DAL TIPOICO SVILUPPO BASSO E LONGITUDINALE, RISTRUTTURATO CON L'INNESTO DI UN NUOVO INVOLUCRO RIVESTITO IN FORMELLE DI VETROCEMENTO DI GRANDE FORMATO E SPESSORE, APPOSITAMENTE REALIZZATE SU DISEGNO. L'IMMAGINE ARCHITETTONICA COMPLESSIVA INTENDE RICHIAMARE QUELLA DI UN "DADO LUMINOSO INCASTRATO IN UN VOLUME PIRAMIDALE FATTO DI SOLO PRATO". IN PRIMO PIANO IL SENTIERO CON LE 30 STEPPING STONES DI ORIGINE CINESE VERSO L'INGRESSO.

PAGINA A FIANCO, UNA DELLE DUE SERRE INTERNE CHIUSE DAL CUPOLINO IN POLICARBONATO CHE GARANTISCE L'OTTIMALE MICRO-VENTILAZIONE DI PIANTE E ALBERI, COME IN UN GIARDINO D'INVERNO.

## Le imprese in scena 3./ BONALDO SHOWROOM

foto di Paolo Golumelli



**Sede:** Borgoricco, Padova  
**Anno nascita azienda:** 1936. Giovanni Vittorio Bonaldo fonda una prima impresa artigianale specializzata nella realizzazione di elementi d'arredo in metallo.  
Il Gruppo Bonaldo nasce nel 1981

**Tipologia prodotti:** divani, letti, sedute, tavoli e complementi d'arredo

**Firme del design internazionale che hanno disegnato per il brand:** Ron Arad, Mauro Lipparini, Bartolo Design, D'Urbino e Lomazzi, Massimo Iosa Ghini, Toshiyuki Kita, Iliaria Marelli, Mario Mazzer, Luca Nichetto, Karim Rashid, Denis Santachiara, Giuseppe Viganò

**Dimensioni del nuovo showroom aziendale:** 6.000 mq  
**Tempi di realizzazione:** 26 mesi (2009-2011)  
**Destinazione:** showroom, museo aziendale, laboratori tematici

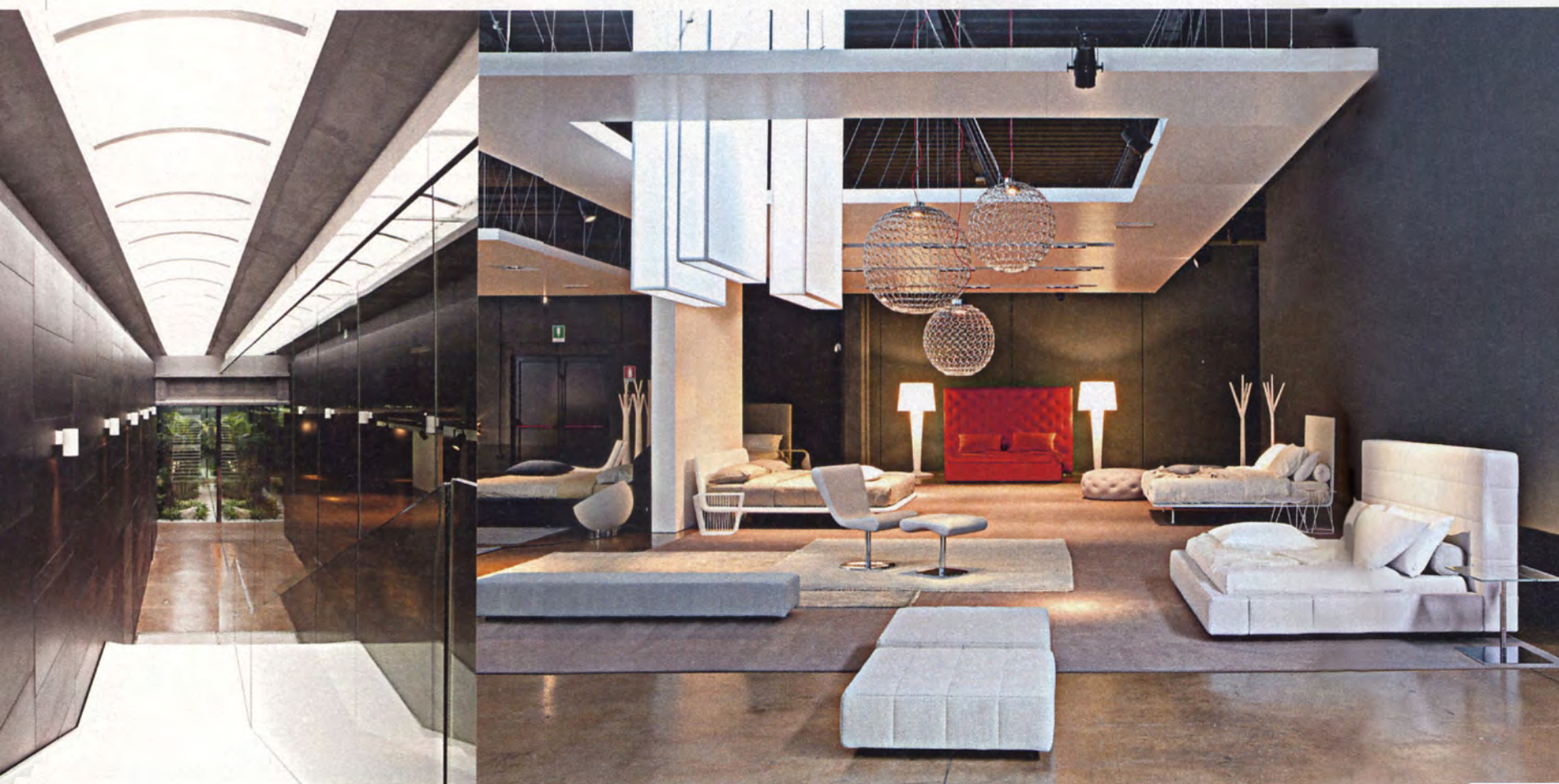
**Progettista:** Mauro Lipparini

### il racconto di albino bonaldo (il presidente) e di sabrina bonaldo (direzione marketing)

"Non mi entusiasma parlare e ricordare del passato. Preferisco concentrarmi sul futuro. Ho ancora voglia di fare, di inventare e di misurarmi ogni mattina con nuove sfide. Com'era nel 1981, quando ho iniziato la produzione artigianale di letti, materassi e reti e, a seguire, di accessori della casa, ottimizzando quanto avviato nel 1936 da mio padre. Oggi mi affiancano i figli, Sabrina e Alberto, che hanno tutta l'energia e il *know how* per inquadrare il percorso del nostro gruppo aziendale in un quadro narrativo più ampio che abbraccia la storia del design italiano e l'evoluzione del *lifestyle* degli ultimi decenni. Questo showroom pensato anche per l'allestimento di laboratori di idee e *workshop* intende esserne valido testimone. L'azienda è infatti ormai diventata un microcosmo che distilla culture differenti, attraverso la collaborazione con designer di ogni provenienza". Gli fa eco Sabrina Bonaldo che, in azienda, si occupa della direzione marketing: "Dobbiamo chiamarlo showroom, ma solo perché non esiste un termine che da solo racchiuda l'idea di punto di incontro, di porta aperta alle idee, alla condivisione, alla comunicazione di installazioni artistiche, di design, di architettura e di tecnologia. Nel segno di una ricerca linguistica trasversale".

LA *riconversione* DI UN'unità produttiva (OGGI *integrata* NEL VICINO CENTRO DI villanova) DIVENTA L'occasione PER DARE *forma* A UN'ARCHITETTURA *flessibile*, DESTINATA A spazio espositivo E non solo, CHE VIVE, NELLA SUA *apertura*, DI *palcoscenici* MUTEVOLI



LA SCALA SVILUPPATA LUNGO IL PERIMETRO, ACCANTO AI GIARDINI D'INVERNO, CHE CONDUCE AL PRIMO LIVELLO. NELLE ALTRE IMMAGINI, DUE AREE DELLO SPAZIO ESPOSITIVO CONCEPITO COME UN PALCOSCENICO ININTERROTTO E FLUIDO, IN GRADO DI ACCOGLIERE EVENTI DIVERSI. ELEMENTO DI CONTINUITÀ SU ENTRAMBI I LIVELLI, LE PARETI RIVESTITE IN MDF VERNICIATO IN PASTA E INCOLLATO A PARETE.

### *il concept del progetto nel racconto di mauro lipparini*

“Un dado luminoso incastrato in un volume piramidale: così ho immaginato lo spazio, quando Sabrina e Alberto Bonaldo mi hanno parlato dell'idea di trasformare una parte storica dell'azienda, l'unità produttiva anni Settanta degli imbottiti denominata Styling, in un luogo-simbolo nel quale potessero convivere il passato, il presente e un futuro ricco di stimoli. Da qui le scelte: l'edificio è stato realizzato completamente in vetrocemento, con 7.911 formelle a superficie sagomata, di grande formato e spessore. Ogni elemento è finito internamente a specchio in modo da catturare la luce, così che l'intera facciata la rifletta in modo irregolare, creando un fronte di onde luminose. Il percorso verso l'ingresso restituisce il carattere aperto dello spazio con un sentiero formato da 30 *stepping stones*, pietre provenienti dalle regioni cinesi dello Jangxi e del Fujian, benauguranti secondo la cultura locale e disposte reinterpretando le

espressioni dei giardini orientali. La grande porta a vetri introduce nella prima zona di accoglienza. L'edificio è suddiviso in due aree principali: una parete centrale bianca risulta l'unico diaframma all'interno dello spazio espositivo continuo e aperto, in grado di accogliere gli eventi più diversi, delimitati virtualmente da sedici controsoffitti bianchi che indicano, senza vincolarlo, i vari episodi. Veicolano l'attenzione due aree verdi: suggestivi giardini d'inverno a tutta altezza, popolati di piante e alberi in grado di adattarsi alle particolari condizioni climatiche ricreate all'interno delle serre, delle quali il cupolino in policarbonato garantisce la micro-ventilazione. Una scala illuminata, elemento architettonico e segno grafico catalizzante, conduce al piano superiore dove si trovano gli uffici, i generosi spazi-meeting e il museo dell'azienda, con le presse, i macchinari e le fotografie che appartengono alla sua storia”.



L'AMPIA SALA, AL LIVELLO SUPERIORE, DEDICATA AI MEETING AZIENDALI E DELIMITATA SUL FONDO DA UN DIVISORIO IN VETRO SERIGRAFATO E RETROILLUMINATO. OLTRE, SI APRE IL MUSEO BONALDO.