

UN NETWORK PER VALORIZZARE UNICITÀ E MADE-TO-MEASURE

Q&A: il progetto Theinteriordesign.it raccontato da Francesco Tursini



SPAZIO TID: CREATIVITÀ E UNICITÀ IN OGNI DETTAGLIO IN VIA MONTE PORDOI 8 A BARANZATE

Francesco Tursini racconta la filosofia che fa da sfondo ad ogni elemento dell'innovativo progetto TID, dalla ricerca di progetti e talenti fino al rapporto con i clienti.

Come nasce il progetto TID?

Theinteriordesign.it nasce dall'idea di riconoscere ed esaltare l'enorme valore del **metodo**, delle **conoscenze** e della **creatività**, caratteristiche spesso sottovalutate, di architetti e designer. Il nostro obiettivo è di creare un network in grado di far circolare le idee più giovani e creative nell'attuale panorama del design rendendo così più efficace e semplice l'incontro tra domanda e offerta.

Vogliamo far scoprire al pubblico che è pieno di **giovani talenti**, non ancora noti, sia in Italia che all'estero e che spesso proprio dalle contaminazioni culturali tra paesi e tra forme creative differenti, come arte e design, nascono i progetti più innovativi ed interessanti.

Abbiamo così identificato una filosofia alla base delle nostre proposte editoriali e della selezione di progetti e prodotti che può essere sintetizzata nei seguenti **punti cardine**:

Trasparenza: la chiarezza nella relazione tra il cliente e il designer è un nostro obiettivo primario.

Innovazione: il mondo del design è in continuo mutamento ed evoluzione grazie a nuovi materiali, a soluzioni creative e a nuove interpretazioni o utilizzi di "oggetti classici".

Democraticità: è possibile dare nuova vita ad una stanza o ad un intero appartamento grazie ad accorgimenti semplici ed economici.

Personalità: uscire dal coro, scoprendo oggetti unici e soluzioni su misura, è il nostro credo.

Come vengono scelti designer e opere che decidete di rappresentare?

Dai principi e dalla **filosofia aziendale** identificata in modo chiaro all'inizio del nostro percorso siamo passati alla ricerca dei prodotti che li rispecchiassero al meglio. E' stato un cammino lungo, interessante, pieno di sorprese e di aneddoti curiosi e anche divertenti che se avrete modo di passare a trovarci in showroom sarò lieto di raccontarvi... potrebbero servire giorni interi! E' proprio vero che le menti più creative spesso si trovano nei posti e nelle situazioni più inaspettate e che ci vuole la massima attenzione per cogliere il potenziale, in alcuni casi parzialmente inespresso, di giovani talenti.

Parallelamente a questa **ricerca**, processo che continua naturalmente in modo costante, un nostro team interno di designer, insieme al sottoscritto, definisce i prodotti e i progetti più interessanti da proporre ai nostri clienti e lettori per passare così al contatto con il designer, l'architetto o l'artista per la definizione degli accordi.

Cerchiamo sempre di collaborare con professionisti che sposino la nostra filosofia, il nostro **entusiasmo** e il nostro approccio al lavoro; in caso contrario risulterebbe davvero difficile creare un percorso sano e proficuo per entrambi.

Qual è secondo TID la relazione tra Design e Arte e tra Arte e Manifatture?

A mio avviso Arte e Design hanno alla base la creatività umana di un soggetto che in molti casi può essere lo stesso in grado di interpretare con la stessa sensibilità, cultura e punto di vista i due mondi. Certamente le differenze tra **Arte e Design** sono considerevoli a partire dalla funzionalità e dal rispetto di logiche economiche e commerciali ma nonostante questo siamo convinti che la tipologia di design che promuoviamo sia strettamente connessa con il mondo dell'arte e che in parte trascenda le logiche di prodotti destinati ad un pubblico molto vasto. Credo che il prodotto di **design unico**, in serie limitata o customizzato sul cliente risponda a logiche quasi più affini al mondo dell'arte in quanto fatto per durare nel tempo al di là delle mode ed essere vissuto come un compagno di viaggio in grado di migliorare la vita del cliente per ragioni oggettive o per le emozioni che gli trasmette. Da queste considerazioni è nata la volontà di esporre e **promuovere anche opere d'arte** all'interno del nostro Spazio espositivo di **Baranzate** in via Pordoi, 8 anche grazie alla collaborazioni con prestigiose Gallerie d'arte italiane.

Relativamente al rapporto tra **Arte e Manifatture** penso che sia un connubio imprescindibile, in quanto un'opera d'arte per essere tale deve essere realizzata in prima persona dall'artista, o seguita nella realizzazione, e deve essere rifinita per poi essere presentata come tale. Anche nella tipologia di design di cui ci facciamo promotori il connubio con la Manifattura è un elemento cardine per la buona riuscita del prodotto finale. Crediamo che quello che si debba ricercare siano **aziende manifatturiere** in grado di accompagnare il designer non solo nella realizzazione del prodotto fine a se stessa ma che sia in grado di apportare un valore aggiunto in termini tecnologici, funzionali e culturali. In sostanza deve trovare le migliori soluzioni, i migliori **materiali** e, se localizzato in un paese o in una zona diversa di quella del designer, arricchire il progetto con la storia, la cultura e la tradizione del proprio territorio.

A che target clienti si rivolge TID? Attraverso quali canali di vendita?

TID ha un target di clientela ben definito e si propone come interlocutore con il cliente stesso per trovare le migliori soluzioni in base alle esigenze espresse dal cliente stesso. Sia esso un cliente privato o un professionista del settore alla ricerca di **soluzioni nuove ed uniche** per un proprio progetto, siamo in grado di accompagnarlo nella ricerca e, quasi sempre, di personalizzare i prodotti scelti in modo da tagliarli su misura per lui. La caratteristica distintiva della nostra clientela è di essere curiosi e alla ricerca di prodotti unici ed esclusivi, carichi di storia e di cultura. Proprio per queste caratteristiche ci proponiamo sia ad appassionati e professionisti del mondo del design sia del mondo dell'arte dato che riteniamo che la sensibilità e la cultura degli appassionati di questi due mondi sia molto vicina.

Attualmente abbiamo come canale di vendita principale il **rapporto diretto con i clienti** che ci vengono a trovare presso il nostro showroom aperto tutti i giorni della settimana e il weekend su appuntamento. Penso che i prodotti da noi selezionati e le opere esposte debbano essere visti dal vivo e capiti. Per scelta strategica non ospitiamo prodotti di grossi brand dell'arredamento che magari sarebbero più facili da vendere anche senza una visita diretta ma certamente meno unici, personali ed esclusivi. Presso lo **showroom** organizziamo periodicamente eventi, mostre, performance artistiche, workshop e vernissage per far conoscere la nostra proposta ad un numero sempre maggiore di persone interessate.

Oltre ad esso abbiamo un **e-commerce** dedicato, per ora, solo al design che stiamo riorganizzando e lanceremo nella nuova versione a giugno. Il nuovo shop online sarà caratterizzato da prodotti di arte e design affordable mentre i prodotti più importanti in termini dimensionali e di valore rimarranno prerogativa diretta dello showroom e degli eventi e collaborazioni che stiamo costruendo.

Oltre a questi canali principali abbiamo importanti **collaborazioni** in altre città italiane con importanti Gallerie d'arte e di design tramite le quali promuoviamo i nostri artisti e designer attraverso la presenza fissa di alcuni pezzi o attraverso eventi temporanei. Tra queste le più importanti, solo per citarne alcune, sono con la Contini Art Factory, gestita dal gallerista Federico Contini, di Venezia inaugurata lo scorso 7 maggio in una prestigiosissima e bellissima location a due passi dal Guggenheim e con la Galleria Voyage Pittoresque di Napoli dell'artista partenopeo Gennaro Regina presso la quale si è conclusa da pochi giorni una mostra dedicata proprio ad arte e design.

Nel prossimo futuro vorremmo estendere tali collaborazioni anche in **ambito internazionale** per essere più vicini a mercati molto importanti per il nostro settore quali ad esempio Londra, Parigi, Miami, New York, Singapore, Dubai e Mosca.

Insieme a Istituto Marangoni e Elle Decor siete stati promotori di un programma di scouting di giovani talenti. Può essere, quello del mecenate, uno dei ruoli del futuro di TID?

Il programma a cui fai riferimento, del quale siamo molto lieti e onorati di far parte, rappresenta sicuramente un altro lato importante della realtà TID. La nostra è una **società poliedrica** basata sul rapporto tra le persone, siano essi fornitori o clienti; per questo è già da tempo che cerchiamo di aiutare giovani designer a realizzare i loro progetti attraverso il nostro **network di aziende** con cui collaboriamo e che abbiamo selezionato in base alla loro efficienza, esperienza, correttezza ed affidabilità. In questi casi TID può svolgere diversi ruoli dalla semplice condivisione e aiuto nella scelta del miglior fornitore alla partnership nella **realizzazione del progetto** stesso attraverso aiuti logistici, organizzativi ed economici ai designer.