

# stampa

Agosto 2011

Paperworld - The World of Office and Stationery  
Internationale Frankfurter Messe  
Francoforte sul Meno, 28 – 31 gennaio 2012

Ina Gerbig  
Tel. +49 69 75 75-6082  
Fax +49 69 75 75-6757  
ina.gerbig@messefrankfurt.com  
www.messefrankfurt.com  
www.paperworld.messefrankfurt.com  
PW\_04\_Trends\_it

## **Le tendenze di Paperworld 2012/13: la nuova stagione inizia con "Bright", "Dark" e "Soft"**

### **L'atelier di design bora.herke.palmisano mette in scena futuristiche idee in tre universi di tendenze**

La stagione 2012/13 è all'insegna del colore. Tonalità intense, brillanti pongono accenti freschi. I designer le selezionano da tutti i colori dell'arcobaleno. Un nuovo ottimismo è all'origine di questa tendenza alla policromia che simbolizza coraggio e voglia di orientarsi in modo del tutto nuovo. Le tendenze sono l'immagine speculare della società, generano nuovi impulsi e danno spunti sia ai clienti sia ai commercianti.

L'atelier di design bora.herke.palmisano ha analizzato le attuali correnti della moda, del design e dell'architettura e ha filtrato da tutto ciò le tendenze di Paperworld 2012/13. Claudia Herke dell'atelier di design bora.herke.palmisano si esprime così in merito alle tre tendenze di Paperworld: "Le tendenze riflettono le necessità e le inclinazioni che talvolta ci guidano e che esigono nuove soluzioni e nuovi approcci al design". I tre universi di tendenze che caratterizzano la prossima stagione, sono stati denominati "Bright", "Dark" e "Soft".

#### **"Bright" – il colore nel punto focale**

"Bright" simbolizza un modo di vivere ottimistico e sicuro di sé. La tendenza è molto moderna – colori brillanti e molto espressivi si associano ad un linguaggio formale minimalistico. Da ciò risulta un look espressivo. Superfici monocrome ed opache come velluto mettono ottimamente in risalto le fresche tonalità come mandarino e verde wasabi. Il design ridotto cede il passo al colore ed attira l'attenzione sulle tonalità intense e brillanti. Però anche l'utilità pratica dei prodotti svolge un importante ruolo. Gli articoli ed i mobili per ufficio dai colori intensi, ad esempio, convincono sia per il loro carattere moderno sia per la loro ben ponderata funzionalità. Plastica, Plexiglas e gomma d'alto pregio caratterizzano il sofisticato design per la vita

Messe Frankfurt Exhibition GmbH  
Ludwig-Erhard-Anlage 1  
60327 Frankfurt am Main

Paperworld - The World of Office and Stationery  
Francoforte sul Meno, 28 – 31 gennaio 2012

quotidiana. Materiali naturali come cuoio e tessili conferiscono inoltre allo stile un tocco d'esclusività. Eccitanti sfumature di colori attirano l'attenzione e fanno da complemento a chiari disegni come righe, puntini a mezzatinta o disegni grafici ed ostentati.

#### **"Dark" – used look meets recycling**

"Dark" sta per un modo di vivere disinvolto e cool. Questa tendenza, giovane e ribelle, si oppone alle classiche distribuzioni delle parti. Questo look casual grossolano ed informale non ammette quanto è superfluo. La longevità e la funzionalità sono i due principali criteri. Ne risulta che i look di logorato e di usato vengono scientemente messi in scena e combinati con elementi accurati e d'alto pregio. Anche l'aspetto ecologico non manca: viene espresso da materiali riciclati. La gamma di colori scuri – dal grigio granito e dal blu mare al khaki – esprime il lato informale di questo stile d'avanguardia. Il look è dominato da un profondo nero notte, che si presenta sia lucido sia opaco. Un rosso ruggine gli fa contrasto e pone accenti. I materiali, tra cui tela canvas, cuoio liscio e scamosciato, hanno un effetto moderno, contemporaneo e casual. Le superfici hanno strutture, rilievi e texture. Disegni come tipografie, grafiche e scritte con sbavature, tecniche di timbratura e scarabocchi lineari fanno pensare a disegni tecnici ed a processi creativi.

#### **"Soft" – una delicata semplicità dà l'impressione di tranquillità**

"Soft" sta per un modo di vivere semplice, estetico e sensuale. Questo stile delicato e ridotto è caratterizzato da purezza e da tranquillità. In primo piano sono fini materiali e le loro superfici tattili. Il bisogno di chiarezza e di concentrazione si mostra in un design atemporale. Si attribuisce una particolare importanza a prodotti intelligenti, che sono nello stesso tempo durevoli, funzionali e semplici. La leggerezza ed il purismo si esprimono in sfumature gessate, soavi e velate, ma anche in tonalità cremose. Predominano un delicato blu, un color pesca nonché un grigio chiaro ed un bianco puro – il contrappunto è costituito da acid pink. Materiali noti ottengono una nuova funzione e sono posti in un nuovo contesto. Legno finemente la-



Seite Page 3

Paperworld - The World of Office and Stationery  
Francoforte sul Meno, 28 – 31 gennaio 2012

vorato, superfici opache o paragonabile a velluto e carte finissime sono associate a vetro, pergamena o carta a mano. Rilievi, impressioni, tecniche origami e margini lacerati danno ai materiali leggeri più corpo e volume. I disegni, ossia fini linee e tratteggiature, motivi sbavati e sfocati, occupano il secondo posto, dietro alla forma.

Durante Paperworld – The World of Office and Stationery (28 – 31 gennaio 2012) i designer di bora.herke.palmisano faranno ogni giorno, alle 10.30 ed alle 15, da ciceroni nell'esposizione delle tendenze allestita nel padiglione 6.1 C90. In una successiva conferenza essi spiegheranno l'effetto e l'interpretazione dei temi delle tendenze. La brochure delle tendenze con i principali colori, materiali e disegni è ottenibile gratuitamente nello stand d'informazione dell'esposizione delle tendenze.

**Informazione per i giornalisti:**

I collage del Compendio delle Tendenze relativi ai singoli orientamenti stilistici sono ottenibili dal team addetto alla stampa di Paperworld. Più dettagliate informazioni e materiale fotografico ad alta risoluzione sono reperibili sul sito:  
[www.paperworld.messefrankfurt.com](http://www.paperworld.messefrankfurt.com).

**Informazioni essenziali su Messe Frankfurt**

Con un fatturato di 448,3 milioni di euro ed un organico di oltre 1.600 collaboratori attivi al mondo, Messe Frankfurt è il più grande ente fieristico tedesco. Il Gruppo Messe Frankfurt vanta una rete mondiale composta da 28 società affiliate, cinque succursali e 52 Sales Partner internazionali. Grazie a questa rete Messe Frankfurt è presente in oltre 150 Paesi. In più di 30 poli fieristici del mondo si svolgono manifestazioni "made by Messe Frankfurt". Nel 2010 Messe Frankfurt ha organizzato un totale di 87 fiere, di cui oltre la metà all'estero.

578.000 metri quadrati di superficie di cui dispone Messe Frankfurt sono attualmente occupati da dieci padiglioni ed un centro congressi ed essi annesso. La Società fieristica è in mano pubblica: la Città di Francoforte detiene il 60 per cento ed il Land Assia il 40 per cento.

Ulteriori informazioni sono disponibili al sito: [www.messefrankfurt.com](http://www.messefrankfurt.com)