

Focus SALONE DEL MOBILE

Informazione pubblicitaria
a cura della A. Manzoni & CL'immagine italiana
che piace anche agli stranieri

Siamo a Milano, del nuovo e dinamico distretto dell'arte della città, alle porte del Naviglio Grande. A portarci qui, il desiderio di approfondire un trend che sta condizionando il mondo dell'interior design, ma anche di comprendere le strategie di una giovane realtà Made in Italy che, in poco tempo, ha riscontrato un grande successo a livello internazionale. Parliamo di carta da parati e lo facciamo con WallPepper®, azienda che, forte di una nutrita esperienza nel mondo della fotografia e della stampa, ha deciso di rivoluzionare la realtà delle decorazioni d'interni introducendo materiali innovativi, ecosostenibili e tecnicamente avanzati, per realizzare superfici dal forte impatto emozionale.

“La carta da parati non è più quella di un tempo” ci racconta Diego Locatelli, fondatore e direttore di WallPepper® “Siamo ben lontani dai soggetti ripetitivi sulle pareti delle case degli anni passati; la carta da parati di oggi è un mezzo (l'unico, oserei dire) per portare grandi immagini, in altissima qualità e su misura, sulle superfici di qualunque ambiente”.

Chi è appassionato di interior design lo sa: oggi giorno la carta da parati è arrivata ad avere un tale valore estetico e creativo da diventare un forte strumento di comunicazione, oltre che un vero e proprio

trend in tutto il mondo. Un ritorno alle origini, ma con sapienza, che permette di imprimere l'emozione e la propria personalità su qualunque superficie. Opere d'arte, trionfi naturali, pattern geometrici, texture materiche e molti altri soggetti in altissima risoluzione, che sono ricreati su richiesta e installati con giunzioni invisibili, per un risultato d'insieme straordinario.

“Il materiale che abbiamo scelto per portare la creatività su parete” racconta Locatelli, “È uno speciale tessuto-non-tessuto, realizzato con fibre naturali di agave e cellulosa. Un materiale resistente e caldo al tatto, ma soprattutto ecologico, ipoallergenico, assolutamente sicuro e completamente esente da PVC. Siamo l'unica azienda del settore, al momento, a non utilizzare in alcun caso materiali plastici, che riteniamo obsoleti se paragonati alle nuove alternative. Per questo siamo già riusciti a collaborare, in diverse occasioni, anche con importanti strutture sanitarie”.

Una rivoluzione su parete che passa attraverso materiali sostenibili, attenti alle tematiche più sensibili e attuali, e che trova nella ricerca tecnica

un fattore chiave di sviluppo. Nel 2018, infatti, WallPepper® presenta nuovi sistemi che consentono alla carta da parati di essere installata anche in ambienti umidi o a contatto diretto con acqua (WallPepper® H2O), e addirittura di avere caratteristiche fonoassorbenti. “La nostra ultima innovazione, infatti, è WallPepper® Acoustic, un particolare telo in fibra di vetro, che consente sia di assorbire il riverbero in una stanza, sia di isolarla dagli ambienti esterni o confinanti. Questo consente di creare un ambiente confortevole a casa propria, ma anche e soprattutto di migliorare l'acustica nei luoghi pubblici più rumorosi, come i ristoranti o i bar, dove è importante progettare non solo per la vista, ma anche per l'udito”.

Le oltre cinquecento grafiche e immagini a catalogo che WallPepper® mette a disposizione dei suoi clienti, vengono di volta in volta adattate al millimetro alla superficie, per non assumere l'aspetto di “bobina ripetuta” che si era soliti osservare sulle case degli anni passati. Soggetti personalizzabili su richiesta, nati anche dalla collaborazione con importanti artisti (fotografi, illustratori, pittori...), che hanno messo a disposizione le loro opere al fine di creare un portfolio prestigioso e in grado di soddisfare

pressoché ogni stile e gusto decorativo. A tal proposito, Locatelli ci racconta, “WallPepper® nasce dal mondo dell'arte e per l'arte, dunque siamo molto sensibili all'argomento. Alcuni dei nostri soggetti a catalogo sono stati selezionati tra vari prestigiosi archivi con i quali collaboriamo; ne è un esempio Archivio Scala”.

Un approccio attento e di ampie vedute, ma con uno stretto legame al territorio e alle nostre bellezze artistiche, che ha portato l'azienda a ritagliarsi un notevole spazio sul mercato oltre confine, in pochissimo tempo. Oggi WallPepper® arreda spazi in tutto il mondo, ma soprattutto sta stringendo importanti collaborazioni con altri star brand che ne hanno riconosciuto il valore, anche in altri settori. Una recente sinergia ha portato gli studenti della NABA (Nuova Accademia delle Belle Arti), il 5 aprile, a visitare l'azienda per dare inizio a un workshop, che porterà a interessanti sviluppi. Al Salone del Mobile, WallPepper® decorerà le pareti degli stand di Alma Design, Antrax IT, NABA e Serralunga, mentre al Fuorisalone sarà possibile vedere le carte da parati, oltre che nello showroom di via Zumbini, anche negli spazi espositivi di Salvioni Milano Durini, Square Garden Conservatories e all'interno della Vanity Fair Green House.



"Tropic of Cancer", uno dei nuovi soggetti 2018, visibile durante la Design Week presso lo spazio di Salvioni Milano Durini.



"Shopping a Milano", dal catalogo 2018, raffigura la galleria Vittorio Emanuele II a Milano.

