

**IL SACCO DI ZANOTTA ARREDA LA “RELAX//DELUXE ZONE” DI L.B.M.1911**

**In occasione della design week la celebre seduta sacco di Zanotta**

**diventa protagonista dell’evento targato L.B.M. 1911 nella serata del 9 Aprile**

Agli albori della primavera, la Design Week anima la città: un appuntamento fisso, entrato ormai a far parte a pieno titolo della tradizione meneghina, capace di attirare ed accogliere persone da tutto il mondo, che si ritrovano ad esplorare location più o meno note, seguendo il *flow*.

**Lubiam e Zanotta**, aziende simbolo di un savoir faire tutto italiano, si uniscono per celebrare questa importante manifestazione e creano insieme una **“relax//deluxe zone”,** uno spazio pensato per accogliere gli ospiti, ma soprattutto per permettere loro di rilassarsi e concedersi un po’ di respiro, dopo una stressante giornata di lavoro o di cammino tra i dedali del salone.

Le vetrine della boutique **L.B.M.1911**, per tutto il periodo della Design Week, ospiteranno un **allestimento speciale con pezzi iconici di Zanotta**, tra cui la celebre poltrona Gilda omaggio a Carlo Mollino.

**L’EVENTO** - La data clou da segnare in calendario **sarà martedì 9 aprile: in quell’occasione, la piazzetta al civico 30 di Via della Spiga, dove si trova la boutique L.B.M.1911, si trasformerà in un salottino dove poter sperimentare un’esperienza di “relax lussuoso” sdraiandosi sulla mitica poltrona Sacco**, da 50 anni simbolo di un mood culturale e di uno stile di vita oltre le mode.

Un prodotto entrato nell’immaginario collettivo, che ha rappresentato l’emblema di un’epoca di contestazione sociale e politica, “destrutturando” la seduta borghese e contaminando convenzioni abitative molto formali. Un pezzo assolutamente pop e dirompente che ha saputo esprimere un linguaggio inedito e introdurre una forza innovativa, dando valore alle nuove culture che si stavano affermando alla fine degli anni 60. Uno spirito perfettamente in linea con i valori del **brand L.B.M.1911**, che si caratterizza per la sua vocazione alla ricerca e all’innovazione ed è riconosciuto in tutto il mondo per le sue **giacche completamente sfoderate e destrutturate, pensate per vestire il gentleman contemporaneo con raffinatezza sartoriale ma fuori dagli schemi tradizionali**. Il colore, altra virtù in comune, sottolinea la vocazione di due aziende che danno grande valore alla tradizione, ma che sanno anche giocare con l’ironia.

**NON SOLO RELAX - Durante l’evento, in corrispondenza delle sedute Sacco, saranno predisposte delle mini postazioni di gioco**. Chi vorrà, potrà quindi cimentarsi con i grandi classici del gioco in scatola, come la **dama e Shangai**: un piccolo passatempo, per stimolare l’intelletto e mettersi alla prova, in tutta comodità.

***LA BOUTIQUE L.B.M.1911*** *- L.B.M.1911 ha scelto il lusso e l’esclusività di Via della Spiga come punto di partenza per la propria espansione retail. La boutique, che si trova al numero 30 di via della Spiga e si sviluppa per circa 150mq su due livelli, racconta un’idea contemporanea di Urban Jungle, e trae ispirazione dalle atmosfere di New York, Sao Paulo e Berlino, dove la flora coesiste armoniosamente con il cemento della metropoli. Elementi di arredo vintage (alcuni appartenenti proprio alla Famiglia Bianchi, quasi a creare un continuum tra la storia centenaria dell’azienda e la sua nuova immagine) si fondono con accenti di design contemporaneo. Il marchio, riconosciuto a livello internazionale come leader nel menswear sartoriale d’alta gamma, scrive con la boutique l’inizio di un nuovo capitolo della propria storia, le cui radici affondano nella tradizione sartoriale centenaria di Lubiam, azienda mantovana che lo ha lanciato più di quindici anni fa, grazie ad un’intuizione di Giovanni Bianchi, AD e responsabile dell’Ufficio Stile.*

*Le collezioni L.B.M.1911 si sviluppano attorno ad un concetto di eleganza informale e raffinata, caratterizzata da forte innovazione e cura dei dettagli. Una continua ricerca sui materiali ha portato ad una specializzazione nell’utilizzo di trattamenti di tintura, lavorazioni e lavaggi esclusivi. Si tratta di trattamenti di invecchiamento artigianale, che donano al capo un aspetto vissuto, il caratteristico “effetto old”. Grazie alla lunga collaborazione con esperti nel settore dei trattamenti sono stati messi a punto finissaggi esclusivi, realizzati rigorosamente in Italia, “a capo finito”; la realizzazione di questi prodotti è caratterizzata da passaggi estremamente complessi e presenta difficoltà decisamente superiori rispetto ai prodotti tradizionali. Con la sua expertise, L.B.M.1911 può definirsi leader in questo settore. L’apertura della boutique L.B.M.1911 in Via della Spiga 30 a Milano ha consacrato ulteriormente il marchio come punto di riferimento internazionale nel menswear sartoriale d'alta gamma.*

***Zanotta***

*Fondata nel 1954, Zanotta è riconosciuta come una delle aziende protagoniste del design italiano, tra le prime a inserire in collezione le opere dei grandi maestri. Da queste collaborazioni sono nati prodotti emblematici per l’innovazione formale e per la ricerca tecnologica: vere e proprie icone, che da classici del design sono diventati long-seller, ricevendo numerosi premi e riconoscimenti internazionali.*

*Prodotti che confermano la capacità pionieristica dell’azienda di costruire, fin dalle sue origini, una “visione del mondo”, portando l’ironia nell’universo domestico con un atteggiamento di curiosità e costante apertura al nuovo, intercettando i mutamenti culturali e facendosi interprete del gusto contemporaneo.*

*Nel corso degli anni Zanotta, nata e apprezzata per gli imbottiti, ha ampliato i propri scenari produttivi con un’originale varietà di complementi d’arredo e prodotti anche per l’outdoor, mantenendo una produzione 100% Made in Italy con una presenza in oltre 60 paesi.*

*Oggi, parte del gruppo Tecno, prosegue con rinnovata energia una ulteriore fase di sviluppo nei principali mercati internazionali.*