

# Kartell

**Nei suoi settant'anni di storia, Kartell ha posto la sua attenzione al tema della ricerca, dell'innovazione e dei processi evolutivi della tecnologia.** Qualità, design, prodotto industriale hanno tracciato il percorso che partendo dagli oggetti di funzione per uso domestico che hanno rivoluzionato la storia del design del dopo guerra, è arrivato fino alla realizzazione dei più sofisticati prodotti che combinano tecnologia produttiva e materiali innovativi come il carbonio o il biopolimero. La storia si intreccia con l'impegno e la passione di tre generazioni attive nello sviluppo e nell'evoluzione del marchio che oggi vanta 150 Flagship Store, 850 spazi Kartell e 1.500 clienti nel mondo.

**Fondata da Giulio Castelli nel 1949**, in quegli anni Kartell muove i primi passi nella realizzazione di quel design che sarebbe diventato la bandiera del Made in Italy. Intorno all'azienda, al suo esordio, lavorano i grandi nomi del design e dell'architettura di allora, prima fra tutte Anna Castelli Ferrieri, moglie di Giulio, una delle prime donne architetto e poi Gino Colombini, Achille e Pier Giacomo Castiglioni, Joe Colombo, Marco Zanuso, Gae Aulenti, Richard Sapper, Giotto Stoppino e Ignazio Gardella. Kartell ha inoltre alimentato negli anni '70 un centro di innovazione in tema di comunicazione, un altro elemento che storicamente per il brand è strettamente connesso con il processo evolutivo dei suoi prodotti di quegli anni.

**Nel 1988 l'azienda è acquisita da Claudio Luti**, genero di Giulio e Anna Castelli, che arriva dal mondo della moda. La sensibilità maturata alla Maison Versace con l'amore per la perfezione e il gusto, si trasforma in una nuova vita per il brand. Luti chiama a sé designer e architetti come **Philippe Starck, Ron Arad, Antonio Citterio, Ferruccio Laviani, Piero Lissoni, Patricia Urquiola, Mario Bellini, Alberto Meda e Vico Magistretti**, grazie ai quali nascono quei prodotti che diventeranno presto simbolo del marchio. Il rinnovato approccio con i materiali detta la rotta e i momenti di svolta di Kartell: la loro elaborazione, manipolazione e arricchimento consente di arrivare a un prodotto finale che, seppur interamente in plastica, assume connotati mai visti in precedenza. La sedia Maui, la libreria Bookworm, i carrelli Battista e Gastone, la cassettera Mobil, sono i prodotti che rompono gli schemi e si impongono come fortemente innovativi.

La svolta avviene quando, dopo anni di ricerca e grazie a un'innovazione rivoluzionaria, Kartell **nel 1999 è la prima azienda al mondo ad utilizzare il policarbonato per produrre oggetti di arredo**. Il risultato è La Marie, una sedia completamente trasparente dal design moderno e minimale a cui segue la **Louis Ghost, ancora oggi uno dei best seller di Kartell**. Da questo momento l'azienda sviluppa e approfondisce il tema della trasparenza che l'ha resa unica e originale e prosegue la ricerca nello studio delle superfici e delle forme, partendo dall'uso di tecnologie nuove e materiali performanti che hanno consentito di arrivare alla realizzazione di prodotti come la sedia Masters e altamente tecnologici come la sedia Piuma, ultraleggera e sottile grazie all'utilizzo della fibra di carbonio e la poltroncina SmatriK, realizzata con un innovativo processo ad iniezione che consente di creare una struttura tridimensionale. **Accanto alla divisione habitat, Kartell riapre la divisione illuminazione scrivendo un nuovo capitolo della storia del design della luce**. Le lampade, come FL/Y, Bourgie, e più recentemente Battery, Planet, Kabuki, Lantern e Space sono meritevoli di aver connotato lo stile del marchio e di averne decretato la riconoscibilità in tutto il mondo.

**La Kartell di oggi è un'azienda proiettata al futuro dove accanto a Claudio Luti si sono affiancati i due figli Lorenza e Federico**, provenienti ciascuno da esperienze esterne dopo gli studi universitari, che oggi ricoprono rispettivamente i ruoli di Direttore Marketing e Retail e di Direttore Commerciale.

L'azienda ha ampliato i suoi orizzonti con nuove divisioni e nuove famiglie di prodotti, introducendo nuove linee da quella soft a quella specificatamente pensata per l'outdoor, continuando sempre la sua evoluzione con l'utilizzo di materiali diversi da quello plastico e la sperimentazione di nuove tecnologie.

Raccontare la storia di un'azienda significa entrare nel suo percorso strategico, analizzare le sue tappe evolutive, la sua immagine e **Kartell in settant'anni, tenendo ferma la sua missione, ha dimostrato di saper cambiare, prevedendo i mutamenti di gusto e le esigenze di un mercato e di un cliente internazionale capace di scegliere e di mescolare**. È stata prima ad usare la plastica nell'arredo, si è posizionata nell'alto di gamma e ha giocato con il colore, ha inventato la trasparenza e poi è passata al tessile, ha lavorato con designer della moda

# Kartell

e artisti di calibro internazionale, da Bob Wilson a Lenny Kravitz. Ha realizzato collezioni di moda con Normaluisa, Alessandro dell'Acqua per N°21, Moschino, Christian Lacroix e Paula Cademartori ed è entrata nel mondo della Tavola, del Bagno e delle Fragranze.

**Per illustrare tutto questo**, nel 1999 ha aperto un Museo per celebrare cinquant'anni di attività di Kartell e raccontare lo straordinario connubio tra plastica e design, rinnovato nel 2015. Contenitore di 1000 oggetti, il Museo Kartell si estende per circa 2500 mq all'interno dello spazio perimetrale dello stabilimento progettato da Anna Castelli Ferrieri e Ignazio Gardella, a Noviglio. Un originale percorso espositivo, ideato da Ferruccio Laviani che offre ai visitatori l'opportunità di una lettura immediata: la collezione è disposta in ordine cronologico su tre piani e all'interno di una tavola sinottica strutturata secondo le seguenti chiavi di lettura: manifestazioni, design, tecnologia e comunicazione.

Se per raccontare la propria storia Kartell si avvale del museo aziendale, **per illustrare il suo presente, il marchio svolge un eclettico e intenso lavoro di comunicazione**, attraverso mostre, allestimenti, eventi e attività di co-marketing che coinvolgono sia la rete di negozi presenti in tutto il mondo sia i canali dei social media. La Kartell di oggi è un'azienda proiettata verso il futuro, internazionale, tecnologica e concentrata sullo sviluppo della distribuzione retail e online, sul servizio al cliente e sulla crescita del comparto contract. Negli ultimi anni la comunicazione di Kartell si è focalizzata molto sul web, attraverso le pagine ufficiali del brand che vedono una costante crescita del numero dei fan e un alto tasso di coinvolgimento e interazione, a testimonianza dell'empatia che il pubblico ha nei confronti di Kartell e dei suoi prodotti.

**I negozi monomarca Kartell fanno da amplificatore del marchio** attraverso allestimenti speciali che cambiano quattro, sei volte l'anno o eventi dedicati realizzati in occasione della settimana del Salone del Mobile. La sua rete retail diretta e in franchising è in continua espansione con aperture sempre più strategiche in Paesi che consolidano la sua leadership mondiale. **La strategia Kartell lavora da sempre sulla multicanalità**, offrendo un'esperienza di acquisto coerente online e offline. La piattaforma e-commerce è stata lanciata nel 2014. La rete di vendita diretta e indiretta online è globale e oggi Kartell sta sviluppando anche nuove partnership per USA e Cina.

**Al centro della Kartell di oggi c'è inoltre una forte dedizione volta a sottolineare il suo impegno per la sostenibilità e la tutela dell'ambiente attraverso il manifesto industriale "Kartell loves the planet"**. La passione per l'eccellenza, che guida lo sviluppo di Kartell dalle sue origini, porta l'azienda a mettere al centro la responsabilità per l'ambiente e l'attenzione alle buone pratiche di sostenibilità. L'intera filiera del processo produttivo vede Kartell impegnata a salvaguardare l'ambiente e a rispettare i protocolli di sostenibilità. Ogni giorno Kartell si impegna direttamente e totalmente nel fondare le basi e costruire la sua storia che è la storia dei suoi prodotti pensati e progettati grazie a partnership e investimenti in innovazione tecnologica, soluzioni creative e nuovi materiali sempre più performanti e altamente eco-friendly.

Per celebrare questa storia lunga 70 anni, Kartell, in occasione del Salone del Mobile, momento centrale del lavoro dell'azienda, **inaugura la mostra "The Art Side of Kartell", nata da un progetto di Ferruccio Laviani, che ne firma la curatela insieme a Rita Selvaggio, ospitata nelle stanze del Palazzo Reale di Milano dal 10 aprile al 12 maggio**. Attraverso il percorso narrativo che include alcuni dei capitoli più importanti della produzione Kartell, la mostra rappresenterà, con il linguaggio delle opere e degli oggetti esposti, il rapporto di contemperanza reciproca tra il mondo dell'Arte e Kartell.

**Per ulteriori informazioni:**

Kartell - International Press Office - Tel. +39.02.900121 - Email: [press@kartell.it](mailto:press@kartell.it)