

ddd

MILANO A TUTTO DESIGN
IL SALONE DEL MOBILE DALLA A ALLA Z
MATTHIAS HICKL - LISSONI ASSOCIATI
PER VETRERIA VISTOSI

€ 8,00 "Italy only" - F € 14,50 - D 16,00 - GR € 14,50 -
P cont. € 15,20 - E € 12,80 - GB GBP. 9,50 - N KR. 172,00 -
S SKR. 170,00 - CH SFR. 23,00 - P € 13,00 - NL € 19,00

TAXE PERCUE (TASSA RISCOSSA): UFFICIO CMP/2
ROSEFIO - MILANO - Spedizione in abbonamento postale
45% - DL 355-2003 recanini L.276/2004 art. 1
comma 1, DCB Milano



YCAMI/GIUSEPPE E ADELE CAIMI

Nel recente cambio al vertice Ycami, l'azienda leader nel settore dell'arredamento in alluminio, ha trovato nella guida di Giuseppe e Adele Caimi nuovo impulso al lavoro di conferma e valorizzazione del marchio.

In a recent change at the top Ycami, the company leading the aluminium furniture market, has been given a new boost by Giuseppe and Adele Caimi, who have allowed the brand to be further acknowledged and enhanced.



Un padre, Giuseppe Caimi conosciuto ed apprezzato come uomo d'impresa, con una personalità eccentrica e creativa. Una figlia, Adele Caimi, manager amministrativo dal piglio deciso e attento dall'immagine precisa ed elegante, attenta ai numeri e alla valutazione di ogni dettaglio. Immaginiamo quale potente mix possa scaturire da un forte gioco di squadra tra i due e capiamo quale forza stia oggi alla base del marchio Ycami, l'azienda di Novedrate da anni leader sul mercato dell'arredo di design in alluminio.

Che ruolo rappresenta Ycami nell'attuale panorama produttivo italiano?

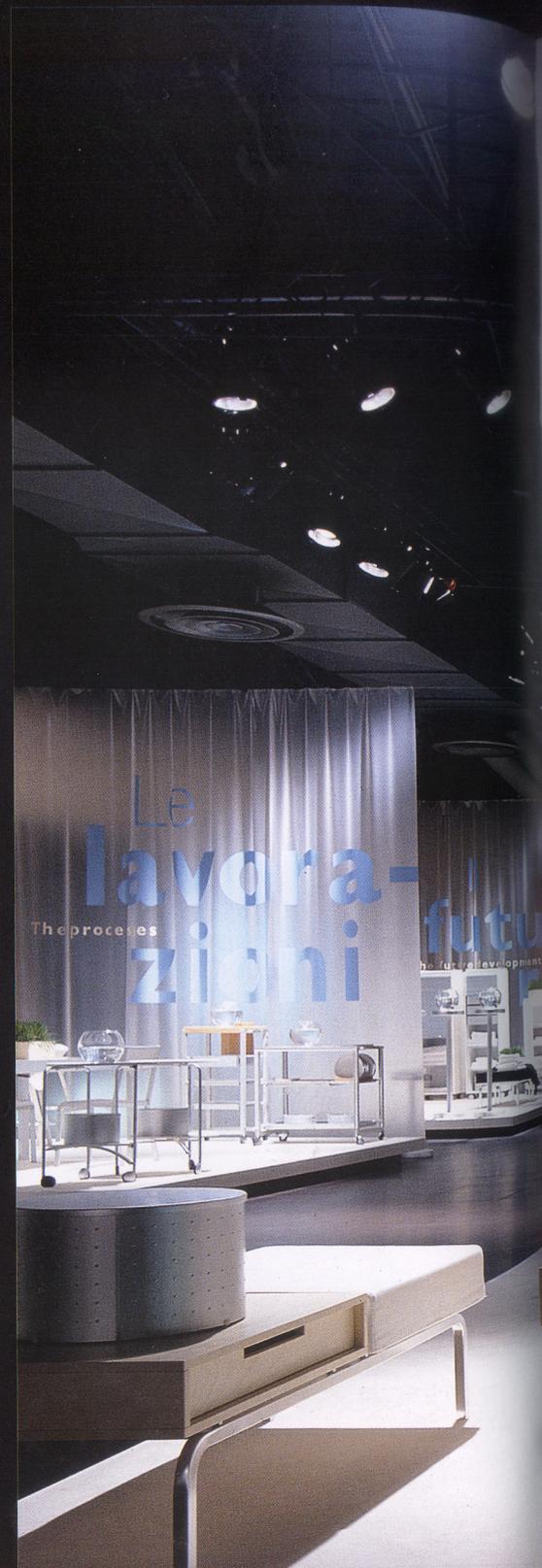
È un'azienda internazionalmente affermata, da sempre spinta dal senso della sfida e dall'importanza della ricerca, i cui prodotti sono il risultato di un percorso creativo e rigoroso basato su una stretta collaborazione con il nostro Centro Ricerche e i designer che ci propongono le loro idee.

Ycami è sinonimo di alluminio. Da cosa nasce la predilezione per questo materiale?

L'alluminio, per noi, è di famiglia. Ci siamo cresciuti insieme e abbiamo imparato ad apprezzarlo in tutte le sue forme tecniche ed espressive. Non è infatti un caso che tutte le lavorazioni (dal metallo al prodotto finito) vengano svolte all'interno delle strutture aziendali. Si tratta di un materiale altamente versatile, duttile e adattabile oltre che riciclabile ed è il materiale più utilizzato dopo il ferro, ma bisogna saperlo lavorare, possedere tecnologia e know how per dare origine a prodotti davvero innovativi e lavorazioni altamente specializzate. Chi lo vede ancora come un materiale freddo si sbaglia. Se ben interpretato, infatti, sa conferire grande calore all'ambiente in cui viene inserito sotto forma di tavolo, sedia, contenitore..., con le anodizzazioni inoltre si ottengono aspetti nuovi e piacevoli che ben si adattano alle tendenze attuali, come quelle presentate al Salone del Mobile di Milano quest'anno.

Da poco alla guida di Ycami, Adele Caimi ha già cambiato molte cose. Quali obiettivi persegue?

Appena investita del nuovo incarico, ho voluto intraprendere un percorso nuovo e rassicurante che consentisse al nostro pubblico di riconoscerci nelle scelte dell'azienda, naturalmente aiutata da tanti anni di esperienza nel settore anche se dietro le quinte di un gruppo come Caimi, quindi dalla conoscenza del suo potenziale. Obiettivi primari sono stati quelli di ridisegnare l'immagine Ycami e selezionare la linea dei prodotti e ricomporre la gamma a catalogo; coniugare l'alluminio a mate-



ALUMINIUM IN PROGRESS

riali e finiture aggiornate al gusto attuale, pensando che quello di Ycami è un prodotto che può essere usato come protagonista o complementare. Il successo di pubblico e l'ampio consenso da parte della distribuzione registrato al Salone del Mobile di Aprile a Milano ha rappresentato per noi un ottimo risultato e insieme il trampolino di lancio dell'azienda 'rivista'. Lo stand, la nuova immagine rivisitata dallo Studio Opera, i prodotti, il nuovo catalogo rappresentano infatti un punto di partenza per misurarsi con la concorrenza e i

futuri scenari abitativi.

Ci parli dei prodotti novità 2005.

Abbiamo registrato subito un grande successo delle sedie Viper e Pin-up progettate dallo Studio Archirivolto, espressione della capacità tecnologica realizzativa di Ycami. Attraverso il contenuto formale dei progetti, l'innovazione dei materiali e l'uso del colore nell'alluminio, Viper e Pin-up rispondono correttamente al nostro approccio progettuale e di ricerca.

Con che criterio scegliete il prodotto?

Mio padre si fa guidare dall'istinto. Io, oltre all'impatto estetico, tendo a soppesare pregi e difetti di ogni singola componente in relazione ad una serie di fattori che giudico determinanti; ad esempio: tempi e costi produttivi, di conseguenza il rapporto qualità-prezzo con il quale il prodotto verrà presentato al pubblico. Una scelta, in fondo, più razionale. In seguito ai nostri input progettuali i designer di varia formazione si rivolgono a noi proponendoci le loro idee. Se il progetto ci convince, inizia una collaborazione molto stretta con loro in



cui mettiamo a disposizione tecnologia e ricerca sui nuovi impieghi dell'alluminio. L'obiettivo è quello di proporre prodotti di qualità, fortemente caratterizzati, destinati a soddisfare oltre che le necessità anche i desideri dei nostri attentissimi clienti.

Che stile abitativo propone la vostra azienda?

Rappresenta la risposta ideale a chi desidera circondarsi di oggetti significativi, capaci di esprimersi liberamente. Sono quindi prodotti personalizzati ma facilmente ambientabili in un loft realizzato in una ex industria come nella vecchia casa in ristrutturazione. Ycami vuole dare voce ad abbinamenti e contrapposizioni stilistiche, culturali, fuori dagli schemi tradizionali. Rispondere ad un pubblico multietnico,

con esigenze diverse ma che si identifica con un unico modo di vivere, quello della non omologazione, un modo che consapevole di una incessante trasformazione dei modi, del tempo, dei linguaggi, si propone di assecondare ed anticipare i nuovi rituali urbani. Uno stile concreto, pratico ma insieme capace di suscitare emozioni, insomma uno stile... libero.

A father, Giuseppe Caimi, known and appreciated as a businessman, with an eccentric, creative personality; a daughter, Adele Caimi, a determined, attentive administrative manager boasting an accurate, smart image, laying stress on figures as on

every single detail. Let us think of the powerful mix that may result from great teamwork, and understand what is the current secret for the success of Novedrate-based Ycami, which has long been leading the aluminium designer furniture market.

What is Ycami's role within the current panorama of Italian production?

It is an internationally established company which has steadily had a mission to fulfil in meeting challenges and been committed to research. Our products are the fruit of a creative, rigorous approach based on close cooperation with our Research Centre and the designers who contribute their own ideas to us.



Ycami is synonymous with aluminium. What is your fondness for this material the result of?

Aluminium means a family material to us. We have grown with it and learnt to appreciate all of its technical and expressive forms. It is no coincidence that all the working phases (from metal to the finished product) are carried out in-house. It is a highly versatile, ductile, adaptable, recyclable material; what is more, it is the most commonly used material after iron, although remarkable skills are required to work it, and technology and know-how are major priorities, if really innovative products and highly specialised working techniques are to be developed. Those who still consider it a

cool material are wrong. If it is interpreted correctly, it can make any room where it is placed as a table, a chair, a cupboard... look warmer. In addition, anodisation techniques allow new, pleasant aesthetic results to be achieved, thus catering to current trends – for example, the ones introduced at the 'Milan Furniture Show' this year.

Although Ycami has been run by Adele Caimi for a short time, many changes have already been made. What objectives does Adele Caimi pursue?

As soon as I was given the new assignment, I wanted to implement a new, reassuring approach which should allow our customers to identify with the choices made by the company, which is no doubt supported by many years' expertise – though behind the scenes of such a group as Caimi – and, consequently, by awareness of its potential. Our main goals were: redesigning Ycami's image; selecting the range of products and reorganising the catalogue; matching aluminium with materials and types of finish catering to current taste, laying stress on the idea that Ycami's products can be used as both key players and complementary objects. Success among both the general public and distributors at the 'Milan Furniture Show' in April meant a major achievement to us as well as a springboard for the 'revised' company. We are going to rely on the stand, the new image developed by Studio Opera, the products and the new catalogue to deal with competition and future living scenarios.

Can you tell us about the products you launched this year?

We immediately proved tremendously successful with the 'Viper' and 'Pin-up' chairs, designed by Studio Archirivolto; they epitomise Ycami's technological and manufacturing potentialities. Based on the formal contents of the designs as on the use of innovative materials and colours in aluminium, the 'Viper' and 'Pin-up' chairs suit our approach to design and research perfectly.

What criteria do you draw on to chose any product?

My father lets himself be guided by his instinct. As far as I am concerned, as well as concentrating on the aesthetic impact, I also tend to weigh the pros and cons of every single component as related to several factors which I consider crucial; for example, time, production costs, and thus the quality/price ratio the product is going to be offered to the general public at. Basically, this means more of a rational choice. Following our design-related inputs, differently trained designers come and offer their own ideas to us. If the project looks convincing, we establish a close partnership with them, making our technology and research on new applications of aluminium available to them. It is our goal to develop first-rate, highly characterised products, designed to satisfy both the requirements and the desires of our attentive customers.

What living style does your company offer?

Our company caters to anybody who would

like to be surrounded with significant objects, capable of expressing themselves freely. Hence we place emphasis on tailored products that can easily be placed in a former factory as in an old residence being renovated. We at Ycami aim to lay stress on stylistic and cultural combinations and contrasts, freeing ourselves from traditional moulds. Catering to a multiethnic public with different needs, while identifying with one lifestyle, based on nonstandardisation, where awareness of steadily changing ways, time and languages is connected with a desire to cater to and anticipate new urban rituals. An effective, practical style capable of arousing emotions; to sum up: a... free style.

