Design Experience

Interni Design Experience
MAGAZINE
ISSUE 03

# intern-ally

IT Il 2023 ha rappresentato un anno di significative evoluzioni e traguardi per INTERNI, segnando un ulteriore passo avanti nel nostro percorso di crescita e innovazione. Abbiamo inaugurato Spazio Cappellini Milano e Giorgetti Spiga, The Place, due nuove perle nel nostro network di monobrand milanesi, che incarnano la nostra visione di design e qualità.

In linea con la nostra strategia di digitalizzazione, abbiamo sviluppato la nostra piattaforma E-commerce, con lancio previsto per il primo trimestre del 2024, un passo fondamentale per rispondere alle sfide del mercato digitale.

Il 2023 ha inoltre segnato il nostro 90° anniversario, un traguardo importante celebrato con un evento speciale durante il Salone del Mobile con ospiti illustri e storici collaboratori, riflettendo sul nostro ricco passato e rinnovando l'impegno verso un futuro innovativo. In questa occasione, l'Interni Radio ha arricchito la Milano Design Week con la partecipazione di designer di rilievo, consolidando il nostro ruolo nel panorama del design d'eccellenza. Durante l'anno abbiamo riproposto con successo il format video Signature, con uno storytelling dedicato ad approfondire il metodo Design Experience.

Un'importante svolta è stata l'acquisizione di Vivente, distributore esclusivo dei marchi Molteni&C e Dada cucine a Dubai, che rafforza la nostra strategia di espansione internazionale e consolida la nostra presenza nel mercato degli Emirati Arabi Uniti. La gestione di Vivente, sotto la guida di Jean Marc Garabedian, promette un futuro brillante per le nostre attività nella regione.

Stiamo inoltre pianificando l'apertura di un monobrand a Dubai nel 2024, un'ulteriore dimostrazione del nostro impegno verso una presenza globale sempre più forte. Queste mosse strategiche non solo ampliano il nostro raggio d'azione nel settore del design di lusso, ma aprono anche nuove strade per la distribuzione del meglio dell'arredo Made in Italy in un mercato chiave come quello degli Emirati.

EN 2023 has also been a year of significant evolutions and milestones for INTERNI, marking a further step forward in our journey of growth and innovation. We opened Spazio Cappellini Milano and Giorgetti Spiga, The Place, two new jewels in our network of Milanese monobrand stores embodying our vision of design and quality. In line with our digitalisation strategy, we developed our e-commerce platform, planning a launch in the first quarter of 2024, a fundamental step towards meeting the challenges of the digital market. In addition, 2023 marked our 90th anniversary, a major milestone which we celebrated through a special event at the Salone del Mobile with distinguished guests and historic partners, reflecting on our rich past and renewing our commitment to an innovative future. For the occasion, Interni Radio enriched Milan Design Week with the contribution of prominent designers, consolidating our role in the world of excellent design. During the year, we successfully reintroduced our Signature video format, with storytelling dedicated to further exploration of the Design Experience method. A significant turning point was our acquisition of Vivente, exclusive distributor of the Molteni&C and Dada kitchens brands in Dubai, reinforcing our international expansion strategy and consolidating our presence in the United Arab Emirates market. Management of Vivente, under the guidance of Jean Marc Garabedian, promises a bright future for our business in the region. We are also planning the opening of a monobrand store in Dubai in 2024, a further demonstration of our commitment to an increasingly strong global presence. These strategic moves not only expand our scope in the luxury design sector but also open up new avenues for distribution of the finest Italian-made furnishings in key markets like the United Arab Emirates.

**DETAILS**

**Name**: Intern-ally
**By**: Interni Design Experience
**Pages**: 36
**Size**: 240x420 mm
**Issue**: 3
**Relased**: December 2023

**CONTRIBUTORS**

**Executive**
Interni Design Experience

**Editor in Chief**
Studiogusto

**Art Direction & Design**
Studiogusto

**Creative Direction**
Studiogusto

**Credits**
Henge — P. 7, 8, 9, 10, 11
Giorgetti — P. 20, 21
Cappellini — P. 22, 23

**Writer**
Eugenio Della Mora

6—11 WINTER DREAM

12—19 INTERNI TURNS 90

20—21 GIORGETTI SPIGA, THE PLACE

22—23 SPAZIO CAPPELLINI MILANO

24—29 DESIGN EXPERIENCE

30—31 INTERNI DUBAI

32—35 TALK: ROLANDAS KLIUČINSKAS

# IT SOGNO D’INVERNO CHALET CORTINA

# EN WINTER DREAM CHALET CORTINA

IT Nell’edizione invernale di Intern-ally, vi invitiamo a scoprire un tesoro celato tra le maestose vette delle Dolomiti: lo Chalet Cortina. Questa abitazione straordinaria nasce dalla sinergia tra l’architetto Isabella Genovese e Paolo Tormena, fondatore di Henge, unendo sapientemente design e tradizione.

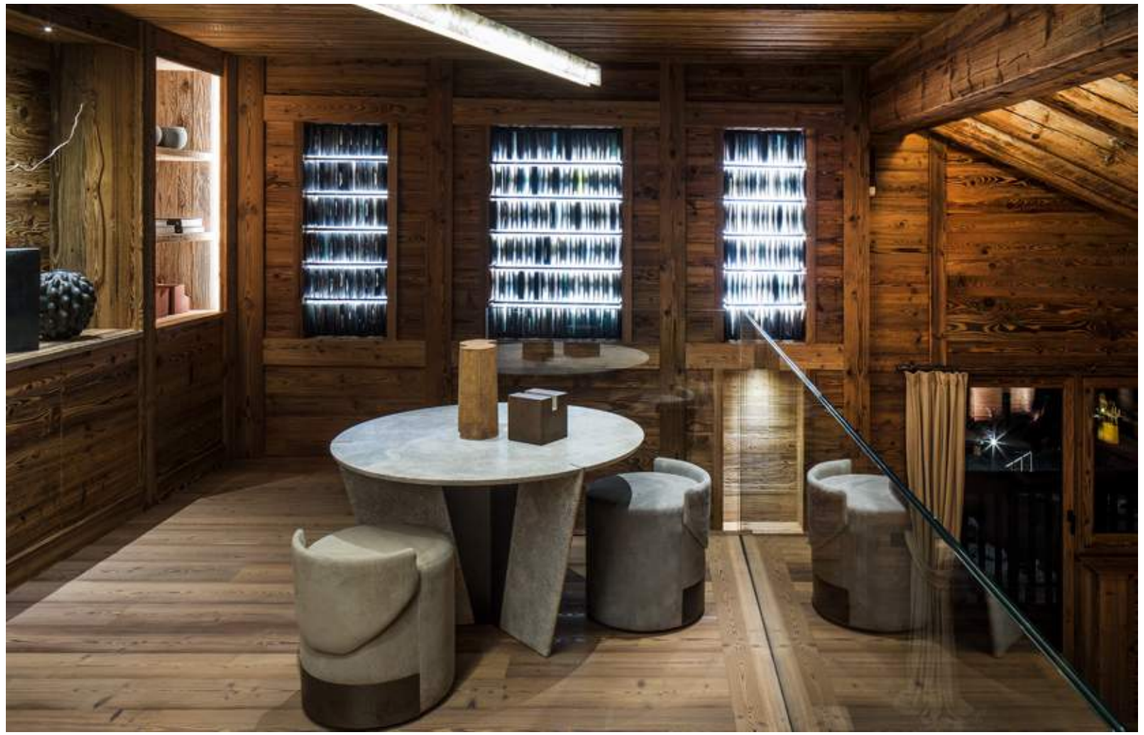
Situato in una delle più prestigiose località sciistiche del mondo, famosa per i suoi paesaggi da sogno, lo Chalet si erge non lontano dal cuore di Cortina D’Ampezzo. Ristrutturato e rinnovato con maestria, questo rifugio montano incarna la perfetta armonia tra l’eccellenza del design Henge e lo spirito autentico del luogo, offrendo un’esperienza unica di soggiorno e stile. Costruito principalmente con legno di larice riciclato da antichi fienili della zona e impreziosito all’interno da pietra, metallo e tessuti pregiati, lo chalet regala a chi vi entra, un’atmosfera calda e accogliente tipica delle dimore di montagna, riflettendo un profondo rispetto per l’ambiente e la storia del luogo.

EN In the winter edition of Intern-ally, we invite you to discover a hidden treasure among the majestic peaks of the Dolomites: Chalet Cortina. This extraordinary home is the result of a synergy between the architect Isabella Genovese and Paolo Tormena, founder of Henge, masterfully blending design with tradition.

Located in one of the world’s most prestigious ski resorts, famous for its dreamlike landscapes, the Chalet stands not far from the heart of Cortina D’Ampezzo. Masterfully renovated and renewed, this mountain retreat embodies the perfect harmony between Henge’s design excellence and the authentic spirit of the place, offering a unique accommodation and style experience. Built primarily using recycled larch wood from old barns in the area and finished inside with stone, metal and fine fabrics, the Chalet offers a warm and welcoming atmosphere typical of mountain dwellings, reflecting a deep respect for the environment and local history.

IT All’interno dello Chalet Cortina, gli spazi sono stati sapientemente progettati per offrire comfort e funzionalità, baciati dalla luce naturale che si insinua attraverso le ampie vetrate, creando un’atmosfera serena e luminosa. L’arredamento, attentamente selezionato, è composto da pezzi Henge. Tra questi spiccano il tavolo Sisma, le luci Tubular opere di Massimo Castagna, e il tavolino Origami, frutto della creatività del designer Ugo Cacciatori; le sedie Strip e il tavolino SR, sempre di Castagna. Infine il divano Downtown e le poltrone Tambourine e Gelly Pouf completano l’area living, elementi perfetti per concedersi momenti di relax davanti al camino, nelle fredde giornate invernali.

EN Inside Chalet Cortina, the spaces have been expertly designed to offer comfort and functionality, bathed in natural light that filters through large windows and glass panes to create a tranquil and bright atmosphere. The carefully selected furnishings include pieces by Henge, most notably the Sisma table, the Tubular lights by Massimo Castagna and the Origami coffee table, fruit of designer Ugo Cacciatori’s creativity, the Strip chairs and the SR coffee table, also by Castagna. Finally, the Downtown sofa and the Tambourine and Gelly Pouf armchairs in the living area are perfect for enjoying relaxing moments by the fireplace, especially on chilly winter days.



IT Ogni elemento all’interno dello chalet è una celebrazione della qualità superiore, dell’attenzione minuziosa ai dettagli e dell’eccellenza nella selezione e lavorazione dei materiali, segni distintivi di ogni opera firmata Henge. L’armonia tra gli arredi innovativi del brand e lo stile tradizionale dello chalet è evidente, così come la cura meticolosa nella scelta della palette di colori che si fonde perfettamente con l’essenza di questa splendida residenza, creando un ambiente caldo e accogliente che avvolge chiunque varchi la sua soglia.

Il lavoro congiunto di Genovese e Tormena rappresenta un esempio eccezionale di come la tradizione possa incontrare uno spirito autentico e contempoeraneo, trasformando questo incantevole chalet di montagna in un rifugio privato, un luogo ideale per apprezzare la montagna in tutte le sue meravigliose sfumature.

EN Each interior element of Chalet Cortina is a celebration of top quality, meticulous attention to detail and excellence in material selection and processing, hallmarks of every Henge creation. The harmony between the brand’s innovative furnishings and the traditional style of the chalet truly shines, as does the meticulous care in choosing a color palette that blends perfectly with the essence of this beautiful residence, creating a warm and welcoming environment that envelops anyone who crosses its threshold.

The combined work of Genovese and Tormena is an exceptional example of how tradition can meet an authentic and contemporary spirit, transforming this enchanting mountain chalet into a private refuge and an ideal place for appreciating the mountains in all their wonderful nuances.

# IT DA 90 ANNI IL MADE IN ITALY NEL MONDO

# EN 90 YEARS OF MADE IN ITALY IN THE WORLD

IT Interni celebra quest'anno un'importante traguardo, il suo 90° anniversario. La storia dell'azienda Interni e delle tre generazioni della famiglia Cazzaniga che l'hanno creata, è profondamente legata al successo internazionale del Made in Italy nell'ambito del design.

Punto di forza di Interni è stata l'intelligenza visionaria del suo fondatore, unita alla determinazione e al coraggio di operare scelte sfidanti. Per la famiglia, si aggiunge la fortuna di nascere in un territorio dove tradizione artigiana e sviluppo industriale hanno saputo tessere una produzione d'eccellenza. Mobilificio Brianteo è la denominazione originaria dell'attività fondata nel 1933 da Leonardo Cazzaniga, uomo di grande talento affiancato dalla moglie Giulia Citterio, capaci di intuizioni che li hanno portati, prima degli altri, a prevedere gli sviluppi del mercato.

Quando venne annunciata l'apertura del polo industriale legato alla Dalmine, poco lontano da Bergamo, ebbero la lungimirante idea di aprire lì un punto vendita e successivamente il primo negozio in città, nel centro di Bergamo. Accadeva a metà degli anni '70, quando il design era ormai una realtà consolidata, l'artigianato lasciava il posto ai processi industriali, si affacciavano nuovi materiali e nuove lavorazioni e anche la vendita cercava modalità e canali adeguati. Fu in quegli anni che il Mobilificio Brianteo cambiò denominazione e divenne l'attuale Interni. In un panorama dove le aziende facevano del nome di famiglia il proprio marchio o dove l'allusione al territorio di origine valorizzava il prodotto, la scelta del sostantivo Interni era controtendenza ed un modo di guardare avanti.

EN Interni celebrates its 90th anniversary this year. The story of the Interni Brand and the three generations of the Cazzaniga family that have created it, is closely linked to the international success of Made in Italy design.

Its strenght has been the visionary intelligence of its founder, along with the determination and the courage to take on demanding challenges. As regards the family, one can add the good fortune to have been born in a part of Italy where the artisan tradition and industrial development have long know how to create products of excellence. Mobilificio Brianteo was the original name of the firm established in 1933 by Leonardo Cazzaniga and his wife Giulia Citterio, whose considerable talent and intuition enabled them to forsee market trends before anyone else.

When it was announced that an iron and steel industrial zone linked to the Dalmine Foundry was about to be opened just outside Bergamo, they had the bright idea of opening a sales point in that very location and later to open their first high street shop in the centre of Bergamo. This was happening in the 1970s, a time when Italian design had already become a widespread and consolidated reality; individual artisanship was giving way to industrial processes, and new materials and ways of working were being introduced into the production process. Also, the sales side began to look for ways to adapt to the changes. It was in those years that the Mobilificio Brianteo changed its name to what is today, Interni. This choice was a way of looking ahead.

IT *Gli anni 80, sono anni che vedono la seconda generazione, composta dai quattro figli, Luisa, Luigi, Giuseppe e Antonio, impegnata sul campo, dando vita ad un'altra operazione significativa: l'apertura nel centro di Milano del negozio monomarca Arclinea, dedicato alla cucina, scegliendo di non utilizzare il proprio nome Interni, ma di prediligere quello del marchio, sinonimo di grande trasformazione. Negli anni successivi nascono il multibrand Interni in Corso Venezia e negli anni duemila la sede attuale in Via Turati.*

EN *The 80s were the years in which the second generation, Leonardo and Giulia's four children - Luisa, Luigi, Giuseppe and Antonio, came aboard, developing another significant milestone: the opening, in the center of Milan of Arclinea, a single-brand store, focusing exclusively on kitchens, choosing not to use their name Interni, but rather to privilege the brand that rapresented a world in trasformation. Later on, the multi-brand Interni store opened in Corso Venezia and, after the turn of the century, the current store in Via Turati.*

INTERNI
INTERNI
INTERNI

IT Oggi Interni è guidata dalla terza generazione della famiglia Cazzaniga. Il nuovo headquarter “Interni Design Factory” è un esempio perfetto di come Interni sia riuscita a coniugare tradizione e innovazione. Uno spazio nel quale convergono felicemente diverse energie: personaggi capaci, dialogo con i progettisti, intelligenza ebanistica, sperimentazione industriale, savoir fair artigianale.

Il 90° anniversario rappresenta non solo un importante traguardo, ma anche un momento di grande rinnovamento e di sfide audaci. In un mondo del design in costante evoluzione, l’azienda ha dimostrato di saper cogliere le opportunità, aprendo nuovi store monomarca, realizzando progetti di successo con un occhio di riguardo ai nuovi mercati in espansione.

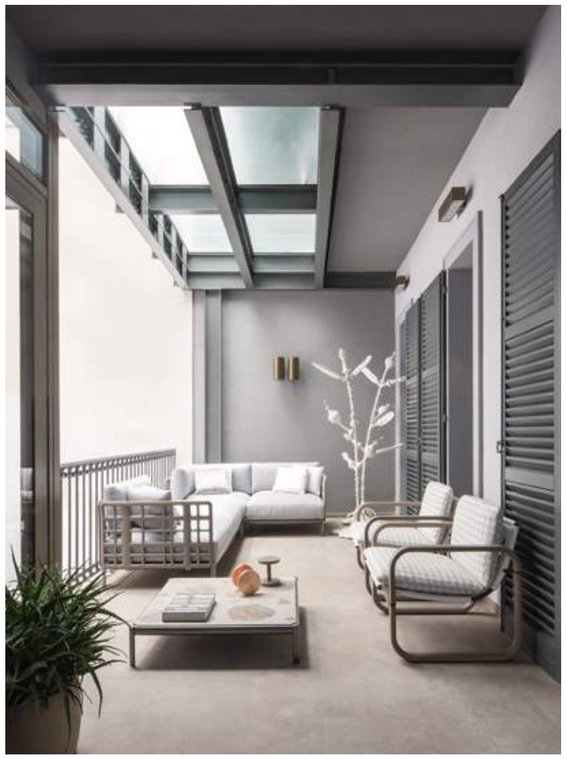
I suoi sforzi e la sua passione per l’innovazione sono stati riconosciuti a livello nazionale e internazionale, e ciò la spinge a guardare sempre più avanti. Il futuro è un terreno da esplorare, una storia da scrivere con coraggio e creatività, e l’azienda è pronta a cogliere ogni sfida che verrà. La sua storia ci insegna che solo guardando al futuro, con lungimiranza e determinazione, si può costruire un percorso di successo che continui a ispirare e a stupire.

EN Today Interni is led by the third generation of Cazzaniga family. The new headquarter named “Interni Design Factory” is a perfect example of how Interni has succeeded to combine tradion and innovation. A space where happly confluence creative elements: managerial intuition, interaction with designers, cabinet making skills, industrial experimentation, artisan savoir faire.

The 90th anniversary represents not only an important achievement, but also a moment of great renewal and bold challenges. In a design world that’s constantly evolving, the company has proven its ability to catch opportunities by opening new mono-brand stores and carrying out some outstanding projects, with an eye on the expanding new markets.

Its efforts and passion for innovation are acknowledged both nationally and internationally and this keeps pushing Interni forward. The future is a land to explore, a story to write with bravery and creativity and the company is ready to accept any forthcoming challenge. Its story teaches us that only by looking at the future with vision and determination can you build a successful path that’s always inspiring and amazing.

# GIORGETTI SPIGA, THE PLACE



IT Nel più famoso quadrilatero al mondo, tra boutique di alta moda, palazzi storici, musei e gallerie d’arte, Giorgetti Spiga - “The Place”, è la quintessenza della visione di bellezza del brand.

Una location che comunica al primo sguardo i valori dell’azienda, un contenitore di meraviglie dove ogni piano è una scoperta tra prodotti iconici Giorgetti e nuove proposte, finiture ricercate che scandiscono gli ambienti e opere d’arte, sculture e oggetti preziosi che completano i vari spazi come in una sofisticata dimora privata.

Il palazzo Giorgetti è un’architettura di origine seicentesca, con una facciata classica dell’800. È pensato per rivolgersi a professionisti, clienti e appassionati e concepito come punto d’incontro tra i due concetti distributivi sui quali si poggia la distribuzione mondiale del brand: quello di store e di atelier.

Uno spazio su 4 piani, oltre alla mansarda destinata agli uffici ed al seminterrato con i locali tecnici, per accogliere, aprendosi alla città con le sue vetrine che affacciano su via della Spiga, e, allo stesso tempo, per offrire un punto di vista privilegiato e intimo sul mondo Giorgetti, invitando a scoprire un elegante scenario domestico, dove cura, unicità e qualità sono le parole d’ordine.

EN In the most famous fashion district in the world, among high-fashion boutiques, historic buildings, museums, and art galleries, Giorgetti Spiga - “The Place”, is the quintessence of the brand’s vision of beauty.

It is a location that communicates the company’s values at first glance, a container of wonders where each floor is a discovery among iconic Giorgetti products and new proposals, sophisticated finishes that mark the spaces, and works of art, sculptures, and precious objects that complete the various areas as in an elegant private residence.

The Giorgetti palace is an architecture of seventeenth-century origin, with a classic 19th-century façade. It is designed to appeal to professionals, clients, and enthusiasts. It is conceived as a meeting point between the two distribution concepts on which the brand’s global distribution is based: that of a store and an atelier.

A space on 4 floors, in addition to the attic for offices and the basement with technical rooms, opens up to the city with its windows facing Via della Spiga, and at the same time, offers a privileged and intimate viewpoint on the world of Giorgetti, inviting to discover an elegant domestic scenario, where care, uniqueness, and quality are the watchwords.

# SPAZIO CAPPELLINI MILANO

EN Conceived as an immersive journey, Spazio Cappellini Milano takes the visitors through a succession of different experiences characterized by continuous cultural contamination. Inside the showroom, the past and present products of the Cappellini Collection blend with objects from all over the world, creating a unique atmosphere. The interiors, defined by a composite and eclectic look, lead to an area dedicated to open-air living, reflecting the brand's DNA: here minimalism meets maximalism, introspection gets along with brilliant enthusiasm, and refinement embraces eccentricity. The rooms of Spazio Cappellini Milano become a traveling theatre where the visitor, rather than being a still spectator, plays the role of the main character of a unique and captivating purchase experience. "Like a theatrical scenography, Spazio Cappellini is going to narrate different concepts, all deeply connected to the brand's essence" declared Giulio Cappellini, creator and art director of the project. The new Spazio Cappellini Milano becomes the symbol of a one-of-a-kind story, made of iconic objects in the history of design, renowned labels, and future-oriented thought.

IT Concepito come un percorso immersivo, Spazio Cappellini Milano accompagna i visitatori in un susseguirsi di esperienze diverse determinate da una continua contaminazione culturale. All'interno dello showroom, i prodotti della Collezione Cappellini di ieri e di oggi dialogano con oggetti e manufatti provenienti da ogni parte del mondo per creare un'atmosfera unica e irripetibile. Gli ambienti interni, caratterizzati da una veste composita ed eclettica, conducono a un'area dedicata all'abitare open air, rispecchiando il Dna del brand in cui storicamente il minimalismo incontra il massimalismo, l'introspezione si armonizza con uno slancio estroso, la raffinatezza accoglie l'eccentricità. Le sale di Spazio Cappellini Milano diventano un teatro itinerante in cui il visitatore non si sente spettatore, ma attore protagonista di un'esperienza di acquisto unica, coinvolgente e inimitabile. "Come una scenografia teatrale, Spazio Cappellini racconterà volta per volta concetti diversi, tutti fortemente legati allo spirito del brand" ha affermato il suo ispiratore e art director Giulio Cappellini. Il nuovo Spazio Cappellini Milano diventa simbolo e portavoce di un racconto unico nel suo genere, fatto di oggetti che hanno scritto la storia del design, firme autorevoli e un pensiero sempre rivolto al futuro.

# INTERNI DESIGN EXPERIENCE

*Il Creative Team di Interni, guidato da architetti di talento, si impegna a creare spazi straordinari che non solo soddisfano, ma superano le aspettative di coloro che si affidano ai loro servizi.*

IT Nel mondo dell'architettura e del design d'interni, la personalizzazione è la chiave per creare spazi che rispecchino l'individualità e lo stile di vita di ogni cliente. Interni ha portato questa personalizzazione ad un livello superiore con la sua Design Experience.

Come racconta Nikita Bettoni, architetto ed interior designer del team Interni, la Design Experience è un processo personalizzato e su misura, che coinvolge il cliente in ogni fase del progetto. A partire dalla scelta dei materiali, il cliente è coinvolto in ogni decisione, garantendo che il risultato finale sia un riflesso autentico del suo gusto e stile personale.

Questo coinvolgimento non si limita alla scelta dei materiali. Si estende alla selezione degli oggetti di design, allo styling e persino alla scelta delle opere d'arte da inserire nel progetto. Questo approccio consente di creare un'emozione unica e personalizzata in ogni spazio, trasformando ogni progetto in un'opera d'arte su misura.

*Interni's Creative Team -led by talented architects- is committed to create extraordinary spaces that not only satisfy but also overcome the expectations of those requiring their services.*

EN In the world of architecture and interior design, customization is the key to create a space that reflects the individuality and lifestyle of each client. Interni took it to the next level with its Design Experience.

In the words of Nikita Bettoni –Interni Team's architect and interior designer- the Design Experience is a customized, tailor-made process involving the client every step of the way. From the choice of materials, clients are involved in every decision, in order to make the end result an authentic reflection of their taste and personal style.

The client's involvement is not limited to the choice of materials. It also entails the selection of the design items, the styling and the choice of the artworks to include in the project. This approach allows the creation of a unique and customized emotion in every space, transforming each project into a tailor-made work of art.

IT Gli architetti del Creative Team di Interni hanno l'opportunità di lavorare direttamente con i clienti o di supportare i Master Architects per progetti più ambiziosi, avendo contribuito negli anni alla realizzazione di alcune tra le più esclusive residenze e ville a livello mondiale. Questa flessibilità garantisce che ogni progetto, indipendentemente dalla sua scala o complessità, riceva l'attenzione e l'expertise necessarie per raggiungere l'eccellenza.

EN The architects of Interni's Creative Team have the chance of working directly with their clients or supporting the Master Architects in more ambitious projects, having given their contribution to the realization of some of the most exclusive homes and mansions in the world, over the years. This flexibility guarantees every project –regardless of its size or complexity- the attention and expertise required to reach excellence.

IT *“L’essenza della Design Experience di Interni risiede nella creazione di progetti unici, ispirati dai clienti che diventano co-creatori delle loro opere d’arte su misura. Questo approccio rivoluzionario e scalare al design d’interni non solo garantisce la soddisfazione del cliente, ma lo eleva anche ad una forma d’arte, in cui ogni spazio racconta una storia unica e personale.”*

EN *“The essence of Interni’s Design Experience stands in the creation of unique projects, inspired by the clients, becoming co-creators of their tailor-made works of art. Interni’s revolutionary and scalable design approach not only guarantees the client’s satisfaction, but elevates it to a form of art where every space tells a unique and personal story.”*

# IT INTERNI ACQUISISCE VIVENTE

IT INTERNI continua a estendere la propria portata e ad ampliare il proprio business. Con una rete di 16 negozi, sia monobrand che multimarca, distribuiti in Italia e nel Regno Unito, e ora, a seguito dell'acquisizione di Vivente, anche negli Emirati Arabi Uniti, INTERNI si afferma come il principale gruppo italiano specializzato nella distribuzione di arredamento di alta qualità. Di recente infatti l'azienda ha annunciato di aver raggiunto un accordo per l'acquisizione della quota di maggioranza della società Vivente, azienda di proprietà della famiglia Garabedian con sede a Dubai, attiva nel campo dell'arredo per case di lusso da oltre 30 anni.

La società rappresenta ad oggi l'unico distributore dei prestigiosi marchi Molteni&C e Dada cucine, entrambe aziende che operano nel settore dell'arredamento di alta qualità a livello internazionale, su tutto il territorio degli Emirati Arabi Uniti, vantando una posizione di rilievo su Jumeirah Beach Road, il cuore commerciale di Dubai.

A proposito dell'acquisizione di Vivente, Stefano Cazzaniga, CEO di INTERNI, ha dichiarato: *"Sono estremamente orgoglioso di accogliere Vivente all'interno della nostra famiglia. Con Jean Marc e suo padre Antoine condividiamo gli stessi valori: qualità dei prodotti, eccellenza del personale e del servizio, passione per i nostri clienti, valori che ci hanno fatto meritare la fiducia dei nostri fornitori e dei nostri clienti. Grazie alla nostra complementarità costruiremo insieme una piattaforma straordinaria per distribuire il meglio dell'arredo Made in Italy negli Emirati."*

Sarà, dunque, INTERNI a coordinare l'attività di Vivente in autonomia assicurando il migliore sviluppo delle attività già in corso e, soprattutto, l'esecuzione dell'ambizioso piano di sviluppo futuro del gruppo INTERNI negli Emirati Arabi Uniti, che prevede l'apertura di nuovi punti vendita a partire già dal 2024; mentre Jean Marc Garabedian, CEO di Vivente e figlio del fondatore Antonie, rimarrà nella sua attuale posizione diventando il responsabile locale del piano di sviluppo dell'area.

A riguardo, Jean Marc Garabedian ha dichiarato: *"Siamo davvero felici che Vivente possa entrare in un gruppo così importante, che potrà offrirci molteplici opportunità di sviluppo nell'area. La combinazione INTERNI-Vivente potrà davvero accelerare la conoscenza, distribuzione e vendita delle tante eccellenze Italiane ancora poco diffuse in queste zone. Con Stefano lavoreremo bene e presto per creare una piattaforma distributiva di prim'ordine che offra in UAE un nuovo punto di vista sull'arredo alto di gamma."*



# EN INTERNI ACQUIRES VIVENTE

EN INTERNI is continuing to extend its scope and expand its business. With a network of 16 mono-brand and multi-brand stores distributed over Italy and the United Kingdom and now, following the acquisition of Vivente, also in the United Arab Emirates, INTERNI is establishing itself as the leading Italian group specialising in distribution of high-quality furnishings. Indeed, the company recently announced an agreement for acquisition of the majority stake in Vivente, a company owned by the Garabedian family based in Dubai, operating in the field of luxury home furnishings for over 30 years.

The company is currently the sole distributor of the prestigious brands Molteni&C and Dada kitchens, two companies operating in the high-quality furniture sector at international level, throughout the United Arab Emirates, occupying a prominent position on Jumeirah Beach Road in the commercial heart of Dubai.

Regarding the acquisition of Vivente, Stefano Cazzaniga, CEO of INTERNI, stated: *"I am extremely proud to welcome Vivente into our family. Jean Marc and his father, Antoine, share our same values: high-quality products, excellent staff and service and a passion for delighting our customers, values that have earned us the trust of our suppliers and our customers. Our complementary nature will enable us to build an extraordinary platform together for distribution the finest Italian-made furnishings in the Emirates."*

INTERNI will therefore be coordinating Vivente's activities independently, ensuring optimal development of its ongoing business and, above all, implementation of the INTERNI group's ambitious future development plan in the United Arab Emirates, which foresees the opening of new stores from 2024, while Jean Marc Garabedian, CEO of Vivente and son of the founder, Antoine, will remain in his current position becoming local manager of the area development plan.

Regarding this, Jean Marc Garabedian stated: *"We are very happy that Vivente has the opportunity enter such an important group, which will offer us multiple development opportunities in the area. The INTERNI-Vivente partnership will significantly boost the knowledge, distribution and sale of the many excellent Italian products still little known in these parts of the world. We will work well with Stefano, soon creating a top-tier distribution platform providing a new perspective on high-end furniture in the UAE."*

# TALK: ROLANDAS KLIUČINSKAS AV ARCHITECTS

IT

**Qual è il filo conduttore o il tema ricorrente che guida il tuo lavoro?**

Il filo conduttore parte sempre dalle aspettative e dai sogni, impliciti o espliciti, dei miei clienti, che sbloccano un mondo di infinite possibilità dando vita a spazi e storie. Questa è la via per la diversità e, credo, anche per il successo di ogni progetto.

**Potresti condividere con noi i dettagli dei progetti di interior design su cui stai attualmente lavorando? Quali sono le sfide e le soddisfazioni che stai incontrando?**

Al momento sto lavorando su alcuni progetti ad Almaty, in Kazakistan, e Zermatt, in Svizzera. Il primo progetto riguarda la ristrutturazione di un edificio residenziale per due clienti, con mood completamente diversi. Mi piacciono le sfide poste dalle personalità dei clienti, sono fonte di idee e soddisfazione. Ad esempio, i progetti di Alamty, pur essendo situati in un unico edificio, sono diversi in tutto e per tutto al loro interno. Entrambi i progetti sono stati realizzati in stretta collaborazione con INTERNI, che ha fornito elementi di Ceccotti, Edra, Henge, Giorgetti, Officine Gullo, Vassalletti, ecc. Poiché entrambi gli appartamenti sono situati nello stesso edificio, condividono una facciata che si adatta ad entrambi. La facciata in vetro “no border view”, appositamente progettata, non ha alcun impatto industriale sugli interni. Lo chalet di Zermatt, invece, presenta i classici interni all’inglese con un leggero tocco barocco che ben si sposa con la baita svizzera. Insolito, ma molto personale. Il carattere virile del cliente con un pizzico di gusto “XO”.

**In che modo i viaggi e l’esposizione a diverse culture influenzano il tuo approccio alla progettazione? Quali sono le variazioni più significative dal tuo punto di vista, nei gusti e nelle preferenze abitative in diverse parti del mondo?**

Architettura e cultura sono interdipendenti e inscindibili. L’architettura fa parte dell’identità di ogni comunità e ne trasmette il messaggio culturale. Dal 2000 lavoro lontano dalla mia terra natale, la Lituania, sia in Europa che in Asia. Paesi, continenti, zone climatiche e sismiche, culture, storie, tradizioni familiari diverse che influenzano i progetti, un valore aggiunto per ogni lavoro. Le differenze influenzano la pianificazione funzionale, l’architettura e gli interni, la costruzione dell’edificio, le soluzioni ingegneristiche, l’approccio al comfort, la posizione sociale, ecc. È un tema molto complesso e stratificato che prevede molte variabili.

**Hai sviluppato un rapporto lavorativo molto stretto con Interni. Potresti raccontarci come è nata questa collaborazione e quali sono i principali valori aggiunti che Interni offre rispetto ad altri player nel campo del design e dell’arredamento?**

La mia è una professione multidisciplinare. Tra il progetto e l’esecuzione finale ci sono molti passaggi. La collaborazione con INTERNI è una parte molto importante di questo processo. La loro capacità nel fornire una selezione professionale di arredi italiani di qualità superiore, produttori di materiali e artigiani addetti alla creazione, produzione, consegna e montaggio è unica. Preziosissima per il mio lavoro. Andando nel dettaglio dell’evoluzione di ogni progetto, il supporto di INTERNI inizia nella primissima fase di concept, visualizzando ciò che sogniamo per determinati materiali e tecnologie. Nell’atelier di INTERNI quasi tutte le informazioni sono a portata di mano. Cataloghi, campioni, visite in fabbrica.

Nello sviluppo di ulteriori idee per il progetto, una visita del cliente può restringere il campo e definire meglio il gusto, visitando showroom, facendo prove, toccando con mano e vedendo con i propri occhi. È molto importante e aiuta a risparmiare tempo, arrivando infine al risultato ottimale.

**Il design oggi si estende ben oltre gli oggetti fisici, abbracciando l’intelligenza artificiale, il design thinking, l’internet delle cose, e altro ancora. Come integri la tecnologia nei tuoi progetti e quale impatto ha avuto sul tuo modo di lavorare?**

Internet, AI, tecnologia, scelta dei materiali...fa tutto parte della mia PALETTE (senza alcun limite, in genere). Preferisco il “more is more”. Viviamo in un mondo in cui l’influenza industriale è totale, così come le sue restrizioni sulla nostra vita quotidiana. Tutto dipende da come si usano le nuove possibilità offerte dalla tecnologia, pur mantenendo i vantaggi della customizzazione e dell’artigianalità, per creare gli elementi di una scheda di progetto unica. Accolgo di buon grado i nuovi strumenti.

**Come si sviluppa il tuo processo decisionale nella scelta dei pezzi di design principali per i tuoi progetti? Quali criteri utilizzi per assicurarti che ogni elemento si integri perfettamente nel contesto complessivo?**

Il progetto è il processo di una storia particolare, lo sviluppo evolutivo dall’idea alla sua realizzazione. Il punto d’incontro con il cliente avviene quando inizia la selezione delle soluzioni architettoniche, dei materiali e degli scenari tecnologici da seguire. Si crea così una palette su misura per il progetto specifico. La palette è il linguaggio condiviso tra cliente e architetto.

**Una parola o un termine che ritieni abusato nel tuo mondo.**

Moderno. È impossibile usare una parola sola per descrivere il linguaggio dell’architettura.

**Quali sono i tuoi progetti e piani futuri? Ci sono particolari tendenze o innovazioni nel campo del design che ti attraggono particolarmente?**

Viviamo in un’epoca davvero interessante. Le nuove tecnologie oggi ci offrono possibilità praticamente infinite, l’unico problema è essere abbastanza creativi da saperle usare. Ciò che era lo standard 5 anni fa, oggi appare superato, proprio a causa delle nuove opportunità tecnologiche. Inoltre, non solo la tecnologia, ma anche la tendenza verso la sostenibilità della vita e le soluzioni green hanno cambiato significativamente il brief di ogni progetto. La ricetta per il cocktail abitativo del futuro non è ancora stata mixata, ma gli ingredienti ci sono già tutti.

EN **What is the guiding theme or recurring motif in your work?**

The guiding theme in my work is always shaped by my clients' expectations and dreams, both explicit and implicit. These aspirations unlock a world of possibilities, breathing life into spaces and stories. This approach paves the way for diversity and the success of each project.

**Could you tell us about the details of the interior design projects you're currently working on? What are the challenges and satisfactions you're encountering?**

I'm currently working on projects in Almaty, Kazakhstan and Zermatt, Switzerland. The first involves reconstruction of a residential building for two clients, each featuring a completely different mood. I enjoy the challenges posed by each client's unique personality, always a source of inspiration and satisfaction. For instance, the Almaty projects, despite being in the same building, are strikingly different. Both projects have been carried out with the close support of Interni, featuring products from brands like Ceccotti, Edra, Henge, Giorgetti, Officine Gullo, Vassalletti, among others. Since both apartments share a facade of the same building, the glass facade's special 'no-border view' design has no industrial impact on the interiors. The chalet in Zermatt features a traditional English interior with a subtle touch of Baroque, blending seamlessly with the Swiss chalet style. It's unusual but deeply personal, reflecting the client's masculine personality with a hint of 'XO'.

**How do travel and exposure to different cultures influence your approach to design? From your perspective, what are the most significant variations in tastes and living preferences in different parts of the world?**

Architecture and culture are interdependent and inseparable. Architecture forms part of each community's identity and embodies its cultural heritage. Since 2000, I've been working far from my native Lithuania, in both the EU and Asia. The diverse countries, continents, climates, seismic zones, cultures, historical heritages and family traditions I've encountered have added value to my projects. These differences impact on functional planning, architecture, interiors, building construction, engineering solutions, approaches to comfort, social status and more. It's challenging to neatly summarise such a broad topic.

**You've developed a very close working relationship with Interni. Could you tell us how this partnership came about and what are the main added values that Interni brings compared to other operators in the design and furnishing field?**

My profession is inherently multidisciplinary. Between a project's inception and final implementation, there are numerous steps. Working with INTERNI is a crucial part of this process. Their ability to provide a professional selection of top Italian furnishings, materials, producers and craftspeople for creation, production, delivery and assembly is unparalleled. This is invaluable for my work. In each project, Interni's support begins at the early concept stage, helping to visualise the desired materials and technologies. At INTERNI's atelier, almost all information is accessible, including catalogues, samples and factory visits. When developing ideas for a project, a client's visit can refine the general style by experiencing the showroom firsthand, testing, touching and seeing the options. This is extremely important and saves time, ultimately resulting in the best outcome.

**Today, design extends well beyond physical objects, embracing artificial intelligence, design thinking, the Internet of Things and much more. How do you integrate technology into your projects and what impact has it had on your way of working?**

The Internet, AI, technology and the vast array of materials are all part of my palette, which is generally limitless. I prefer the philosophy of 'more is more'. In today's world, industrial influence is ubiquitous, imposing restrictions on our daily lives. Everything depends on how we utilise new technologies while preserving the benefits of customisation and craftsmanship to create unique design elements. I welcome new tools with open arms.

**How does your decision-making process develop when choosing the main design pieces for your projects? What criteria do you use to ensure that each element integrates perfectly into the overall context?**

A project is the evolution of a specific story, developing from the initial idea to its realisation. Interaction with the client begins when selecting architectural solutions, materials and technological scenarios. This creates a tailored palette for each individual project. The palette forms the common language between client and architect.

**A word or term that you think is overused in your field?**

Modern. It's impossible to encapsulate the language of architecture in a single word.

**What are your future projects and plans? Are there any particular trends or innovations in the field of design that especially attract you?**

We live in a fascinating era. New technologies offer us almost limitless opportunities, and the challenge lies in being creative enough to utilise them. What was considered 'standard' just five years ago now seems outdated, primarily due to new technological advancements. Moreover, not only technology but also sustainable living approaches and green technology solutions are significantly altering project briefs. The 'cocktail' of future living is still being formulated, but its ingredients are already present.

INTERNI
Design Experience

internionline.it

**ITALIAN STORES / MILAN**

INTERNI DESIGN FACTORY
Via Filippo Turati, 6/8
20121 — Milan
T. +39 02 29063421

SPAZIO EDRA
Via Filippo Turati, 6/8
20121 — Milan
T. +39 02 29063421

TERRAZZA RODA
Via Filippo Turati, 6/8
20121 — Milan
T. +39 02 29063421

EXTETA FLAGSHIP STORE
Via Filippo Turati, 6
20121 — Milan
T. +39 02 49767470

ALCHYMIA ATELIER
Via Durini, 7
20122 — Milan
T. +39 02 29063421
By Appointment

ARCLINEA FLAGSHIP STORE
Via Durini, 7
20122 — Milan
T. +39 02 94388105

ARREDO3 FLAGSHIP STORE
Via Solferino
(Galleria San Marco)
20121 — Milan
T. +39 02 43416288
T. +39 02 24861401

SPAZIO CAPPELLINI MILANO
Via Borgogna, 8
20122 — Milan
T. +39 02 76003889

CECCOTTI COLLEZIONI
Via Durini, 23
20122 — Milan
T. +39 02 29019340

EMU FLAGSHIP STORE
Corso Monforte, 50
20122 — Milano
T. +39 02 49367082

FALPER FLAGSHIP STORE
Via Pontaccio, 10
20121 — Milan
T. +39 02 89091526

GIORGETTI SPIGA, THE PLACE
Via della Spiga, 31
20122 — Milan
T. +39 02 99372000

HENGE SHOWROOM
Via della Spiga, 34
20121 — Milan
T. +39 02 29063421
By Appointment

IVANO REDAELLI ATELIER
Via Durini, 17
20122 — Milan
T. +39 02 799022

NOVAMOBILI
FLAGSHIP STORE
Via Melchiorre Gioia, 6/8
20124 — Milan
T. +39 02 63793545

VERSACE HOME
FLAGSHIP STORE
Via Durini, 11
20122 — Milan
T. +39 02 49473012

**ITALIAN STORES / OTHER LOCATIONS**

INTERNI BERGAMO
Via Paleocapa, 3L
24121 — Bergamo
T. +39 035 219953

INTERNI VERANO BRIANZA
S.S. 36 dei Laghi e dello Spluga
20843 — Verano Brianza
T. +39 0362 902641

**INTERNATIONAL STORES**

**LONDON**

GIORGETTI FLAGSHIP STORE
52—58 Fulham Road
SW3 6HH, London
T. +44 2 075810022

**DUBAI**

MOLTENI&C|DADA DUBAI
FLAGSHIP STORE
817, Jumeirah Street
Umm Suqeim 3, Dubai
T. +971 4 3331196

**THANKS TO**

ALIMONTI MILANO
Corso Venezia, 53
20121 — Milan
T. +39 02 76394431