

# INTERNI

THE MAGAZINE OF INTERIORS  
AND CONTEMPORARY DESIGN

N°11 NOVEMBRE

NOVEMBER 2018

MENSILE ITALIA / MONTHLY ITALY € 10

DISTRIBUTION 31 OTTOBRE/OCTOBER 2018

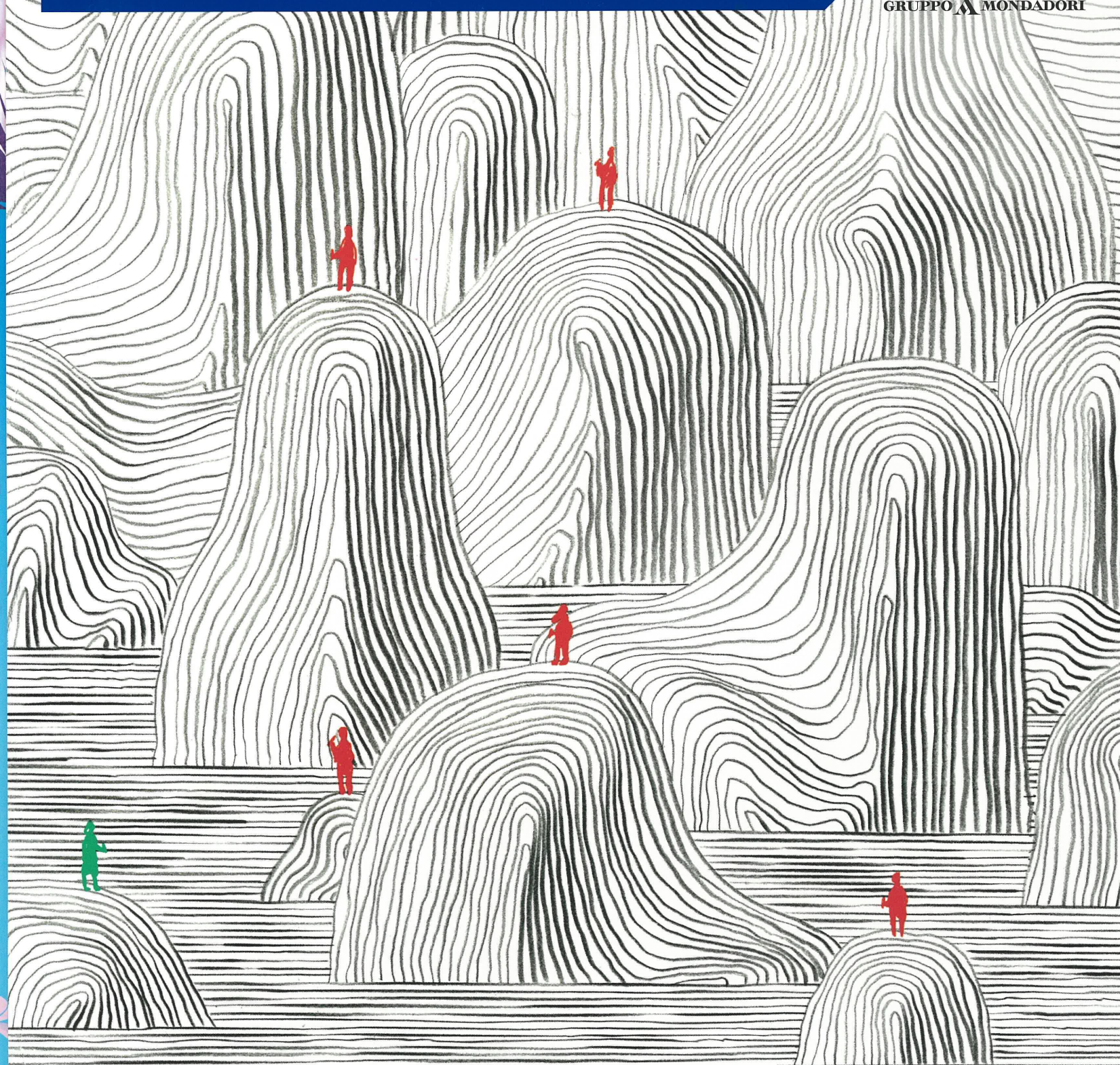
AT € 19,50 - BE € 18,50 - CH CHF 19,80 - DE € 23

DK kr 165 - E € 17 - F € 18 - MC, Côte D'Azur € 18,10

UK £ 19,50 - PT € 17 - SE kr 170 - US \$ 30

Poste Italiane SpA - Sped. in A.P.D.L. 353/03  
art.1, comma 1, DCB Verona

GRUPPO  MONDADORI



CREATED  
IN CHINA



# Looking AROUND PROJECTS

A Shanghai, il **flagship store** di **Zwilling JA Henckels**, progettato dagli italiani **Matteo Thun e Antonio Rodriguez**, come proposta di un'esperienza a tutto tondo che **fonde ambito retail e ristorazione**

## SCOPRI, IMPARA E DIVERTITI!



**1.** LA ZONA BAR ORGANIZZATA AL PRIMO PIANO DEL FLAGSHIP STORE **ZWILLING**, CHE FONDE AMBITO RETAIL E RISTORAZIONE  
**2.** LO SPAZIO RISTORANTE, SEMPRE AL PRIMO LIVELLO.  
**3.** IL NEGOZIO AL PIANO TERRA, VETRINA ESPOSITIVA DEI PRODOTTI **ZWILLING**, **BLASONATO** E ANTICHISSIMO BRAND TEDESCO DI COLTELLI DA CUCINA DI ALTA PRECISIONE, CHE OGGI COMPRENDE ANCHE I **MARCHI BALLARINI** E **STAUB** TUTTO SU DISEGNO DI **MATTEO THUN** E **ANTONIO RODRIGUEZ**, CHE PER IL BRAND SONO ANCHE **PRODUCT DESIGNER**.  
FOTO COURTESY **MATTEO THUN & PARTNERS**

d'ispirazione mediterranea. "Perché questo livello è stato pensato esclusivamente per condividere momenti di socialità. Qui si incontrano amici e si dialoga con chef, cuochi e fan del brand, si scoprono malizie nell'utilizzo degli strumenti, si sperimenta, si impara e ci si diverte", continuano i progettisti. Che sono intervenuti su uno spazio complessivo di 650 metri quadri, coniugando nel design tradizioni orientali e occidentali. Con una espressività iconica senza tempo. Fatta di forme essenziali combinate con materiali di lusso quali pelle, velluto, legno e ottone. Secondo la migliore scuola italiana. ■ A.B.

"Da cosa nasce cosa", scriveva Bruno Munari nel suo indimenticabile libro di appunti per una metodologia progettuale, che è stato un riferimento elettivo per generazioni di architetti e designer. Può essere bello scoprire che saper progettare non è dote esclusiva e innata di pochi. Bisogna però riconoscere che trasformare l'esperienza sensoriale e *hi-touch* di un coltello da cucina, pur di altissima qualità e precisione, in un intero concept di *flagship store* richiede talento ed esperienza. Doti che non difettano a Matteo Thun e Antonio Rodriguez, i due italiani che firmano nell'*interior design*, nello *styling* e nel *restaurant graphic corporate identity* il *flagship store* di Zwilling JA Henckels, di recente inaugurato a Shanghai nella

zona cool di TaiKoo Hui. L'hanno concepito, spiegano, come "un viaggio visivo e dinamico su più piani di lettura, che potesse stimolare tutti i sensi del potenziale acquirente, consentendo un'esperienza completa dell'identità del brand tedesco". Così al piano terra, il negozio presenta, in un efficace quanto sintetico allestimento di matrice purista, l'intera collezione dei prodotti di Zwilling, nata come fabbrica di strumenti da taglio nel 1731 a Solingen in Germania: un colosso del settore (che oggi comprende anche i marchi Ballarini e Staub). Il piano superiore, collegato al primo tramite una scenografica scala rivestita con una sofisticata *palette* materico-cromatica, organizza la scuola di cucina *gourmet*, la zona bar e il ristorante *The Twins*,

