

# Quaderno tessile

English text inside

CASA  
- L'arredo e il design -  
STILE



## TEXTILE SHAPING THE FUTURE

The sustainable evolution of  
Martinelli Ginetto Group

FAZZINI  
ATELIER



CARISMA MILANESE





6

cover story  
**TEXTILE SHAPING  
THE FUTURE:  
L'EVOLUZIONE  
SOSTENIBILE  
DEL GRUPPO  
MARTINELLI  
GINETTO**  
Textile shaping the future:  
the sustainable evolution

10

progettare  
**PRÉMOLI + DI  
BELLA: CREATIVITÀ  
E IDENTITÀ  
NEL TESSILE  
DOMESTICO**  
Creativity and identity  
in home textiles

14

progettare  
**TESSUTI RICERCATI  
NELLE SUITE  
DELL'HOTEL  
VAL DI SOGNO**  
Sophisticated fabrics in the  
Val di Sogno hotel suites

18

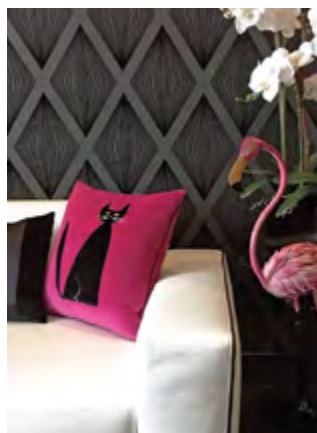
eventi  
**HEIMTEXTIL 2024  
TRA NUOVI  
PADIGLIONI E LA  
PIATTAFORMA  
«ECONOGY FINDER»**  
New pavilions and the  
“econogy finder” platform

36

incontri  
**TESSILE  
PER LA CASA:  
PERSONALIZZARE  
È LA SCELTA  
VINCENTE**  
Home textiles: customization  
as the winning choice

40

materiali  
**COLLEZIONE  
CENTENARIO  
TEMPOTEST®  
QUALITÀ, STORIA E  
INNOVAZIONE**  
Centenary collection:  
quality, history and  
innovation



30

incontri  
**FILIERA TESSILE,  
IL FUTURO PASSA  
DAL RICICLO**  
Textile supply chain, the  
future lies in recycling



6  
EDIZIONE

FIRENZE

# HOME TEXSTYLE

INTERNATIONAL TRADE SHOW

SALONE INTERNAZIONALE DEL TESSILE

FORTEZZA DA BASSO - FIRENZE  
**10-11-12 FEBBRAIO 2024**  
FIRENZEHOMETEXSTYLE.COM





QUADERNO  
TESSILE

SOMMARIO

43

eventi

**IL TESSILE, TRA  
INNOVAZIONE E  
TRADIZIONE, IN MOSTRA  
A FIRENZE**

Textiles, between innovation and  
tradition, on display in Florence

44

**progettare  
MULTIDISCIPLINARITÀ  
TRA ARREDO E  
DESIGN PER LA CASA E  
L'OUTDOOR**

Multidisciplinary between  
furniture and design  
for home and outdoor spaces

48

news

**LUSSO SOSTENIBILE  
CON LA TINTURA  
NATURALE**

Sustainable luxury  
with natural dyeing

**PARLIAMO  
di...**

MARTINELLI GINETTO GROUP	I cop, 6-8
FAZZINI	II cop, III cop, I
PARÀ	IV cop, 40-42
FIRENZE FIERA Home Texstyle	3, 43
MESSE FRANKFURT Heimtextile	9, 18-29

CASA  
- L'arredo e il design -  
STILE

Supplemento al n. 427 Gennaio 2024 - [www.casastileweb.it](http://www.casastileweb.it)

Proprietario ed editore: **Edibrico** srl  
Sede legale: Viale Emilio Caldara, 44 - 20122 Milano  
Sede operativa: Località Vallemme, 21 - 15066 Gavi (AL)

DIRETTORE EDITORIALE E RESPONSABILE: Nicla de Carolis  
CONSULENTE EDITORIALE: Giulia Arrigoni  
COORDINATORE DI REDAZIONE: Laila de Carolis

SEGRETERIA DI REDAZIONE: Patrizia Ferrari  
[p.ferrari@edibrico.it](mailto:p.ferrari@edibrico.it)

GRAFICA E IMPAGINAZIONE: Gabriele Curato

COLLABORATORI: Fabio Destefani, Emanuela Balestrino

IMMAGINI: Adobe Stock, Shutterstock

Ufficio commerciale: Cesare Gnocchi (direttore commerciale)  
[cesare.gnocchi@tecnichenuove.com](mailto:cesare.gnocchi@tecnichenuove.com)  
Monica Sposito (coord. comm. Casastile)  
[monica.sposito@newbusinessmedia.it](mailto:monica.sposito@newbusinessmedia.it)  
Anna Boccaletti (coordinatore)  
[anna.boccaletti@newbusinessmedia.it](mailto:anna.boccaletti@newbusinessmedia.it)

Ufficio traffico: Lorena Villa  
[lorena.villa@newbusinessmedia.it](mailto:lorena.villa@newbusinessmedia.it) tel. 02 92984542

Stampa: Faenza Printing Spa - Via Vittime Civili di Guerra, 35 - 48018 Faenza (Ra)

**ABBONAMENTI**

Tariffe per l'Italia: cartaceo annuale 22,00 euro;  
cartaceo biennale 34,00 euro.

Modalità di pagamento:

Conto corrente postale n.13844469 intestato a: EDIBRICO - loc. Vallemme, 21 15066 Gavi (AL)  
Bonifico bancario su Iban: IT4300623048310000046330946  
L'abbonamento avrà inizio dal primo numero raggiungibile.  
Servizio clienti: 0143 645037 - [abbonamenti@edibrico.it](mailto:abbonamenti@edibrico.it)

Registrazione Tribunale di Milano n. 392/72  
ROC n. 34848 del 26 agosto 2020 ISSN 0390-151002

**ANES** ASSOCIAZIONE NAZIONALE  
EDITORIALE DI SETTORE

**Responsabilità:** la riproduzione delle illustrazioni e articoli pubblicati dalla rivista, nonché la loro traduzione è riservata e non può avvenire senza espressa autorizzazione della Casa Editrice. I manoscritti e le illustrazioni inviati alla redazione non saranno restituiti, anche se non pubblicati e la Casa Editrice non si assume responsabilità per il caso che si tratti di esemplari unici. La Casa Editrice non si assume responsabilità per i casi di eventuali errori contenuti negli articoli pubblicati o di errori in cui fosse incorso nella loro riproduzione sulla rivista.

HDS

FAZZINI



ITALIAN ATTITUDE

[fazzinihome.com](http://fazzinihome.com)



# TEXTILE SHAPING THE FUTURE: L'EVOLUZIONE SOSTENIBILE DEL GRUPPO MARTINELLI GINETTO



MARTINELLI GINETTO GROUP è un polo integrato, leader nel settore tessile per filatura, tessitura, editoria e finissaggio, che da oltre settant'anni offre una selezione ampia e personalizzata di prodotti per la casa e l'hospitality con un approccio responsabile in ogni fase produttiva.

MARTINELLI GINETTO GROUP is an integrated hub, leader in the textile sector for spinning, weaving, publishing and finishing, which for over seventy years has offered a wide and customised selection of products for home and hospitality, approaching every stage of production with a strong sense of responsibly.

TEXTILE SHAPING THE FUTURE  
Ecco la nostra visione.  
Scansiona il QR code per guardare il video.

Discover our vision.  
Scan the QR code to watch the video.



## TEXTILE SHAPING THE FUTURE: THE SUSTAINABLE EVOLUTION OF THE MARTINELLI GINETTO GROUP

In MARTINELLI GINETTO innovazione e sostenibilità iniziano dal processo di digitalizzazione. Grazie all'investimento tecnologico del Gruppo, il cliente è coinvolto nel processo creativo condividendo esigenze e gusti con designer e professionisti tessili per creare il prodotto desiderato. Ogni tessuto è disponibile online, organizzato in un ricco archivio di strutture, disegni, finissaggi e colori, aperto al cliente. Una vetrina di oltre 12mila disegni in cloud che unisce creatività, stile ed



expertise dei brand MARTINELLI GINETTO e BRIGNOLI, dove è possibile accedere a un'area personale dedicata. Un nuovo approccio creativo e commerciale che evolve la scelta del tessuto e il suo acquisto: attraverso la nuova piattaforma e-commerce tutti gli articoli a magazzino sono disponibili anche in piccole quantità e consultabili digitalmente per ridurre la produzione di campionari, cataloghi e preservare risorse. Strumenti di vendita in kit

At MARTINELLI GINETTO, innovation and sustainability begin with the digitisation process. Thanks to the Group's technological investment, the customer is involved in the creative process, sharing needs and tastes with designers and professionals in the textile industry to create the desired product. Every fabric is available online, arranged in a rich archive of structures, patterns, finishes and colours which is open to the customer. A showcase of over 12,000 designs available on the cloud which combines the creativity, style and expertise of the MARTINELLI GINETTO and BRIGNOLI brands, where it is possible to access a dedicated personal area. Choosing

customizzabili, cartelle online e spazi virtuali offrono una soluzione completa e sostenibile per facilitare la progettazione. Sempre in questa direzione, il brand KOHRO propone la nuova applicazione KOHRO World, innovazione pensata per showroom d'arredo, designer e architetti, per configurare ambienti e rendering in più stili – Glamour, Relaxed, Natural – arredandoli virtualmente con i tessuti della collezione e visualizzando nell'immediato l'insieme di imbottiti, tende, accessori, completi letto e bagno. L'ampia proposta di tessuti made in Italy KOHRO, nati dalle migliori materie prime, garantisce la più alta qualità per ogni tessuto, con possibilità di confezione con

and purchasing fabric evolves thanks to a new creative and commercial approach. All items in stock are available through the new e-commerce platform, even in small quantities, and can be consulted digitally to reduce the production of samples and catalogues, and to conserve resources. Customisable sales kits, online data sheets and virtual spaces offer a comprehensive and sustainable solution to make the design process easier. This is also achieved using the KOHRO brand's new KOHRO World application, an innovation conceived for furniture showrooms, designers and architects, to configure and render spaces in a variety of styles - Glamour, Relaxed,

partner selezionati. L'attenzione del Gruppo verso il mercato, rafforzata da una solida struttura CRM, si traduce nell'impegno concreto per dar forma a un futuro migliore anche attraverso i delicati processi di finissaggio che hanno luogo nell'azienda di Nerviano, acquisita dal Gruppo nel 2021.

Natural - furnishing them virtually with fabrics from the collection and immediately visualising the entire collection of upholstered items, curtains, accessories, bed and bathroom sets. KOHRO's wide range of fabrics made in Italy, created using the finest raw materials, guarantees the highest quality for every fabric, offering the option to have them turned into the end product with selected partners. The Group's focus on the market, strengthened by a solid CRM structure, translates into a firm commitment to shaping a better future, thanks also to the delicate finishing processes that take place at the company premises in Nerviano, acquired by the Group in 2021.



SATTA & BOTTELLI è la storica manifattura nata nel 1921 che rappresenta da tempo il riferimento per la nobilitazione di tessuti ortogonali. La sua acquisizione ne ha segnato il rilancio, con un importante rinnovamento ed incremento della produzione, valorizzando le competenze di più di cento anni di attività al servizio delle migliori aziende italiane ed europee. L'assetto produttivo e l'ampiezza del parco macchine consentono di nobilitare tessuti di altezza da 40 cm a 360 cm, offrendo un'ampia gamma di finissaggi chimico-fisici con certificazioni OEKOTEX100 per la salubrità delle nobilitazioni, GOTS per l'utilizzo di fibre naturali e GRS per il recupero di materiali da riciclo. Dal 2022 si sono implementati modelli di informatizzazione dei processi e si è guardato alla sostenibilità attraverso l'impiego di energie rinnovabili, tecnologie ad alta efficienza energetica e

programmi di recupero energia. Oltre al progetto di redazione del Bilancio Sociale per il 2024, si sono adottate azioni concrete: l'opera di pannelli fotovoltaici, l'installazione di recuperatori di calore, la sostituzione delle caldaie e cappotti termici. Obiettivo principale è ridurre l'impatto ambientale attraverso la trasformazione digitale e la riduzione dei consumi di acqua ed energia da fonti fossili. Nell'ambito degli obiettivi ESG, si pensa al benessere dei lavoratori, con formazione e attenzione alla sicurezza, implementazione di programmi di co-partecipazione dei lavoratori ai risultati aziendali attraverso Premio di Risultato, inserimento di risorse giovani, realizzazione di mensa e spogliatoi.



**IL TESSILE CHE DÀ FORMA AL FUTURO:** la visione del Gruppo Martinelli Ginetto è rappresentare un punto di riferimento per aziende, risorse e clienti che operano nei settori della casa e dell'ospitalità, offrendo servizi di eccellenza per qualità, performance e innovazione, anche nel segno della sostenibilità ambientale e sociale. □

SATTA & BOTTELLI is the historical manufacturer established in 1921 that has represented the benchmark for orthogonal fabric finishing over the years. Its acquisition marked its relaunch, with an important revamping of and increase in production, exploiting the skills accumulated in over a hundred years of activity at the service of the leading Italian and European companies. The production set-up and the extensive fleet of machines allow the finishing of fabrics in widths ranging from 40 cm to 360 cm, offering a wide range of chemical-physical finishes certified by OEKOTEX100 for healthy finishing, GOTS for the use of natural fibres

and GRS for the recovery of recycled materials. Process computerisation models have been implemented since 2022 and sustainability has been addressed using renewable energy, energy-efficient technologies and energy recovery programmes. In addition to the 2024 Social Report project, tangible actions have been taken: the implementation of photovoltaic panels, the installation of heat recovery, the replacement of boilers and thermal envelopes. The main aim is to reduce the environmental impact through digital transformation and reduced consumption of water and energy from fossil fuels. Within the scope of the ESG

goals, consideration is paid to the wellbeing of workers, with training and attention to safety, implementation of programmes for the co-participation of workers in company results through a Bonus paid out when targets are reached, inclusion of young resources, and the construction of a canteen and changing rooms. **TEXTILE SHAPING THE FUTURE:** the Martinelli Ginetto Group's vision is to be a point of reference for companies, resources and customers operating in the home and hospitality sectors, offering services of excellence in terms of quality, performance and innovation, also in the name of environmental and social sustainability.

# CARPETS



heimtextil

9 – 12. 1. 2024  
FRANKFURT/MAIN

## CARPETS AND RUGS AT HEIMTEXTIL!

**JOIN THE WOW:** alla più grande e più importante fiera al mondo del tessile casa, arredo e contract, il nuovo segmento Carpets & Rugs ti permette di stabilire contatti internazionali e scoprire un'accattivante varietà di prodotti: da tappeti fatti a mano e a macchina, fino a passatoie, scendiletto e zerbini.

visitatori@italy.  
messefrankfurt.com

Tel.  
+39 02 880 77 81

Non perdere questa opportunità: iscriviti alla **Newsletter** di Heimtextil!



# RUGS

part of

**TEXPERTISE**  
the textile business network

messe frankfurt





Con il tessile raccontiamo storie fantastiche e mondi sorprendenti

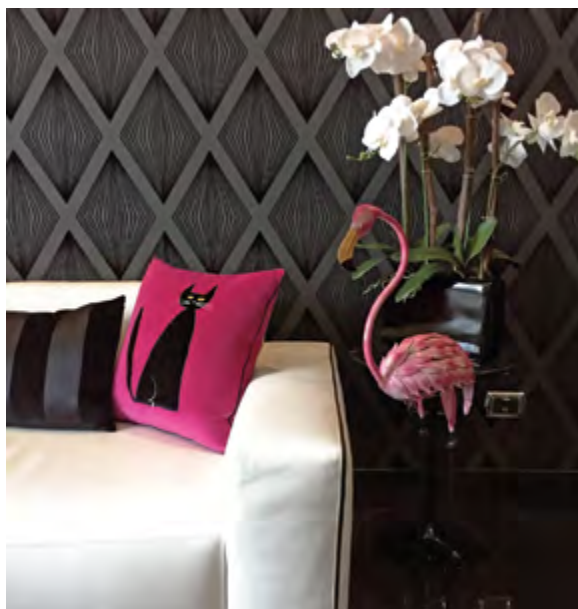
# PREMOLI + DI BELLA: CREATIVITÀ E IDENTITÀ NEL TESSILE DOMESTICO

di/by Fabio Destefani

PREMOLI  DI BELLA

## Armonia perfetta, tra bianco e nero per l'area lounge di un Boutique Apartment in Manhattan, NYC

Perfect Harmony in black and white for the lounge area of a Boutique Apartment in Manhattan, NYC



**I**n che modo il tessile può dare un'identità all'interno domestico e come la moda influenza gli stili e i colori del tessile per la casa?

Di questo e di molto altro abbiamo parlato con Giovanni Premoli e Dario di Bella fondatori del marchio PREMOLI + DI BELLA che da anni opera nel settore del Luxury fashion, Textile e Apparel Industry.

Nell'ambito del tessile della casa quali sono le tipologie di prodotti che realizzate?

Premoli + Di Bella Home Linen si articola su due linee principali: la prima comprende prodotti quali cuscini, plaid, trapunte, copripiumini, placemat, runner, tovaglie, set spa, tappeti e carte da parati. E' prodotta e distribuita da aziende su licenza, mentre la distribuzione passa attraverso corner shop

## PREMOLI + DI BELLA: CREATIVITY AND IDENTITY IN HOME TEXTILES

Fabulous stories and astonishing worlds told through textiles

dedicati, negozi multimarca ed E-commerce.

La seconda, gestita da noi, è una linea one to one, dedicata al "fatto su misura" che include anche arredi, illuminazione ed accessori ideati e progettati unicamente per quegli ambienti firmati da noi.

Come il tessile può dare identità alla casa?

Siamo riconosciuti come i "Designer del terzo

millennio, Artisti del Lifestyle", la nostra cifra stilistica è porre elementi creativi, decori, geometrie, colori e lavorazioni quali asset distintivi ed identitari del nostro stile eclettico. È un saper guardare un po' più lontano, da un'angolatura differente, dove l'unicità del nostro percorso fa comprendere che il "tessile" è uno specchio riflesso della nostra creatività.

Una tela bianca, con



## Cuscini in velluto Premoli + Di Bella Home Linen - Divano 3 posti in fior di pelle bianca dalla collezione Premoli + Di Bella Home per L'Oasi Lounge di una raffinata Townhouse milanese

Premoli + Di Bella Home Linen's velvet cushions - Three-seater sofa in fine white leather from Premoli + Di Bella home's collection for a refined milanese Townhouse's Oasis Lounge.

How can textiles provide an identity to home interiors, and how does fashion influence the styles and colors of home textiles? We discussed these topics and more with Giovanni Premoli and Dario di Bella, founders of the brand PREMOLI + DI BELLA, which has been operating for years in the Luxury Fashion, Textile, and Apparel Industry.

What types of products do

you create in the field of home textiles?

Premoli + Di Bella Home Linen consists of two main lines: the first includes products such as cushions, plaids, quilts, duvet covers, placemats, runners, tablecloths, spa sets, carpets, and wallpapers. It is produced and distributed by licensed companies, with distribution through dedicated corner shops, multi-brand stores, and e-commerce. The second, managed by us, is a one-

to-one line dedicated to "custom-made" products, which also includes furniture, lighting, and accessories designed exclusively for spaces signed by us.

How can textiles give identity to a home?

We are recognized as the "Designers of the Third Millennium, Artists of Lifestyle"; our stylistic signature is to place creative elements, decorations, geometries,

L'interno domestico deve essere caldo, accogliente, originale, pratico, decorativo, audace, personalizzato e deve riflettere chi lo abita. I nostri prodotti tessili hanno queste caratteristiche e devono saper raccontare una storia, facendo vivere un'esperienza a chi li utilizza. È così che da elementi decorativi

## QueenBee room, l'Arte dell'Esclusività, una suite a cinque stelle

QueenBee room, the Art of Exclusivity, a five-star suite.

un'infinità di finiture e materiali, sulla quale esercitiamo la nostra creatività, ideando e disegnando stampe, raccontando storie e mondi unici, che conferiscono un'identità agli spazi.

Qual è la vostra idea di interno domestico e come essa si traduce nei prodotti tessili che realizzate?





### La suite di un Boutique Apartment in Manhattan, NYC

A Manhattan Boutique Apartment's suite, NYC.

diventano preziosi elementi d'arredo, caratterizzanti e distintivi, trasformandosi da pezzi di artigianato in opere da collezionare.

In ambito tessile quali sono i tessuti, i colori, gli stili che oggi sono più di tendenza?

Velluti, cotone, lane cotte, linoni sono da noi mixati sapientemente e presentati nei colori dai toni caldi e neutri con accenti di colore quali il rosso porpora, il lake blue, il colore del nostro brand ed il color senape. L'utilizzo del bianco e nero, con la greca Efesto è per Premoli

+ Di Bella qualcosa di irrinunciabile.

Il mondo del tessile per la casa confina con l'universo della moda. Come questi due ambiti merceologici interagiscono?

Il nostro processo creativo va ben oltre la moda, non separiamo il mondo fashion da quello della casa e del lifestyle. Siamo chiamati a dirigere collezioni donna, uomo e accessori per importanti gruppi, al contempo disegniamo, firmiamo e progettiamo arredi e accessori per altrettante note aziende di arredo e design, disegnando



### Premoli+Di Bella Home Linen Dalla collezione tavola, l'iconica greca Efesto

Premoli+Di Bella Home Linen's table collection: the iconic Efesto pattern.

anche elementi di arredo per trasmissioni televisive nazionali. Oggi ci troviamo a progettare spazi luxury di Relais & Hotel. Per noi è quindi impensabile non far interagire classi merceologiche diverse, perché tutto ha inizio dalla nostra visione creativa. Un capo d'abbigliamento, come un accessorio, non è altro che la continuazione di uno stile di vita che parte dalla moda, passa in maniera più intima alla casa e prosegue il suo percorso in altri ambiti: questo è il lifestyle!

Le tendenze che si manifestano nel campo della moda finiscono per influenzare quelle del tessile casa, oppure il tessile per la casa gode di una certa autonomia nei confronti della moda?

Il tessile casa può vivere di vita propria rispetto

alle tendenze moda, ma essendo i trend moda molto volubili, veloci e di facile divulgazione, riescono a fare da apripista, lanciando nuovi trend che vengono a loro volta ripresi da designer di altri settori. Personalmente il nostro approccio tra moda e tessile è considerato uno scambio alla pari. Lavorazioni e innovazioni, che usiamo nelle collezioni moda, vengono volutamente riproposte nel tessile, così come accorgimenti presi dal tessile vengono utilizzati nelle collezioni moda. Questo approccio ci permette di essere designer molto versatili così che il fil rouge delle nostre creazioni diventa distintività ed unicità e la parola tendenza viene superata dalla parola creatività! □



Giovanni Premoli

Dario Di Bella

## PREMOLI + DI BELLA

Giovanni Premoli e Dario Di Bella, hanno fondato il marchio PREMOLI + DI BELLA, diciotto anni fa. Nati e formati in Italia, sono molto apprezzati anche all'estero (Europa, U.S.A, Medio Oriente, Asia). La loro attività spazia dal Luxury Fashion (realizzano collezioni uomo, donna, accessori), al Tessile per la casa fino all'Apparel Industry. Nel loro lavoro è evidente la volontà di valorizzare il patrimonio stilistico e culturale italiano, unita al desiderio di rivisitarlo in maniera originale e creativa. «La nostra scelta - affermano - è sempre stata quella di metterci in gioco, rischiando e uscendo dalla nostra "comfort zone". Il nostro desiderio di conoscere i mercati internazionali e le loro logiche, così come le diverse culture e gli stili di vita che caratterizzano le diverse parti del mondo, ci hanno portato ad esportare il nostro brand in molti Paesi esteri. Viaggiare, entrare in contatto e collaborare con team professionali diversi, è stato utile per capire e soddisfare i bisogni delle persone nelle diverse parti del mondo».

Giovanni Premoli and Dario Di Bella founded the PREMOLI + DI BELLA brand eighteen years ago. Born and trained in Italy, they are also highly regarded abroad (Europe, U.S.A, Middle East, Asia). Their work spans from Luxury Fashion (creating men's, women's, and accessories collections) to Home Textiles and the Apparel Industry. In their work, the desire to enhance and creatively reinterpret the Italian stylistic and cultural heritage is evident. "Our choice," - they say - "has always been to challenge ourselves, take risks, and step out of our comfort zone. Our desire to understand international markets, their dynamics, as well as the diverse cultures and lifestyles around the world has led us to export our brand to many foreign countries. Traveling, interacting, and collaborating with various professional teams has been crucial in understanding and meeting the needs of people in different parts of the world."

### What is your idea of a domestic interior, and how is it translated into the textile products you create?

The domestic interior must be warm, welcoming, original, practical, decorative, bold, personalized, and reflect who lives in it. Our textile products have these characteristics and must be able to tell a story, providing an experience to those who use them. This is how decorative elements become precious furnishing items, distinctive

and characterizing, transforming from pieces of craftsmanship into collectible works.

### In the textile field, what are the fabrics, colors, and styles that are most trendy today?

Velvets, cottons, boiled wools, and heavy linens are expertly mixed by us and presented in warm and neutral tones with color accents such as purplish red, lake blue, the color of our brand, and mustard. The use of black and white, with the

Efesto Greek pattern, is something indispensable for Premoli + Di Bella.

### The world of home textiles borders on the realm of fashion. How do these two merchandising areas interact?

Our creative process goes well beyond fashion; we do not separate the fashion world from that of home and lifestyle. We are called upon to direct women's, men's, and accessories collections for major groups, while at the same time

designing, signing, and planning furnishings and accessories for equally well-known furnishing and design companies, including designing furniture elements for national television broadcasts. Today we find ourselves designing spaces for luxury Relais & Hotels. For us, it is therefore unthinkable not to make different merchandising classes interact because everything starts from our creative vision. A piece of clothing, like an accessory, is nothing but the continuation of

a lifestyle that starts with fashion, passes more intimately to the home, and continues its path in other areas: this is lifestyle!

### Do trends in fashion influence home textiles, or does home textile have a certain autonomy from fashion?

Home textiles can have their own life independent of fashion trends. However, fashion trends are volatile, fast-moving, and widely disseminated, often paving the

way by launching new trends that are then adopted by designers in other sectors. Our approach to fashion and textiles is considered an equal exchange. Techniques and innovations used in our fashion collections are deliberately reproduced in our textiles, and vice versa. This approach allows us to be versatile designers so that the common thread of our creations becomes distinctiveness and uniqueness, transcending the concept of trends with creativity!



L'importanza del  
tessile nell'arredo

# TESSUTI RICERCATI NELLE SUITE DELL'HOTEL VAL DI SOGNO

La scelta dei tessuti, nella recente progettazione e realizzazione della suite Val di Sogno e di due Shiny Bay Junior Suite sul lago di Como, curata dallo studio di architettura ovre.design®, rappresenta un elemento cardine che definisce l'atmosfera e il comfort di questi ambienti esclusivi. I tessuti, selezionati con estrema cura e attenzione, non sono semplicemente componenti dell'arredo, ma

veri e propri protagonisti che contribuiscono a creare un'esperienza sensoriale unica per gli ospiti. Ogni tessuto, dai morbidi rivestimenti dei divani e delle poltrone, alle eleganti tende, fino alle delicate testate dei letti, è stato scelto per riflettere l'eccellenza e la raffinatezza del design italiano, unendo funzionalità e bellezza. I colori, le texture e i materiali sono stati attentamente coordinati

per evocare sensazioni di calma, lusso e benessere, trasformando ogni suite in un rifugio esclusivo e accogliente. La palette di colori dei tessuti, che varia dai toni caldi e avvolgenti ai colori più vivaci e accattivanti, è stata progettata per completare e valorizzare l'interior design di ciascuna suite. Ogni scelta tessile, quindi, non è solo un dettaglio estetico ma una parte integrante dell'esperienza complessiva, contribuendo

a creare un ambiente che non solo è visivamente impressionante, ma che tocca anche l'anima e il cuore degli ospiti. In questo contesto, i tessuti diventano quindi un mezzo espressivo, una forma d'arte che abbellisce e arricchisce ogni spazio. Essi incarnano un connubio perfetto tra comfort e bellezza, tra tradizione e innovazione, rendendo ogni soggiorno un'esperienza indimenticabile.

## SOPHISTICATED FABRICS IN THE VAL DI SOGNO HOTEL SUITES

The importance of textiles in interior design

In the recent design and realization of the Val di Sogno suite and two Shiny Bay Junior Suites on the Garda lake, curated by the architecture studio ovre.design®, the choice of fabrics represents a key element that defines the atmosphere and comfort of these exclusive environments. The fabrics, selected with extreme

care and attention, are not merely components of the furnishings, but true protagonists that contribute to creating a unique sensory experience for the guests. Each fabric, from the soft upholstery of sofas and armchairs, to the elegant curtains, and up to the delicate headboards of the beds, was chosen to reflect the

excellence and refinement of Italian design, merging functionality and beauty. The colors, textures, and materials were carefully coordinated to evoke feelings of calm, luxury, and well-being, transforming each suite into an exclusive and welcoming refuge. The fabric color palette, ranging from warm and enveloping

tones to brighter and more captivating colors, was designed to complement and enhance the interior design of each suite. Therefore, each textile choice is not just an aesthetic detail but an integral part of the overall experience, contributing to creating an environment that is not only visually impressive but also

touches the soul and heart of the guests. In this context, fabrics thus become an expressive medium, a form of art that embellishes and enriches each space. They embody a perfect combination of comfort and beauty, between tradition and innovation, making each stay an unforgettable experience.

Lo studio ovre.design® ha saputo esprimere la creatività delle suite ispirandosi ai colori e alle sensazioni della natura, suscitate dal lago e dalla montagna.

The ovre.design® studio succeeded in expressing the creativity of the suites by taking inspiration from the colors and sensations of nature, aroused by the lake and mountain.



Le Shiny Bay Junior Suite hanno rispettivamente una metratura di 34 e 37 metri quadri di spazio interno, tra camera e bagno, e di 20 e 18 metri quadri di spazio esterno con un balcone in vetro verso il lago.

The Shiny Bay Junior Suite have respectively a surface area of 34 and 37 square meters of interior space, with the room and the bathroom, and of 20 and 18 square meters of exterior space with a lake view balcony.







“Continuare a stupire una clientela di fiducia offrendo loro un design sempre più emozionale ed esperienziale e allo stesso tempo valorizzare l’incantevole e ineguagliabile vista sul lago, è stata questa la challenge nella nostra progettazione delle nuove suite” afferma Giulia Delpiano.

“When designing the new suites, our main challenge was to continue to amaze a trusted clientele by offering them an increasingly emotional and experimental design while enhancing the charming and unequalled view of the Lake”, Giulia Delpiano said.



**Chi è  
ovre.design®**

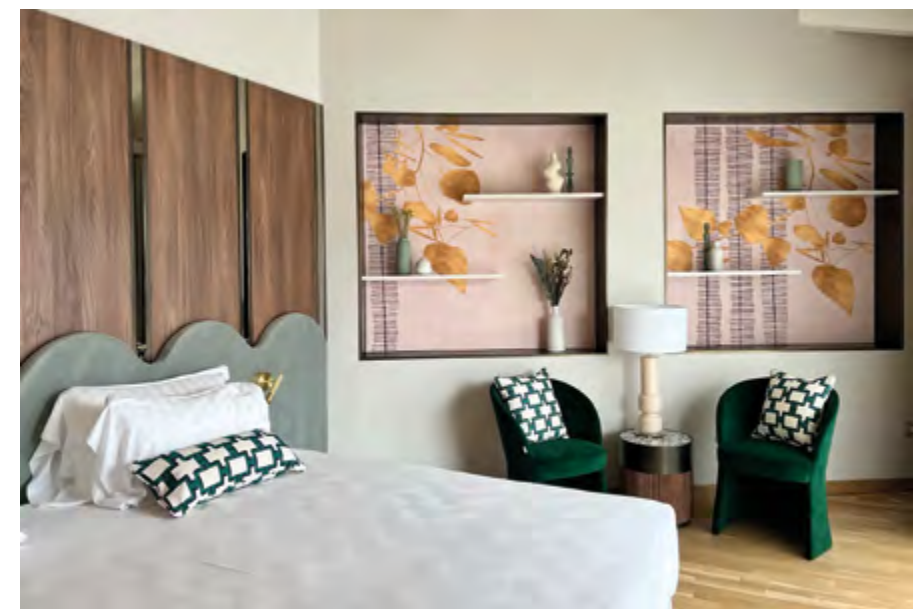
Fondato nel 2019, ovre.design® è uno studio di architettura e design di interni con sede a Reggio Emilia, rinomato per la sua abilità nell’esaltare gli spazi attraverso l’uso sapiente dei tessuti. Specializzati nella progettazione di interni residenziali e alberghieri, lo studio si distingue per la creazione di arredamenti su misura e ambientazioni che catturano l’essenza del lusso attraverso tessuti meticolosamente selezionati.

**Giulia Delpiano e Corrado Conti**, fondatori dello studio, dopo un significativo periodo di esperienza professionale negli Stati Uniti, hanno sviluppato una profonda competenza nel settore dell’ospitalità di lusso e dell’interior design.

Founded in 2019, ovre.design® is an architecture and interior design studio based in Reggio Emilia, renowned for its ability to enhance spaces through the expert use of textiles. Specializing in the design of residential and hotel interiors, the studio stands out for creating custom furnishings and settings that capture the essence of luxury through meticulously selected fabrics. Giulia Delpiano and Corrado Conti, founders of the studio, after a significant period of professional experience in the United States, have developed a deep expertise in the luxury hospitality and interior design sector.

“Ogni dettaglio è curato minuziosamente con grande passione”, afferma Corrado Conti.

“Every detail is meticulously taken care of with great passion”, Corrado Conti claims.





# HEIMTEXTIL 2024 TRA NUOVI PADIGLIONI E LA PIATTAFORMA «ECONOGY FINDER»

di/by **Giulia Arrigoni**



**S**i terrà dal 9 al 12 gennaio la prossima edizione di Heimtextil, che vedrà la partecipazione di oltre 2.600 espositori internazionali. In vista del cospicuo numero di espositori, la fiera di Francoforte aprirà due nuovi padiglioni espositivi: il padiglione 5.1 dedicato al nuovo segmento “Carpets & Rugs” e il padiglione 10.4 “Asian Selection” dove le prime 4 nazioni espositrici sono Cina/Hong Kong, Pakistan, India e Bangladesh. Riapre anche il padiglione 3, il centro

creativo per Heimtextil Trends e per gli espositori dei settori della decorazione murale, del design tessile e della tecnologia tessile. Per quanto riguarda la novità di “Carpets & Rugs”, che riunisce tutti gli oltre 90 produttori che prima erano collocati nei diversi padiglioni, l’offerta si rivolge a grossisti internazionali, negozi di mobili e arredamento, mercati rivolti ai consumatori, negozi di fai-da-te e prodotti per la casa, negozi specializzati, ipermercati e centri di giardinaggio.

Da segnalare, come sopra citato, il nuovo corso intrapreso da Messe Frankfurt, che sta riorientando i suoi formati degli eventi sostenibili in tutte le 50 fiere del settore tessile, tra cui la Heimtextil, con effetto a partire dal 2024. All’insegna del motto «Econogy», le attività di sostenibilità dell’azienda offriranno un certo orientamento a tutte le fiere e al mercato internazionale. «Econogy» illustra il legame olistico tra economia ed ecologia e le attività di comunicazione saranno accompagnate da una nuova icona «Econogy».

In questo senso ad Heimtextil sarà presente l’«Econogy Finder», un elenco che aiuterà i visitatori a trovare gli espositori certificati con



prodotti sostenibili. Da molti anni gli espositori di Heimtextil sono sottoposti a controlli di sostenibilità per essere inseriti in appositi elenchi. Ora, questi controlli saranno armonizzati in tutte le fiere. A tal fine si terrà conto dello stato attuale dei marchi e dei certificati approvati e degli obiettivi di sviluppo sostenibile (OSS) integrati nei controlli. Questo lavoro sarà condotto in collaborazione con esperti esterni indipendenti in materia di sostenibilità. In fiera sarà presente anche un «Econogy

Hub», nel padiglione 12.0, come piattaforma per le autorità di certificazione e concessione dei marchi.

Nell’ambito di una serie di conferenze, i colloqui sull’economia offriranno una formazione e un trasferimento di conoscenze orientati all’ambiente. Lavorando in stretta collaborazione con la rete per la moda e lo stile di vita consapevoli dell’ONU, la rete Texpertise di Messe Frankfurt promuove la visibilità degli OSS in tutte le nostre fiere tessili globali dal 2019.

Il primissimo rapporto Texpertise dedicato agli OSS, pubblicato quest’estate, riassume tutte le pietre miliari delle azioni intraprese fino ad oggi relativamente agli OSS.

Come sempre Heimtextil Trends è un elemento centrale della manifestazione da molti anni. Quest’anno, con il nuovo leitmotiv «New Sensitivity» prosegue il percorso della trasformazione tessile. Tre approcci indicano la strada verso un mondo tessile più sensibile: la produzione di tessuti a base vegetale, il sostegno ai cicli tessili attraverso la tecnologia e l’uso biotecnologico di ingredienti naturali. Inoltre, i Future Materials trattano i materiali e i design rigenerativi. □

## HEIMTEXTIL 2024: NEW PAVILIONS AND THE “ECONOGY FINDER” PLATFORM

The upcoming edition of Heimtextil will take place from January 9th to 12th, featuring over 2,600 international exhibitors. Given the significant number of exhibitors, the Frankfurt fair will open two

new exhibition pavilions: Pavilion 5.1 dedicated to the new “Carpets & Rugs” segment and Pavilion 10.4 “Asian Selection” where the top four exhibiting nations are China/Hong Kong, Pakistan,

India, and Bangladesh. Pavilion 3, the creative center for Heimtextil Trends, and for exhibitors from the wall decoration, textile design, and textile technology sectors, will also reopen. The new “Carpets

& Rugs” segment, consolidating over 90 manufacturers previously located in different pavilions, targets the international wholesalers, furniture and furnishing stores, consumer-oriented markets, DIY and home products stores, specialty stores, hypermarkets, and garden centers.

A noteworthy initiative is Messe Frankfurt’s reorientation towards sustainable event formats across all 50 textile sector fairs, including Heimtextil, effective from 2024.

Under the motto “Econogy”, the company’s sustainability activities will guide all fairs and the international market. “Econogy” represents the holistic link between economy and ecology, accompanied by a new “Econogy” icon.

In this vein, Heimtextil will introduce the “Econogy Finder”, a directory assisting visitors in locating exhibitors with certified sustainable products. Heimtextil exhibitors have undergone sustainability checks for

many years to be included in specific lists. These checks will now be harmonized across all fairs, taking into consideration the current status of approved brands and certificates and integrated sustainable development goals (SDGs). This effort will be undertaken in collaboration with independent external sustainability experts. An “Econogy Hub” will also be featured at the fair in Pavilion 12.0 as a platform for certification authorities and trademark granting bodies.

In a series of conferences, economic discussions will provide environment-oriented training and knowledge transfer. Working closely with the UN’s Conscious Fashion and Lifestyle Network, Messe Frankfurt’s Texpertise Network has promoted the visibility of the SDGs across all our global textile fairs since 2019. The very first Texpertise report dedicated to the SDGs, published this summer, summarizes all the milestones achieved so far regarding the SDGs.

As always, Heimtextil Trends remains a core element of the event for many years. This year, with the new leitmotif “New Sensitivity” the journey of textile transformation continues. Three approaches indicate the path towards a more sensitive textile world: the production of plant-based fabrics, supporting textile cycles through technology, and the biotechnological use of natural ingredients. Additionally, Future Materials address regenerative materials and designs.

# ITALIA TESSILE QUALITÀ E SFIDE GLOBALI

**Il contributo di Donald Wich, Amministratore Delegato Messe Frankfurt Italia, in un'intervista sulla prossima manifestazione dedicata al mondo tessile, Heimtextile.**

di/by **Giulia Arrigoni**

**N**on poteva mancare il punto sulla partecipazione italiana, numerosa e di alta qualità, che però si trova sempre più a confrontarsi con nuovi mercati emergenti.

Come si caratterizza la partecipazione italiana ad Heimtextil 2024? Chi sono gli espositori e quali sono le caratteristiche?

Siamo molto soddisfatti dell'adesione che abbiamo raccolto per il

prossimo appuntamento: le aziende italiane che saranno presenti a gennaio appartengono all'intera filiera tessile. Parliamo quindi sia di grandi aziende leader sia di realtà di piccole e medie dimensioni, che rappresenteranno tutte le categorie merceologiche di Heimtextil.

Alla prossima edizione avremo ad esempio, nel padiglione 3.0 aziende come Alvisi & Alvisi, Disegni&Co e AI-Over Designs. Passando dai



filati, per i quali nel padiglione 4.2 si faranno notare nomi come Filatura Astro e Davifil, arriviamo ai tessuti. Nell'offerta dedicata ai tessuti per la biancheria ci saranno ad esempio Camillatex e Manifatture Filtes, mentre per i tessuti



decorativi e d'arredamento si presenteranno Martinelli Ginetto, Parà, Limonta 1893 e Luilor. Per il settore della pelle e similpelle avremo presenti invece Prodital e Novartiplast. Focalizzandoci invece sui prodotti tessili confezionati potrei citare Cogal per la biancheria, A. Molina e Cinelli per il bedding, Marzotto Lanerossi e Manifattura Lombarda

per la sezione dedicata al living. Anche quest'anno avremo poi la presenza di Ice/Ita con ben quattro stand collettivi in differenti aree espositive. Questo sottolinea l'importanza che le aziende italiane riconoscono ad Heimtextil, che fornisce loro un'adeguata visibilità non solo sul mercato tedesco ma soprattutto a livello mondiale. Saranno delle presentazioni che

punteranno su qualità, eleganza e creatività, che contraddistinguono il made in Italy.

**Sono in aumento? O diminuzione? In entrambi i casi quali sono le motivazioni?**

In tendenza con l'andamento generale della manifestazione, anche il numero degli espositori italiani è sulla buona strada per crescere. Come

per la scorsa edizione, abbiamo raccolto da parte delle aziende una buona fiducia e la propensione a parteciparvi in modo continuativo. Oltre alle conferme, aggiungo però con soddisfazione che avremo anche dei ritorni interessanti, tra i quali Viganò, Trapuntificio Bergamasco, Minardi Piume e Giacomini & Gambarova. Heimtextil rappresenta la

**The contribution of Donald Wich, CEO of Messe Frankfurt Italy, in an interview dedicated to the upcoming event dedicated to the world of textiles, Heimtextile.**

## ITALIAN TEXTILE QUALITY AND GLOBAL CHALLENGES

It was impossible not to comment on Italy's participation, which is both extensive and of high quality, while being increasingly challenged by new emerging markets.

**Can you describe the Italian participation in Heimtextil 2024? Who are the exhibitors and what are their characteristics?**

We are very satisfied with adhesion to the upcoming edition: the Italian companies that will be participating in January come from the entire textile supply chain. We are talking about both big leading companies and small and medium sized companies, representing all the product categories of Heimtextil. Fabrics originate from the creativity of designers and the Italians at the next edition will include companies such as Alvisi & Alvisi, Disegni&Co and AI-Over Designs in Hall 3.0.

Moving on from yarns, with names such as Filatura Astro and Davifil highlighted in Hall 4.2, we come to fabrics. The household linen fabrics sector will be represented by Camillatex and Manifatture Filtes, for example, while for decorative and furnishing fabrics, Martinelli Ginetto, Parà, Limonta 1893 and Luilor will be present. For the leather and faux leather sector, we will have Prodital and Novartiplast. Focusing on ready-made textiles, I

could mention Cogal for household linens, A. Molina and Cinelli for bedding, Marzotto Lanerossi and Manifattura Lombarda for the living section. Also this year, Ice/Ita will have no fewer than four collective stands in different exhibition areas. This stresses how important Italian companies consider Heimtextil to be, as it provides them with adequate visibility not only on the German market but, more importantly, on a global level. There

will be presentations focusing on quality, elegance and creativity, the hallmarks of excellence Made in Italy.

**Are their numbers rising? Or falling? In both cases, what are the reasons?**

In keeping with the general trend of the event, the number of Italian exhibitors too looks set to increase. As with the last edition, we have seen good levels of confidence

on the part of companies and a propensity to participate on an ongoing basis. In addition to confirmations, I am pleased to add that we will also have some interesting returns, including Viganò, Trapuntificio Bergamasco, Minardi Piume and Giacomini & Gambarova. Heimtextil represents the sector's most international platform: last year, for example, visitors arrived from 129 countries, from Europe to the United States, from Japan



piattaforma del settore più internazionale: lo scorso anno ad esempio sono arrivati visitatori da 129 Paesi, dall'Europa agli Stati Uniti, dal Giappone fino all'Australia. Questa elevata internazionalità permette agli espositori di aprirsi a nuovi mercati e rafforzare le loro attività di esportazione. Inoltre, l'approccio innovativo di Heimtextil e la propensione a trattare tematiche importanti quali la sostenibilità, specialmente in un settore molto impattante a livello

ambientale, ma anche sensibile alle esigenze odierne, che funge da calamita e apre importanti prospettive sia per le aziende sia per i visitatori.

**Quali sono le sue impressioni relativamente al mercato del tessile in Italia, considerando il suo punto di vista internazionale, come rappresentante di Messe Frankfurt?**

L'industria tessile in Italia ha una ricca eredità e una posizione di rilievo a livello globale. È celebre

soprattutto per il suo design sofisticato e l'alta qualità dei tessuti prodotti. Le imprese italiane sono solite specializzarsi in prodotti di fascia alta che spiccano nel mercato internazionale e questa abilità porta l'Italia ad essere un importante esportatore di tessuti e prodotti tessili per la casa, anche se deve poi confrontarsi con un'elevata concorrenza mondiale, spesso proveniente da Paesi con costi di produzione più bassi. Questa grande sfida ha spinto alcune aziende italiane a concentrarsi su innovazioni e a differenziarsi per rimanere competitive. Come in molte parti del mondo, si nota un crescente impegno verso la sostenibilità, con significativi sforzi volti a ridurre l'impatto ambientale della

produzione e ad adottare materiali sostenibili.

**Qual è il valore aggiunto di una manifestazione fieristica dedicata al mondo tessile all'interno della filiera produttiva?**

I vantaggi possono essere sicuramente molteplici e il valore

aggiunto significativo per svariate ragioni. In cima citerei la possibilità per i partecipanti di networking e di ampliamento della rete di contatti; così come confermerei che le fiere dedicate al mondo tessile costituiscono una vetrina importante per le aziende e creano un'esperienza unica per i visitatori, visto

il ruolo fondamentale della dimensione tattile e visiva specialmente in questo settore. Elemento centrale di Heimtextil sono inoltre le tendenze del futuro, che rappresentano un grande input per tutti i professionisti che vogliono continuare ad ampliare la conoscenza dei materiali tessili. L'industria dei

to Australia. This high level of internationality allows exhibitors to open up to new markets and strengthen their exports. Heimtextil's innovative approach and propensity to deal with important topics such as sustainability, especially in a sector that has a very high impact on the environment but is also sensitive to today's needs, also acts as a magnet and opens up important prospects for both companies and visitors.

**Considering your international point of view, as a representative of Messe Frankfurt, what are your impressions of the textile market in Italy?**

The textile industry in Italy has a rich heritage and a prominent position globally. It is famous primarily for its sophisticated designs and the high quality of the fabrics produced. Italian companies are used to specialising

in high-end products that stand out on the international market and this ability makes Italy a major exporter of textiles and household textile product, although it faces fierce global competition, often from countries with lower production costs. This major challenge has prompted some Italian companies to focus on innovation and differentiation in order to remain competitive. As in many parts of the world, there is a growing

commitment to sustainability, with significant efforts being made to reduce the environmental impact of production and to adopt sustainable materials.

**What is the added value of an exhibition dedicated to the textile world within the production chain?**

The advantages can certainly be many and the added value significant, for several reasons.

First and foremost, I would mention the possibility for participants to network and expand their contacts; just as I would confirm that trade fairs dedicated to the textile world are an important showcase for companies and create a unique experience for visitors, given the fundamental role of the tactile and visual dimension especially in this sector. A central element of Heimtextil is also future trends, which represent a great input for all

professionals who want to continue expanding their knowledge of textiles. The home textiles industry is undergoing a transformation and Heimtextil Trends show how this is happening, translating global megatrends into textile visions. So, generally speaking, textile fairs are a great source of inspiration as well as providing an opportunity to do business, with a positive impact on the competitiveness and profitability of the entire textile production chain.



tessuti per la casa sta vivendo una trasformazione e gli Heimtextil Trends mostrano come sta avvenendo, traducendo i megatrend globali in visioni tessili. Quindi in generale le fiere tessili sono una grande fonte di ispirazione ma al tempo stesso momento di business, che possono dunque avere un impatto positivo sulla competitività e sulla redditività di tutta la filiera produttiva tessile. □



# SOSTENIBILE, MA DIGITALE IL FUTURO DEL TESSILE

In vista della prossima edizione di Heimtextil, prevista per il prossimo mese di gennaio, Casastile – Quaderno Tessile, ha incontrato Bettina Bär, Director Heimtextil per il segmento dei prodotti e accessori tessili per la casa & contract

di/by Giulia Arrigoni



**U**n punto di osservazione di assoluto privilegio nel determinare i fenomeni mondiali di tendenza di questo importante e versatile settore merceologico.

Oltre al nuovo e importante tema “New Sensitivity”, quali sono le novità più importanti della prossima edizione di Heimtextil 2024?

Innanzitutto, siamo molto soddisfatti della risposta travolgente dell’industria nei confronti di Heimtextil 2024. Infatti, già in estate le iscrizioni erano superiori alla media in tutti i segmenti di prodotto, e attualmente abbiamo oltre 2.600 aziende iscritte e marchi partecipanti provenienti da più di 50 Paesi. Siamo

inoltre orgogliosi del fatto che, con circa 130 espositori italiani, saremo ancora una volta in grado di presentare ai nostri visitatori specializzati una vasta offerta di design mediterraneo di alta qualità. Nell’arco di quattro giorni e in una piattaforma centrale, Heimtextil offre ancora una volta agli operatori del settore l’opportunità di ottenere una panoramica concentrata, e quindi efficiente, di tutte le tendenze globali del settore tessile per la casa e il contract. Tra l’altro, l’Italia non solo è uno dei Paesi espositori più forti ma, insieme alla Germania, è in cima alla nostra Top 10 dei Paesi visitatori, al secondo posto. Heimtextil ha in serbo anche alcune interessanti novità per il 2024.



Una delle più importanti è l’ampliamento del nostro portfolio con il segmento “Carpets & Rugs”, che ora avrà un proprio spazio nel padiglione 5.1. L’ampia gamma spazia dalle moquette ai tappeti su misura e fatti a mano, dai tappeti tessuti a macchina alle stuoie, fino ai tappeti e alle passatoie che assorbono lo sporco. Con il padiglione indipendente rafforziamo questo segmento tradizionale di Heimtextil

e lo rendiamo ancora più visibile al pubblico. L’iniziativa è stata accolta positivamente dal settore: ad oggi si sono già registrati più di 90 espositori, tra cui Fini Coop, Giacomini & Gambarova, Merinos Hali San, Oriental Weavers Group, Ragolle Rugs, Fedustria, Nikotex, Royaltex e Rug Republic. Un’altra entusiasmante novità si trova nel padiglione 3, che dal 2024 offrirà ancora una volta

la gamma più ampia e internazionale di produttori di carta da parati. L’offerta della “Decorazione murale” spazia dalle carte da parati decorative a quelle verniciabili e tecniche, fino alle carte da parati in fibra di vetro e con stampa digitale. Anche l’Area Tendenze di Heimtextil e il segmento “Textile Design” si trovano nello stesso padiglione che diventa dunque un polo vitale per la creatività tessile.

In view of the forthcoming edition of Heimtextil, scheduled for next January, Casastile - Quaderno Tessile met Bettina Bär, Heimtextil Director for the home & contract textile products and accessories segment.

## THE FUTURE OF TEXTILES: DIGITAL, NOT JUST SUSTAINABLE

An absolutely privileged vantage point for determining the global trends in this important and versatile product sector.

**In addition to the new and important theme “New Sensitivity”, what are the most important innovations for the next edition of Heimtextil 2024?**

First of all, we are very pleased with the industry’s overwhelming response to Heimtextil 2024. Even in the summer, registrations for all product segments were already above average and we currently have

over 2,600 companies registered and brands participating from more than 50 countries. We are also proud of the fact that, with around 130 Italian exhibitors, we will once again be able to present our trade visitors with a wide range of high-quality Mediterranean design. Spanning four days and occupying a central platform, Heimtextil once again offers trade visitors the opportunity to obtain a concentrated, and

consequently efficient, overview of all the global trends in home and contract textiles. Incidentally, Italy is not just one of the strongest exhibiting countries. Together with Germany it is at the top of our Top 10 visitor countries, in second place. Heimtextil also has some interesting innovations in store for 2024. One of the most important is the expansion of our portfolio with the “Carpets & Rugs” segment, which will now have its

own space in Hall 5.1. The broad range extends from carpets to bespoke and handmade rugs, from machine-woven rugs and mats to dirt-absorbing rugs and runners. With the independent hall we are going to strengthen this traditional segment of Heimtextil and make it even more visible to the public. The initiative has been well received by the industry: to date, we have registrations from more than 90 exhibitors, including Fini Coop,

Giacomini & Gambarova, Merinos Hali San, Oriental Weavers Group, Ragolle Rugs, Fedustria, Nikotex, Royaltex and Rug Republic. Another exciting innovation can be found in Hall 3, which, from 2024, will once again offer the widest and most international range of wallpaper manufacturers. The “Wall Decoration” offering ranges from decorative wallpapers to paintable and technical wallpapers, through to fibreglass and digitally



In relazione alle caratteristiche degli espositori presenti, quali sono le principali tendenze che anticipano il futuro del settore?

Una delle tendenze più importanti è e rimane il

tema della sostenibilità. Ce lo dimostra, da un lato, il grande impegno di molti espositori di Heimtextil in questo ambito e, dall'altro, il sondaggio condotto tra i visitatori professionali

presso lo stand del Texpertise Network in fiera nel 2023. La "sostenibilità" occupa il primo posto tra i temi che offrono le maggiori opportunità per il settore. Questo



risultato, del tutto atteso, sottolinea la crescente consapevolezza dell'intero settore in tutte le parti della catena del valore tessile. Ed è proprio qui che si inseriscono le tendenze Heimtextil Trends 24/25: l'invito è quello di cambiare la nostra mentalità in modo da considerare le conseguenze delle nostre azioni in ogni decisione che prendiamo. Al secondo posto del sondaggio, non a caso, le voci "digitalizzazione / Industria 4.0" sono state indicate come fattori di opportunità chiave. In

conclusione: sostenibilità e digitalizzazione sono le parole chiave per l'industria del tessile per la casa. In qualità di organizzatori di fiere, consideriamo nostro dovere, soprattutto in questi tempi di sconvolgimenti, dare nuovi impulsi e indicare strade percorribili. Per questo motivo sono particolarmente soddisfatta del forte orientamento pratico di Heimtextil Trends 24/25, di cui quest'anno è responsabile lo Studio SPOTT trends & business. Con il loro

approccio molto concreto, ci presentano molte soluzioni, sia grandi che piccole, di sostenibilità dell'industria tessile e dei settori affini, già utilizzate con successo. Nei tre temi proposti per le tendenze si concentrano su materiali e metodi di produzione all'avanguardia che aprono nuove prospettive per produttori e utenti e, di pari passo, svelano le tonalità del futuro. Questo è il pacchetto completo per tutti coloro che vogliono essere all'avanguardia nel settore del tessile per la

casa. Non posso quindi che invitarvi a visitare la presentazione delle tendenze nel padiglione 3.0.

**Due le parole chiave che ha citato: sostenibilità a digitalizzazione. Le aziende della produzione mondiale di tessuti sono pronte? E in che modo stanno lavorando?**

Sono molte le aziende che dimostrano un altissimo livello di impegno e che hanno già integrato la sostenibilità, la digitalizzazione e altri dei 17 SDG, ovvero gli

Obiettivi di Sviluppo Sostenibile delle Nazioni Unite, nel loro modello di business. Tra gli espositori di Heimtextil 2024 posso citare, ad esempio, Lenzing o Maheen Industries che dimostrano come la responsabilità verso le persone e la natura possa essere in armonia con il successo economico. Per quanto riguarda l'Italia, viene spontaneo pensare all'azienda familiare Pozzi Arturo Spa, che ha raggiunto importanti traguardi anche con i suoi investimenti nel fotovoltaico, nel

printed wallpapers. The Heimtextil Trend Area and the "Textile Design" segment are also located in the same hall, making it a key hub for textile creativity.

**In relation to the type of exhibitors present, what are the main trends for the future of the sector?**

One of the most important trends is and will continue to be sustainability. This is proven by the great commitment of numerous

exhibitors at Heimtextil in this area and by the survey carried out among trade visitors at the 2023 edition of the trade fair. "Sustainability" ranks first among the topics that offer the greatest opportunities for the sector. This eagerly awaited result underlines the growing awareness of the entire sector in all parts of the textile value chain. And this is precisely where Heimtextil Trends 24/25 comes in: the invitation is

to change our mindset to consider the consequences of our actions every time we make a decision. In second place in the survey, not surprisingly, the "digitisation and Industry 4.0" were mentioned as key opportunity factors. In conclusion: sustainability and digitisation are the keywords for the home textiles industry. As trade fair organisers, we consider it our duty, especially in these times of turmoil, to provide new impulses and indicate viable paths. This is

why I am particularly pleased with the strong practical orientation of Heimtextil Trends 24/25, for which SPOTT trends & business is responsible this year. With their very practical approach, they present us with many large and small sustainability solutions for the textile industry and associated sectors, which have already been successfully implemented. In their three trend themes, they focus on state-of-the-art materials and production methods that

open up new perspectives for manufacturers and users while also unveiling the tone of the future. This is the complete package for all those who want to be at the forefront of home textiles. All that remains is for me to invite you to visit the presentation of the trends in Hall 3.0.

**You mentioned two key words: sustainability and digitisation. Are the world's textile manufacturing companies**

**ready? And just how are they working?** There are many companies that show a very high level of commitment and have already integrated sustainability, digitisation, as well as other SDGs, the UN's Sustainable Development Goals, of which there are 17, into their business model. The exhibitors at Heimtextil 2024 include Lenzing and Maheen Industries, which demonstrate how responsibility towards people

and nature can be in harmony with economic success. Among the Italian companies present, one that immediately springs to mind is Pozzi Arturo Spa, a family business which has also achieved important milestones with its investments in photovoltaics, water treatment and smart industry. Of course we will also be addressing these topics at the fair during Heimtextil. The sustainability megatrend and other interesting technology themes, such as artificial intelligence (AI),

can be found in the trends area, where visitors have the unique opportunity to experience artificial intelligence and augmented reality first-hand in an interactive environment. For example, they can use the AI Image Creator, which uses artificial intelligence to create textile designs. Visitors can experiment with different suggestions to generate completely new designs and create unique works of textile art. Also within the sphere of text-based learning,





trattamento delle acque e nella smart industry. Naturalmente affronteremo questi temi anche in fiera, durante Heimtextil. Il megatrend della sostenibilità e altri interessanti temi tecnologici, come l'intelligenza artificiale (AI), si possono trovare nell'area dedicata alle tendenze, dove i visitatori hanno l'opportunità unica di sperimentare in prima persona l'intelligenza artificiale e la realtà aumentata in un ambiente interattivo. Potranno utilizzare ad esempio

l'AI Image Creator, che utilizza l'intelligenza artificiale per creare disegni tessili. I visitatori possono provare diversi suggerimenti per generare disegni completamente nuovi e si creano quindi opere d'arte tessili uniche. Sempre nell'ambito dell'apprendimento basato sul testo, i visitatori possono aspettarsi uno strumento nel Trendareal con cui imparare di più sui tessuti. Grazie a contenuti testuali pre-programmati e a utili suggerimenti, la comprensione dei tessuti viene promossa in modo

entusiasmante. Anche la realtà aumentata svolge un ruolo importante nell'area delle tendenze dove si combina con la tessitura fisica. Utilizzando iPad dotati di filtri speciali, i visitatori possono sperimentare digitalmente come dei pezzi di arredamento potrebbero apparire con colori e motivi diversi: un'esperienza che collega il mondo fisico a quello digitale.

**E quali sono le altre sfide che le aziende tessili si troveranno ad affrontare?**

Indipendentemente dai 17 SDG, c'è ancora molto da fare a tutti i livelli. Consideriamo le catene di approvvigionamento come una delle sfide più grandi. Questo tema è legato a un intero filone degli obiettivi delle Nazioni Unite: dalla responsabilità sociale al diritto all'acqua potabile e a un ambiente sano, fino alla digitalizzazione. In questo genere di questioni complesse, solo un intenso scambio con il maggior numero possibile di parti può essere d'aiuto. E questo è uno dei grandi punti di forza di Heimtextil, dove la maggior parte degli attori interessati si incontrano in un unico luogo e in un'unica occasione. Per questo motivo, attribuiamo grande importanza all'utilizzo dei nostri format per promuovere uno scambio di idee globale.

Gli strumenti per farlo sono le aree conferenze, le mostre speciali e le piattaforme tematiche, come Interior.Architecture. Hospitality, dove l'attenzione si concentra sui tessuti funzionali e, quindi, durevoli. Anche per questo motivo, abbiamo unito la nostra attenzione alla sostenibilità sotto la nuova etichetta "Econogy". In questo modo, durante la fiera, i visitatori vengono guidati in modo affidabile verso gli espositori con prodotti sostenibili e verso i nostri contenuti. Tra gli strumenti pratici vi sono l'"Econogy Finder" e la nuova icona che contrassegna chiaramente gli stand degli espositori in fiera. Nel nostro "Econogy Hub" incontrerete fornitori di sigilli, certificatori e aziende che hanno assunto un impegno olistico per la

sostenibilità. A loro volta, gli esperti parlano delle soluzioni, delle migliori pratiche e delle sfide della sostenibilità negli "Econogy Talks", mentre gli "Econogy Tours", guidati da un esperto indipendente, avvicinano i visitatori ai prodotti sostenibili degli espositori.

**Quali sono i mercati emergenti?**

È difficile dare una risposta generale a questa domanda perché dipende sempre dai segmenti a cui si fa riferimento. In termini di design, letti, rivestimenti e tessuti decorativi, ad esempio, il mercato italiano è semplicemente eccezionale. Ma da qualche tempo stiamo registrando un notevole salto di qualità anche nella regione asiatica. Questo sviluppo è visibile, tra l'altro, nell'immensa

risposta ai nostri padiglioni "Asian Selection" e "Asian Excellence". Questi sono andati completamente "sold out" in entrambi i segmenti, ovvero nei prodotti e accessori tessili per la casa (padiglioni da 10.0 a 10.4) e nei tessuti interior (padiglioni 6.0, 5.0 e 6.1), solo dopo poche settimane dall'inizio delle iscrizioni. I fornitori provengono da Paesi come Cina/Hong Kong, Bangladesh, India

e Pakistan, tra gli altri, e si distinguono per la crescente eccellenza dei marchi propri e privati. Questo aumento della qualità si riflette anche nei padiglioni curati "Asian Excellence" 6.1 e 10.2, il cui assortimento di alta qualità è stato selezionato da una giuria indipendente di esperti. C'è quindi sicuramente movimento nel mercato e Heimtextil 2024 ci mostrerà altri entusiasmanti sviluppi. □



visitors can expect a tool in the trend area with which to learn more about textiles. Pre-programmed text content and helpful hints, promote the understanding of textiles in an exciting way. Augmented reality also plays an important role in the trend area, where it is combined with physical weaving. Using iPads equipped with special filters, visitors can digitally experiment with how pieces of furniture might look in

different colours and patterns - an experience that links the physical and digital worlds.

#### **And what are the other challenges facing textile companies?**

Regardless of the 17 SDGs, there is still a lot to be done at all levels. We see supply chains as one of the biggest challenges. This topic is linked to a whole stream of UN goals: from social responsibility

to the right to clean water and a healthy environment, through to digitisation. In this kind of complex issue, only an intense exchange with as many parties as possible can help. And this is one of the great strengths of Heimtextil, where most stakeholders meet in one place and on one occasion. For this reason, we place great importance on using our formats to promote a global exchange of ideas. The tools to do this

are conference areas, special exhibitions and thematic platforms, such as Interior.Architecture. Hospitality, where the focus is on functional, durable fabrics. Also for this reason, we have combined our focus on sustainability under the new "Econogy" label. In this way, visitors to the trade fair are reliably guided to exhibitors offering sustainable products and to our content. Practical tools include the "Econogy Finder"

and the new symbol that clearly marks exhibitors' stands at the trade fair. At our "Econogy Hub" you will meet suppliers of seals, certifiers and companies that have made a holistic commitment to sustainability. Experts will be talking about solutions, best practices and the challenges of sustainability in the "Econogy Talks", while the "Econogy Tours", led by an independent expert, will bring

visitors closer to the exhibitors' sustainable products.

#### **What are the emerging markets?**

It's hard to give a general answer to this question because it always depends on the segments referred to. In terms of design, beds, upholstery and decorative fabrics, for example, the Italian market is absolutely amazing. But for some time now we have also been

experiencing a considerable upturn in quality in the Asian region. This development is also visible in the huge response to our "Asian Selection" and "Asian Excellence" halls. These were completely sold out in both segments, i.e. home textiles and accessories (Halls 10.0 to 10.4) and interior textiles (Halls 6.0, 5.0 and 6.1) just a few weeks after the start of registration. The suppliers come from countries such as China/Hong Kong, Bangladesh,

India and Pakistan, among others, and are distinguished by the increasing excellence of their own and private brands. This increase in quality is also reflected in the curated "Asian Excellence" halls 6.1 and 10.2, where the high-quality assortment was selected by an independent jury of experts. So there is definitely a lot of movement in the market and Heimtextil 2024 is going to show us more exciting developments.



# FILIERA TESSILE, IL FUTURO PASSA DAL RICICLO

di/by **Giulia Arrigoni**

**Intervista a  
Alberto Paccanelli,  
Presidente di  
Euralex, Membro  
del Comitato di  
Presidenza di  
Sistema Moda  
Italia, Ceo e  
shareholder di  
Martinelli Ginetto  
Group**

Secondo dati pubblicati dall'Agenzia Europea dell'ambiente (AEA), la produzione tessile, dal 2000 al 2020, è raddoppiata passando da 58 a 109 milioni di tonnellate, con una previsione di crescita, entro il 2030, a 145 tonnellate. Una cifra cospicua, che ha indotto la Commissione Europea a presentare, nel marzo 2022, una serie di proposte volte a promuovere modelli produttivi che vadano nel senso del riciclo, riutilizzo e riparabilità. Un approccio condiviso da EURATEX, la Confederazione dell'Industria Europea del Tessile e dell'Abbigliamento, che ha dato vita ad una serie di progetti molto concreti rivolti alla sostenibilità, senza perdere

di vista il valore della competitività della manifattura europea. Ne abbiamo parlato con Alberto Paccanelli, presidente di EURATEX.

**Nel 2020 aveva preannunciato difficoltà per l'industria del tessile prevedendo cali di fatturato e ridimensionamenti aziendali. Cosa è successo dopo? Qual è la situazione del tessile in Italia e in Europa in questo ultimo scorcio del 2023?**

Sì, in effetti questo settore ha vissuto un momento di difficoltà generato dalla pandemia e, rispetto al 2019, il primo semestre 2020 registrò un calo significativo, anche se ampiamente recuperato nella seconda parte

dell'anno 2021, tant'è che – secondo dati Eurostat –, il tessile chiuse a fine 2021 addirittura in attivo di 9 punti percentuali. Diciamo che in linea generale il settore tessile ha dimostrato tutta la sua resilienza, capacità e adattamento, anche se con una situazione a “macchia di leopardo” e una

sostanziale polarizzazione tra aziende in ottima salute ed aziende in difficoltà.

**In che senso?**

Nel senso che chi era forte lo è diventato ancora di più, mentre le aziende che propongono un'offerta di prodotto medio-basso e poco innovativo o sono di

piccole dimensioni hanno sofferto maggiormente. Ma non è stata una situazione omogenea, ad esempio l'abbigliamento ha sofferto più del tessile casa.

**Si sono verificate chiusure?**

Sì, ma non in maniera significativa. Il settore tessile, in Europa, conta per la sola industria 192mila aziende, oltre 1,3 milioni di addetti, con un fatturato di 168 miliardi di euro, dei quali 67 dall'export (dati 2021).

**Entrando nel dettaglio del tessile casa?**

Come accennavo, direi che è stato uno dei pochi comparti a beneficiare del momento pandemico. Come tutto ciò che

riguarda la casa, l'ambiente in cui ci siamo trovati confinati e dove ci siamo rifugiati, il tessile dedicato alla casa è stato oggetto di attenzione e di acquisti da parte degli italiani e dei principali consumatori di tutto il mondo. Il 2021 e il 2022 sono stati perciò anni di crescita importante in Italia ma anche in Europa. Mediamente, rispetto al 2019, abbiamo avuto crescita comprese tra il 15 e il 20%.

**Direi ottime. Per il 2023 cosa prevede? E il prossimo 2024?**

Il 2023 è stato un anno non negativo per il tessile casa, soprattutto nel primo semestre che peraltro ha sancito anche un ritorno a performance più normali relativamente al



## TEXTILE SUPPLY CHAIN, THE FUTURE LIES IN RECYCLING

**Interview with Alberto Paccanelli,  
President of Euralex, Member of the  
Presiding Committee of Sistema Moda  
Italia, CEO and Shareholder of Martinelli  
Ginetto Group**

According to data published by the European Environment Agency (EEA), textile production doubled from 2000 to 2020, increasing from 58 to 109 million tonnes, with a growth forecast to reach 145 million tonnes by 2030. A substantial figure, which has led the European Commission to present, in March 2022, a series of proposals aimed at promoting production models that favor recycling, reuse, and repairability. This approach is shared by EURATEX, the European Apparel

and Textile Confederation, which has initiated a series of very concrete projects aimed at sustainability, without losing sight of the value of the competitiveness of European manufacturing. We discussed this with Alberto Paccanelli, President of EURATEX.

**In 2020, you predicted difficulties for the textile industry, foreseeing drops in turnover and downsizing of companies. What happened afterward? What is the**

**situation of the textile industry in Italy and in Europe in this latter part of 2023?**

Yes, indeed, this sector experienced a difficult moment, generated by the pandemic and, compared to 2019, the first half of 2020 recorded a significant drop, although largely recovered in the second part of 2021, so much so that - according to Eurostat data -, the textile sector closed at the end of 2021 even with a positive balance of 9 percentage points. In general, the textile sector has

demonstrated all its resilience, capacity, and adaptation, although with a situation of “patchiness” and a substantial polarization between companies in excellent health and those in difficulty.

**What do you mean?**

In the sense that those who were strong have become even stronger, while companies offering medium-low and less innovative product ranges or are of smaller size have suffered more. But it was not a homogeneous situation, for

example, clothing suffered more than home textiles.

**Have there been closures?**

Yes, but not significantly. The textile sector, in Europe, accounts for 192,000 companies in the industry alone, over 1.3 million employees, with a turnover of 168 billion euros, of which 67 are from exports (2021 data).

**Going into detail about home textiles?**

As I mentioned, I would say it was

one of the few sectors to benefit from the pandemic moment. Like everything related to the home, the environment where we were confined and where we sought refuge, home textiles were the object of attention and purchases by Italians and the main consumers around the world.

Thus, 2021 and 2022 were years of significant growth in Italy but also in Europe. On average, compared to 2019, we have had increases ranging between 15 and 20%.



fatturato, con un 15-20% in meno rispetto all'anno precedente. Per il 2024 le previsioni sono di grande prudenza e di una certa preoccupazione. Penso che sarà un anno abbastanza complicato a causa degli scenari geopolitici internazionali e quelli economici che potrebbero causare un rallentamento del consumo in genere e forse anche del turismo, con tutto il suo indotto. Inoltre, gli Stati Uniti stanno entrando nel ciclo elettorale e tradizionalmente il consumatore americano diventa più risparmiatore. Ma sono solo ipotesi, ed è altrettanto vero che siamo ormai abituati a situazioni che possono cambiare anche molto velocemente. Vedremo.

**Veniamo ad EURATEX. Il 2020 è stato l'anno di fondazione di ReHubs e quasi un anno fa la creazione del consorzio Cisutac: a che punto siamo?**

In linea con gli obiettivi del Green Deal europeo, che prevede la riduzione delle emissioni nette di gas a effetto serra di almeno il 55% entro il 2030 rispetto ai livelli del

1990, nel marzo 2022 è stata comunicata la "EU strategy for sustainable and circular textiles", ovvero la strategia dell'UE verso il tessile sostenibile e circolare. Questa si sta avviando verso una regolamentazione legislativa ed è molto importante perché va nel senso del riciclo e riutilizzo. L'impatto

della nuova legislazione è da vedere in modo positivo, promuovendo una trasformazione della filiera del tessile-abbigliamento europeo nel segno della circolarità, della sostenibilità e di un consumo orientato alla qualità piuttosto che alla quantità. Tuttavia destano preoccupazione le tempistiche di introduzione delle nuove leggi e l'impatto sulla competitività del sistema europeo. Infatti, essendo il tessile-abbigliamento uno dei settori più globalizzati, sarà difficile capire cosa potrà succedere, in termini di rispetto delle normative europee, ai due terzi dei capi che vengono prodotti nei Paesi extra UE ed importati in Europa. Euratex opera

in stretto collegamento con la Commissione ed il Parlamento Europeo al fine di far in modo che il percorso legislativo sui temi della sostenibilità vada di pari passo con la difesa della competitività della produzione europea; il rischio è quello di rendere il sistema europeo meno competitivo di quello di molti Paesi esteri laddove non vengano attuati i necessari controlli all'importazione che possano garantire una parità di trattamento tra prodotti europei e prodotti importati.

**Più facile a dirsi che a farsi...**

L'introduzione dell'organismo europeo di Market Surveillance e la riforma delle pratiche

doganali all'importazione sono due temi chiave per garantire che le regole siano rispettate da tutti gli attori della filiera. La transizione verde del settore deve prevedere una regolamentazione semplice, coerente e facilmente applicabile, un sostegno finanziario agli investimenti, soprattutto per le aziende di piccole e medie dimensioni, e un consumatore sempre più invogliato a comprare prodotti sostenibili (anche pensando a qualche incentivo al consumo visto che oggi il consumatore europeo è interessato al tema sostenibilità, ma al momento non è disponibile a spendere di più rispetto ad un prodotto "tradizionale"). In qualità di presidente di

EURATEX ho espresso chiaramente la nostra disponibilità verso una transizione a favore di un'economia circolare, ma che vada in parallelo con la tenuta competitiva del settore europeo.

**In questo senso, come procede la filiera del tessile rispetto al riciclo e il riuso, due aspetti che attengono alla sostenibilità, ma che presentano delle differenze?**

L'UE ha definito chiaramente che i prodotti tessili sia all'interno sia all'esterno dell'Europa devono essere "durevoli, riparabili, riciclabili". Ciò significa che dobbiamo tornare ad utilizzare prodotti con una qualità superiore e che siano riparabili, quindi riutilizzabili. E, aggiungo, non solo perché lo dice la UE, ma perché



**Excellent. What do you foresee for 2023? And the next year, 2024?**

2023 has been a not negative year for home textiles, especially in the first half which also marked a return to more normal performance levels relative to turnover, with a 15-20% decrease compared to the previous year. For 2024 the forecasts are very cautious and somewhat worrisome. I think it will be a rather complicated year due to international geopolitical and economic scenarios that could

cause a slowdown in consumption in general and perhaps even in tourism, with all its induced effects. Furthermore, the United States is entering the electoral cycle and traditionally the American consumer becomes more frugal. But these are just hypotheses, and it is equally true that we are now used to situations that can change very quickly. We'll see.

**Let's talk about EURATEX. 2020 was the year of the foundation of ReHubs and almost a year**

**ago the creation of the Cisutac consortium: where are we now?**

In line with the objectives of the European Green Deal, which provides for a reduction of net greenhouse gas emissions by at least 55% by 2030 compared to 1990 levels, the "EU strategy for sustainable and circular textiles" was communicated in March 2022. This is moving towards legislative regulation and is very important because it goes in the direction of recycling and reuse.

The impact of the new legislation is to be seen positively, promoting a transformation of the European textile-clothing supply chain in the sign of circularity, sustainability, and consumption oriented towards quality rather than quantity. However, there are concerns about the timing of the introduction of new laws and the impact on the competitiveness of the European system. Indeed, being the apparel-textile one of the most globalized sectors, it will be difficult to understand what can happen, in

terms of compliance with European regulations, to the two-thirds of garments that are produced in non-EU countries and imported into Europe. Euratex operates in close connection with the European Commission and Parliament in order to ensure that the legislative process on sustainability issues goes hand in hand with the defense of the competitiveness of European production; the risk is that of making the European system less competitive than that of many foreign countries where the

necessary import controls are not implemented that can guarantee equal treatment between European products and imported products.

**Easier said than done...**

The introduction of the European Market Surveillance body and the reform of customs practices on importation are two key issues to ensure that the rules are respected by all players in the supply chain. The green transition of the sector must include simple, consistent, and easily applicable regulations,

financial support for investments, especially for small and medium-sized companies, and a consumer increasingly encouraged to buy sustainable products (also considering some incentives for consumption since today the European consumer is interested in sustainability but is not yet willing to spend more than on a "traditional" product). As President of EURATEX, I have clearly expressed our willingness towards a transition in favor of a circular economy that goes hand in hand

with the competitive sustainability of the European sector.

**In this sense, how is the textile supply chain doing with regards to recycling and reuse, two aspects that relate to sustainability but present differences?**

The EU has clearly defined that textile products both inside and outside Europe must be "durable, repairable, recyclable". This means we have to return to using products with superior quality that



è necessario: ogni anno il cittadino europeo consuma mediamente 26 chili di prodotto tessile e ne butta via 11 che sono quasi tutti mandati ad incenerimento o in discarica. Sono numeri insostenibili e che, sommati a quelli di altri Paesi, rendono evidente che non ci saranno nel futuro sufficienti materie prime per soddisfare la domanda mondiale in continua

crescita (soprattutto ad Oriente). Quindi da un lato è necessario ridurre lo scarto tessile, anche con politiche di riutilizzo e ricondizionamento di capi usati, dall'altro recuperare le fibre tessili che oggi vanno "sprecate".

**11 chili di scarto pro capite solo per l'Europa sono molti...**

Una sorta di "miniera d'oro". Se questo scarto

verrà trattato in modo economico ed efficiente potrebbe realizzarsi una "filiera" di notevole interesse strategico e con buone prospettive di occupazione. Intanto dal 2025, secondo la normativa europea, anche il rifiuto tessile dovrà essere differenziato nella raccolta, esattamente come succede per la carta, il vetro e la plastica. E ciò rende improrogabile la trasformazione del modello tradizionale, lineare di business del settore, creò-produco-consumo-metto a rifiuto, per arrivare ad un modello circolare creò-produco-consumo-riciclo.

**Su cosa sta lavorando EURATEX per favorire la filiera del tessile verso il riciclo?**

Fra le molte attività, sicuramente quella relativa all'avvio di una filiera europea del riciclo. EURATEX ha creato l'iniziativa ReHubs Europe che si pone l'obiettivo di facilitare l'avvio di 150-200 punti di riciclo in Europa, con l'obiettivo di poter trattare un terzo degli scarti tessili che oggi, in Europa, ammontano a circa 7,5 milioni di tonnellate/anno. E' un passo importante perché coinvolge l'intera filiera e non solo le aziende a monte (filatura, nobilitazione e confezione) ma anche la distribuzione, i brand della moda e le realtà specializzate nel riciclo.

**Quali sono gli aspetti più delicati rispetto a questi processi? Non credo si tratti**



**solo di costi, pur rimanendo un fattore determinante.**

Dobbiamo partire proprio dalla carenza di fibra riciclata e poi, in quest'ottica, diventa fondamentale il cosiddetto "ecodesign". Significa che è necessario progettare anche in ottica

sostenibile, per costruire un prodotto che sia facilmente "smontabile" e riciclabile. Oggi non è ancora così, basti pensare al mix di fibre tra naturali e artificiali che costituiscono un capo e che rendono difficile il riciclo. Certamente, anche in questo caso, la legislazione

but also distribution, fashion brands, and entities specialized in recycling.

**What are the most delicate aspects of these processes? I don't believe it's just about costs, although remaining a determining factor.**

We have to start with the lack of recycled fiber and then, in this perspective, the so-called "ecodesign" becomes fundamental. It means that it is necessary to design also with a sustainable

perspective, to create a product that is easily "dismantled" and recyclable. Today it is not yet so, just think of the mix of natural and artificial fibers that make up a garment and that make recycling difficult. Certainly, also in this case, the legislation must do its part, giving precise indications on how to create a product. The European directive on Ecodesign is in the finalization phase.

**And are producers ready?** Several producers are working in

deve fare la sua parte, dando indicazioni precise su come realizzare un prodotto. La direttiva europea sull'Ecodesign è in fase di finalizzazione.

**E i produttori sono pronti?**

Sono diversi i produttori che stanno lavorando in questo senso e che già studiano e realizzano prodotti che provengono dal circuito del riciclo. Noi, ad esempio, in Martinelli Ginetto Group, abbiamo recentemente realizzato per un cliente del nord Europa, una linea di filati per tappeto utilizzando lana vergine con lana riciclata. Il progetto è stato possibile grazie all'adeguata disponibilità di materia riciclata con caratteristiche di purezza

testate in laboratorio. Oggi i quantitativi di tessile riciclato sono ancora estremamente ridotti e bisogna lavorare per attivare quanto prima i percorsi di raccolta, trattamento e riciclo.

**E la tecnologia è già disponibile?**

Questo è un altro punto. Dobbiamo fare in modo che la tecnologia evolva perché al momento le tecnologie per il riciclo delle fibre sono sostanzialmente due: la chimica e la meccanica. Quest'ultima è abbastanza consolidata mentre per la tecnologia relativa al processo chimico è ancora necessario lavorare e provvedere ad investimenti adeguati. □

and recycling paths as soon as possible.

**And is the technology already available?**

This is another point. We must ensure that the technology evolves because at the moment the technologies for recycling fibers are essentially two: chemical and mechanical. The latter is quite established while for the technology related to the chemical process, it is still necessary to work and provide adequate investments.

are repairable, therefore reusable. And, I add, not only because the EU says so but because it's necessary: every year the European citizen consumes an average of 26 kilos of textile product and throws away 11 which are almost all sent to incineration or landfill. These are unsustainable numbers and, added to those of other countries, make it clear that there will not be enough raw materials in the future to meet the world demand that is continuously growing (especially in the East). So, on the one hand, it is

necessary to reduce textile waste, also with policies of reuse and reconditioning of used garments, on the other hand, recover the textile fibers that today are "wasted".

**11 kilos of waste per capita just for Europe are a lot...**

A sort of "gold mine". If this waste is treated economically and efficiently, a "supply chain" of considerable strategic interest and with good employment prospects could be realized. Meanwhile,

from 2025, according to European legislation, textile waste will also have to be differentiated in the collection, just like paper, glass, and plastic. And this makes the transformation of the traditional, linear business model of the sector, I-create-I-produce-I-consume-I-waste, to arrive at a circular model I-create-I-produce-I-consume-I-recycle, urgent.

**What is EURATEX working on to promote the textile supply chain towards recycling?**

Among many activities, certainly the one related to the start-up of a European recycling supply chain. EURATEX has created the ReHubs Europe initiative which aims to facilitate the start-up of 150-200 recycling points in Europe, with the goal of being able to treat a third of the textile waste that today, in Europe, amounts to about 7.5 million tonnes/year. It's an important step because it involves the entire supply chain and not only the upstream companies (spinning, finishing, and manufacturing)

Tre negozianti del settore ci illustrano gli stili, i materiali e i colori più di tendenza oggi

di/by Fabio Destefani

# TESSILE PER LA CASA: PERSONALIZZARE È LA SCELTA VINCENTE



Il nostro breve viaggio nel mondo del tessile per la casa inizia da Potenza, dove incontriamo Valeria Maria Tesoro titolare di Tesoro Casa, negozio nato nel 2008. Esperta tendaggiista, influencer con più di 100.000 follower su Instagram, Tesoro esordisce rimarcando come le tende siano in grado di impreziosire l'interno domestico: «Quello che offro è un servizio personalizzato, sartoriale che non riguarda solo le misure, ma anche il più piccolo dettaglio: dall'armatura del tessuto alla sua cucitura. Le misure delle pieghe, le altezze delle balze, tutto è studiato meticolosamente in ogni progetto». E quali materiali e colori riscuotono

## HOME TEXTILES: CUSTOMIZATION AS THE WINNING CHOICE

maggiore successo? «Sono un amante del lino e quindi tendo a consigliarlo. Posso quindi dire che misto lino e lino in tinta unita vanno per la maggiore. Bianco su tutto. Personalmente amo gli ambienti essenziali, l'affermazione di Giorgio Armani secondo cui "L'eleganza non è farsi notare, ma farsi ricordare"»

### Three retailers in the industry share insights on today's trending styles, materials, and colors

Our brief journey into the world of home textiles begins in Potenza, where we meet Valeria Maria Tesoro, the owner of Tesoro Casa, a shop established in 2008. An

mi trova perfettamente d'accordo. Poi è chiaro che al di là dei gusti personali bisogna tener conto delle esigenze dei clienti, cosa che non manco mai di fare». Ha realizzato una sua collezione di tende, può parlarcene? «Comprende solo tinte unite, è di tessuti naturali, tanti lini e misto lino, ma anche tessuti

expert curtain maker and influencer with over 100,000 followers on Instagram, Tesoro begins by emphasizing how curtains can enhance the domestic interior: "What I offer is a bespoke service, which is not only about dimensions but also the smallest detail: from the weave of the fabric to its stitching. The measurements of the folds, the height of the ruffles, everything is meticulously studied

in each project." What materials and colors are most popular? "I am a lover of linen, so I tend to recommend it. I can say that mixed linen and plain linen are the most popular. White above everything. I personally love essential environments, and I wholeheartedly agree with Giorgio Armani's statement that 'Elegance is not about being noticed, but being remembered.' Of course, beyond

con percentuali di fibre sintetiche che prendono il meglio dei due mondi, ossia la praticità del

con sintetico e la gradevole tatticità delle fibre naturali. Il tutto all'insegna dell'eleganza».



Il negozio Tesoro Casa di Potenza, specializzato nella vendita di tende. Il punto vendita offre un servizio personalizzato, sartoriale, che tiene in considerazione anche il più piccolo dettaglio, soddisfacendo così le diverse esigenze del cliente.

The Tesoro Casa store in Potenza, specializing in the sale of curtains, offers a personalized, tailoring service, that takes into account even the smallest detail, thus meeting the various needs of the customer.



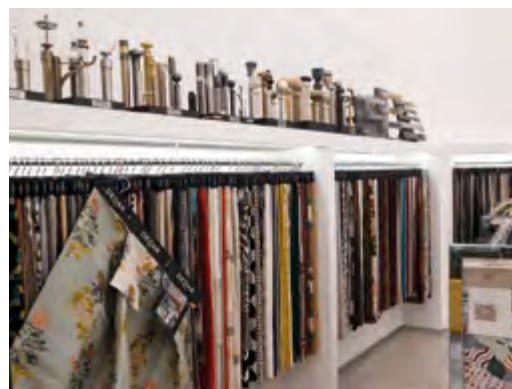




Inaugurato nel 1975, il negozio Salzano di Afragola (Na) offre una grande varietà di tessile per la casa tra cui diverse collezioni di trapunte e piumini, prodotte dai marchi più prestigiosi del settore, tra cui Eтро, Missoni e Fazzini. Opened in 1975, the Salzano store in Afragola (NA) offers a wide variety of home textiles including various collections of quilts and duvets, produced by the most prestigious brands in the sector, including Eтро, Missoni, and Fazzini.

Da Potenza ci spostiamo ad Afragola (NA) dove ad attenderci c'è Giuseppe Salzano, titolare con il fratello Antonio, del negozio Salzano, attivo dal 1975. Con lui parliamo di trapunte e piumini. «Avendo il corredo tradizionale perso l'importanza che aveva anni fa – esordisce il nostro interlocutore – sempre più si considera il tessile per la casa come un importante elemento d'arredo e da questo punto di vista le trapunte e i piumini svolgono un ruolo importante. I marchi con cui lavoriamo, tra gli altri Eтро, Missoni, Fazzini, Mastro Raphael, Mirabello Carrara, offrono capi con fantasie particolari che non si esauriscono nei canonici temi floreali». I materiali e i colori più richiesti? «Direi i

Jacquard di puro cotone e poi il rasatello che è un cotone in raso, velluti e sete. Alla base del successo delle trapunte vi è il fatto che vestono il letto, gli conferiscono volume e questo piace». E il successo del piumino? «A differenza della classica coperta di lana, che non arreda, il piumino con imbottitura, in fibra, o in piuma anallergica, lo fa, per questo lo si preferisce». Offrite un servizio personalizzato? «Sì. Offriamo un servizio su misura sia per quanto riguarda le misure che l'ideazione del completo letto soprattutto per quanto riguarda le tinte unite. Nell'altro nostro negozio di Cesoria oltre ai tessuti vendiamo anche tende e parati dunque in materia tessile offriamo un servizio a 360°».



From Potenza, we move to Afragola (NA) where Giuseppe Salzano, owner with his brother Antonio of Salzano shop, active since 1975, awaits us. With him, we discuss quilts and duvets. "As traditional trousseau has lost the importance it had years ago," our interlocutor begins, "textiles for the home are increasingly considered an

important decorative element and from this perspective, quilts and duvets play a significant role. The brands we work with, including Eтро, Missoni, Fazzini, Mastro Raphael, and Mirabello Carrara, offer items with unique patterns that go beyond the classic floral themes." The most requested materials and colors? "I would

say pure cotton Jacquards, then satin cotton, velvets, and silks. The success of quilts lies in the fact that they dress the bed, give it volume, and this is appreciated." And the success of the duvet? "Unlike the classic wool blanket, which does not decorate, the duvet does, with its filling, whether in fiber or hypoallergenic down, hence

its preference." Do you offer a customized service? "Yes. We offer a tailor-made service both in terms of measurements and the creation of the complete bed set, especially regarding solid colors. In our other store in Cesoria, we also sell fabrics, curtains, and wallpapers, thus in terms of textiles we offer a 360-degree service."



Grazie alla sua lunga storia, iniziata nel lontano 1957, il negozio Innovazione di Forte dei Marmi (LU) è un punto di riferimento imprescindibile per tutti gli amanti della biancheria per la casa di qualità, dal letto alla cucina al bagno. Thanks to its long history, which began back in 1957, the Innovazione store in Forte dei Marmi (LU) is an essential point of reference for all those who love quality home linens, from bedding to kitchen to bathroom.

Ultima tappa del viaggio è Forte dei Marmi (LU), dove ad attenderci c'è Rina Sirocchi, titolare di Innovazione, punto vendita aperto nel 1957 dai genitori di suo marito. Con lei approfondiamo il tema della biancheria per la casa. «Innovazione – racconta Sirocchi – ha una prestigiosa tradizione nel settore del tessile per la casa tanto da poter vantare tra i propri clienti anche importanti personaggi pubblici. Alla biancheria tradizionale che comprende la linea letto, cucina e bagno, abbiamo affiancato una linea accessori che varia

da un poncho in cashmere a una pochette da bambino in spugna, accessori che vendiamo nell'altro nostro negozio di Forte dei Marmi». Nell'abito del tessile per la casa quali sono i materiali più richiesti? «Per il living abbiamo una nostra produzione di plaid che va dalla fibra di bambù a fibre più pregiate come la lana o il cashmere, per il letto, lenzuola intendo, i materiali più venduti sono il cotone, il percal e il raso, per il bagno, la spugna». E i colori? «Le tinte unite, bianco, tortora, diverse gradazioni di grigio. Difficilmente

vendiamo capi in giallo o arancio». Siete famosi per le cifrature ricamate. E' importante personalizzare il prodotto oggi? «Molto, ma per noi non è una novità, è dal 1965 infatti che ricamiamo delle lettere, dei nomi o dei loghi sul tessuto con un'ampia gamma di colori per soddisfare ogni gusto. Il 70% del lavoro viene fatto in negozio dove abbiamo tre macchine per il ricamo. Per lavori più particolari e complessi invece, ci rivolgiamo ad esperti artigiani, così da offrire un prodotto ineccepibile. I dettagli per noi sono molto importanti!» □



The final stop on our journey is Forte dei Marmi (LU), where we meet Rina Sirocchi, the owner of Innovazione, a retail point opened in 1957 by her husband's parents. With her, we delve deeper into the subject of home linens. "Innovazione," Sirocchi tells us, "has a prestigious tradition in the home textile sector, boasting among its customers even significant public figures. To the traditional linens that include the bedroom, kitchen, and bathroom lines, we have added an accessories line ranging from a cashmere poncho to a child's terry cloth pouch, accessories that we sell in our other store in Forte dei Marmi." In home textiles, what are the most requested materials? "For the living room, we have our production of plaids ranging from bamboo fiber to more precious fibers like wool or cashmere. For the bed, sheets I mean, the most sold materials are cotton, percale, and satin. For the bathroom, terry." And the colors? "Solid colors, white, dove gray, various shades of gray. We seldom sell items in yellow or orange." You are famous for embroidered monograms. Is personalizing the product important today? "Very much so, but for us, it is not new; in fact, since 1965 we have been embroidering letters, names, or logos on fabric with a wide range of colors to satisfy every taste. 70% of the work is done in-store where we have three embroidery machines. For more particular and complex jobs, however, we turn to expert craftsmen, so as to offer an impeccable product. Details are very important to us!"





# COLLEZIONE CENTENARIO TEMPOTEST® QUALITÀ, STORIA E INNOVAZIONE

di/by **Fabio Destefani**

**P**iù di cento anni di storia, una famiglia che tramanda i propri valori da tre generazioni, una continua evoluzione che da sempre spinge l'azienda verso nuove e affascinanti sfide con uno stile che tutto il mondo apprezza. Per festeggiare l'importante anniversario, Parà presenta

Tempotest® Starlight blue è la prima collezione al mondo di tessuti per la protezione solare in PET riciclato e certificata GRS.

Tempotest® Starlight blue is the world's first collection of GRS-certified recycled PET sunshade fabrics.

la Collezione Centenario Tempotest®. Per saperne di più abbiamo intervistato Luca Bottaro, Marketing Manager di Parà.

**Una nuova collezione per festeggiare un compleanno importante. Può parlarcene?**

Il filo conduttore della collezione è rappresentato dall'evoluzione del brand Tempotest® nel corso della storia: attraverso i visual delle passate campagne di comunicazione si rivivono i momenti chiave dell'azienda, dalla nascita dell'Industria Tessile Mario Parravicini nel 1921, all'acquisizione nel 1964 del marchio Tempotest®

fino ad arrivare ad oggi con il lancio dell'innovativa collezione Tempotest® Starlight blue. Con la Collezione Centenario, Parà lancia sul mercato un innovativo tessuto: Tempotest® Materia, un tessuto che si caratterizza per una mano ruvida, rugosa e mossa tipica della materia grezza.

**Non è l'unica novità...**

Infatti, c'è anche la linea Micro To Macro; giocando con la grande complessità dell'occhio umano si creano illusioni ottiche e inediti giochi di textures che danno vita ad una nuova idea di tessuto.

Continua inoltre a rivestire un ruolo importante Tempotest® Seta Cruda che propone un ritorno alla naturale bellezza dell'imperfezione. Un incrocio di trame che, grazie ad un particolare trattamento, impreziosiscono il design dei tessuti con dettagli naturalmente irregolari.

**Che varietà propone la collezione?**

La collezione Tempotest® in acrilico tinto in massa si caratterizza per numeri davvero importanti: 158 tinte unite, 16 fantasie rosse, 27 marroni, 24 gialle, 17 grigie, 10 blu,

## TEMPOTEST® CENTENARY COLLECTION: QUALITY, HISTORY AND INNOVATION

Over a hundred years of history, a family that has handed down its values for three generations, a continuous evolution that has always pushed the company towards new and exciting challenges with a style appreciated the world over. To celebrate this important anniversary, Parà presents the Tempotest® Centenary Collection.

To find out more, we interviewed Parà's Marketing Manager Luca Bottaro.

**A new collection to celebrate an important birthday. Can you tell us about it?**

The theme of the collection is the evolution of the Tempotest® brand throughout its history: using visuals

from past advertising campaigns, we relive the key moments of the company, from the founding of Industria Tessile Mario Parravicini in 1921, to the acquisition of the Tempotest® brand in 1964, through to the present day with the launch of the innovative Tempotest® Starlight blue collection. With the Centenary Collection, Parà is

launching an innovative fabric on the market: Tempotest® Materia, a fabric characterised by a rough, wrinkled and undulating texture typical of raw material.

**This isn't the only new addition though...**

Indeed, there's also the Micro To Macro line; by leveraging the

vast complexity of the human eye, optical illusions and innovative interplays of textures are crafted, breathing life into a new concept of fabric. Tempotest® Seta Cruda, which proposes a return to the natural beauty of imperfection, also continues to occupy an important role. A criss-cross of wefts which, thanks to a special treatment,

embellish the design of the fabrics with naturally irregular details.

**What variety does the collection propose?**

The Tempotest® collection in mass-dyed acrylic is characterised by very large numbers: 158 plain colours, 16 red patterns, 27 browns, 24 yellows, 17 greys, 10



20 verdi, 35 Righe  
Pari, 10 Grandi Altezze  
e 16 tessuti Resinati.

Le novità riguardano solo  
l'acrilico?

No, la linea Tempotest®  
Starlight blue, passa  
da 16 a 32 tessuti.  
Parliamo della  
prima collezione al  
mondo di tessuti per  
la protezione solare  
in PET riciclato e  
certificata GRS. Tessuti  
realizzati attraverso un  
processo sostenibile  
che permette un  
risparmio energetico  
del 60%, il 45% di  
emissioni CO2 in meno  
e una riduzione del  
consumo d'acqua del  
90%. Significativo è il  
lancio di Tempotest®  
Starlight blue XL. Il  
primo tessuto al mondo

in PET riciclato e in  
versione grande altezza  
per coloro che hanno  
a cuore il destino  
del pianeta e che  
desiderano una tenda  
da sole senza cuciture  
o saldature. Numeri  
importanti anche per  
la storica collezione  
Starlight. Tessuti  
realizzati con una  
innovativa fibra 100%  
PET tinta in massa  
modificata, in modo da  
essere perfettamente  
stabili e resistenti  
all'azione dei raggi  
UV. 92 tessuti di cui:  
37 in tinta unita, 34  
fantasie, 8 resinati e 13  
Flame retardant. Una  
collezione da sfogliare  
tutto d'un fiato per un  
brand, Tempotest®,  
presente da più di 100  
anni nelle case degli  
italiani! □

blues, 20 greens, 35 even stripes,  
10 large widths and 16 resin-  
coated fabrics.

**Does the innovation lie  
exclusively with the acrylic?**

No, the Tempotest® Starlight blue  
line progresses from 16 to 32  
fabrics.

We are talking about the world's  
first collection of GRS-certified  
recycled PET sunshade fabrics.  
Fabrics made using a sustainable  
process that saves 60% energy,  
with 45% less CO2 emissions  
and a 90% reduction in water  
consumption. Then there is the  
particularly significant launch

of Tempotest® Starlight blue  
XL. The world's first extra-wide  
recycled PET fabric for those who  
care about the fate of the planet  
and want seamless sun blinds.  
The historic Starlight collection  
also boasts impressive numbers.  
Fabrics made of an innovative  
mass-dyed 100% PET fibre that

has been modified to be perfectly  
stable and resistant to the effects  
of UV rays. 92 fabrics: 37 plain,  
34 patterned, 8 resin-coated and  
13 flame retardant. A collection  
to peruse in a single breath, for a  
brand, Tempotest®, that has been  
present in Italian homes for over  
100 years!



Una mano ruvida, rugosa e mossata: è l'irregolarità tipica della  
materia grezza che caratterizza l'innovativo tessuto  
Tempotest® Materia.

A rough, wrinkled and undulating texture: this is the  
irregularity typical of raw material that characterises the  
innovative fabric Tempotest® Materia.



Tempotest® Micro To Macro: giocando con l'infinita complessità  
dell'occhio umano si creano illusioni ottiche e inediti giochi di  
textures che danno vita ad una nuova idea di tessuto.

Tempotest® Micro To Macro: playing with the infinite complexity  
of the human eye, optical illusions and unprecedented interplays  
of textures are created, giving life to a new concept of fabric.



Tempotest® Seta Cruda: le irregolarità, tecnicamente definite  
"fiamme", sono una peculiarità che rende questo tessuto unico  
nel suo genere.

Tempotest® Seta Cruda: the irregularities of raw silk,  
technically known as "slubs", are a detail that makes this  
fabric unique in its kind.



TEXTILES, BETWEEN INNOVATION AND TRADITION,  
ON DISPLAY IN FLORENCE

The world of textiles will meet at the Fortezza da Basso in Florence from  
February 10 to 12, 2024, where the Firenze Home Textstyle – International  
Trade Show will take place. It's the only international fair in Italy for home  
textiles, nautical, spa, hotellerie & contract, fragrances. The event, now  
in its sixth edition, will host the most important companies and brands in  
the sector that will present the 2024/2025 trends in textile decoration,

with a focus also on innovative, natural, eco-sustainable, and technical  
fabrics, such as the so-called "smart textiles", the latest generation textile  
products for indoor and outdoor, designed to meet needs for resistance,  
style, and comfort while also meeting environmental respect requirements.  
On the lower floor of the Padiglione Spadolini, you can admire the latest  
trends in upholstery, drapery, fabrics for furnishings, textiles for nautical,  
spa, contract, hotellerie, and textile publishing. A section will also be  
dedicated to the world of room fragrances, a market in strong growth.  
A brand new feature of this edition is Fabric Sound, a new live space  
reserved for talks, conferences, workshops, meetings with industry  
leaders.

Il tessile,  
tra innovazione  
e tradizione,  
in mostra a Firenze

Il mondo del tessile si dà appuntamento alla  
Fortezza da Basso di Firenze dal 10 al 12  
febbraio 2024, dove avrà luogo la Firenze  
Home Textstyle – International Trade Show,  
l'unica fiera internazionale in Italia del tessile  
per la casa, nautica, spa, hotellerie & contract,  
fragranze. La manifestazione, giunta alla  
sua sesta edizione, ospiterà le più importanti  
aziende e brand del settore che presenteranno  
le tendenze 2024/2025 del tessile per la  
decorazione con un focus anche sui tessuti  
innovativi, naturali, ecosostenibili e tecnici,  
come i cosiddetti "smart textiles", prodotti  
tessili di ultimissima generazione per l'indoor  
e l'outdoor, progettati per soddisfare esigenze  
di resistenza, stile e comfort che rispondono  
anche ai requisiti di rispetto ambientale.  
Nel piano inferiore del Padiglione Spadolini si  
potranno ammirare le ultime tendenze in tema  
di tappezzeria, tendaggi, tessuti per l'arredo,  
tessile per la nautica, spa, contract, hotellerie,  
editoria tessile. Una sezione sarà anche  
dedicata al mondo delle fragranze d'ambiente,  
mercato in forte crescita. Novità assoluta di  
questa edizione. Fabric Sound, un nuovo spazio  
live riservato a talk, convegni, workshop,  
incontri con i protagonisti del settore.



# MULTIDISCIPLINARITÀ TRA ARREDO E DESIGN PER LA CASA E L'OUTDOOR

di/by **Emanuela Balestrino**

**È questa la specificità di Design@Design Company, fondata nel 2012 realtà frutto delle competenze e dell'esperienza di due Interior Designer, Laura Moschini e Mita Grioni, affiancate da un team coeso di collaboratori sempre più ampio, nel segno della creatività e della complementarità**

**È** una realtà decennale Design@Design Company, che ha alle spalle un duo di imprenditrici esperte e apprezzate, Laura Moschini e Mita Grioni, Interior Designer fondatrici dell'impresa, che si sono circondate di un team di collaboratori-amici che si conoscono da tempo e che hanno deciso di lavorare insieme. Se l'azienda è relativamente giovane, la loro storia personale e allargata al loro gruppo è fatta di anni di esperienza che va oltre la loro attività perché, essendo molti di loro figli d'arte, la collaborazione fra i loro genitori è ancora portatrice di progetti e di valori. Nuova è invece la modalità di lavorare in un gruppo sempre più ampio e affiatato che, in base alle richieste, può arrivare

This is the hallmark of Design@Design Company, founded in 2012, an enterprise born from the skills and experience of two Interior Designers, Laura Moschini and Mita Grioni, supported by an increasingly large cohesive team of collaborators in the spirit of creativity and complementarity

**MULTIDISCIPLINARITY  
BETWEEN  
FURNITURE AND  
DESIGN FOR HOME  
AND OUTDOOR SPACES**



Incontri di design a Piacenza. Al centro la designer Laura Moschini con a sinistra la sorella Paola Moschini, addetta alle vendite e restauratrice, a destra Lucia Cattivelli e Vanessa Brusati  
Design Meetings in Piacenza. At the center, the designer Laura Moschini with her sister Paola Moschini to the left, sales associate and restorer, and to the right Lucia Cattivelli and Vanessa Brusati

a coinvolgere fino a una quarantina di professionisti. Hanno uffici a Milano, ma hanno base a Piacenza dove si incontrano settimanalmente per fare il punto su lavori e iniziative in campo tessile ma non solo, in quanto le loro competenze e ambiti di interesse sono differenti e molteplici.

## Struttura poliedrica, creatività personale

Di fronte a tale progettualità diventa importante chiederci chi sono gli altri professionisti che affiancano la squadra di Design@Design Company. A risponderci è la co-fondatrice Laura Moschini, che come Mita Grioni è associata ad A.I.P.I. (Associazione Professionale Interior Designer): "La squadra è composta da designer,

Design@Design Company is a business with a decade of experience, backed by a duo of expert and esteemed entrepreneurs, Laura Moschini and Mita Grioni, Interior Designers and founders of the company, who have surrounded themselves with a team of long-standing collaborator-friends who have chosen to work together. While the company is relatively young, their personal history and that of their group is built on years of experience that extends beyond their professional activities. This is because many of them, being the offspring of artists, carry on the collaborative spirit and values of their parents. What is new, however, is the way they work in an increasingly large and close-knit group that, depending on the requirements, can involve up to forty professionals. They have offices in



**Laura Moschini e Mita Grioni, Interior Designer e fondatrici di Design@Design Company**  
Laura Moschini and Mita Grioni, Interior Designers and founders of Design@Design Company



Da sinistra Laura Moschini, Lucia Cattivelli, Vito Mignani, Vanessa Brusati e Paola Moschini  
From left Laura Moschini, Lucia Cattivelli, Vito Mignani, Vanessa Brusati, and Paola Moschini



Paola Moschini

architetti, tappezzieri, restauratori e altri artigiani che ruotano intorno al mondo degli interior: ciò che ci unisce e caratterizza la nostra attività è la multidisciplinarietà e la cura artigianale che rende il nostro know-how complementare. Forti di queste nostre competenze rispondiamo alle richieste di una doppia committenza, quella privata e quella aziendale. La validità e l'originalità della nostra azienda è inoltre data dal doppio binario su cui si fonda la nostra attività: siamo un team collaudato e coeso e siamo dei singoli imprenditori con le nostre competenze e capacità specifiche che lavorano su progetti condivisi e su propri lavori, il tutto nel segno della professionalità e nella trasparenza in un clima di amicizia e serenità". Per tutte queste peculiarità sono interessanti i loro ultimi lavori che testimoniano questa molteplicità di ruoli e unità di

Milan but are based in Piacenza where they meet weekly to discuss ongoing work and initiatives in the textile field and beyond, given their diverse and numerous areas of expertise and interest.

### Multifaceted Structure, Personal Creativity

In light of such a design approach, it becomes important to ask who the other professionals are that

support the team at Design@ Design Company. Co-founder Laura Moschini, who, like Mita Grioni, is a member of A.I.P.I. (Professional Association of Interior Designers), answers this question: "The team is made up of designers, architects, upholsterers, restorers, and other craftsmen who revolve around the world of interiors: what unites us and characterizes our activity is the multidisciplinary and the artisanal care that makes our know-how complementary. With these skills,

we cater to the needs of both private and corporate clients. The strength and originality of our company also stem from the dual track on which our activity is based: we are a tested and cohesive team, and we are individual entrepreneurs with our specific skills and capabilities who work on shared projects and on their own assignments, all in the name of professionalism and transparency within an atmosphere of friendship and serenity." Their latest projects

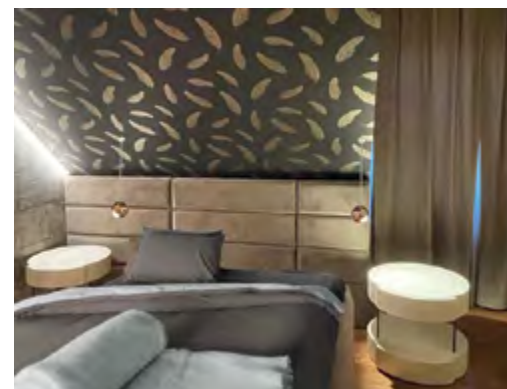
are particularly interesting for these features and testify to this multiplicity of roles and unity of purpose, especially for now in the textile-furnishing sector. "However, our interviewee anticipates – new projects for the coming spring, some of which concern the outdoor sector, a growing field that involves both the furnishing of exteriors of villas, farmhouses, and residences, as well as the nautical sector that increasingly demands the elegance and artisanal care of Made in Italy."

intenti in particolare, per ora, nel settore del tessile-arredo. "Fervono però – ci anticipa la nostra intervistata – nuovi progetti per la prossima primavera alcuni dei quali riguardanti l'outdoor, un ambito in crescita che riguarda sia l'arredo degli esterni di ville, casali e residenze sia la nautica che richiede sempre più l'eleganza e la cura artigianale del made in Italy". □



Creazioni di arredo design zona letto  
Furniture design creations for the bedroom area

Dettaglio testata tessile del letto e tenda  
Detail of the bed's textile headboard and curtain



## Competenze e interazioni artistiche

· **Laura Moschini e Mita Grioni**, Interior Designer: progettano interni per ristrutturazioni, sono designer di divani e di letti a cui abbinano tende e creazioni di arredo per la casa insieme a prodotti tessili come tovaglie, lenzuola e così via.

· **Vanessa Brusati**: architetto, lavora fra Milano e Piacenza, progetta case e ville e si occupa di design; in questo momento sta disegnando una collezione di tappeti.

· **Vito Mignani** di Mignani Arredo Gossolengo-Piacenza: costruisce letti e divani su misura; i campi di applicazione dei suoi progetti sono il residenziale, l'hotellerie e la nautica.

· **Lucia Cattivelli** di Terry Life: taglia e confeziona su misura biancheria per la casa, per la tavola e per il letto, utilizzando cotone e fibre di bambù e lino; i suoi campi di applicazione sono: hotel, stabilimenti balneari, B&B e i privati.

· **Paola Moschini**: si occupa di vendita di arredo e di recupero e restauro di poltrone antiche, divani e sedie, abbinando tessuti e dando loro nuova vita.

## Skills and artistic interactions

· **Laura Moschini** and **Mita Grioni**, Interior Designers: they design interiors for renovations, are designers of sofas and beds to which they match curtains, and create home furnishings that combine textile products like tablecloths, sheets, and so on.

· **Vanessa Brusati**: an architect working between Milan and Piacenza, she designs houses and villas and deals with design, currently drawing a collection of carpets.

· **Vito Mignani** of Mignani Arredo Gossolengo-Piacenza: he builds custom-made beds and sofas, his projects span residential, hotel, and nautical applications.

· **Lucia Cattivelli** of Terry Life: she tailors custom home linens, for the table and bed using cottons, bamboo fibers, and linens; her areas of application include hotels, beach resorts, B&Bs, and private customers.

· **Paola Moschini**: she is involved in the sale of furnishings and in the recovery and restoration of antique armchairs, sofas, and chairs, matching fabrics and giving them new life.



## Lusso sostenibile con la tintura naturale

Marianne Tiegen, designer con un impegno ventennale per la sostenibilità, utilizza tessuti vintage e tecniche di tintura naturale, creando arredi e oggetti unici di alto valore ereditario. Questo approccio eco-compatibile la distingue in un settore dove la responsabilità ambientale è sempre più rilevante. Marianne è consapevole dell'impatto negativo dell'industria tessile sull'ambiente, pertanto si impegna in processi sostenibili per soddisfare le esigenze dei suoi clienti attenti all'ambiente. Utilizzando tinture naturali derivate da piante e minerali, il suo studio produce

tessuti di qualità superiore, riducendo l'impatto ambientale e l'inquinamento chimico, oltre a diminuire il consumo d'acqua. Nonostante il processo sia più lungo rispetto a metodi tradizionali, Marianne si concentra sulla creazione di colori esclusivi, ispirati dalla natura, garantendo l'unicità di ogni progetto. Inoltre, ricicla materiali dell'industria della moda e ricerca tessuti in mercatini delle pulci. Marianne Tiegen Interiors dimostra che lusso e sostenibilità possono coesistere, stabilendo nuovi standard per il design responsabile e eco-compatibile.

### HOME TEXTILES TAKEN TO ANOTHER LEVEL OF SUSTAINABLE LUXURY THANKS TO NATURAL DYES PROCESS

Marianne Tiegen, a designer with a two-decade commitment to sustainability, uses vintage fabrics and natural dyeing techniques to create unique, heirloom-quality furnishings and objects. This eco-friendly approach sets her apart in an industry where environmental responsibility is increasingly important. Aware of the textile industry's negative impact on the environment, Marianne is dedicated to sustainable processes, meeting the demands of her environmentally conscious clients. Using natural dyes derived from plants and minerals, her studio produces superior quality textiles, reducing environmental impact and chemical pollution, and lowering water usage. Despite the process being more time-consuming than traditional methods, Marianne focuses on creating unique, nature-inspired colors, ensuring the distinctiveness of each project. She also recycles materials from the fashion industry and sources fabrics from flea markets. Marianne Tiegen Interiors demonstrates that luxury and sustainability can coexist, establishing new standards for responsible, eco-friendly design.



Marianne Tiegen Interiors è uno studio di interior design di livello mondiale fondato da Marianne Tiegen oltre vent'anni fa con uffici in Svizzera, Francia e California. [mariannetiegen.com](http://mariannetiegen.com)

Marianne Tiegen Interiors is a global interior design studio founded by Marianne Tiegen over twenty years ago, with offices in Switzerland, France and California.

H&G

FAZZINI  
ATELIER



CARISMA MILANESE

[fazzinihome.com](http://fazzinihome.com)





Photo by Courtesy of Tolino S.p.a

**TEMPOTEST**<sup>®</sup>  
ITALIAN PERFORMANCE FABRICS

100  
1921 - 2021

*Sheer delight  
inside and out*

In&Outdoor Fabrics  
[tempotest.it](http://tempotest.it)