



## LO SHOWROOM CAPACE DI NARRARE

A cura di Paola Molteni

**Uno showroom all'interno dell'ex Teatro Olympia in Foro Buonaparte 74, a Milano, e le porte Lualdi che, come attrici, si raccontano in un percorso che si snoda all'interno del nuovo spazio progettato da Piero Lissoni**

Da poco riaperto al pubblico, lo showroom Lualdi riapre con uno spazio monomarca, frutto di un restyling che dà vita a una sequenza di ambienti, in una sorta di labirinto artistico. "Raccontare una porta - spiega Piero Lissoni - è una cosa seria. La porta è una cosa seria. Un oggetto misterioso che ci porta da una dimensione a un'altra, da un ambiente a un altro. Non si tratta di un semplice buco nella parete: la porta è un elemento carico di significati, un'entità vera che controlla e cura lo spazio". Il nuovo ingresso, con un lungo corridoio che conduce verso la corte interna, diventa un luogo di accoglienza. Si accede poi al cuore

dello spazio espositivo, di circa 500 metri quadrati, con una prima area con due moduli attrezzati, su cui una vasta gamma di porte e divisori si sviluppa verticalmente. Da qui i visitatori si spostano verso gli spazi più caratterizzanti dell'esposizione, in cui i prodotti del brand prendono vita in veri e propri ambienti: dal living al bagno, dall'home office alla cucina. "L'obiettivo era quello di comunicare un vero e proprio concetto di lifestyle che caratterizza l'offerta Lualdi, fondata su quella flessibilità produttiva che ha sempre mosso l'attività dell'azienda" racconta il CEO Alberto Lualdi. Il nuovo monomarca fa parte di una più ampia strategia aziendale volta alla creazione di nuovi spazi nelle principali città internazionali, con l'obiettivo di incrementare la quota export che nell'ultimo triennio si è attestata attorno al 65 per cento. "Stiamo valutando alcune location in Italia e all'estero - conclude Pierluigi Lualdi - da aprire sia direttamente sia in partnership con i nostri distributori locali, per consolidarci sui nostri mercati di riferimento - Asia, Russia e America - e valutare l'espansione in nuovi Paesi".

[www.lualdi.com](http://www.lualdi.com)

## THE SHOWROOM WHICH TELLS A STORY

**A showroom inside the former Olympia Theater in Foro Buonaparte 74, in Milan, and the Lualdi doors that, as actresses, are showcased in a path articulated through the new space designed by Piero Lissoni**

Recently reopened to the public, the Lualdi showroom is now a mono-brand store, the result of a restyling that takes us to a sequence of environments, in a sort of artistic labyrinth. "Describing a door - explains Piero Lissoni - is a serious matter. Doors are serious business. A mysterious object that takes us from one dimension to another, from one environment to another. It is not simply a hole in the wall: the door is an element full of meaning, a true entity in itself that composes and curates the space".

The new entrance to the showroom, with its long corridor leading to the internal courtyard, becomes a place of welcome, immediately immersing the visitor in an experience that recounts the tradition and

expertise of the brand. This then leads to the heart of the exhibition space which occupies about 500 square meters, the first area featuring two modules fitted out with a wide range of doors and partitions that extend upwards. Moving forward, we reach a second area which hosts the more distinctive spaces of the exhibition, where the brand's products come to life within authentic environments: from the living room to the bathroom, from the home office to the kitchen. "The goal was to communicate a real lifestyle concept that encapsulates what Lualdi has to offer, one based on that manufacturing flexibility that has always driven the company's business" says Alberto Lualdi, CEO. The new mono-brand store is in fact part of a broader corporate strategy aimed at creating new spaces in principal cities worldwide, with the purpose of increasing the export share which has stood at around 65 percent over the last three years. We are examining some locations in Italy and abroad - concludes Pierluigi Lualdi - that could be opened both directly and in partnership with our local distributors in order to consolidate our presence in our key markets of Asia, Russia and America, evaluating the possibility of expansion into new countries".

[www.lualdi.com](http://www.lualdi.com)