

Lorenz Design inside

000



La perfetta fusione tra il design italiano e la tecnologia orologiaia svizzera. È questo il cuore della produzione Lorenz, brand da sempre attento alla ricerca stilistica e alle innovazioni, ma comunque legato alla tradizione.

Interprete di questo stile classico e sobrio, ma al tempo stesso ricercato e innovativo, è la collezione Neos che, nella versione del suo ventesimo anniversario, si è rinnovata fino a conquistare, per la qualità superiore del suo design, uno dei premi più ambiti del settore a livello mondiale: il "Red Dot", sigillo di qualità che viene assegnato ogni anno da una giuria internazionale di rinomati esperti design nella competizione "Red Dot Design Award", che quest'anno ha esaminato e testato 2.548 prodotti presentati dalle società di 43 Paesi, valutandoli secondo criteri quali innovazione, funzionalità, ergonomia, durata, compatibilità ecologica e chiarezza delle funzioni.

La nuova collezione Neos è stata realizzata per Lorenz dal gruppo spagnolo Culdesac, laboratorio creativo e multidisciplinare fondato a Valencia nel 2002, che si è aggiudicato mediante un concorso internazionale l'incarico di realizzare il modello che rappresentasse al meglio i valori distintivi del brand. E la nuova collezione Neos è riuscita ad imporsi come la migliore espressione della marca: design italiano e tecnica orologiaia svizzera in un'eccezionale contaminazione tra arte e industria, con elementi sovrapposti che creano un oggetto unico e perfettamente armonico che presenta soluzioni produttive e abbinamenti di materiali dall'elevato contenuto innovativo.

Dopo la cerimonia di assegnazione del premio, Lorenz Neos sarà esposto per un anno al Museo Reddot di Singapore. Il Red Dot per la collezione Neos non è che l'ultimo di una lunga serie di prestigiosi riconoscimenti che hanno coronato il successo di Lorenz, azienda italiana di orologeria fondata nel 1934 che nel 1960 si è aggiudicata, grazie all'orologio da tavolo Static tuttora in produzione, l'ambito Compasso d'oro, premio riconosciuto dall'ADI - Associazione Design Industriale.

"È tempo di giocare" è invece il claim con cui Lorenz ha scelto di partecipare al progetto "Design Dolls" di Unicef, un'iniziativa a scopo benefico che prevede la personalizzazione della sagoma in plexiglass di un bambino, con l'obiettivo di sensibilizzare e divulgare la cultura della solidarietà e della partecipazione attiva ai problemi che affliggono i più deboli. Le opere, uniche e irripetibili, realizzate e decorate secondo la propria intima visione dell'infanzia e della solidarietà da designers italiani di fama internazionale, a fine anno saranno battute all'asta da Sotheby's per la raccolta fondi a favore della campagna Unicef "Uniti per i bambini, Uniti contro l'Aids".

Il progetto Unicef ha dato modo al design italiano di mettere la propria valenza sociale al servizio di tematiche complesse e dolorose, e per l'occasione Lorenz ha realizzato una bambola sorridente, su cui spicca la scritta "È tempo di giocare" e il cui cuore è rappresentato da un movimento automatico a vista in cui la massa oscillante, personalizzata, si muove a ritmo dei movimenti della sagoma.

La sfida di Lorenz, dopo il Red Dot e il Design Dolls, prosegue ora con "Il Modo Italiano", rassegna di design e avanguardie artistiche in Italia nel XX secolo al MART di Trento e Rovereto e con "World Design Capital - Torino 2008", kermesse

che indaga, sviluppa e promuove la relazione tra il design e il tessuto urbano, e che probabilmente ospiterà l'edizione 2008 del Compasso d'oro.

Impegnata nella ricerca e nel design, ma senza trascurare la distribuzione, Lorenz negli anni ha raggiunto una dimensione sempre più internazionale, affacciandosi prima sui mercati europei, poi spingendosi in Russia, nella Corea del Sud, in Cina e approdando, lo scorso anno, a Tokyo, uno dei mercati più importanti a livello mondiale e grande estimatore del prodotto swiss made, oltre che appassionato dell'italian design.

