



GRANDE PLANO

# FÓRMULA



*A diversidade de produtos constrói o conceito de vida para toda a casa. Na Pianca, a equação é bom design + alta qualidade = colecções acessíveis.*

Texto de Cristina Belo

No princípio está a necessidade. Mas na Pianca não se trabalha apenas para preencher falhas. "Criamos produtos porque gostamos e porque poderá haver interesse no mercado. Apostamos na harmonia e coerência das nossas colecções", esclarece Aldo Pianca, o actual presidente, filho do fundador que introduziu, em finais dos anos 80, maior inovação tecnológica de produção à medida nesta empresa italiana familiar que já conta com 60 anos. Desde sempre fiel ao compromisso de conjugar design e funcionalidade, hoje investe na oferta de *lifestyle*, um conceito global para a casa a um preço acessível, permitindo ao cliente adquirir peças complementares de gama mais alta. Este mês são lançadas no mercado as novidades, apresentadas no Salão do Móvel de Milão, que marcam a diferença, interpretando estética, funcionalidade, tecnologia e ecologia à sua maneira. Sempre na rota do bom gosto e do sucesso.

Representada em Portugal pela Interforma. [www.pianca.it](http://www.pianca.it)



CADEIRA Optá, mesa de apoio com gaveta Dedalo e almofadas Karen.







# ITALIANA

**AMBIENTES DE QUARTO** com sistemas de cama Mia (lacado ou estofado), mesa de cabeceira People, secretária Ala com gaveta incorporada e estante Boiserie People por composição, em lacado.



## 4 perguntas a...

... **Fabrizio Casagrande**, um dos designers do departamento de desenvolvimento de produto da Pianca.

**Como é que o design veio reforçar a estratégia da marca num mercado tão competitivo?**

O conceito é apostar em design elegante mas que respeite as exigências comerciais. Há um constante diálogo com os engenheiros para viabilizar os projectos. Não prescindimos da criatividade, mas as ideias têm de ser industrializadas. E o design vem sempre aliado à máxima qualidade dos materiais.

**Quanto tempo vai desde a ideia à produção?**

Cerca de oito meses.

**O que destaca nos vossos produtos?**

Mais do que o produto é o ambiente, o *lifestyle* que se destaca. Depois, o facto de todos os produtos terem acabamentos idênticos reforça este conceito global e possibilita uma maior fidelização do cliente. Além disto, ao propormos peças *clean*, deixamos uma ampla margem para a personalização em função das tendências da moda. E, finalmente, os nossos produtos são bastante democráticos.

**Quais os materiais dominantes?**

Madeira lacada brilhante (com 80% de água, o que testemunha o design sustentável) conjugada com vidro e ainda uma colecção permanente de 180 têxteis lisos (renovados periodicamente com padrões) e pele bovina 100% natural.



SOFA modular New Mood e prateleiras de parede Scont.