



FURNITURE

DESIGN

L'ARIA DELLE CASE

Intervista a Daniele Lago, a cura di Virginio Briatore





1-2. Le mensole del sistema "30mm/Lagolinea Weightless" scendono dal soffitto come stalattiti. Si tratta di una soluzione aerea ed elegante per organizzare e dividere l'ambiente. Le mensole possono essere rifinite con schienali in vetro extrachiario, che accentua l'effetto di trasparenza, vetro laccato o legno laccato; produzione 2012.

The shelves of the "30 mm/Lagolinea Weightless" system hang down from the ceiling like stalactites. It is an elegant aerial solution for organising and dividing the environment. The shelves can be finished with extra-clear glass back panels which put emphasis on the transparency effect, lacquered wood or lacquered glass; 2012 production.

Il quarantenne Daniele Lago è una delle nuove figure nel panorama dell'imprenditoria italiana del settore arredo. A modo suo s'inserisce nel solco di quei fondatori del design Italiano, tipo Dino Gavina e Aurelio Zanotta, che hanno cercato di coniugare profitto e cultura, talento creativo e spirito imprenditoriale. A lui abbiamo chiesto di ragionare sui cambiamenti della società europea, della casa e di conseguenza anche della necessità che hanno gli arredi di essere, a volte, più trasformisti.

Tu sei una figura rara, di imprenditore e designer.

Chi è nato prima in te: l'imprenditore o il designer?

Ci sono figure simili, nel settore arredo o in altri campi, a cui ti ispiri?

Non so da che parte ho iniziato e non credo sia importante. Oggi le discipline si mescolano e per generare valore c'è bisogno di incrociare tantissimi saperi ed esperienze, attraverso il talento, il coraggio e anche l'altruismo, promuovendo cose che generino senso e significati e, perché no, anche economia, parola diventata negativa per le troppe 'negatività' di cui ultimamente e ingiustamente è stata riempita. Sono le azioni dell'uomo che la rendono buona o meno, non è una cosa astratta, ma il riflesso di progetti costruttivi o distruttivi. Credo che esistano imprenditori in grado di progettare bene un'azienda; progettarla e costruirla non è così diverso da progettare e costruire

THE AIR OF HOMES

INTERVIEW WITH DANIELE LAGO,
BY VIRGINIO BRIATORE

Forty-year-old Daniele Lago is one of the new Italian entrepreneur figures in the furniture sector. In his own way, he managed to fit in among the founders of Italian design, such as Dino Gavina and Aurelio Zanotta who sought to combine profit and culture, creative talent and entrepreneurial spirit.

We asked him to give us his opinion on the changes in the European society, on homes and therefore also on the necessity that furniture has to be, at times, less idle.

You are a rare figure of entrepreneurship and designer.

Who was born in you first: the entrepreneur or the designer?

Are there similar figures in the furnishing sector or in other fields that inspire you?

I don't know where I started from and I don't think it is important. Today, the disciplines blend and in order to create value, they require merging different types and a great amount of knowledge and experience, through talent, courage and altruism, promoting elements that generate a sense and meanings and, why not, also economy; a word become negative for the great 'negativeness' which has unfairly characterised the concept. The actions of mankind are what make it good or not; it is not an abstract thing, but a consequence of constructive or destructive projects. I believe that entrepreneurs capable of planning a company well exist; planning it and building it is not so different from designing and building a good product. I am convinced that the future will need two types of designers: those who design systems or paradigms and those who design details and products; I, thanks to my experience and perhaps due to necessity, find myself doing zoom in and zoom out quite often. You will have to plan very well in 'small', but without ever losing sight of the macro system with which that 'small' will have to interact.

For the majority of European citizens, especially the younger generations, living spaces are reducing in surfaces and growing in costs. How do you face these dynamics in the design, production, distribution and after sales service phases?

Many years ago, we already shifted the focus of our design away from the product which self-establishes itself in a product that seeks a dialogue with the user and



un buon prodotto. Sono convinto che il futuro avrà bisogno di due tipi di designer: quelli che progettano sistemi o paradigmi e quelli che progettano dettagli e prodotti, io per esperienza e forse per necessità mi ritrovo a fare spesso zoom in e zoom out. Bisogna saper progettare molto bene nel piccolo, ma senza mai perdere di vista il macro sistema, con cui quel piccolo poi si relazionerà.

Per la maggioranza dei cittadini europei, in particolare per le giovani generazioni, gli spazi abitativi si riducono nelle superfici e crescono nei costi. Come



affrontate queste dinamiche in fase progettuale, produttiva, distributiva e di servizio post vendita?

Noi già molti anni fa abbiamo spostato l'asse del nostro design dal prodotto che si autodetermina verso un prodotto che cerca un dialogo con il fruitore e che si lascia plasmare dalla sua sensibilità. Lo abbiamo fatto perché crediamo profondamente in soluzioni personali e non generiche; in un mondo che a volte ci vuole tutti uguali abbiamo concepito alfabeti con cui le persone possano costruirsi le loro storie. Usiamo la modularità: una parola che da spazio all'approccio sistemico dell'arredare, che permette con costi accettabili di crearti il tuo habitat, sia esso grande o piccolo, pettinato o spettinato. Modularità che non è solo funzionale, ma anche estetica e che consente di mescolare forme, materiali e colori. Sul prezzo poi abbiamo una politica che tende sia a produrre qualità elevata cercando di

3. Il progetto Chama prende vita da futon e cuscini. Il materasso può essere piegato o disteso secondo la necessità e così si trasforma in divano e letto matrimoniale o poltrona e letto singolo. Può diventare anche una comoda chaise longue a terra; 2010.
The Chama project comes alive from futons and pillows. The mattress can be folded or extended according to the necessity and thus turns into a double-bed/sofa or a single-bed/armchair. It can also turn into a floor chaise longue; 2010.

4-5. Col-letto è un letto innovativo, comodo e accogliente come un nido. Il soffice anello di "soft foam" intorno al materasso può essere arrotolato e srotolato come il collo di una dolcevita. Il letto acquista un volto sempre diverso, a seconda che il "colletto" sia aperto, semichiuso o completamente chiuso per uno spazio ancora più intimo; 2009.

Col-letto is an innovative, warm and comfortable bed just lie a nest. The ring of "soft foam" around the mattress can be rolled and unrolled like the neck of a turtle-neck. The bed takes on different appearances, depending on whether the "collar" is open, semi-closed or closed completely for a more intimate space; 2009.

pensare il design semplice, sia a produrre semplificando, riuscendo così ad ottenere prodotti equi e onesti nel loro prezzo.

**Ha ancora senso progettare grandi living e fantastiche 'stanze da bagno'?
Si punta tutto sulla nicchia benestante e si lascia il ceto medio all'Ikea?**

Per noi ha senso produrre cose con un timeless che tende all'infinito, cerchiamo un design che attraversi le mode e una qualità intrinseca del prodotto che lo renda longevo; dopo varie esperienze ho capito che uno degli aspetti migliori per ridurre l'impatto ambientale è questo. Noi cerchiamo di proporre cose e case reali, senza generare mondi che esistono sempre meno. Ciò non significa uccidere i sogni, perché credo che la creatività sia un modo straordinario per generare bellezza anche in spazi piccoli. La bellezza di una casa non si misura in metri quadri, ma nella sua capacità di saper accogliere e di essere autentica! Personalmente sono poco attratto da bagni enormi e progettati perfettamente, risultando alla fine impersonali, credo che l'imperfezione delle abitazioni sia il loro vero valore.

that lets itself take the shape from his/her sensitivity. We did so because we deeply believe in personal and non-generic solutions; in a world that sometimes wants us all the same, we conceived alphabets with which people can build their stories. We use modularity: a word that gives space to the systemic approach of interior design, which makes creating your habitat cost-effective, be it big or small, orderly or untidy. A modularity that is not only functional but also aesthetic and that allows you to mix shapes, materials and colours. Concerning prices, we have a policy that tends to produce high quality, trying to think about simple designs, with simplified production systems, thereby making it easier to achieve fair and honest products for their prices.

**Does it still make sense to design large living and fantastic bathrooms?
Do focus on the affluent niche leaving the middle class to IKEA?**

It makes sense for us to produce timeless things that tend toward infinity; we seek a design capable of going through and beyond trends with an intrinsic product quality making it long-lived; after various experiences, I realised that one of the best ways to reduce the environmental impact is this. We try to propose real things and homes, without generating worlds that practically do not exist anymore. That doesn't mean killing dreams because I believe that creativity is an extraordinary way to generate beauty even in small spaces. The beauty of a house is not measured in square metres, but in its ability to accommodate and be authentic! Personally, I am not very attracted to huge and perfectly designed bathrooms, ending up appearing impersonal; I believe that the imperfection of homes is their true value.

The European society is ageing, traditional families in Italy are now only 38% of citizens, while the wide category of singles, ranging from students to octogenarian widowers (those who, with a dramatic oxymoron, are defined as single member families) are 28%, but in the cities, they reach quote 35% and are the absolute majority in Milan. The rest are single-parent families and childless couples. This is all data that tells us how families are increasingly restricted. Yet production and communication mainly propose large kitchens, populated by young people. What sense does this make?

We're not good enough to tune in with change which in recent years has been taking place increasingly fast. Society is becoming increasingly fluid, as Zygmunt





6. Comfort Table è formato da un foglio sottilissimo di 2 mm appoggiato su quattro solide gambe, che si deforma quasi plasmendosi sotto il peso di mani e avambracci. Le gambe, rivestite in legno, sono disegnate con linee essenziali, mentre il top laccato in policarbonato aderisce al telaio mediante un velcro speciale. In questo modo il top può essere sostituito con un altro molto semplicemente, 2012.

Comfort Table consists of a thin 2 mm sheet resting on four sturdy legs, which almost deforms taking shape under the weight of the hands and forearms. The wood-covered legs are designed with clean lines, while the top polycarbonate lacquer adheres to the frame using a special velcro. In this way, the top can be simply replaced with another, 2012.

7-8-9. La cucina "36e8" è un progetto che alleggerisce la percezione di ingombro e pienezza delle cucine e prende il nome dai suoi moduli-quadrato 36,8cm x 36,8cm. I contenitori, posizionabili orizzontalmente e verticalmente, possono essere composti in modo infinito su un'ipotetica griglia (36,8cm x 36,8cm e 18,4cm x 18,4cm), 2009. The "36e8" kitchen is a project that makes the perception of size and fullness of the kitchens lighter and takes its name from its 36.8 x 36.8 square modules. The containers, that can be set horizontally and vertically, can be arranged to infinity on a hypothetical grid (36.8cm x 36.8 cm and 18.4cm x 18.4 cm), 2009.



sintonizzarci con il cambiamento, che negli ultimi anni è diventato sempre più veloce. La società è sempre più fluida, come sostiene Zygmunt Baumann.

Alla Lago cerchiamo di non spingere il modello legato allo status, e in tante nostre azioni prendiamo le distanze da quel modello che a me è poco simpatico e forse anche superato. Negli ultimi cinque anni al Lago-studio sono passati più di 200 creativi di tutto il mondo, giovani e meno giovani, loro stessi rappresentano e influenzano la Lago; inoltre, al fine di essere sintonizzati con il pianeta Terra, sono più propenso a tenere la squadra Lago in contatto con il mondo piuttosto che aderire ad una ricerca di mercato. Questa è la ricetta che applico per rispondere in maniera naturale ai cambiamenti del mondo, cercando di trovare poi nel design il tuning esatto con una società in continua mutazione.

La vostra azienda sembra rispondere a queste mutazioni epocali con mobili componibili, che partono da piccoli moduli. Così come con arredi multi-funzione, che si trasformano a seconda del momento e dei bisogni.

Il mercato vi sta premiando? Hai qualche dato o qualche esempio di best seller?

Il mercato ha premiato il coraggio di una squadra che non ha inseguito strade

La società europea invecchia, in Italia ormai le famiglie tradizionali sono solo il 38% dei cittadini, mentre la vasta categoria dei single, che va dagli studenti ai vedovi ottuagenari, (che con un drammatico ossimoro vengono definiti famiglie unipersonali) sono il 28%, ma nelle città raggiungono il 35% e a Milano sono maggioranza assoluta. Il resto sono famiglie monogenitoriali e coppie senza figli. Tutti dati che ci dicono come i nuclei famigliari siano sempre più ristretti. Eppure produzione e comunicazione propongono in prevalenza grandi cucine, popolate di giovani. Che senso ha?

Non siamo sufficientemente bravi a



7

Baumann claims. Here at Lago, we try not to support the model related to the status and, in many of our activities, we stay away from that model which I am not very fond of and which I even think is obsolete. Over the past five years at the Lago-studio, more than 200 creative people from around the world, young and old, have come and gone but who have represented and influenced Lago; furthermore, in order to be attuned with the planet Earth, I am more inclined to keeping the Lago team in touch with the world rather than taking part to a market research. This is the recipe that I apply to respond to the changing world in a natural manner, trying to find, through design, the exact tuning with a constantly changing society.

Your company seems to answer these epochal changes with modular furniture, starting from smaller modules. Just like multi-function furniture which transforms depending on the time and needs.

Is the market awarding you? Do you have any figures or examples of best sellers?

The market rewarded the courage of a team that has not worked pursuing paved roads of figures, but believed deeply in the passion that it dedicates everyday in innovating products and processes. We have important pillars like 36e8 modular systems in our products that add value to all areas of your home, from the living room to the kitchen and bedrooms (over 40,000 thousand containers per year), and like Fluttua, a single-legged suspended bed which, since its production, sells about two thousand pieces each year.



8

Is your great attention to the production stage that tends to eliminate waste, reduce inventory and involve the entire workforce res, from the office boy to the Manager, a well-known characteristic? Please explain this to us in a nutshell.

When we found ourselves facing large growths, we had two options: or to build new factories or use our head to organise ourselves better. I chose the second, partly because I prefer a simple field and possibly full of grass rather than another warehouse. Having said that, we sought an organisational model that is consistent with the entire system of Lago values. We had just finished the Lago - factory, built with a bio-architectural approach, entirely transparent and built with glass walls, with ventilated roof, wooden trusses, high liveability, etc., when I discovered the kaizen philosophy; the model invented by Toyota. Then, we thought it was the right choice for Lago because it is bottom up, because it simplifies, simplifies, simplifies and that is what we are looking for



9



10

10. Sistema di contenitori Et Voilà. Un tessuto chiude il volume facendo perdere la percezione rigida o pesante delle ante e al loro posto trova spazio un'unica anta in tessuto, lunga quanto tutta la struttura, 2011.

The Et Voilà container system. A fabric closes the volume allowing eliminating the perception of rigid or heavy doors and, in their place, a single door in fabric was included that features the length of the entire structure, 2011.

11. La poltrona Huggy è costituita da un materasso avvolto a cono infilato dentro una base cilindrica in pvc.

La presa dell'anello di base stringe la parte inferiore del materasso tenendolo unito e creando un'avvolgente seduta con morbidi braccioli. Sfilando la base, il materasso si srotola automaticamente e diventa, all'occorrenza, un comodo letto d'emergenza per ospiti; la base, invece, si capovolge e diventa un comodino, 2008.

The Huggy armchair consists of a cone-wrapped mattress inserted in a cylindrical PVC base. The grasp of the base ring squeezes the underside of the mattress, keeping it fastened and creating an embracing sitting with soft armrests. By removing the base, the mattress can be automatically unrolled turning into, when needed, a comfortable bed for guests; the base, on the other hand, tips over turning into a night-stand, 2008.



11



12. Il progetto "30mm Lagolinea prende" il nome dallo spessore dei fianchi del sistema di librerie che, grazie a uno speciale e brevettato attacco a muro, può essere fissato a parete e anche sospeso. Grazie alla sospensione dei fianchi non si hanno vincoli strutturali che limitino la capacità espressiva. Il punto di forza risiede nella potenzialità di trasformare una parete attraverso un gesto semplice: una linea, 2006/2009.

The "30 mm Lagolinea" project takes its name from the thickness of the side panels of the bookcase system which, thanks to a special and patented wall mount, can be attached to the wall and also suspended. Thanks to the suspension of the sides, there are no structural constraints that limit its expressive capacity. The strong point lies in its potential to transform a wall with just a simple gesture: a line, 2006/2009.

lastricate di numeri, ma ha creduto fortemente nell'amore che quotidianamente mette nell'innovare prodotti e processi. Nei prodotti abbiamo dei pilastri importanti come 36e8 sistema modulare che aggiunge valore in tutte le aree della casa, dal living alla cucina, alla zona notte (oltre 40.000 mila contenitori l'anno) e come Fluttua, letto sospeso a una sola gamba, che da quando è in produzione vende circa duemila pezzi ogni anno.

È nota la vostra grande attenzione alla fase produttiva che tende a eliminare gli sprechi, a ridurre il magazzino e a responsabilizzare in maniera coinvolgente tutta la forza lavoro, dal fattorino al dirigente? Ce la illustri in sintesi?

Quando ci siamo trovati di fronte a grandi crescita avevamo due possibilità: costruire nuove fabbriche o usare la testa per organizzarci al meglio. Ho scelto la seconda, anche perché personalmente preferisco un campo semplice e magari pieno d'erba a un altro 'capanon'. Detto ciò abbiamo cercato un modello organizzativo coerente con tutto il sistema di valori Lago.

Avevamo appena terminato la Lago-fabbrica, costruita con un approccio vicino alla bioarchitettura, completamente vetrata e trasparente, con tetto ventilato, capriate di legno, alta vivibilità etc., quando ho conosciuto la filosofia del kaizen, modello organizzativo inventato dalla Toyota. Allora abbiamo pensato che fosse corretto anche per la Lago, perché è bottom up, perché semplifica, semplifica, semplifica e noi nel design cerchiamo la stessa cosa e perché rispondeva in maniera puntuale alla nostra esigenza di poter personalizzare le richieste del nostro cliente finale, riducendo però magazzini e ottimizzando i flussi in maniera rilevante.

in design, and because it fully responded met our need to customise our customers' requests, however, reducing inventories and optimising the flow significantly.

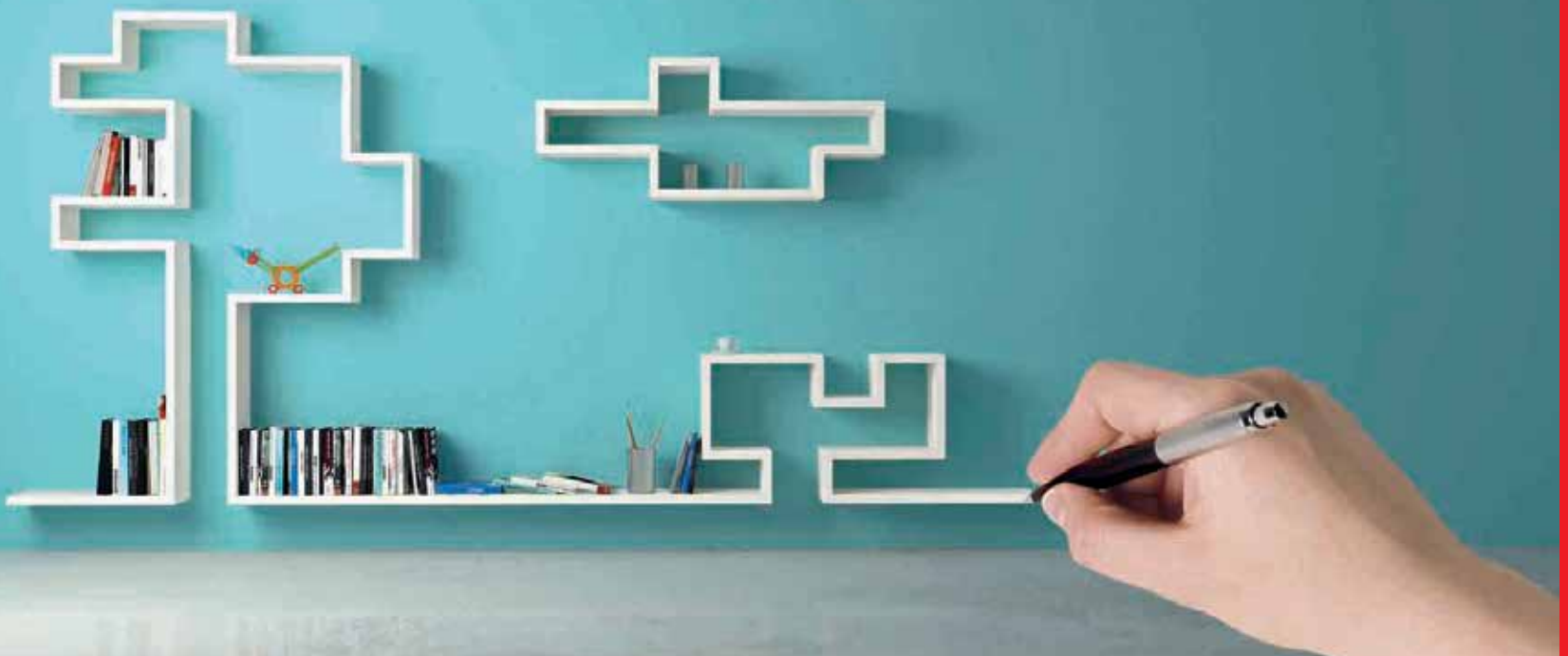
More and more consumers and institutions require traceability of the production chain and reward the most virtuous companies. So, in your opinion, how can the furniture industry be more sustainable? Is it possible to imagine a certification of sustainability for furniture industry similar to that (with 10 parameters and 240 indicators and to evaluate!) of Rainforest Alliance for agricultural producers?

I believe a lot in social sustainability, and the environmental is therein contained. We recently developed a product - the Air sofa system - dealing with the issue seriously with a consultant related to the LCA and an outstanding team.

Today we are continuing to develop products with an environmental culture, but the real match concerns the entire orchestra. In Italy, and more generally Europe, there are no reference standards so evolved for certification, and also, with regards to products, each State has its own rules. Politics should outline the horizons here too.

Are there examples of furniture industries which govern the end-of-life cycle, the withdrawal, recycling or disposal of their products? Are there laws on the subject, such as for household appliances or drugs? Is an initiative starting from industry associations, such as the Assarredo type, something conceivable?

12





13

13. Lastika, sedia divertente e confortevole che prende spunto dall'amaca. Il telaio circolare esterno costituisce l'unica parte rigida e per questo le sedie sono molto leggere e possono essere impilate con facilità, 2011.

Lastika, an amusing and comfortable chair that takes its cue from the hammock. The circular outer frame constitutes the only rigid part and that is why the chairs are very lightweight and can be easily stacked, 2011.

14. Morgana, contenitore su ruote con cassetti orientabili.

Morgana, container with wheels and adjustable drawers.

Sempre di più i consumatori e le istituzioni richiedono la tracciabilità della filiera e premiano le aziende più virtuose. Quindi secondo te come può l'industria del mobile essere più sostenibile? Si può immaginare una certificazione di sostenibilità per l'industria del mobile simile a quella (con 10 parametri e 240 indicatori da valutare!) di Rainforest Alliance per i produttori agricoli?

Io credo molto nella sostenibilità sociale, l'ambientale è contenuta in questa. Di recente abbiamo sviluppato un prodotto - il sistema di divani Air - affrontando il tema in maniera seria, con un consulente legato al LCA e un team di tutto rispetto. Oggi stiamo continuando a sviluppare i prodotti con la cultura ambientale, ma la vera partita è sull'orchestra intera. In Italia e più in generale in Europa, non esistono standard di riferimento così evoluti per la certificazione e anche sul prodotto ogni stato ha le sue regole. La politica dovrebbe tracciare degli orizzonti anche in questo.

Esistono esempi di industrie del mobile che presidiano la fine del ciclo di vita, il ritiro, il riciclo o lo smaltimento dei loro manufatti? Vi sono leggi in materia, come per gli elettrodomestici o i farmaci? È pensabile un'iniziativa che parta dalle associazioni di settore tipo Assarredo?

Valcucine credo faccia qualcosa in questo senso.

Con i vostri Appartamenti Lago avete rivoluzionato l'approccio distributivo e il modo di relazionarsi con la platea degli utenti. Qual è il pensiero guida e che bilancio traete dopo circa 4 anni e 12 esperienze in altrettante città, di cui ora due anche all'estero?

Il pensiero dell'appartamento nasce dalla consapevolezza di un'azienda che produce arredi e che pensa che da soli i prodotti non siano più sufficienti. È per questo che



14



15. Slide Rug, tappeto 100% poliammide, accoppiato con feltro sintetico di supporto. L'idea base è un rettangolo tagliato in due da una diagonale che genera due trapezi rettangoli che combinati fra loro in modalità diverse generano moltissime configurazioni, 2011.

Slide Rug, 100% polyamide carpet, coupled with supportive synthetic felt. The basic idea is a rectangle cut in two by a diagonal that generates two rectangular trapezoids which, combined together in different ways, give life to many configurations, 2011.



15

16. Sedia Joynt che grazie a un giunto in gomma integrato nella struttura in legno asseconda il movimento del corpo, 2012.

The Joynt chair which, thanks to a rubber coupling integrated in the wooden structure, supports body movement, 2012.



16



I think Valcucine is doing something in this regard.

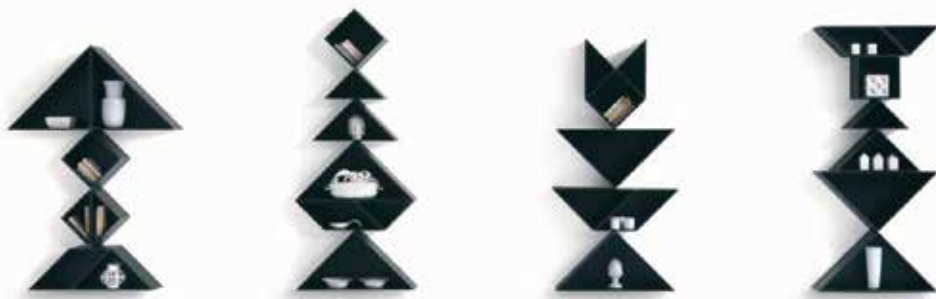
With your Lago Apartments, you have revolutionised the distributional approach and how to relate with the audience of users. What is leading thought and resulting budget after about 4 years of activity with the 12 different experiences achieved in the same number of cities, including two now also abroad?

The thought of the apartment came up due to the awareness of a company that produces furniture and which thinks that their products are no longer sufficient. That's why we commit energy to innovate the many features of our orchestra. Four years ago, we wondered if there could be a different way to show our designs to consumers. We carried out the first experiment by renting an apartment in the Tortona area at the Fuorisalone expo. We furnished it completely and for the entire duration of the Expo, we went to live in it, welcoming all those who wanted to visit; more than 12,000 the first year. So we realised that this reality, in a world that perhaps has become too much fiction, is winning. Viewing a product in a natural context was disruptive and instructive, because that is when I realised that it is important to design and produce a good product but, more importantly, the air you breathe around this. Since then, we have been trying to figure out how to design homes, because air is the true force. After the Expo, we thought it was a project that was worth being replicated, and so we set up a format where anyone, from anywhere around the world, could become a sort of ambassador of Lago values in their city. The requirements are having an open mind, a house to furnish with personality, and believe that the relationships that we build in our lives represent a value.

Your power of thought, your transversal and participatory personality within social, economic and design phenomena together with the attractiveness of your establishment in its architecture, effectiveness and liveability, have brought you and the company to be a point of reference for those who dream of a society able to balance profits with fairness, the beauty of things with their social and environmental sustainability. What kind



17. Softbench panca formata da legno e gomma piuma accoppiati, che danno vita a un mosaico apparentemente rigido, ma in realtà morbido, 2004. Soft bench consisting of wood and cellular rubber which gives rise to a patchwork seemingly rigid, but which is actually soft, 2004.



18



18. L'espositore Tangram si rifà ad un antico gioco cinese composto da sette figure geometriche, ricavate dalla scomposizione di un quadrato. Simbologgia una filosofia di vita legata alla costante mutazione delle cose, il celebre "panta-rei", tutto cambia e si trasforma. L'oggetto è sempre lo stesso, un quadrato diviso in sette parti, ma le combinazioni sono infinite, 2002. The Tangram display case takes inspiration from an ancient Chinese game consisting of seven geometric figures, obtained from the decomposition of a square. It symbolises a philosophy of life linked to the constant mutation of things, the famous "panta-rei"; everything changes and is transformed. The object is always the same, a square divided into seven parts, but the combinations are endless, 2002.

mettiamo energie per innovare molti aspetti della nostra orchestra. Quattro anni fa ci siamo chiesti se potesse esistere un modo diverso per far vedere il design ai consumatori. Abbiamo fatto il primo esperimento affittando un appartamento in zona Tortona al Fuorisalone. L'abbiamo arredato completamente e per tutta la durata del Salone siamo andati a viverci dentro, ospitando tutti quelli che volevano visitarci, più di 12.000 il primo anno. Così ci siamo resi conto che la realtà, in un mondo che forse è diventato troppo fiction, è vincente. Vedere un prodotto nel contesto naturale è stato dirompente e istruttivo, perché in quel momento ho capito che è importante progettare e produrre un buon prodotto, ma è ancora più importante l'aria che si respira attorno a questo. Da quel momento stiamo cercando di capire come progettare l'aria delle case, perché è quella la vera forza. Dopo il Salone abbiamo pensato che fosse un progetto che valesse la pena di essere replicato, e così abbiamo messo in piedi un format dove chi vuole, da qualunque parte del mondo, può diventare una sorta di ambasciatore dei valori Lago nella propria città. I requisiti necessari sono una mentalità aperta, una casa da arredare con personalità, e il credere che le relazioni che costruiamo nella nostra vita siano un valore.

La tua forza di pensiero, la tua personalità trasversale e partecipativa dei fenomeni sociali, economici, progettuali e la vostra fabbrica attraente, nell'architettura, nell'efficacia e nella vivibilità, hanno portato te e l'azienda

a essere un punto di riferimento per quanti sognano una società in grado di equilibrare i profitti con l'equità, la bellezza delle cose con la loro sostenibilità sociale e ambientale. Che pensiero pensi di poter dare, in questo periodo di profonda transizione, ai tuoi colleghi imprenditori e ai tuoi colleghi designer?

Io credo nell'amore che si mette nel fare le cose.

Credo nella capacità culturale italiana di poter costruire, intorno a qualsiasi organismo economico o di altra natura, significati e bellezze.

Abbiamo la fortuna, noi tutti, di avere avuto degli eccellenti esseri viventi che ci hanno preceduto, i quali hanno lasciato gratuitamente nelle nostre cellule elementi di straordinarietà.

Dobbiamo avere la forza per farla riemergere, per costruire con la piattaforma della cultura prodotti e processi bellissimi. Carmelo Bene diceva che dobbiamo smettere di fare opere d'arte, dobbiamo essere opere d'arte! Credo che abbiamo una possibilità italiana e anche europea di rendere i

nostri processi interessanti, un domani il design potrebbe preoccuparsi anche di far danzare producendo mobili.

Le macchine piuttosto di rumori potrebbero suonare. Sono abituato a pensare la nostra azienda su tre orizzonti, ma mentre i primi due sono più operativi il terzo è la stella polare su cui un organismo deve tendere.

Credo che l'Italia intera debba fare leva sulla cultura, intesa come capacità di generare senso a tutti i livelli della società. Noi cerchiamo di fare questo e non lo facciamo perché vogliamo essere i più bravi, ma semplicemente perché ci sembra la cosa più giusta.

Se poi aggiungiamo che sul mass market avremo poche speranze di competere con Cina e India, allora non ci resta che buttare il cuore oltre l'ostacolo e provarci. A questo proposito mi è capitato di leggere ultimamente un breve testo di Goethe che vi consiglio, si intitola l'Iniziativa e dice che fino a quando non ci si butta anima e cuore nelle cose il cosmo non ti aiuta. In questi momenti di crisi credo sia importante produrre positività per costruire il mondo del futuro.

of philosophy can share, in this period of profound transition, to your colleagues and colleague designers?

I believe in the love that you put into doing things. I believe in the ability, meaning and beauty of the Italian cultural to build within any economic body or of other nature. All of us are lucky to have had excellent people who preceded us, inheriting extraordinary qualities. We must have the strength to make it emerge again in order to build the platform of culture products and processes. Carmelo Bene claimed that we should stop creating works of art and start being works of art! I believe we have an Italian and also European chance to make our processes interesting; tomorrow's design might deal dancing while making furniture. Machinery, rather than making noise, should sing. I'm used to thinking about our company on three horizons, but while the first two are more operational, the third is the North Star on which an organism must strive for. I believe that all of Italy should pry on culture, intended as the capacity to generate a sense at all levels of society. We try to do this and we don't do so because we want to be the best, but simply because we believe it is the right thing to do. If we add that there will be little hope of competing with China and India within the mass market, then we have to throw our hearts over the fence and go for it. In this regard, I recently read a brief text by Goethe that I recommend; it is called The Initiative and says that until you don't put all your heart and soul in things, the universe will not help. In these times of crisis, I think it is important to produce positivity to build the world of tomorrow.



Daniele Lago

Daniele Lago è nato ad Asiago nel 1972. Conclusi gli studi tecnici ha frequentato la Scuola Italiana Design di Padova. Ultimo di dieci figli entra molto giovane nell'azienda di famiglia dove inizia a svolgere la sua attività professionale, occupandosi da subito della progettazione e dell'immagine di Lago. L'azienda, che vanta una lunga tradizione nella lavorazione del legno, dopo il suo ingresso inizia a virare verso un prodotto più contemporaneo e una comunicazione dal taglio innovativo.

Grazie al fondamentale apporto di Daniele, la LAGO inizia a crescere, diventando SpA nel 2006, raddoppiando i propri dipendenti (oggi sono 180) e incrementando notevolmente il fatturato, che oggi supera i 30 milioni di Euro, dato che è valso alla LAGO SpA l'inserimento tra le 30 aziende italiane più performanti del 2010 in una classifica stilata dal settimanale economico Il Mondo. Oggi Daniele Lago è amministratore delegato e art director dell'azienda.

Il lungo periodo di quindici anni trascorso a stretto contatto con le problematiche della produzione, unitamente alla crescente necessità di strutturare strategie di marketing efficaci e al contempo una comunicazione d'impresa evoluta, fanno di Daniele Lago un art director che ha affinato i propri talenti creativi direttamente sul campo, sviluppando una professionalità concreta, aderente alle dinamiche interne alla produzione e attenta all'evolversi dei gusti e dei mercati.

Daniele Lago was born in Asiago in 1972. Concluded his technical studies, he attended the Italian School of Design in Padova. The youngest of the ten children took part to the family business at a very young age where he began his professional activity dealing with design and now Lago's image. The company, which has a long tradition in wood processing, after its entry, began focusing on a more contemporary product and innovative communication features.

Thanks to Daniele's fundamental contribution, LAGO began to grow, becoming a joint stock company in 2006, doubling its employees (today there are 180) and considerably increasing the turnover, which now exceeds EUR 30 million, given LAGO's inclusion among the 30 best performing companies in 2010 in a ranking compiled by the economic weekly 'Il Mondo'.

Today, Daniele Lago is CEO and art director of the company.

The long period of fifteen years spent in close contact with the problems involving production, together with the growing need to develop effective marketing strategies and, at the same time, evolved business communication features, have made an art director out of Daniele Lago who honed his creative talents directly on the field, developing a real professionalism, fully aware of the internal dynamics concerning production and attentive to the evolution of tastes and of the markets.