

**COMUNICATO STAMPA
MILANO, FUORISALONE 2016**

ASTER, DESIGN “OUT OF THE BOX”

La razionalità del progetto e il genio della creatività: un design all'incessante ricerca del bello, libero da schemi, aperto alla contaminazione.

Questa è la filosofia con cui Aster accoglie a Milano il pubblico internazionale della Design Week. All'interno degli oltre 300 mq del suo flagship store Aster Milano Duomo, in via Larga 4, l'evoluzione creativa del brand si sviluppa su quattro temi fondamentali.

Beauty è per Aster l'imperativo categorico che orienta ogni forma di pensiero e azione. La sperimentazione si fonde con l'universalità di canoni classici, per dar vita a collezioni al di sopra del tempo. Come **Domina**, storica icona nata dall'archetipo della linea curva, oggi totalmente reinterpretata da Lorenzo Granocchia, art director del brand.

Authenticity accoglie l'eredità di una profonda tradizione nel design. È sinonimo di personalità, uniforme o multiforme, che prende vita nei “Mood”. Uno sguardo nuovo sul progetto, che non offre più solo prodotti, ma ispirazioni: Moderno, Tradizionale, Transitional, Luxury, e infine **Factory**, di cui Aster proprio oggi presenta un'inedita interpretazione, esposta nella vetrina principale dello showroom.

Freedom è il processo che trasforma la cucina da prodotto a esperienza. È l'esito del “mix&match” fra gli elementi che compongono quel vastissimo lessico sensoriale di Aster: innumerevoli materiali, lavorazioni e finiture che si offrono alla libera composizione e reciproca contaminazione. È proprio da questo universo materico che nasce oggi un'altra assoluta novità: il catalogo “**Inside**”, inedito tool per interior designer e architetti.

Infine **Design Thinking**, la risposta più autentica del brand a un'istanza di personalizzazione fuori dagli schemi. L'esito di un pensiero laterale, “out of the box”: grazie alla profonda esperienza del brand, ciò che prima era apparentemente impensabile, o semplicemente impossibile, ora prende forma. Per progettare qualcosa di assolutamente identitario, unico, mai visto prima.

Con una storia di oltre 40 anni nell'arredamento, l'azienda oggi si fa interprete delle più attuali tendenze del design e della comunicazione, sposando una strategia orientata al Web e ai social media. Dopo il lancio del nuovo sito e della App dedicata, Aster conferma la volontà di stabilire un dialogo a tu per tu con consumatori e professionisti, presidiando tutte le principali piattaforme in un'ottica di social selling.

Lo sguardo sempre rivolto alle persone, e non ai segmenti di mercato, è l'atteggiamento caratteristico di un brand che oggi trova anche nei blogger i suoi interlocutori e ambasciatori. Succede così che al Fuorisalone, lo showroom di via Larga diventi un luogo di ritrovo, per cucinare insieme a due noti volti del web nell'evento **"Foodblogger. Storie di vita e di cucina"**: Federica Giuliani ("Una Blogger in Cucina" su GialloZafferano) e Valentina Scarnecchia (in collaborazione con Neff; già volto televisivo e autrice del blog "ShOckINg CoOkINg").

Perchè in fondo la cucina è come un blog, scritto con le parole del cibo e del design. E il lessico di Aster una dispensa da cui attingere ingredienti, fatti di materia e ispirazione. È questa la filosofia che ha dato vita al volume **"Inside"**, per la prima volta un catalogo dedicato esclusivamente alle finiture e ai materiali per ognuno dei mood di Aster. Curato da Lorenzo Granocchia, "Inside" rappresenta uno strumento unico nel suo genere: un agile e completo book fotografico che riproduce fedelmente in scala tutte le soluzioni disponibili, divise per categorie e materiali (legni, pietre, metalli, vetro, laccati, laminati), consentendo di spaziare da proposte più accessibili a ispirazioni ricercate e prestigiose.

«Accanto alla visione, ormai caratteristica di Aster, per collezioni e *mood* – sottolinea **Paolo Zonghetti**, marketing manager dell'azienda - si fa largo un orientamento ancor più votato al progetto. Il catalogo "Inside" rappresenta un nuovo importante step lungo quel percorso strategico che da tempo abbiamo intrapreso istituendo negli showroom vere e proprie aree dedicate al nostro approccio mix&match».

www.astercucine.it

Ufficio Stampa

Omnia comunicazione

Chiara Zanzani

Tel. 0721 855872

chiara.z@omniacomunicazione.it

**COMUNICATO STAMPA
MILANO, FUORISALONE 2016**

**Nuova DOMINA
design Lorenzo Granocchia**

Piegare la realtà all'istinto e al desiderio: questo il compito del design per Aster. Nasce così il nuovo concept di Domina, storica icona del brand, che oggi ne reinterpreta la chiave del successo. Al Fuorisalone 2016, Aster rinnova un archetipo: la linea curva ritorna a sorprendere, aggiornata a un gusto contemporaneo per il mix&match di forme e materiali, in un equilibrio armonico di linee rette e profili sinuosi, essenze pregiate e dettagli tecnologici.

Disegnata dall'architetto Lorenzo Granocchia, l'evoluzione di Domina dà vita a una nuova spettacolare declinazione del mood Moderno. Il gioco degli opposti coinvolge non solo le forme ma anche i materiali e le lavorazioni: il dinamismo delle basi curve trova il suo alter-ego nella linearità dei pensili ad angolo dove le venature del legno ulivo si rincorrono senza soluzione di continuità. Il top realizzato con un'unica lastra, in Corian bianco opaco, si armonizza con la luminosità dello schienale, in acciaio martellato. Gli spessori si assottigliano, materiali diversi combaciano a filo, dal piano di lavoro al tavolo snack.

In linea con la filosofia dei moods di Aster, anche la nuova Domina si presta alla versatilità e alla libera composizione di elementi, materiali, lavorazioni e finiture, attingendo da un linguaggio fatto di innumerevoli possibilità progettuali, oggi racchiuse nell'inedito catalogo Inside.

Ufficio Stampa

Omnia comunicazione

Chiara Zanzani

Tel. 0721 855872

chiara.z@omniacomunicazione.it

**COMUNICATO STAMPA
MILANO, FUORISALONE 2016**

FACTORY

design Lorenzo Granocchia

Contaminazione, eclettismo materico, desiderio di trasgressione e unicità. Factory è l'espressione di un gusto per il lifestyle metropolitano. Attingendo dalla storia del brand, il mood Factory vi integra una visione originale, che qui si traduce in materiali tecnologici abbinati ai naturali, trattati come se fossero consumati dal tempo, e in composizioni votate alla funzionalità contemporanea.

Partendo da un'inedita rielaborazione tecnica e formale dei materiali e dei consueti processi di lavorazione, Factory racconta una storia, scavata nei solchi profondi e nei nodi del legno retrivo, percepibile in tutta la sua forza nella ruvidezza del ferro e del corten, nei riflessi bruniti dell'ottone e nell'antichità della pietra, mai fredda, ma liscia e confortevole, quasi setosa pur nella sua solidità. Elementi di recupero ricordano il fatto a mano, il ri-uso, la ri-contestualizzazione degli oggetti: è anche questo che rende Factory icona di un mood contemporaneo.

In linea con il vasto lessico materico di Aster, Factory si racconta in un programma eterogeneo e articolato, per materiali, elementi compositivi e dettagli: con e senza maniglia, sedici tipologie di ante, in metallo liscio oppure con telaio a sorreggere vetri trasparenti o retinati, e ancora acciaio, ferro, lavagna, infine una sofisticata laccatura a pennello.

Ufficio Stampa

Omnia comunicazione

Chiara Zanzani

Tel. 0721 855872

chiara.z@omniacomunicazione.it



**COMUNICATO STAMPA
MILANO, FUORISALONE 2016**

COMPANY PROFILE

Aster Cucine Spa

Orientamento all'export, dinamismo imprenditoriale e capacità di soddisfare le esigenze di ogni progetto con flessibilità e tempismo: Aster Cucine è il risultato di una tradizione tipicamente italiana, che ha saputo proiettarsi sul palcoscenico internazionale grazie al connubio di esperienza e passione, con l'entusiasmo di affrontare sempre nuove sfide.

Da oltre 40 anni testimone della storia manifatturiera italiana, oggi l'azienda rappresenta un player internazionale, ambasciatore del made in Italy nei maggiori mercati esteri, dove si afferma con successo anche nell'ambito del contract.

L'apertura del primo flagship store milanese rappresenta la più chiara sintesi di un percorso continuamente in evoluzione. Una capacità di visione design-oriented, che Aster Cucine porta impressa nel proprio dna come fondamento di una vera cultura aziendale.

www.astercucine.it

Ufficio Stampa

Omnia comunicazione

Chiara Zanzani

Tel. 0721 855872

chiara.z@omniacomunicazione.it