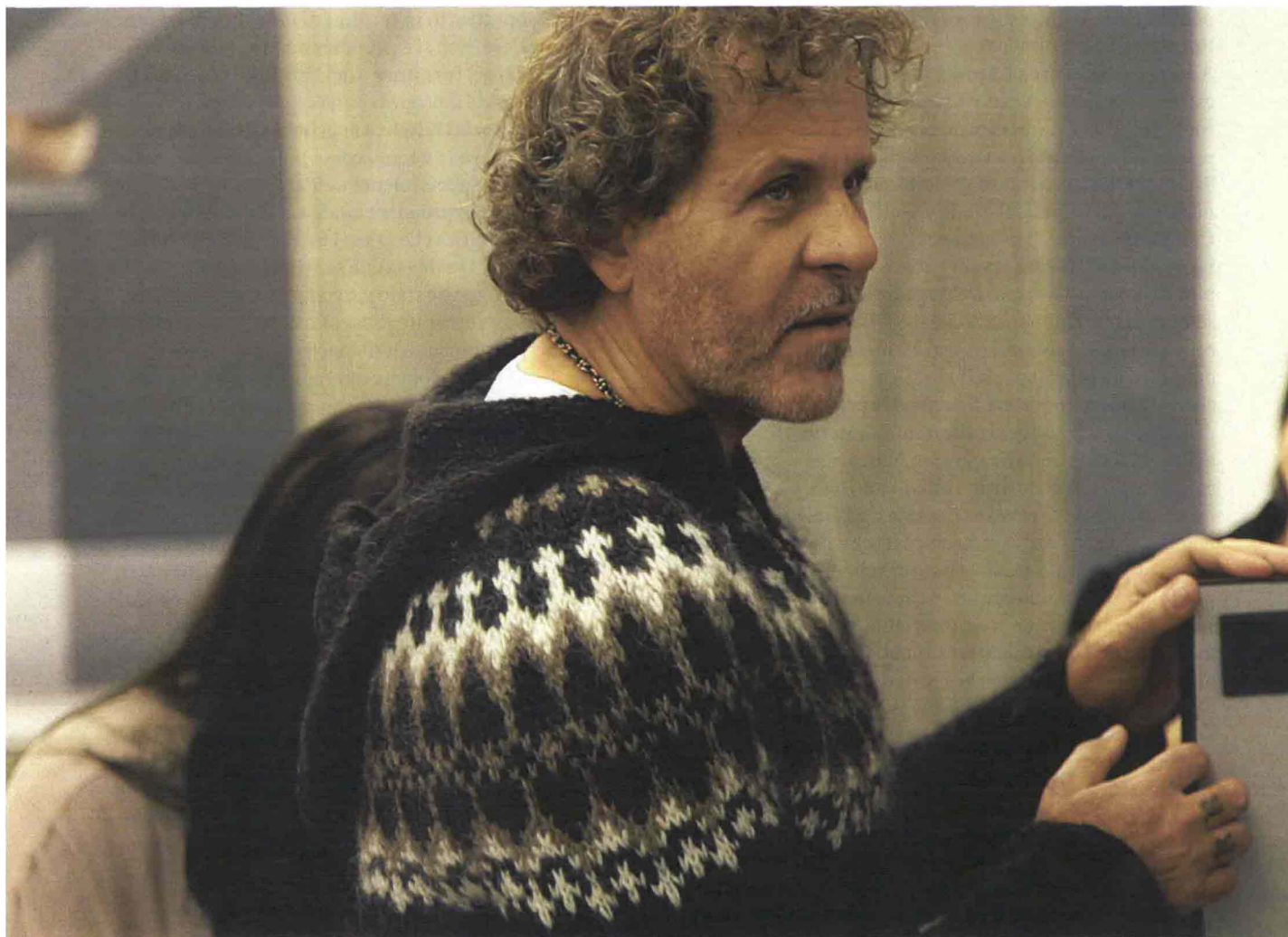


# Vivere alla Diesel



*Prima i tessuti, poi gli imbottiti per il living e le lampade.  
Ora è la volta della cucina, presentata a Milano in questi giorni.  
Con il motto di sempre, Successful Living, che adesso riguarda anche  
la casa. A parlarcene è lo stesso Renzo Rosso*

TESTO DI MARIA LUISA FRISA

## “Arredare la casa è per me come definire lo stile del proprio abitare. Come lo styling prima di uscire”

*The Mythology of the Everyday* è il progetto con cui Renzo Rosso presenta al Fuorisalone 2012 la Collezione Casa *Successful Living from Diesel* realizzata in collaborazione con Foscarini per il settore Lighting, Moroso per il settore Furniture e **Scavolini** per le cucine.

Anteprima assoluta sarà proprio la nuova Social Kitchen, immaginata come perfetta party room della casa, naturale espressione dell'approccio che caratterizza già abbigliamento e lifestyle Diesel: quel casual comfort che definisce il lusso secondo il brand vicentino.

### Come nasce tutta l'operazione?

La vita dentro la casa sta diventando sempre più importante. Grazie al web la gente ci lavora sempre di più. È uno spazio che abiti, fai vedere, dove porti i tuoi amici. Oggi c'è bisogno di delineare il proprio spazio domestico, proprio come si fa lo styling prima di uscire. Ho pensato di portare il nostro gusto e lifestyle all'interno della casa. Diesel significa 34 anni spesi a ricercare intorno al mondo: il mio ufficio è un insieme di cose trovate e messe insieme dalla mia mano. Così abbiamo cercato dei partner, non volevo disegnare la casa: troppo pretenzioso, direi arrogante. Sono convinto che le persone sono belle quando non si vestono monobrand, ma quando riescono a mettere insieme più stili: magari il jeans nostro con la giacca di Armani o di Margiela. Ci si crea la propria personalità. La casa deve funzionare nello stesso modo. Abbiamo cercato dei partner che avessero un altissimo know-how, perché, nel fare le cose, mi interessa soprattutto la qualità.

### Come si struttura la Home Collection?

Si tratta di forme di collaborazione e condivisione, non di vere e proprie licenze. Abbiamo scelto Foscarini per le lampade, Moroso per i mobili e, ora, **Scavolini** per la cucina. Per il textile c'era già Zucchi. Siamo partiti con loro perché era più immediato portare nel settore tessile lo stile Diesel: le stampe sulle lenzuola erano un modo naturale di tradurre il nostro modo di fare abiti. Poi è arrivato il rapporto con Patrizia Moroso. È stato bellissimo: abbiamo pensato a mobili con il DNA Diesel, introducendo cambiamenti nel mondo del vintage e del denim. Sono nati divani realizzati con pelle



#### THE BIG ZIP

Cuscino della home collection tessile insieme a Zucchi. È il debutto nel settore casa nel 2008.



#### CLOUDSCAPE CHAIR

Pelle invecchiata in versione domestica: con Moroso nel 2009. Oggi 30 i pezzi in catalogo.



#### METAL GLASS

Sapore déco. Vetro soffiato e metallo per le nuove luci in partnership con Foscarini.



#### CLISH CLASH SOFA

Anteprima Salone. Schienale e bracciolo scomponibili: sono i sofà by Moroso.

La cucina Diesel Social Kitchen/ **Scavolini** è a pag. 154

consumata, con tessuti trattati, ed è stato un successo che ci permette ogni stagione di aggiungere quattro o cinque pezzi alla collezione. Anche con Foscarini è andato tutto benissimo, soprattutto in termini di modalità di lavoro: Diesel non si è proposta con l'approccio classico del furniture o del lighting design, ma ha portato il proprio universo creativo.

**La Social Kitchen esprime la necessità di ripensare la cucina come luogo centrale della casa. Specialmente nell'arredamento c'è bisogno di proporre qualcosa di accogliente, la sensibilità che Diesel ha saputo tradurre nei jeans. Qualcosa che senti subito tuo.**

Il progetto è stato più complesso e decisamente più strutturato. **Scavolini**, che ha un'identità spiccatamente italiana, ha cercato Diesel perché siamo globali e internazionali. Nella cucina abbiamo messo insieme elementi tecnologici di alto livello con il Diesel touch. Abbiamo puntato su lavorazioni, trattamenti, finiture e materiali. Sono 3 i modelli che presenteremo a Milano: uno più scuro, uno di un verde quasi militare, uno bianco per enfatizzare le venature del legno. L'evento di presentazione sarà una cucina live, con il mio vino, il mio cuoco, il mio modo di accogliere gli ospiti.

**Dopo la grande rivoluzione del jeans Diesel, che è anche stata un'efficace costruzione di mondi e immaginari, ora ci sono nuovi marchi e nuovi prodotti, in un progetto di brand extension che insiste sul tema del lifestyle.**

### Quali sono i prossimi passi?

A New York vorrei creare un nuovo tipo di spazio, un grande negozio, un punto di riferimento in cui proporre tutto il mio stile di vita. Bar, ristorante, musica, vestiti, Home Collection. Lo vorrei mio, con la mia regia: un luogo in cui il cliente vuole restare. Potrei farlo a Brooklyn, serve uno spazio grandissimo perché vorrei offrire l'emozione di un'atmosfera. Devo dedicarmi anche al design degli oggetti per la casa, indispensabili per completare la Home Collection. Sarebbe il tocco finale, perché oggi ha senso solo progettare in termini complessi di lifestyle. Lo sai che ieri a New York abbiamo presentato la moto Ducati Diesel? ●

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