

ISSUE N°01
Anno 1 - 2022 June

aes·the·tic

|es-'the-tik|

FIMA Outdoor / Casa Bottega / Ergonomia / Woodboard
Damiani & Komoda / Green design, Davide Yercell /
FIMA Logistics

fima | CARLO FRATTINI®
r o b i n e t t e r i e

aes·the·tic

|es-'the-tik|

INDEX

06 FIMA OUTDOOR

14 CASA BOTTEGA

22 FIMA ERGONOMIA

28 MOODBOARD DAMIANI E KOMODA

34 GREEN DESIGN DAVIDE VERCELLI

40 FIMA LOGISTICS

L'estetica è la dottrina della conoscenza attraverso i sensi. Si manifesta in varie forme. È frutto di un'idea, di un pensiero o di un'emozione resa tangibile dal talento, dalla cooperazione e dall'impegno di individui diversi accomunati dal culto della bellezza. È ciò che accade in **aes.the.tic**. Una raccolta di spunti, storie e sensazioni, diventati atto da potenza che erano. Un magazine che racconta l'impegno e la passione che guidano ogni giorno il nostro lavoro. Un progetto dedicato alle persone che perseverano nella ricerca della bellezza.

Aesthetics is the doctrine of knowledge through the senses can happen in many ways. An idea, a thought or a strong feeling brought to life through the talent, collaboration and commitment of a team of individuals united by their love of beauty. That's just what **aes.the.tic** is. A collection of ideas, stories and impressions which have become powerful. A magazine recalling the passion and commitment which is the driving force in our work every day. A project dedicated to those people who are relentless in their search for beauty.

FIMA OUTDOOR

TRA STILI DI VITA E SPAZI
OUTDOOR: FIMA APRE A NUOVI
PROGETTI PER IL BENESSERE

BETWEEN LIFESTYLES AND
OUTDOOR SPACES: FIMA OPENS
TO NEW PROJECTS FOR THE
WELLBEING





Una collezione di colonne doccia e accessori da vivere en plein air che prendono spunto dalle trasformazioni dell'ABITARE CONTEMPORANEO. Il grande cambiamento socioculturale in atto diventa lo stimolo per esplorare strade nuove, non ancora percorse ma particolarmente affini al know how aziendale di FIMA. Apriamo allora ad una nuova esperienza di progettazione OUTDOOR proprio come una necessità. La stessa che spinge ad aprire le nostre case verso l'esterno, alla ricerca di spazi privati da vivere en plein air.

Dallo smart working all'home workout, dalla convivialità domestica al digital detox: gli spazi interni ed esterni oggi devono necessariamente allearsi per assecondare i nuovi stili di vita acquisiti dopo il lockdown forzato, valorizzando sia le esigenze lavorative, sia le pause di relax. Aprire la casa significa guardare all'esterno, creare stanze a cielo aperto che, a seconda della personale predisposizione, possono diventare classiche zone living, cucine attrezzate, ma anche bagni e piccole spa private. Ed è proprio qui, tra piscine, vasche idromassaggio e angoli di benessere, che si collocano le proposte del nuovo catalogo OUTDOOR: docce da esterno, sistemi di miscelazione e accessori che prendono spunto dalla realtà per raccontare la visione dei rispettivi progettisti. E la nuova dimensione wellness di FIMA.

A collection of shower columns and accessories for living that are inspired by the transformations of CONTEMPORARY LIVING. The great socio cultural change taking place becomes the motivation to explore new paths, not yet touched but particularly similar to FIMA's knowhow.

We then open up to a new OUTDOOR design experience just as a necessity. The same that pushes us to open our homes to the outside world, in search of private spaces to live.

From home working to the domestic conviviality and digital detox: nowadays indoor and outdoor spaces must necessarily join together to accommodate the new lifestyles acquired after the forced lockdown, enhancing both business needs and relaxing breaks. Opening the house means looking outside, creating open-air rooms which, depending on personal predisposition, can become classic living areas, equipped kitchens, but also bathrooms and small private spas. And it is precisely here, among swimming pools, whirlpools and wellness corners, that the proposals of the new OUTDOOR catalogue are placed: outdoor showers, mixing systems and accessories that take their inspirations from reality to tell the vision of their respective designers. This is the new wellness dimension of FIMA.

FLESSIBILITÀ E TRASFORMAZIONE DEI PRODOTTI OUTDOOR

La costante ricerca di benessere porta ad identificare il contatto con la natura come un elemento cardine del proprio equilibrio psico-fisico. Ma la natura come tale è soggetta a continuo mutamento e non si può prescindere da questo per progettare uno spazio outdoor. Assecondare il susseguirsi delle stagioni, o anche semplicemente dell'ombra e della luce, diventa uno stimolo progettuale importante per delineare spazi flessibili che accompagnino nelle diverse situazioni. In un contesto in continua trasformazione anche i prodotti vanno concepiti come flessibili, facili, disponibili ad accogliere i cambiamenti d'uso. Per interpretare questa chiave di lettura della realtà outdoor abbiamo coinvolto Lorenzo Damiani, designer eclettico e capace di proporre progetti dirompenti materici e concettuali. Ecco come nasce la collezione di proposte INGIRO che arricchisce con possibilità ed idee innovative il nuovo catalogo FIMA OUTDOOR. Colonna doccia, hand shower e servo moto: 3 diversi prodotti Plug and Play che non necessitano di alcuna predisposizione o installazione e possono quindi essere aggiunti in ogni momento per arredare lo spazio esterno. Stand alone, grazie al basamento in cemento, gli articoli INGIRO si possono collocare dove si desidera. Si possono spostare durante la giornata seguendo le necessità o l'esposizione del sole.

FLEXIBILITY AND TRANSFORMATION OF OUTDOOR PRODUCTS

The constant search for well-being leads to identifying contact with nature as a main element of your own psycho-physical balance. But nature it is in constant change and this cannot be ignored when designing an outdoor space. Supporting the changing of the seasons, or the shadow and light, becomes an important design motivation to delineate flexible spaces that accompany in different situations without losing its enjoyment. In a constantly changing context, products must also be conceived as flexible, easy, available to accommodate changes in use. In order to face this new reality Outdoor we involved Lorenzo Damiani, an eclectic designer capable of proposing disruptive projects both at a material and conceptual level. This is how the INGIRO collection is born, enriching the new FIMA OUTDOOR catalogue with innovative ideas and possibilities. Shower column, hand shower and sliding rail: 3 different Plug and Play products that do not require any preparation or installation and can be added at any time to furnish an outdoor space. The Stand alone INGIRO product, thanks to the concrete base, can be placed wherever you want and remain easy to store when not in use. They can even be moved during the day, according to what you need or according to the sun exposure.



Projects: INGIRO
Architects/ Designer: Lorenzo Damiani
Photo credits: FIMA Lab

INDOOR & OUTDOOR: TRASVERSALITÀ E CONTAMINAZIONE DEGLI SPAZI

Lo spazio abitativo fluisce così come le modalità d'uso. Le stanze diventano sempre più spazi ibridi in cui si fondono funzionalità diverse e non necessariamente predefinite.

Queste considerazioni sull'abitare contemporaneo valgono sia per gli ambienti interni sia per la loro proiezione OUTDOOR. E' il limite stesso tra IN e OUT a perdere di importanza, in una visione più concentrata sull'equilibrio e sul benessere personale che sulle partizioni architettoniche. Valorizzare gli spazi esterni come zone da vivere in continuità diventa una possibilità preziosa, da interpretare con lo stesso stile con cui si progettano gli interni. La ricerca della bellezza supera la dimensione della funzionalità, con la spinta verso prodotti luxury che parlino di piacevolezza ed esclusività.

Da queste considerazioni nasce la riflessione progettuale intorno a MARMOREA, una delle nuove proposte del catalogo FIMA OUTDOOR. Davide Vercelli era alla ricerca di un oggetto iconico, capace di esprimere l'identità dell'azienda e di attirare a sé tutta l'attenzione. Una colonna doccia che diventasse vera protagonista dello spazio outdoor, destinata ad una villa privata come anche ad un resort di lusso, oppure ripetuta a caratterizzare con il suo segno distintivo una zona spa. La volontà era di proporre un prodotto trasversale, adatto per funzionalità e materiali tanto in esterno quanto in interno in un'ottica di contaminazione degli spazi del benessere. Acciaio inox quindi, per la sua resistenza agli agenti atmosferici, ma anche marmo, nelle varianti bianco di carrara e nero marquina, scelto sia per sottolineare il carattere esclusivo del progetto sia per creare una base stabile e multifunzionale al prodotto. L'idea di un'esperienza doccia en plein air appagante ha invece guidato le scelte cromatiche e le possibilità di erogazione associate a MARMOREA. Si può optare quindi per una sottile pioggia di microgocce nebulizzate oppure per una più energica cascata, al fine unico di godere di un momento di benessere in piena libertà ed immersi nell'ambiente circostante. I colori tenui ed ispirati alla natura, come il verde salvia, il sabbia o l'azzurro desaturato, sono invece le alternative all'acciaio spazzolato, destinate agli articoli top di gamma del catalogo OUTDOOR.

INDOOR & OUTDOOR: TRANSVERSALITY AND CONTAMINATION OF SPACES

The living space flows as well as the way of use. The rooms are becoming more and more hybrid spaces in which different and not necessarily predefined functions come together.

These considerations on contemporary living apply to both indoor environments and their OUTDOOR projection. It is the limit between inside and outside that loses importance, in a vision that is more focused on balance and personal well-being than on architectural partitions. To value outdoor spaces as areas to be lived in continuity becomes a precious possibility, to be interpreted with the same style where the interiors are designed. The search for beauty goes beyond the functionality, with the drive towards luxury products talking about pleasure and exclusivity. From these considerations comes the design inspiration about MARMOREA, one of the new proposals of FIMA OUTDOOR catalogue. Davide Vercelli was looking for an iconic object, capable of expressing the company's identity and attracting all the attention. A shower column that becomes the true protagonist of the outdoor space, intended for a private villa as well as a luxury resort, or to characterize a spa area with its distinctive sign. The intention was to propose a nice product, suitable for functionality and materials both for the exterior and for the interior with a view to contamination of the spaces of well-being. Stainless steel for its resistance to atmospheric agents, but also marble, in the white Carrara and black Marquina variants, chosen both to underline the exclusive character of the project and to create a stable and multifunctional base for the product. The idea of an outside shower experience, has guided the color choices and the different possibilities of water supplies of MARMOREA. You can therefore choose for a fine rain of nebulized micro-drops or for a more energetic waterfall, for the only purpose of enjoying a moment of wellbeing in complete freedom of the surrounding environment. The soft colors inspired by nature, such as sage green, sand or desaturated blue, are instead the alternatives to brushed steel, intended for the top of the range items in the OUTDOOR catalogue.





SLOW LIVING E PERSONALIZZAZIONE DEL BENESSERE

La definizione di uno spazio benessere privato proiettato all'aperto è ormai una necessità acquisita del vivere contemporaneo.

Si inserisce di diritto tra le buone pratiche dello Slow living, alla ricerca di uno stile di vita più orientato alla cura di sé e alla valorizzazione dei ritmi naturali. Questa necessità di selezionare tempi e luoghi in cui stare bene si riflette anche sui prodotti circostanti: oggetti semplici, evocativi, privati e conviviali, ma comunque accoglienti, capaci di creare nuove possibilità senza essere invadenti. La personalizzazione assume in quest'ottica un'importanza evidente. Non si tratta di scegliere i prodotti, ma di poterli costruire per assecondare la propria personale idea di benessere. Una visione precisa e particolarmente congeniale al brand FIMA, che si sviluppa nel catalogo OUTDOOR proponendo soluzioni flessibili ed innovative, abbinare tra di loro per creare spazi su misura per ogni singolo desiderio.

Ne è un esempio la doccia OUT.SIDE disegnata da Davide Vercelli, un archetipo dal punto di vista formale che si arricchisce di nuove possibilità compositive: l'inserimento della doccetta, l'erogazione rain o cascata, la scelta dei comandi, che possono essere in marmo oltre al classico acciaio inox spazzolato. Tra le soluzioni del nuovo catalogo FIMA ci



sono estensioni di gamma specifiche per l'outdoor: STILL e SWITCH ON diventano STILL 316 e SWITCH ON 316, perchè realizzate interamente in acciaio inox 316 e capaci di supportare progetti articolati, per affiancare nella gestione dell'acqua non solo colonne doccia come quella della collezione INGIRO, ma anche lavabi e altre zone di servizio. Emerge più in generale la volontà di FIMA di debuttare sul mercato outdoor forti dell'identità del brand, proponendo una serie di prodotti interessanti sia dal punto di vista formale sia come spunto per progetti innovativi, che nascono quasi spontaneamente da una realtà in trasformazione e sempre più alla ricerca di nuovi spazi per esprimersi e per abitare.

SLOW LIVING AND CUSTOMIZATION OF WELLNESS

The definition of a private wellness space projected outdoors is now an acquired necessity of contemporary living.

It is part of the good practices of Slow living, in search of a lifestyle more oriented towards self-care and the enhancement of natural rhythms. This need to select times and places in which to feel good is also reflected in the surrounding products: simple but evocative objects, private or convivial but still welcoming, capable of creating new possibilities without being intrusive. From this point of view, customization takes on obvious importance. It is not just a matter of choosing the products, but of being able to build them step by step to support your own personal idea of well-being.

A precise and particularly congenial vision of the FIMA brand, which develops it in the OUTDOOR catalog by proposing flexible and innovative solutions, also combined with each other, to create customized spaces for every single wish. An example of this is the OUT.SIDE shower designed by Davide Vercelli, an archetype from a formal point of view that is enriched with new compositional possibilities: the insertion of the hand shower, the option of the rain or waterfall functions, the choice of the handles, which can be in marble in addition to brushed stainless steel. Among the solutions of the new FIMA catalog there are then additional options for the outdoors: STILL and SWITCH ON become STILL 316 and SWITCH ON 316, because they are made entirely of 316 stainless steel and capable of supporting complex projects, to complete the range of shower columns like INGIRO in other service areas. More generally, FIMA's desire to make its debut on the OUTDOOR market with the strength of the brand's identity emerges, proposing a series of interesting products both from a formal point of view and as a starting point for innovative projects, which arise almost spontaneously from a constantly changing reality more in search of new spaces to express themselves and to live.



Projects: OUT.SIDE
Architects/ Designer: Davide Vercelli
Photo credits: FIMA Lab

CASA BOTTEGA

IN EQUILIBRIO TRA RECUPERO
ARCHITETTONICO E VIVERE
CONTEMPORANEO

A BALANCE BETWEEN
ARCHITECTURAL RECOVERY AND
CONTEMPORARY LIVING



UN PROGETTO ABITATIVO CONTEMPORANEO CON AMBIENTI CONDIVISI E SPAZI PRIVATI

Il progetto di Chris Briffa Architects recupera un edificio storico che diventa uno spazio casa lavoro e sceglie FIMA per le rubinetterie. Casa bottega è la storia della riqualificazione a scopo lavorativo ed abitativo di una dimora del 1650, all'interno di uno dei quartieri storici urbani di La Valletta, la capitale di Malta.

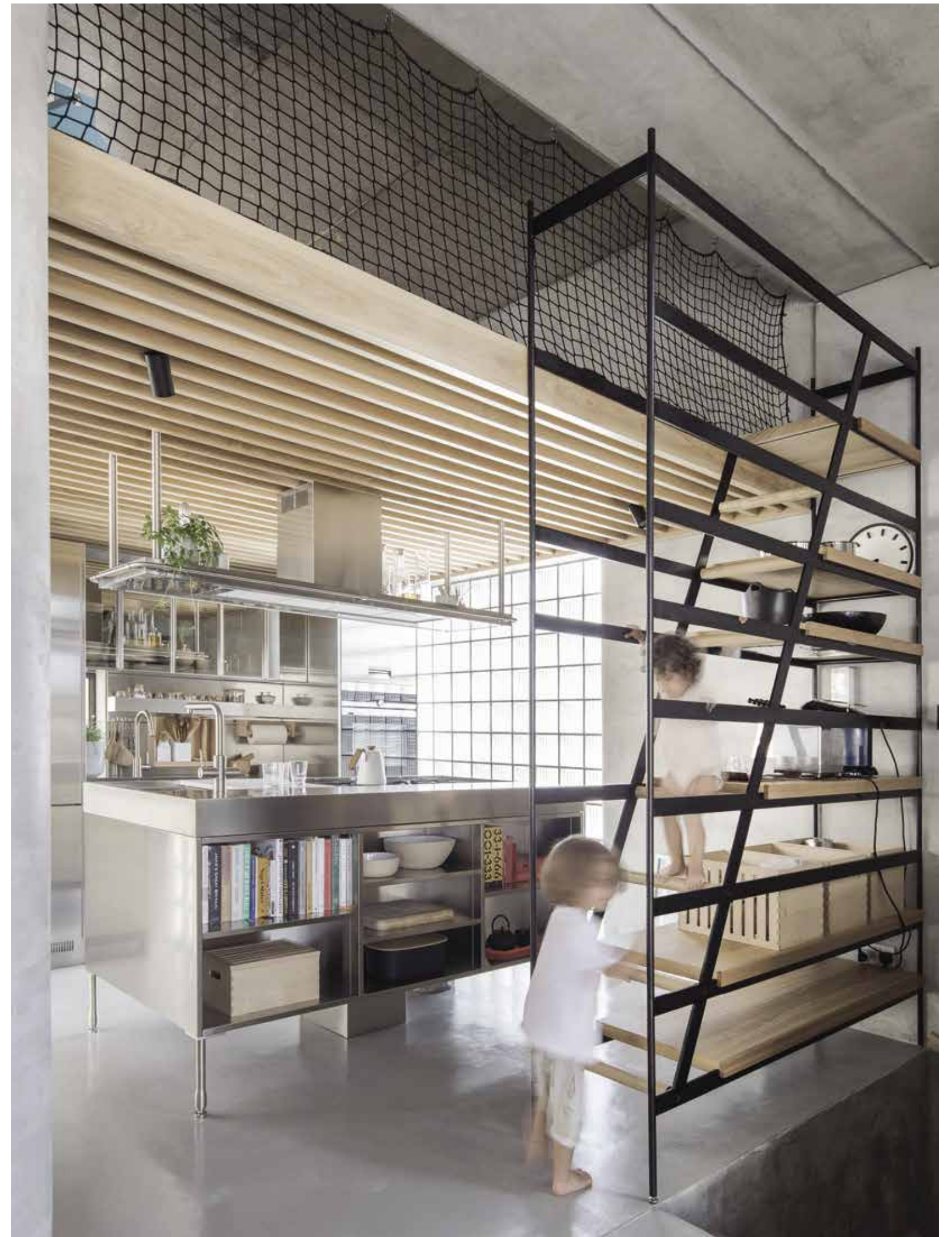
Un edificio che oggi ospita lo stesso studio CHRIS BRIFFA ARCHITECTS nel suo impianto storico, e la casa dedicata alla famiglia dell'Architetto nell'attico contemporaneo aggiunto alla struttura. Un recupero architettonico importante tanto da ricevere premi e menzioni nei concorsi internazionali di Architettura, ultimo in ordine di tempo il BIG SEE INTERIOR DESIGN AWARD 2021 con riconoscimenti anche ai partner coinvolti nell'attività, tra i quali FIMA per le rubinetterie di bagni e zone wellness.



A CONTEMPORARY LIVING PROJECT WITH SHARED AND PRIVATE SPACES

The project Casa Bottega, designed by Chris Briffa Architects, recovers a historic building as both a home and work space. And chooses FIMA for its taps and fittings. Casa Bottega is the story of the redevelopment of a house built in 1650, in one of the historic urban districts of Valletta, the capital of Malta, for both professional and residential purposes.

The building now plays host to the studio Chris Briffa Architects, in its historic part, while a contemporary penthouse, added on top of the structure, is dedicated to the studio owner's family. The importance of this architectural recovery has been highlighted by various awards and mentions in international architecture competitions, most recently, the BIG SEE INTERIOR DESIGN AWARD 2021, with awards also given to partners involved in the design activity, among which is FIMA for its bathroom taps and fittings and wellness areas.



Projects: Casa Bottega
Architects: Chris Briffa Architects
Photo credits: Aldo Amoretti, Hanna Briffa

PATRIMONIO ARCHITETTONICO DA SALVAGUARDARE

La Valletta, riconosciuta dal 1980 Patrimonio dell'Umanità dall'Unesco, ha vissuto negli ultimi 20 anni una rapida rinascita culturale e sociologica partita anche dalla valorizzazione e dal recupero del suo patrimonio architettonico.

La struttura della città, all'interno delle mura fortificate, era rimasta pressoché ferma alla sua fondazione. I vincoli strutturali e funzionali connessi al recupero degli edifici storici hanno spesso rappresentato una sfida interessante per gli architetti, chiamati a trovare il giusto equilibrio tra innovazione e tradizione, tra conservazione dei beni culturali e nuove esigenze del vivere contemporaneo.

È in questo il contesto che nasce il progetto Casa Bottega, quando l'architetto Chris Briffa, già profondo conoscitore della realtà maltese e autore di diversi progetti a tema, acquista una dimora d'epoca decisamente fatiscente. Ne seguono 3 anni di studi, messa in sicurezza, recupero delle strutture e dell'impianto originale dell'edificio, ripensato per ospitare lo studio di Architettura con aree multifunzionali dedicate a presentazioni o conferenze.

Gli elementi originali, come le piastrelle del pavimento e le aperture, sono stati restaurati e reintegrati. La facciata è stata preservata nella classica pietra maltese, con un sapiente recupero dell'ampio lucernario esterno che valorizza la Sala Nobile, ma poi nella struttura storica sono stati implementati i più moderni servizi ed infrastrutture, dalla ventilazione dei locali alla costruzione di un ascensore racchiuso in una gabbia di acciaio e vetro, collocato all'interno del cortile.

In quest'ottica si inserisce la scelta di FIMA per le rubinetterie con la collezione MAXIMA che reinterpretava le tradizionali soluzioni a tre fori con finiture di design e una maggiore attenzione ai consumi. Il risultato è un recupero attento a bilanciare esigenze di comfort moderno e sostenibilità, senza snaturare il contesto storico della città.

AN ARCHITECTURAL HERITAGE TO CONSERVE

Recognized as a World Heritage Site by UNESCO since 1980, Valletta has experienced a rapid cultural and sociological rebirth in the last 20 years, which also started a movement to value and recover its architectural heritage.

The structural basis of the city, within its fortified walls, has remained constant over hundreds of years. Thus, the structural and functional constraints associated with the recovery of historic buildings have often represented an interesting challenge for architects, called on to find the right balance between innovation and tradition, between conservation of cultural heritage and the new needs of contemporary living.

It is in this context that the Casa Bottega project came to life, when architect Chris Briffa, already a connoisseur of Maltese reality, and the author of several projects there, bought a decidedly dilapidated city centre period residence. Three years followed, of studies, safety measures, and the recovery of the structures and original layout of the building, redesigned to accommodate the architecture studio with various multifunctional spaces for presentations and meetings.

Original elements, such as floor tiles and window and door openings, have been fully restored and reintegrated. The facade has been preserved in classic Maltese stone, with a skilful recovery of the large external mirador, or enclosed wooden balcony, that graces the piano nobile, however the most modern services and infrastructures have also been installed in the historic structure, ranging from state of the art ventilation to an elevator enclosed in a steel and glass cage, rising out of the courtyard.

FIMA's choice for taps fits perfectly into this perspective, with its MAXIMA collection reinterpreting the traditional three-hole solution with design flourishes and greater attention to consumption.

The result is a careful restoration of the authenticity of the building, balanced by the needs of modern comfort and sustainability, without distorting the historical context within the city centre.



Projects: Casa Bottega, Maxima
Architects: Chris Briffa Architects
Photo credits: Aldo Amoretti, Hanna Briffa



LUCE, MATERIALI E RUBINETTERIE FIMA PER CASA BOTTEGA

Gli interni del progetto Casa Bottega sono equilibrati in un sapiente gioco di contrasti chiaro+scuro, freddo+caldo, interno+esterno, chiuso+aperto, in particolare nella zona attico.

Qui è la luce a diventare il catalizzatore per l'atmosfera contemporanea del progetto. Attraverso ampie aperture perimetrali, lucernari e pareti vetrate la luce invade lo spazio di Casa Bottega, illuminando i pavimenti in legno di quercia, scaldando le strutture in cemento grigio o l'elegante cucina in acciaio inox, che rappresenta il cuore dello spazio domestico e si affaccia sulle terrazze verdi. La zona notte è più raccolta, con un'illuminazione diffusa ma più intima. Due oblò a soffitto e la luce radente della finestra ad altezza pavimento creano un'atmosfera morbida e raffinata, che avvolge la camera da letto e il bagno padronale. La zona doccia si affaccia direttamente sulla stanza matrimoniale.

Un volume semplice e lineare servito da una colonna doccia a muro scelta tra le soluzioni wellness di FIMA. Si tratta di una soluzione a parete con soffione orientabile e doccetta estraibile in finitura nero opaco. I comandi scelti sono quelli della collezione MAXIMA, una serie classica con un profilo a croce rivisto in chiave moderna. Anche per la zona lavabo, decorata con rivestimenti effetto terrazzo veneziano, si conferma la scelta della rubinetteria MAXIMA di FIMA con la soluzione tre fori a



parete declinata in un doppio lavabo.

E' invece un rubinetto tre fori da appoggio MAXIMA in finitura bianca quello scelto per il bagno al primo livello della Penthouse, ispirato al portico della St John's Co-Cathedral. Qui gli spazi riflettono ancora ampiamente il passaggio tra edificio storico e attico contemporaneo, con chiari elementi di recupero come il pavimento in marmo opus incertum, crazy paving.

LIGHT, MATERIALS & FIMA TAPS AND FITTINGS FOR CASA BOTTEGA

The interiors of the Casa Bottega project are balanced with a clever play of contrasts of light and dark, coolness and warmth, inside and outside, and closed and open, especially in the penthouse.

Here light becomes a catalyst for the contemporary atmosphere of the project. Through large perimeter openings, skylights and glass walls, light invades Casa Bottega, illuminating its oak floors, and warming the grey concrete structures and elegant stainless steel kitchen, which represents the heart of the home, looking out onto the garden terraces.

The sleeping area is more confidential, with its diffused but more intimate lighting. Two portholes in the ceiling and the grazing light from the floor-level window create a soft, refined atmosphere, which envelops the master bedroom and bathroom.

The shower area directly looks over to the double bedroom, and is an essential, linear volume, served by a wall shower column chosen from FIMA's wellness solutions. The wall solution has an adjustable shower head, and detachable hand shower in a matt black finish. The controls chosen are those of the MAXIMA collection, a classic series with a cross-shaped profile, revisited in a modern key.

The astute selection of FIMA's Maxima taps and fittings is also seen in the washbasin area, with a three-hole wall solution and dual sinks, exalted by Venetian terrazzo effect tiles.

Then, a Maxima three-hole surface-mounted tap solution, in a white finish, has been opted for in the bathroom on the first level of the penthouse, inspired by the portico of nearby St John's Co-Cathedral.

Here, once again, the space largely reflects the delicate transition between the historic building and the contemporary penthouse, with clearly salvaged elements, such as the opus incertum, or crazy paving, marble floor.



Projects: Casa Bottega, Maxima
Architects: Chris Briffa Architects
Photo credits: Aldo Amoretti, Hanna Briffa

ERGONOMIA & USER EXPERIENCE

UN RACCONTO ATTRAVERSO
I RUBINETTI FIMA

ERGONOMICS & USER EXPERIENCE
TOLD THROUGH FIMA FITTINGS



Quando il processo progettuale si amplia guardando ai bisogni del mercato e all'interazione con i prodotti. Partire dai principi dell'ergonomia ed allargare il focus alla user experience è un passaggio naturale per l'approccio progettuale di FIMA.

Fa parte della visione ampia che scegliamo quando elaboriamo una nuova collezione e la immaginiamo, fin da subito, in relazione con l'utilizzatore. L'obiettivo è instaurare un feeling immediato tra user e prodotto, puntare alla facilità d'uso e di apprendimento, amplificare le sensazioni positive che ne derivano grazie alle performance e alla piacevolezza dell'esperienza in sé. Non basta quindi un approccio progettuale solo antropometrico e funzionale, che comunque adottiamo anche in ottica di implementare salute e sicurezza dei prodotti. Occorre spingersi oltre. Avviare un processo più complesso che unisca la competenza tecnica ad una sensibilità progettuale capace di interpretare i bisogni del mercato, sempre più influenzato dagli strumenti digitali che modificano le modalità di rapportarsi con i prodotti circostanti. Sottolineare alcuni di questi aspetti nelle ultime collezioni a catalogo, ci sembra allora un modo interessante per raccontare i dettagli di progetto, magari meno evidenti, che diventano un valore aggiunto importante per scegliere FIMA.

When the design process takes in the needs of the market and interactions with the products. Starting from the principles of ergonomics and expanding the focus to the user experience is a natural step in FIMA's design approach.

It is part of the broad vision we have when we develop a new collection and immediately imagine it in relation to the user. The goal is to establish an immediate connection between the user and the product, through ease of use and learning how to use, and amplification of the positive feelings that derive from it, thanks to its performance and the pleasure of the experience itself. Therefore, an anthropometric and functional design approach is simply not enough, even though we deal with these aspects in ensuring the health and safety of the products. We have to go further. We have to develop a more complex process that combines technical competence with a design sensitivity capable of interpreting the needs of the market, increasingly influenced by digital tools that modify ways of relating to surrounding products. Underlining some of these aspects in the latest collections in the catalogue, therefore, seems to us an interesting way to speak of design details that, though they may be less evident, are an important added value in choosing FIMA.



LA PULIZIA ESTETICA E FUNZIONALE DI FLO`

FLO` è la nuova proposta di FIMA presentata in anteprima in occasione del Supersalone di Milano, che ha subito incontrato il favore del mercato. Il focus era una collezione leggera ed elegante, semplice nell'utilizzo, versatile dal punto di vista dell'ambientazione e dell'installazione perché destinata anche a progetti contract.

Partendo da questo brief, l'ufficio tecnico FIMA ha saputo declinare in FLO` una serie di plus interessanti in termini di esperienza e facilità d'uso. Dietro alle linee morbide e sinuose del miscelatore, si nasconde una precisa scelta legata alla manutenzione del prodotto. Eliminare spigoli vivi e zone di accumulo del calcare consente una pulizia più rapida ed efficace, ancora più importante nel settore contract e hotellerie. Il corpo rastremato verso il basso amplia la base di appoggio del rubinetto, evitando anelli o basette di più difficile installazione. Il posizionamento rialzato della cartuccia, infine, impedisce eventuali infiltrazioni di acqua, garantendo ancora più a lungo la perfetta performance del prodotto. Investire e ragionare su aspetti funzionali, non necessariamente legati alla regolazione dell'acqua, è una costante per i percorsi progettuali di FIMA. Ma in termini ergonomici e di user experience anche le scelte estetiche sono fortemente connesse al benessere e alla desiderabilità dei prodotti. In FLO` i raccordi tra le superfici e l'equilibrio nelle proporzioni sono fondamentali per definire l'appeal visivo della collezione.

FIMA sceglie di puntare sulla pulizia assoluta, eliminando dalla vista particolari meccanici come spine o fori, e proponendo un sistema di scarico esclusivamente pop-up.

THE AESTHETIC & FUNCTIONAL CLEANLINESS OF FLO`

FLO` is the new FIMA proposal debuted at the Milan Supersalone furniture fair, which immediately met with the market's favour.

The focus was on a light, elegant collection, simple to use, versatile in terms of its setting and installation, because it was also intended for contract projects.

Starting with this brief, the FIMA technical division was able to articulate FLO` in a series of inspired choices in terms of experience and ease of use. Behind the soft and sinuous lines of the mixer hides one particular choice referring to product maintenance and installation. Eliminating sharp edges and areas where limescale can build up allows for easier and quicker cleaning, which is extremely important in the contract and hotel sector. The downwards tapering body widens the support base of the tap, avoiding the need for rings or bases, which are more difficult to install. Finally, the raised position of the cartridge prevents the infiltration of water, guaranteeing longer-lasting perfect product performance. Investing in and thinking about practical aspects, not only related to water delivery, is a constant in FIMA's design approach. However, in terms of ergonomics and user experience, aesthetic choices are also strongly connected to the well-being and desirability of products. In FLO`, connections between surfaces and the balance of proportions are fundamental in defining the visual appeal of the collection. FIMA chooses to focus on absolute cleanliness of lines, totally eliminating mechanical details such as pins or holes from view, and proposing an exclusively pop-up plug system.

L'IMMEDIATEZZA NEI GESTI DI SWITCH E SWITCH ON

I gesti sono alla base del pensiero progettuale di Davide Vercelli per la collezione SWITCH e la sua derivazione SWITCH ON.

Mettersi in relazione con i prodotti presuppone di basarsi su un'abitudine acquisita oppure di comprendere la nuova modalità di funzionamento in maniera intuitiva, magari traslando le gesture da altre attività quotidiane. E' ciò che accade con SWITCH dove il pulsante che attiva o interrompe il flusso dell'acqua è analogo a quello di un qualsiasi interruttore on-off dell'impianto elettrico o di un elettrodomestico.

Davanti ad un oggetto innovativo e che dal punto di vista formale potrebbe disorientare, l'utilizzo di un gesto già acquisito ed interiorizzato rende subito chiaro l'accesso al prodotto e ne diventa esca, incuriosendo l'utente e spingendolo all'interazione.

L'interfaccia di SWITCH non è l'unico aspetto direttamente correlato alla user experience. La riflessione si è ampliata all'intero sistema che offre molteplici possibilità di composizione e distribuzione. Dal punto di vista progettuale queste opportunità vanno sfruttate con un'installazione attenta, costruita sugli effettivi bisogni o desideri dell'utente.

Un aspetto chiave che influisce sul benessere e sulla piacevolezza dell'esperienza e crea un legame positivo e duraturo con il prodotto.

In ultimo lo sviluppo di corpi ad incasso miniaturizzati consente dal punto di vista dimensionale di proporre un prodotto snello e leggero, facile da maneggiare e non invasivo a livello visivo. È questo un aspetto molto impattante soprattutto riferito alla gamma derivata da SWITCH, che amplia il campo di azione dal sistema doccia all'intero ambiente bagno. SWITCH ON si declina in 4 versioni di miscelatore lavabo, bidet e incassi vasca e doccia.

Racchiudere in un'unica piastra la bocca di erogazione o la doccia, i comandi separati per controllare temperatura e portata e il tasto on-off ha richiesto un attento studio ergonomico del prodotto, esempio di una sfida progettuale ben risolta.

THE IMMEDIACY OF SWITCH AND SWITCH ON GESTURES

Gestures are the basis of Davide Vercelli's design thinking for the SWITCH collection and its sister collection SWITCH ON.

Engagement with a product relies on an acquired habit or understanding how to operate it in an entirely intuitive way, perhaps by using a similar gesture used in another daily action. This is the case with SWITCH, where a button starts and stops the flow of water just like any on-off switch in an electrical system or on an appliance.

Faced with an innovative object that might otherwise be confusing from a formal perspective, using of an already acquired and internalized gesture immediately makes the product accessible and even intriguing, encouraging the user to interact with it.

The SWITCH interface is not the only aspect directly related to the user experience. The same reflection extends to the entire system by offering many composition and distribution options. From a design point of view, these options are there to be leveraged with careful installation, to meet the actual needs or desires of the user.

A key aspect that affects the well-being and pleasantness of the experience and creates a positive and lasting bond with the product.

Lastly, the development of a slimmer, flush body allows the product to be light and compact, easy to handle, and visually non-invasive. This is extremely important, especially in the case of the sister collection SWITCH, as it extends from a shower system to the whole bathroom.

SWITCH ON comes in 4 versions, with a basin mixer, bidet, and built-in bath and shower fittings.

Incorporating the spout or hand shower into a single plate, and separating the controls for on-off, temperature and flow, demanded a careful ergonomic study of the product, and is a fine example of a well-solved design challenge.



DAMIANI & KOMODA

UNA MOODBOARD PER
IMMAGINARE CON FIMA
L'AMBIENTE BAGNO IDEALE

A MOODBOARD TO IMAGINE
THE IDEAL BATHROOM
ENVIRONMENT WITH FIMA

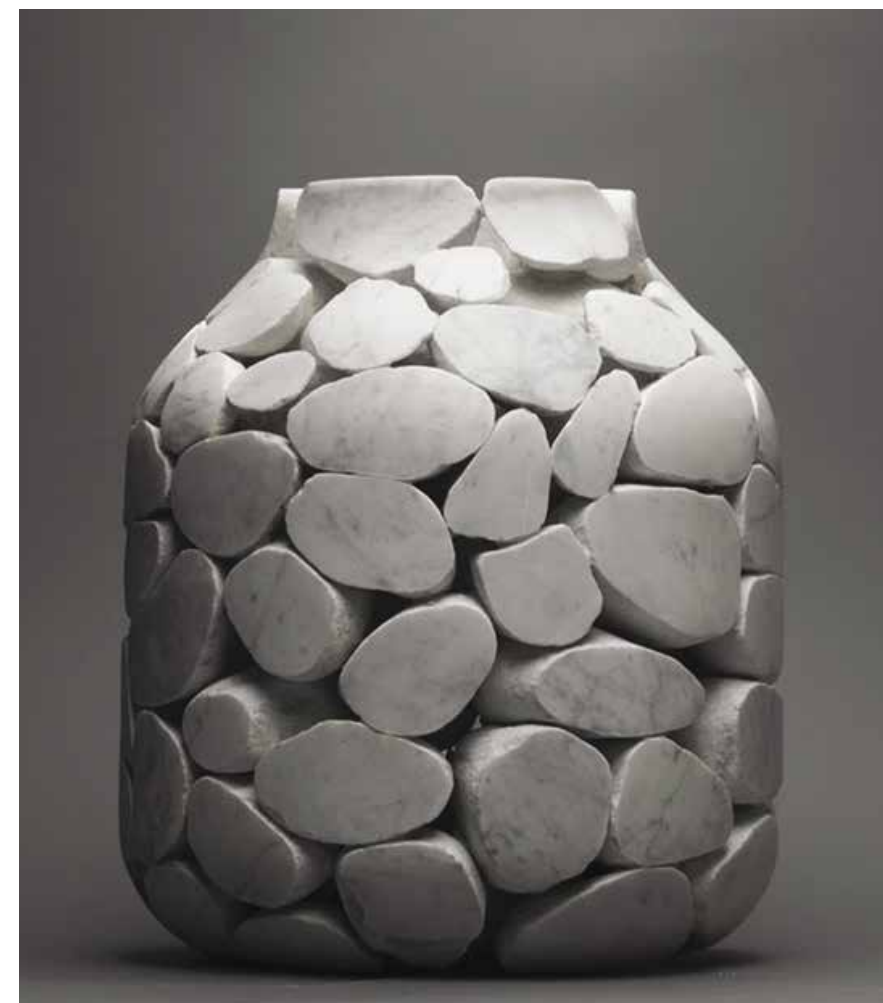


BAGNI E CULTURE A CONFRONTO NELLE MOODBOARD DI LORENZO DAMIANI E KAZUYO KOMODA

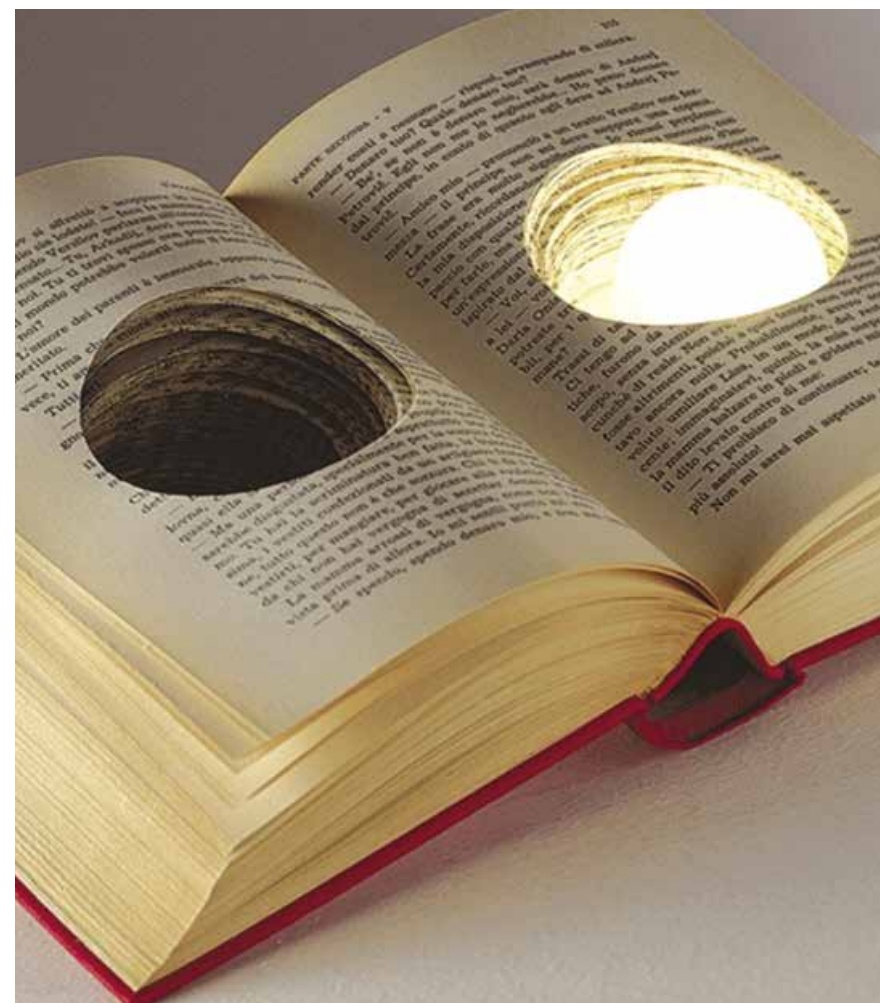
Abbiamo chiesto a Kazuyo Komoda e a Lorenzo Damiani di immaginare insieme a FIMA un ambiente bagno che li rappresentasse, descrivendolo in una moodboard. Partire dai materiali per definire uno spazio è da sempre l'approccio preferito di Fima. Solo una visione globale sugli abbinamenti e le interazioni tra prodotti, colori e superfici consente di mantenere coerente la percezione del progetto e di raggiungere con naturalezza l'effetto desiderato. I due designer coinvolti nell'esperimento, nomi noti del panorama internazionale, avevano già partecipato al ciclo di Fima Talks dello scorso aprile. Tra suggestioni e percorsi creativi erano emerse due sensibilità progettuali molto spiccate, ma profondamente diverse tra loro. Italiano lui e giapponese lei, anche se da anni trasferita a Milano. Sperimentazione, invenzione e senso di responsabilità verso materiali e persone da un lato. Raffinatezza, equilibrio ed una meticolosa attenzione alle superfici dall'altro. Per questo tra le due moodboard proposte si crea un parallelo interessante, che fa emergere ancora una volta le infinite potenzialità espressive della stanza da bagno e l'importanza della scelta dei materiali nel progetto.

BATHROOMS & CULTURES IN THE MOOD BOARDS OF LORENZO DAMIANI & KAZUYO KOMODA

We asked Kazuyo Komoda and Lorenzo Damiani to each imagine, together with FIMA, a bathroom that would represent them and illustrate it in a mood board. Defining a space by starting with its materials has always been Fima's preferred approach. Only a global vision of the combinations and interactions between various products, colours and surfaces will allow you to keep the perception of the project coherent and to naturally achieve the desired effect. The two designers involved in this experiment are well-known names on the international scene, and had participated in the cycle of Fima Talks last April. Among nuances and creative paths, two very strong but profoundly different design sensibilities emerged. While Lorenzo Damiani is Italian, Kazuyo Komoda is Japanese, but has lived in Milan for years. That comes across as experimentation, invention and a sense of responsibility towards materials and people on the one hand. And refinement, balance and meticulous attention to surfaces on the other. This leads to an interesting parallel between the two proposed mood boards, which, once again, brings out the infinite expressive potential of the bathroom and the importance of the choice of materials in its design.



*A pot of Boboli Collection Pusterla Marmi
Designer: Lorenzo Damiani
Photo: Andrea Basile*



*Bedside book for the exhibition Japanese Light Frankfurt
Designer: Kazuyo Komoda
Photo: David Zanardi*

I RIFERIMENTI CULTURALI E LE ISPIRAZIONI DEL PROGETTO

Le scelte stilistiche di Kazuyo Komoda riflettono in maniera evidente la sua origine giapponese. Ma non potrebbe essere diversamente vista l'importanza culturale del bagno in Giappone, a partire dal tradizionale rito di purificazione dell'Ofuro fino ai più moderni Sento o ai bagno termali. Ecco che quindi nella moodboard immagina spazi completi che raccontano di sé, dove trascorrere tempo, dove custodire oggetti cari e godere delle delicate decorazioni. Ma pensa anche a spazi "green", con l'inserimento degli originali kokedama.

Un esercizio continuo per vedere le cose da un altro punto di vista, modificando le funzioni agli oggetti ed accoppiando i materiali al fine di esprimere più chiaramente il proprio pensiero progettuale.

Spicca in questo senso, nella moodboard, la scelta di inserire un "pensiero fuori contesto": un barattolo di olive tagliate a rondelle accostato come un accessorio al lavabo h20. Un paradigma per far capire come "servendosi di elementi dal taglio ridotto, si possa ottimizzare l'utilizzo della materia prima". Un tema, quello della scelta dei materiali e della valorizzazione degli scarti, sempre molto presente nei progetti di Damiani.

CULTURAL REFERENCES & INSPIRATIONS OF THE PROJECT

The stylistic choices of Kazuyo Komoda clearly reflect her Japanese origins. But, it couldn't be any other way, given the cultural importance of the bath in Japan, from the traditional ritual purification bath, Ofuro, to the more modern Sento or thermal baths. Here, therefore, in the mood board, you imagine complete spaces that express themselves, where you can spend time, keep precious objects, and enjoy delicate decorations. But also think of "green" spaces, with the inclusion of original Kokedama moss planting balls.

It's about a continuous exercise in seeing things from another point of view, modifying the functions of the objects, and coupling materials in order to express more clearly one's own design thinking.

In this sense, the choice of inserting a "thought out of context" stands out in the mood board, such as a jar of olives cut into rings as an accessory for the h20 washbasin. It's a paradigm to make people understand how "by using small cut elements, the use of the raw material can be optimized". This theme of the choice of materials and giving value to waste is always very present in Damiani's projects.

LA SCELTA DEI MATERIALI PER IL PROGETTO BAGNO

In comune tra le due moodboard c'è l'inserimento del marmo.

Ma l'interpretazione e la scelta compositiva raccontano, anche in questo caso, due ispirazioni completamente diverse. Kazuyo Komoda pensa ai colori e alle texture. Indica una tipologia precisa di marmo e una tonalità calda: Rosa Onice di Portogallo. Lo suggerisce alternato ad una proposta ancora più mirata al dettaglio della superficie: il marmorino, cioè polvere di marmo ricomposta, non con additivi chimici ma con miscele naturali come albume o grassello di calce. In questo caso il metodo di stesura e gli utensili utilizzati influenzano la texture. E' possibile quindi ottenere effetti più lisci o superfici grezze che assorbono la luce, acquisendo quasi una terza dimensione. Kazuyo Komoda al marmo abbina infine vetro smerigliato e pareti specchiate. E si sofferma sulla luce alla ricerca dell'equilibrio tra materiali e superfici. Lorenzo Damiani sceglie il marmo per contrapporlo al gres. Marmo di Carrara e gres porcellanato marmo Pulpis, per la precisione. Un accostamento inaspettato che sottolinea due materiali profondamente diversi ma anche apparentemente uguali.

E' un chiaro invito ad utilizzare elementi "naturali" solo laddove altre soluzioni "non naturali" non otterrebbero lo stesso risultato. Ancor meglio se valorizzando parti "non intere" per riutilizzare gli scarti, che possono sempre essere preziosi. L'idea nella moodboard è espressa con la scultura circolare in marmo.

Un elemento composto da resti e sfridi di lavorazione, sagomati a progetto per ottenere un oggetto unico, nuovo, e di grande fascino.



Moodboard marble Pulpis
Designer: Lorenzo Damiani

THE CHOICE OF MATERIALS FOR THE BATHROOM PROJECT

In common between the two mood boards is the inclusion of marble.

But the interpretation and choice of composition speak, again in this case, of two completely different inspirations. Kazuyo Komoda gives us colours and textures with a specific type of warm-toned marble, that is, Portuguese pink onyx. She offers it up to us in alternation with a proposal even more focused on surface detail, marmorino, that is, recomposed powdered marble, made not with chemical additives but natural mixing elements, such as egg white or slaked lime. In this case, the spreading method and tools used influence the texture. It is, therefore, possible to obtain smoother effects or rougher surfaces that absorb light, acquiring almost a third dimension. Finally, Kazuyo Komoda combines frosted glass and mirrored walls with marble and focuses on light in search of the balance between materials and surfaces.

Lorenzo Damiani chooses to contrast marble with stoneware, Carrara marble and Pulpis porcelain stoneware, to be precise. It's an unexpected combination that underlines two profoundly different but apparently similar materials.

It's a clear invitation to use "natural" elements only where other "non-natural" solutions would not achieve the same result. Even better if we give value to "non-whole" parts, in order to reuse waste, which can always be precious. The idea is expressed in the mood board with the circular marble sculpture. It's an element composed of processing waste and scraps, modelled ad hoc to obtain a unique, new and fascinating object.



Moodboard Pink Onyx of Portogallo
Designer: Kazuyo Komoda



ELEMENTI E DECORI PER DEFINIRE LO SPAZIO BAGNO

Per arredare e personalizzare lo spazio Kazuyo Komoda sceglie i pattern. Possono essere creati da decori in gesso, disposti in maniera non sequenziale su soffitti e pareti. Oppure grafiche che animano le schermature in vetro smerigliato, per dividere il bagno in zone di servizio separate. In queste vetrate si legge chiara la contaminazione culturale della moodboard, che unisce il vetro sabbato tipico delle architetture milanesi degli anni Trenta, con le grafiche tradizionali giapponesi. Di Katsushika Hokusai, specifica Kazuyo. Perché l'ambiente bagno deve essere uno spazio intimo, che ci racconta attraverso ogni elemento. Anche con gli accessori, come i cristalli francesi di inizio novecento che colleziona la designer giapponese. Lorenzo Damiani sceglie invece dettagli materici e finiture per aggiungere sfumature al progetto. Un portaoggetti in ottone con rivestimento in oro satinato è accostato ad un lavabo in plastica bianca. Una sottile striscia in truciolare, tagliato di costa, diventa inserto prezioso e decoro per la parete in gres e marmo. "Ho spesso cercato l'armonia nei contrasti" ci spiega Lorenzo, che giocando sui paradossi ottiene una moodboard che indaga le possibilità espressive dei materiali, ricca di spunti e sfaccettature.

ELEMENTS & DECORATIONS TO DEFINE THE BATHROOM SPACE

To furnish and personalize the space, Kazuyo Komoda chooses patterns. These can be created from plaster decorations and arranged in a non-sequential manner on ceilings and walls. Or graphical elements that animate frosted glass screens, dividing the bathroom into separate service areas. On these glass surfaces, you can clearly see the cultural contamination of the mood board, which combines the sandblasted glass typical of Milanese architecture of the 1930s with traditional Japanese prints. By Katsushika Hokusai, Kazuyo specifies. The bathroom has to be an intimate space, which expresses us through every element. Also through accessories, such as the early twentieth-century French crystals that the Japanese designer collects. Lorenzo Damiani instead chooses material details and finishes to add nuances to the design. A brass object holder with a satin gold coating is placed next to a white plastic washbasin. A thin strip of chipboard, an off-cut, becomes a precious insert and decoration for the stoneware and marble wall. "I have often sought harmony in contrasts", explains Lorenzo, who, by playing with paradoxes, obtains a mood board that investigates the expressive possibilities of materials, full of different ideas and facets.

GREEN DESIGN

PROGETTARE LA
SOSTENIBILITÀ NEL
PRODOTTO E NELLO SPAZIO

DESIGNING SUSTAINABILITY
FOR PRODUCTS AND
SPACES





IL TEMA DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE È SEMPRE PIÙ LEGATO AL MONDO DEL DESIGN E AI PROGETTI DI FIMA

Abbiamo chiesto cosa ne pensa a Davide Vercelli.

Durata e risorse sono da sempre parole chiave quando si pensa allo sviluppo di prodotti ecosostenibili, ma da sole non bastano a raccontare un modo di progettare che è sempre più una necessità e richiede una forte presa di coscienza da parte del mondo del design. Da un lato il progetto si amplia al ciclo di vita del prodotto, e riguarda ad esempio la scelta della materie prime, i processi produttivi, le risorse consumate o le successive possibilità di riuso e di riciclo. Dall'altro la progettazione degli spazi d'uso apre la scala dei pensieri progettuali e coinvolge relazioni, percorsi e servizi. Di fondo c'è la consapevolezza che il green design sia uno strumento fondamentale per contribuire allo sviluppo sostenibile, che integra la sfera ambientale con gli aspetti economici e sociali creando nuovi stili di vita ed esempi virtuosi a cui tendere

THE THEME OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT IS INCREASINGLY TIED TO THE WORLD OF DESIGN AND TO FIMA PROJECTS

We asked what Davide Vercelli has to say on the topic.

Durability and resources have always been keywords when thinking about the development of eco-sustainable products. But, on their own, they are not enough to describe a way of designing that is ever more a necessity that demands a high degree of awareness from the design world. On the one hand, design extends to the entire life cycle of the product, and concerns, for example, the choice of raw materials, production processes, the consumption of resources and the possibility for reuse and recycling. On the other hand, the design of whole spaces amplifies the scale of design principles and involves relations, flows and services. Essentially, there needs to be an awareness that green design is a fundamental tool for contributing to sustainable development, and integrating the environmental sphere with economic and social aspects, creating new lifestyles and virtuous examples to strive for.

INTERVISTA A DAVIDE VERCELLI: TRA DESIGN E SCENARI ECOSOSTENIBILI

“Ho sempre avuto difficoltà con le definizioni: l'idea stessa del confine mi mette in uno stato d'ansia, ma qui potrei risponderti che “sì, sono un designer” nel senso che amo il progetto nel senso etimologico del termine: quello di projectare, gettare avanti”.

Si projecta il proprio pensiero, le proprie convinzioni cercando di scardinarle ogni volta, con la cieca ambizione di pensare che gli oggetti e i servizi che offriamo siano perfezionabili. In quest'ottica l'accezione di green perde un po' il suo significato. Nel senso che non si può migliorare se non immaginando un mondo in cui “le cose” perdurino, siano circolari, non si consumino.

Al giorno d'oggi questa è l'unica vera proiezione che un designer può fare. In un attimo siamo già arrivati al centro del nostro tema non solo Green Design, ma uno sguardo più ampio su un futuro sostenibile. Parliamo allora di sostenibilità: “La parola sostenibilità ha un'interessante parallelo musicale. Chi suona il pianoforte impara a sostenere una nota, a prolungarla nel tempo, a non farla smorzare. Così la sostenibilità è una strategia per mantenere nel tempo i prodotti e farli perdurare. Nello sviluppo di un progetto Green il primo parametro su cui conformarsi è la gestione e l'utilizzo di risorse. Meno se ne utilizzano per costruirlo e per dismetterlo, meno ne consuma nella sua vita e meglio è.

Non è tutto, ovviamente, parliamo della durata: se per assurdo un'autovettura durasse all'infinito non avremmo riempito il mondo di rottami. Un prodotto non dura per sempre, ma le aziende potrebbero pensare ad articoli che anziché essere rottamati possano essere “riparati”.

Pensate ad una lavatrice la cui carrozzeria possa essere modificata per renderla consona a nuovi canoni estetici e dove motore, resistenza ed elettronica possano essere sostituiti con elementi più performanti. Dovremo arrivare a ripensare i nostri modelli di business, forse quelli di vita. Immaginare le aziende non più produttrici ma fornitori di un servizio: uno slancio verso il futuro che apre infiniti scenari per la progettazione.

INTERVIEW TO DAVIDE VERCELLI: BETWEEN DESIGN & ECOSUSTAINABILITY LANDSCAPES

I have always had some difficulty with these kinds of definitions, as the very idea of pigeonholing makes me rather uneasy. But, here, I can answer “Yes, I am a designer”, in the etymological sense of the Italian term “progettare”, that is, projecting forward.

We project our thoughts and our beliefs, trying to deconstruct them every time, with the blind ambition of thinking that the objects and services we can offer are perfectible. In this perspective, ‘green’ loses its meaning somewhat. In the sense that you really cannot improve unless you are imagining a world in which things last, are circular in nature, or do not wear out. Nowadays, this is the only real projection that a designer should be doing.

And, just like that, we have already arrived at the crux of the topic. It's not just ‘green design’ that is important, but a broader perspective of a sustainable future. So let's talk about sustainability. The word sustainability has an interesting musical parallel. Whoever plays the piano learns to sustain a note, to prolong it over time, and to prevent it from fading out.

And so sustainability is a strategy for maintaining products over time and making them last. In developing a green project, the first variable to reign in is the management and use of resources. The less is used to build it and to dispose of it, the less it consumes in its life cycle and the better it is. But that's not all, of course. Let's talk about longevity. If, absurdly speaking, a car lasted forever, we wouldn't have filled the world with scrap. A product doesn't last forever, but companies could, in any case, think of them being repairable instead of simply disposable. Think of a washing machine whose shell could be replaced with more up-to-date styling, and whose motor, heater and electronics could be eventually replaced with more powerful components. Re-imagining companies no longer as mere manufacturers but as service providers is an impetus towards a future that opens up an infinity of possibilities for the world of design.



L'ESPERIENZA IN FIMA ATTRAVERSO PROCESSI E STRATEGIE GREEN

FIMA si è preparata, strutturata affinché il suo impatto sull'ecosistema fosse il più basso possibile. Qui si progettano e si affrontano strategie che possono durare lustri. La progettazione di un prodotto più gentile nei confronti dell'ambiente. E' la struttura stessa dell'azienda che va indirizzata ad un utilizzo minimo delle risorse, a processi che siano circolari, all'utilizzo di materiali che provengano dal riciclo e siano essi stessi riciclabili. L'uso dell'ottone per i rubinetti, di per sé, agevola questi principi, ma abbiamo lavorato molto sui punti critici, per esempio sostituendo nei bagni galvanici i prodotti tradizionali con un nuovo ciclo chiuso, che utilizza tecnologie differenti e anticipa di anni le attuali tendenze legislative. In azienda si è lavorato per raggiungere l'autonomia energetica con un impianto fotovoltaico importante.

Stiamo poi eliminando plastiche ed inchiostri nei processi di imballaggio e protezione dei prodotti, riducendo al contempo le quantità di cartone utilizzato. L'idea è quella di un processo lineare e continuo che passa attraverso l'analisi di tutti gli aspetti della vita aziendale.

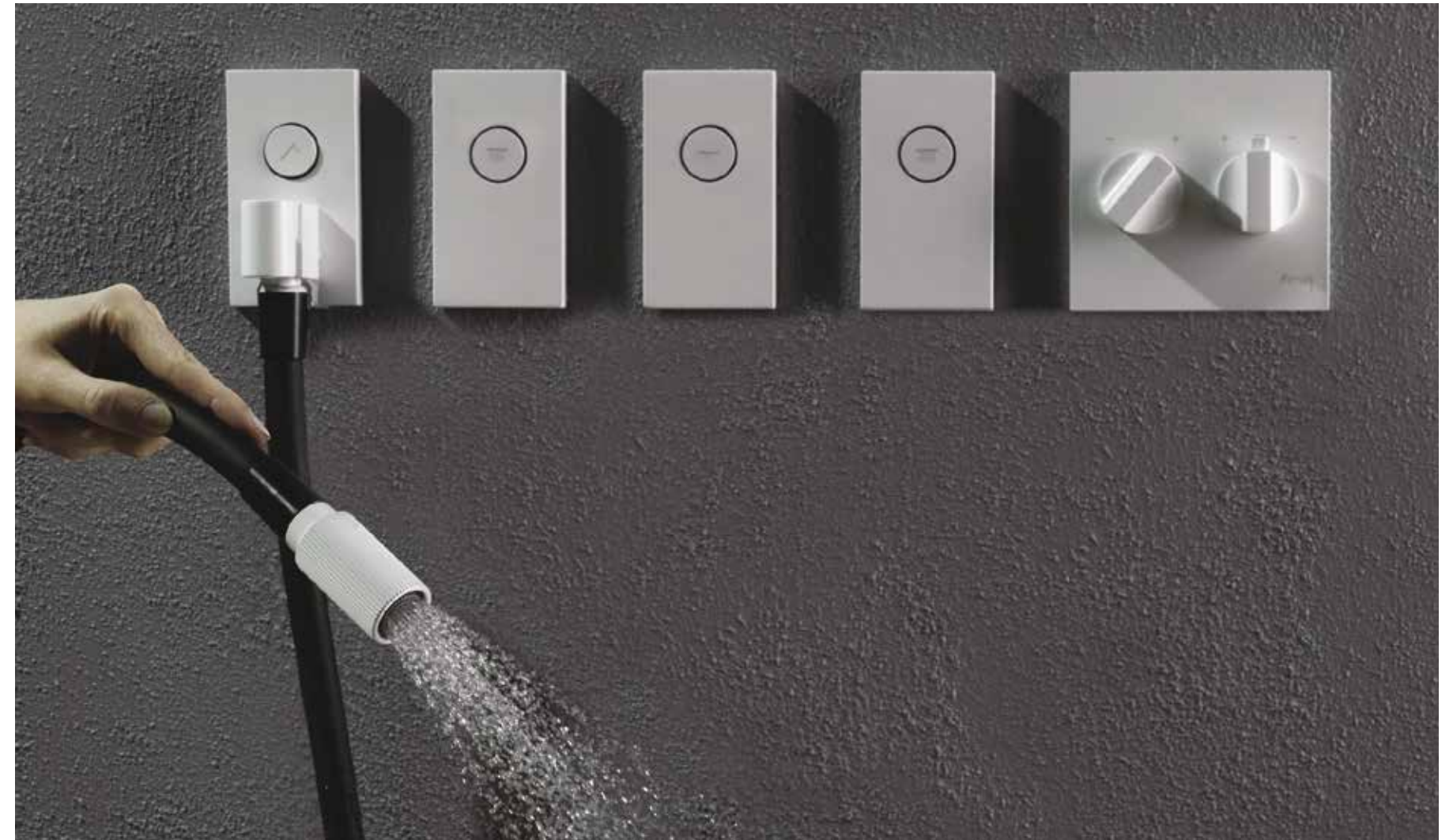
La conclusione è chiara: i progetti green possono nascere solo in contesti aziendali perfettamente coerenti con questa filosofia e FIMA cresce ogni giorno in questa direzione.

THE EXPERIENCE IN FIMA THROUGH GREEN PROCESSES AND STRATEGIES

FIMA has prepared and structured itself so that its impact on ecosystems is as low as possible. Here, strategies are designed and tackled that can last for decades. Designing a more environmentally friendly product.

It is, in fact, the very structure of the company that must be addressed in order to minimize the use of resources, to implement circular processes, and to use materials that come from recycling and are themselves recyclable. The use of brass for taps, for example, facilitates these principles. But, we've worked a lot on various criticalities, for example, by replacing traditional products in galvanic baths with a new closed cycle, which uses different technologies and anticipates legislative trends by a number of years. The company have worked to achieve energy autonomy with an important photovoltaic system. Then, we are eliminating plastics and inks in packaging and product protection processes, while reducing the quantities of cardboard we use. The idea is that of a linear and continuous process that passes through analyses of every aspect of corporate life.

The conclusion is clear: green design can only properly exist in a business context that is perfectly consistent with the philosophy and FIMA grows every day in this very direction.



SPAZI GREEN, PRODOTTI E SOGNI

Tra i prodotti proponiamo SWITCH, l'innovativo sistema doccia presentato con FIMA lo scorso anno. Un progetto di scomposizione degli elementi che ragiona sulla distribuzione e sul controllo dell'acqua ed utilizza le più avanzate tecnologie per garantire il massimo confort ed il minimo consumo.

Tra gli spazi riscopriamo "VERDEBAGNO", un progetto sviluppato in collaborazione con la rivista IL BAGNO OGGI E DOMANI e in grado di coinvolgere aziende diverse per proporre uno spazio bagno interamente "abitato" da prodotti green un ottimo auspicio per il futuro. "Un progetto molto ambizioso, che nella definizione di sogno calza a meraviglia, è la possibilità di coltivare alcune piante tintorie. Il guado (Isatis tinctoria), l'oro blu dei velluti rinascimentali e degli antichi arazzi, o l'Anthemis, "camomilla dei tintori" i cui fiori, delle margheritine completamente gialle, sono ricchissimi di pigmenti. La chimica industriale dall'inizio del secolo scorso ha pesantemente soppiantato tutte queste coltivazioni, ma l'idea di un prodotto naturale, gentile, sebbene più delicato e meno performante si sta di nuovo facendo strada nei produttori di tessuti. Il terreno nelle Marche ci sarebbe, il desiderio anche, in mezzo ci sono un po' di altri progetti. Lasciamo il sogno come una meta raggiungibile." Sembra un sogno perfetto, a proposito green design e sviluppo sostenibile.

GREEN SPACES, PRODUCTS & DREAMS

Among the products we suggest is SWITCH, the innovative shower system introduced by FIMA last year. It's a design that deconstructs the elements of water distribution and control. And it uses the most advanced technologies in order to offer the best shower sensation with the minimum consumption. Among the spaces we suggest is VERDEBAGNO, a project developed in collaboration with the magazine IL BAGNO OGGI E DOMANI, involving various companies in proposing a bathroom space entirely populated by green products. All of which is very promising for the future. "A very ambitious project, which fits the definition of a dream perfectly, is the possibility of cultivating dye plants. For example, dyer's woad, Isatis tinctoria, which was the "blue gold" of Renaissance velvets and ancient tapestries, or dyer's chamomile, Anthemis tinctoria, whose flowers are like yellow daisies, are extremely rich in pigment. The chemical industry, since the beginning of the last century, has replaced all of these crops, but the idea of more natural, gentle products, that, though less high-performance, are more delicate, is making its way back to fabric manufacturers. There's land available for it in Italy's Le Marche Region, and there's desire to do it too, in addition to a few other projects. Let's hope the dream can become an achievable goal!". Indeed, it seems like a perfect dream for green design and sustainable development.

FIMA LOGISTICS

LA LOGISTICA AZIENDALE
SI EVOLVE AL SERVIZIO
DEL CLIENTE

COMPANY LOGISTICS
DEVELOPED TO SERVE
THE CUSTOMER



LEAN PRODUCTION E OBIETTIVI CHIARI: SPEDIRE GLI ORDINI ENTRO 48 ORE

La produzione in FIMA si organizza in due stabilimenti produttivi a poca distanza l'uno dall'altro, in provincia di Novara. Protagonista del progetto complessivo di automazione è lo stabilimento produttivo FIMA 1, quello in cui avvengono le operazioni di assemblaggio, confezionamento e spedizione dei prodotti. Con il supporto di specialisti provenienti dal mondo della logistica e guardando ad esempi virtuosi di lean production, è stato condotto uno studio approfondito sui flussi dei materiali e sull'analisi dei consumi, confrontandosi direttamente con le nuove richieste del mercato: tanti ordini, sempre di più considerando la forte crescita dell'azienda, ma con un ridotto numero di articoli ed un alto grado di complessità.

Si è calcolato che l'azienda movimentata oggi oltre 8.000.000 di componenti ogni anno, e che gli articoli crescono al ritmo di 4.000 nuovi articoli nello stesso intervallo di tempo.

Serviva un progetto lungimirante ed un investimento significativo per mantenere, a fronte della crescita complessiva, gli stessi standard qualitativi elevati e raggiungere l'eccellenza nel servizio reso al cliente. Gli obiettivi dei progetti erano chiari fin dall'inizio: tempi di produzione

certi e rapidi con la disponibilità a spedire prodotti a catalogo entro 48 ore dal momento della richiesta, a prescindere dalla particolarità degli articoli da produrre, dalla dimensione dell'ordine o dalla sua complessità. La soluzione scelta per raggiungere lo scopo è stata una vera e propria rivoluzione del sistema logistico e produttivo di FIMA, tanto da rendere oggi l'azienda un vero capolavoro di INDUSTRIA 4.0.



LEAN PRODUCTION & CLEAR GOALS: TO BE ABLE TO SHIP ORDERS IN 48 HOURS

FIMA's production is organized between two production plants, not far from each other, in the Province of Novara, Italy. The main protagonist of the overall automation project is the production plant FIMA 1, which takes care of product assembly, packaging and shipments. With the support of specialists from the logistics world, and by looking at best practices in lean production, an in-depth study was conducted on materials flows, consumption and the emerging demands of the market. This took in account the growth in orders, number of items and their complexity, accompanying the strong growth of the company itself.

It was calculated that the company now handles over 8,000,000 components every year, growing at the rate of 4,000 new items per year. In the face of the overall growth, a forward-looking project with significant investments were, therefore, needed to maintain the same high quality standards and customer service excellence.

The goals of the project were clear from the beginning: certain and rapid production times, with the capacity to ship catalogue products within 48 hours from ordering, regardless of the particularity or complexity of the items and the order size.

The solution chosen to achieve such goals constituted a real revolution in Fima's logistics and production system, so much so that, today, the company is a leading example of the philosophy of INDUSTRIA 4.0.



FIMA LOGISTICS NEI DETTAGLI: MAGAZZINI AUTOMATIZZATI, AGV E SORTER

Il progetto FIMA LOGISTIC ha richiesto la riorganizzazione di tutte le celle produttive, con l'inserimento di due nuovi magazzini verticali automatizzati, un sistema di AGV per il trasporto di componenti e prodotti finiti tra i vari reparti e l'introduzione di un SORTER per la preparazione automatizzata degli ordini di spedizione.

Il MAGAZZINO VERTICALE è un magazzino automatico a vassoi chiuso, per la gestione di tutti i componenti e della minuteria in finitura. Permette di organizzare, gestire e proteggere gli articoli da polvere, luce e movimenti accidentali e consente un rapido prelievo e un monitoraggio costante delle scorte.

Al suo fianco, un MAGAZZINO MINILOAD a doppia profondità è in grado di ottimizzare lo stoccaggio e il prelievo di oltre 12.000 cassette di componenti. Il magazzino è dotato di un macchinario traslo-elevatore che consente di gestire oltre 200 prelievi l'ora e di un buffer di carico/scarico che agevola anche il picking parziale. Una volta prelevati e accorpati, i vari componenti giungono poi alle celle produttive per l'assemblaggio. Un sistema di AGV, acronimo di Automated Guided Vehicle, trasporta

direttamente i prodotti finiti al reparto di spedizioni. Si tratta di robot dotati di sensori e telecamere, in grado di riconoscere ostacoli o persone e di ottimizzare i percorsi in reparto. Gli AGV caricano, trasportano e scaricano automaticamente sul sorter i prodotti finiti secondo logiche di priorità, urgenza e ottimizzazione del processo. Il reparto spedizioni è altamente automatizzato grazie ad un SORTER con nastri e rulliere motorizzate che gestisce le confezioni, riconoscendo gli articoli e destinandoli dinamicamente all'ordine di appartenenza. Il sistema smista e suddivide i pacchi fino al completamento dell'ordine, avvertendo l'operatore quando la merce è pronta per essere spedita al cliente finale. E con il sistema evoluto FIMA LOGISTICS non sono passate nemmeno 48 ore dalla richiesta iniziale.

FIMA LOGISTIC IN DETAIL: AUTOMATED WAREHOUSES, AGV AND SORTERS

The FIMA LOGISTIC project demanded the reorganization of all production cells, with the insertion of two new automated vertical warehouses, an AGV system for the transport of components and finished products between the various departments, and the introduction of a SORTER for the automated preparation of shipping orders.

The VERTICAL WAREHOUSE is an automatic warehouse with closed trays, for the management of all components and small parts for finishing. It allows for the organization, management and protection of items from dust, light and accidental movements, quick picking and constant inventory monitoring.

At its side is a double-deep MINILOAD WAREHOUSE capable of optimizing the storage and removal of over 12,000 component boxes. The warehouse is equipped with a lift stacker that can handle over 200 picks per hour, and a loading-unloading buffer that facilitates partial picking. Once picked and gathered together, the various components then reach the production cells for assembly. An Automated Guided Vehicle (AGV) system transports the finished products directly to the shipping department. AGV are robots equipped with sensors and cameras, capable of recognizing obstacles and people, and optimizing paths around the department. The AGV automatically load, transport and unload the finished products on the sorter according to the logic of priority, urgency and process optimization. The shipping department is also highly automated, thanks to its SORTER, with motorized belts and roller conveyors, that manages the packages, recognizing the items and dynamically allocating them to the order they belong to. The system sorts and divides the packages until each order is completed, notifying the operator when the goods are ready to be shipped to the end customer. And, therefore, with the advanced FIMA LOGISTICS system, not even 48 hours pass from the order placement.



Direttore responsabile

Mattia Fiorindo

Art Director

Davide Vercelli

Copywriter

Barbara Gilardetti

Photo credits

Aldo Amoretti, Hanna Briffa
Annette Cheung, Andrea Basile
Walter Zerla

Special Thanks

Chris Briffa
Lorenzo Damiani
Kazuyo Komoda

Contatti

info@fimaconf.com

aes·the·tic
|es-'the-tik|

FIMA magazine /cover 1

Anno 1 - 2022 June



Fima Carlo Frattini S.p.A.
28010 - Briga Novarese (NO)
Via Borgomanero, 105
tel. +39 0322 9549 (r.a.)
fax. +39 0322 956149
e-mail: info@fimacf.com
www.fimacf.com

fima | **CARLO FRATTINI**
r u b i n e t t e r i e

