

PROJET
SERRALUNGA

Heritage

Serralunga, née en 1825, réunit aujourd'hui une histoire de recherches et d'innovations technologiques à sa passion pour le design.

Une attention constante à la qualité, mais également la recherche de l'esthétique.

La marque correspond au nom de la famille qui, depuis 5 générations est le cœur à la fois créatif et entrepreneurial de la maison.



Eero Aarnio



Ron Arad



Michele De Lucchi



Rodolfo Dordoni



Naoto Fukasawa



Karim Rashid



Ross Lovegrove



Raffaella Mangiarotti



Andrée & Olivia Putman



Ettore Sottsass



Philippe Starck



Zaha Hadid

HISTOIRE

Serralunga a été fondée à Biella en 1825 c'est aujourd'hui une société leader de mobilier "haut de gamme" pour l'extérieur.

Au début de son histoire Serralunga était une tannerie, puis elle s'est convertie quelques années plus tard à la transformation du cuir pour un usage industriel.

La vraie révolution vient en deux étapes successives : la première dans les années 1950, avec le traitement des matières plastique, domaine qui aujourd'hui caractérise encore la marque.

Ensuite, pendant les années 1980, suite à l'importation des Etats-Unis de la technologie du rotomoulage, une technique très innovante, qui permet de produire des objets creux, contenant jusqu'à 3000 litres.



L'Innovation

La personnalisation d'un objet d'emploi quotidien ou d'une pièce de mobilier.



Mettre en évidence le caractère unique.

La technologie innovatrice de Serralunga

permet de **personnaliser l'objet en**

permanence, résistant aux intempéries, sans limites de tailles et de couleurs.

Une innovation unique, pour accentuer la visibilité des marques et symboles sur les objets et mobilier de la collection Serralunga.

Mais aussi l'opportunité de personnaliser avec son propre style les pièces de mobilier.



Bistro

Bistro

Domaine d'application et objectif

Rendre visible et mémorable une marque à l'intérieur d'un point de vente. Focus canal HoReCa

Boissons

Sans Alcool (Illy, Lavazza, Coca-Cola, S. Pellegrino, Pago...)

Alcool (Heineken, Campari, Veuve, Moët...)

Esprits (Absolut, Pampero, Martini, Bacardi...)

Quels matériaux?

Quel Emploi ?

Mobilier (intérieur et extérieur)

Pourquoi?

Parce-que le choix de "quoi consommer" à l'intérieur d'un point de vente peut être aussi basé sur la visibilité de la marque, VOIR la marque pousse à la commander.

Parfois le consommateur n'a pas d'alternative et il ne pourra commander que "telle marque" : la voir crée également une association entre la personnalité du lieu et de la marque même.

Quels matériaux?
Comment apparaître?





Ce qui est bon ne peut qu'être beau et vice-versa.







**Quels matériaux?
Comment apparaître?**

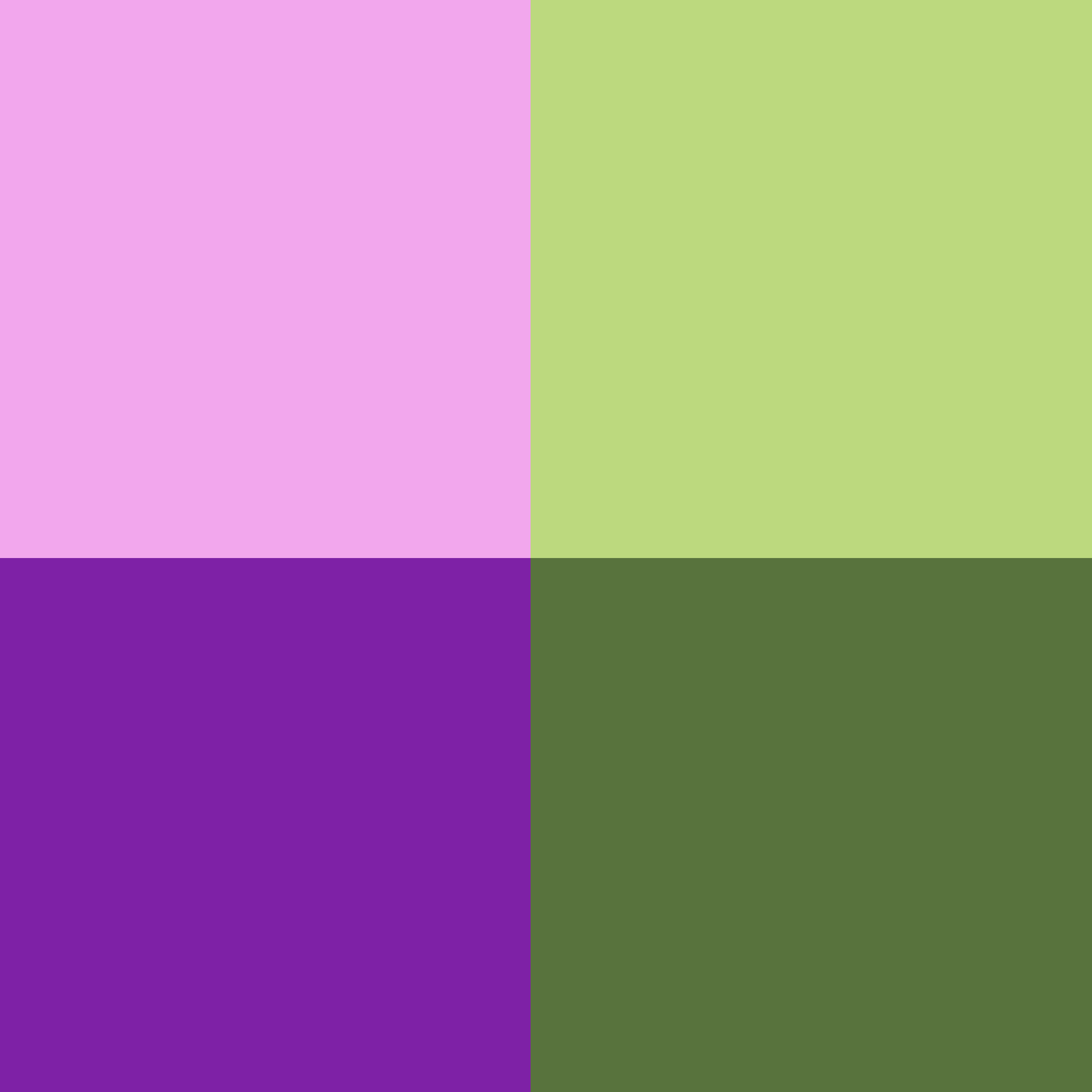


Comment transmettre la valeur intrinsèque de la marque?





YOUR **SERRALUNGA**
THE NEXT EXPERIENCE



your serralunga Mettre en évidence le caractère unique comment?

Avec 3 gammes de produits:

CLASSIC

Une gamme qui reproduit fidèlement la marque, en bénéficiant de l'allure du design et de l'attention aux détails des produits de la collection Serralunga

AVANGARDE

La gamme pour les marques à la forte personnalité, qui affirment leur identité à travers la choix d'un objet de design et représentant le logo de façon non conventionnelle.

STYLE

La gamme consacrée à qui aime montrer son propre style, objets réinterprétés pour locaux publics, hôtels, restaurants, magasins mais également lieux privés et divers.

Véritables lignes de style pour donner une touche unique à la conception Serralunga.

YOUR **SERRALUNGA**
CLASSIC



A
E



color, do not like tip. Better
for writing. Best tip ok, good flow's
Pen. ok. Best tip ok, good flow's
coverage - not crazy about color.

BISTRO / VASSOIO HANDY



BISTRO / VASO SEVRES

BISTRO / VASO KEW



Tous les logos visualisés sur nos produits sont une pure invention. Toute mention / renvoi à logos réellement existants est purement aléatoire.

SEVEN / VASO KEW



Tous les logos visualisés sur nos produits sont une pure invention. Toute mention / renvoi à logos réellement existants est purement aléatoire.

STEVE FUNNY / SERIE VAS-ONE



SCREENTOOLS / ARREDO LOOP



Tous les logos visualisés sur nos produits sont une pure invention. Toute mention / renvoi à logos réellement existants est purement aléatoire.



BELLPARK / SEDIA BARCELLONETA / VASO PISA



Tous les logos visualisés sur nos produits sont une pure invention. Toute mention / renvoi à logos réellement existants est purement aléatoire.

SUN VILLAGE / SERIE TAVOLI LOU LOU



SUN
village

YOUR **SERRALUNGA**
AVANT GARDE







Tous les logos visualisés sur nos produits sont une pure invention. Toute mention / renvoi à logos réellement existants est purement aléatoire.







Tous les logos visualisés sur nos produits sont une pure invention. Toute mention / renvoi à logos réellement existants est purement aléatoire.



SOUND&SOUL / TAVOLO FAITUTTOTU



SOUND&SOUL / SEDIA PING PONG PANG



SOUND&SOUL / LAMPADA BONHEUR



SOUND&SOUL / VASO PISA



Tous les logos visualisés sur nos produits sont une pure invention. Toute mention / renvoi à logos réellement existants est purement aléatoire.



YOUR **SERRALUNGA**
STYLE













PLAY / LAMPADA BONHEUR



FLOWERS / TAVOLO FATUTTOTU



FLOWERS / SEDIA PING PONG PANG



FLOWERS / VASO PISA



FLOWERS / LAMPADA BONHEUR



FLOWERS / VASSOIO HANDY



FLOWERS / TAVOLO PILE UP

Serralunga srl

Via Serralunga n. 9
13900 Biella Italy
T. +39 015 24 35 711
F. +39 015 31 08 1
info@serralunga.com

Showroom

Via Osti n. 3
20122 Milano Italy
T. / F. +39 02 58 30 75 98
showroom@serralunga.com
www.serralunga.com
www.serralunga1825.com



Tous les droits sont réservés.

Il est interdit toute utilisation, totale ou partielle, des contenus inclus dans ce projet y compris le stockage, la reproduction, l'édition, la distribution ou la diffusion de contenu au moyen d'une plateforme technologique ou sur support papier, ou d'un réseau informatique, sans l'autorisation écrite préalable de Paola Vassellatti et Valter Minelli.