

En parlant de Fast Milano

Comment la perception des espaces extérieurs a-t-elle évolué ces dernières années ?

Marco Levrangi, PDG de Fast : « La longue vague de pandémie a entraîné une transformation radicale de la perception des espaces domestiques extérieurs : les exigences contemporaines en matière d'habitat visent de plus en plus à valoriser les espaces en plein air et à les rendre plus confortables et en harmonie avec l'environnement. Alors qu'ils étaient autrefois des espaces « accessoires », ils ont aujourd'hui pris une importance considérable pour une grande variété d'activités, du télétravail à la détente en passant par la convivialité. Par conséquent, le public est à la recherche de solutions durables, pérennes et esthétiques en matière de mobilier et de design ».

Les nouvelles exigences dans le domaine domestique s'appliquent-elles également au monde du tourisme ?

Marco Levrangi : « Même l'industrie hôtelière, avec la reprise du tourisme à partir de 2022, a dû répondre aux nouvelles perspectives imposées par la pandémie, tout comme le secteur domestique. Ici, les principales exigences rencontrées sont la recherche d'une cohérence formelle et d'une harmonie des structures avec le paysage environnant, la suppression des frontières entre l'intérieur et l'extérieur, la numérisation des expériences et la demande de niveaux élevés de confort, d'intimité et de possibilités de personnalisation. Il est de notre plus grand intérêt d'accroître l'activité commerciale de la division pour l'hôtellerie et les opportunités d'entreprise : un secteur, celui du contract, qui réagit avec créativité et innovation aux défis de notre époque. Pour Fast, il s'agit non seulement d'une opportunité commerciale importante, mais aussi d'un aperçu de l'évolution des comportements et d'un terrain de recherche pour de nouvelles significations des espaces extérieurs collectifs. Qu'il s'agisse d'installations touristiques ou professionnelles, le thème du bien-être et de l'importance du temps passé à l'extérieur devient de plus en plus important.

Sur le plan géographique, quels sont les marchés auxquels Fast s'adresse ?

Marco Levrangi : « Nous opérons principalement en Europe et nous développons notre réseau de vente également dans les pays non européens, en réalisant parallèlement des projets publics et résidentiels. Il s'agit de zones géographiques économiquement fortes, qui accordent une grande importance à la qualité des matériaux, à la possibilité de personnaliser les produits et à l'attention portée aux détails dans la réalisation des projets, qui reconnaissent et apprécient l'excellence qualitative des produits et l'efficacité du réseau de vente de Fast ».

Comment Fast répond-il aux nouveaux horizons du design dans le secteur de l'outdoor ?

Marco Levrangi : « Avec le nouveau magasin phare et le partenariat avec Spotti Milano, nous visons à renforcer le réseau de vente par le biais d'une approche expérientielle, interactive et attrayante pour les créateurs. Le magasin ne sera pas seulement un centre d'exposition et de conseil, mais accueillera diverses initiatives pour les représentants du monde du design, offrant des espaces et des outils pour créer une culture du design ouverte et partagée ».

En quoi consiste le partenariat entre Fast et Spotti Milano ?

Claudio Spotti, fondateur de Spotti Milano : « Le partenariat avec Fast découle d'une philosophie d'entreprise commune, fondée sur une forte propension à la recherche et à l'innovation, sur l'attention portée aux détails et sur l'efficacité à répondre aux besoins des clients par des solutions sur mesure. La synergie établie avec Fast nous permet d'étendre notre portée commerciale en offrant aux professionnels une palette de compétences encore plus riche, avec des solutions de qualité et un service sur mesure pour accompagner le projet à chaque étape. Le nouveau magasin phare de Fast est l'expression physique de cette synergie : un espace de collaboration qui évolue avec le marché et devient un point de référence sur le territoire pour le partage du savoir-faire et le développement de nouvelles visions stratégiques ».

Comment Fast intègre-t-il le langage de la nature, fondement de son identité, dans le projet commercial de son nouveau magasin phare ?

David Lopez Quincoces, fondateur du cabinet d'architecture et de design Quincoces-Dragò & Partners : « Le concept créatif du magasin phare découle de l'idée d'introduire la nature dans l'espace de conception. La relation harmonieuse avec la nature, valeur fondatrice de l'identité de Fast, a été rendue tangible par un riche système de références sensorielles au monde naturel. Les sensations visuelles, tactiles et auditives procurées par les finitions en bois richement texturées, le grand nombre de plantes et de détails verts et les éléments sonores qui rappellent des lieux naturels éloignés de la ville remplissent l'espace, invitant le public à s'immerger dans son atmosphère chaleureuse et accueillante. Le concept de design permet non seulement de contextualiser les produits Fast en recréant un cadre extérieur, mais vise également à faciliter l'interaction et l'échange dynamique entre les personnes vivant dans ces espaces. C'est pourquoi le magasin phare se déploie comme un parcours expérientiel avec des espaces dédiés au développement de projets, des matériauthèques où l'on peut découvrir les dernières nouveautés en matière de matériaux et des coins dédiés aux réunions et à la formation ».

Press Office Italy:

P:S
Tel. +39.02.39624450
press@p-s.it
www.p-s.it

Press Office International:

ERGO
Tel. +39.02.43995057
info@ergo-online.it
www.ergo-online.it