

FAST Milano raccontato dai protagonisti

Come è cambiata la percezione degli spazi outdoor negli ultimi anni?

Marco Levrangi, CEO di Fast: «L'onda lunga della pandemia ha portato alla radicale trasformazione della percezione degli spazi domestici esterni: le esigenze abitative contemporanee mirano a valorizzare sempre più gli spazi en plain air e a renderli più confortevoli e in armonia con l'ambiente. Se prima erano spazi "accessori", oggi hanno assunto una notevole importanza per le attività più varie, dallo smart working al relax ai momenti di convivialità. Di conseguenza il pubblico ricerca arredi e soluzioni progettuali sostenibili, durevoli nel tempo ed esteticamente piacevoli».

Le nuove esigenze riscontrate in ambito domestico sono applicabili anche al mondo delle strutture turistiche?

Marco Levrangi: «Anche il mondo dell'hospitality, con la ripresa del turismo a partire dal 2022, ha dovuto rispondere alle nuove prospettive imposte dalla pandemia, al pari del settore domestico. Qui le esigenze principali riscontrate sono la ricerca di una coerenza formale e un'armonia delle strutture con il contesto paesaggistico circostante, l'abbattimento dei confini tra interno ed esterno, la digitalizzazione delle esperienze, la richiesta di altissimi livelli di comfort, privacy e possibilità di personalizzazione. È di nostro forte interesse incrementare l'attività commerciale della divisione destinata all'hotellerie e alle opportunità corporate: un settore, quello del contract, che sta reagendo con creatività e innovazione alle sfide imposte dalla nostra epoca. Per Fast questo rappresenta non solo un'importante opportunità commerciale ma anche uno spaccato sull'evoluzione dei comportamenti e un florido terreno di ricerca sui nuovi significati identitari attribuiti agli spazi collettivi outdoor. Che si parli di strutture turistiche o aziendali, il tema del benessere e dell'importanza del tempo passato all'aperto stanno assumendo un'importanza sempre più grande».

Geograficamente, quali sono i mercati a cui si rivolge Fast?

Marco Levrangi: «Operiamo per lo più in Europa e stiamo espandendo la nostra rete commerciale anche nei Paesi extraeuropei, realizzando parallelamente progetti contract e residenziali. Si tratta di aree geografiche economicamente forti, con una profonda attenzione verso la qualità dei materiali, la possibilità di customizzazione dei prodotti e la cura del dettaglio nella realizzazione dei progetti, che riconoscono e apprezzano l'eccellenza qualitativa dei prodotti e l'efficienza della rete commerciale di Fast».

In che modo Fast risponde ai nuovi orizzonti progettuali nel settore dell'outdoor?

Marco Levrangi: «Con il nuovo flagship store e la partnership con Spotti Milano ci poniamo l'obiettivo di potenziare la rete commerciale attraverso un approccio esperienziale, interattivo e coinvolgente per i progettisti. Lo store non si limiterà ad essere semplicemente un centro espositivo e di consulenza, ma ospiterà iniziative di vario genere per i rappresentanti del mondo del progetto, offrendo spazi e strumenti per creare una cultura progettuale aperta e condivisa».

In cosa consiste la partnership tra Fast e Spotti Milano?

Claudio Spotti, fondatore di Spotti Milano: «La partnership con Fast nasce da una filosofia imprenditoriale comune, basata su una forte propensione alla ricerca e all'innovazione, l'attenzione al dettaglio e l'efficienza nel rispondere alle esigenze dei clienti con soluzioni su misura. La sinergia instaurata con Fast ci permette di ampliare il raggio d'azione commerciale offrendo ai professionisti del settore un ventaglio di competenze ancora più ricco, con soluzioni di altissima qualità e un servizio tailor made di supporto al progetto in ogni sua fase. Il nuovo flagship store di Fast è l'espressione fisica di questa sinergia: uno spazio collaborativo, che evolve insieme al mercato e diventa un punto di riferimento sul territorio per la condivisione del know how e lo sviluppo di nuove visioni strategiche».

In che modo Fast porta il linguaggio della natura, alla base della sua identità, dentro il nuovo progetto imprenditoriale del flagship store?

David Lopez Quincoces, fondatore dello studio di architettura e design Quincoces-Dragò & Partners: «Il concept creativo del flagship store nasce dall'idea di portare la natura all'interno dello spazio di progettazione. Il rapporto armonioso con la natura, valore fondante dell'identità di Fast, è stato reso tangibile attraverso un ricco sistema di referenze sensoriali al mondo naturale. Sensazioni visive, tattili e uditive date dalle finiture in legno ricche di texture, dal gran numero di piante e dettagli verdi e dagli elementi audio che richiamano luoghi naturali lontani dalla città riempiono lo spazio, invitando il pubblico a immergersi nella sua atmosfera calda e accogliente. Il concept allestitivo, oltre a dare la giusta contestualizzazione ai prodotti Fast ricreando un'ambientazione outdoor, si pone anche l'obiettivo di facilitare l'interazione e lo scambio dinamico tra le persone che vivono questi spazi. Per questo motivo il flagship store si snoda come un percorso esperienziale con aree dedicate allo sviluppo dei progetti, materiotecche dove scoprire le novità nel campo dei materiali e corner dedicati agli incontri e alla formazione».

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