

SOMMARIO:

- 1) UNA NUOVA CASA PER “L’ANIMA DI GOMMA” DI PIRELLI**
- 2) PZERO: DALLE SNEAKER AL FLAGSHIPSTORE. STORIE DI INDUSTRIAL DESIGN**
- 3) APRE A MILANO PIRELLI CORSO VENEZIA: IL PRIMO FLAGSHIPSTORE DELLA P LUNGA**
- 4) SCOTT CAMPBELL PER PIRELLI PZERO: IL PRIMO PNEUMATICO TATUATO**
- 5) PIRELLI PZERO + VALEXTRA E BORSALINO**
- 6) ILLUMINAZIONE “SU MISURA” PER RIDURRE GLI IMPATTI AMBIENTALI E I CONSUMI ENERGETICI**
- 7) PROFILO DI RENATO MONTAGNER**

UNA NUOVA CASA PER “L’ANIMA DI GOMMA” DI PIRELLI

Marco Tronchetti Provera: “PZERO UN PROGETTO A SOSTEGNO DEL BUSINESS. IL LEGAME TRA MODA, INDUSTRIAL DESIGN E INDUSTRIA E’ NELLA TRADIZIONE DI PIRELLI”

“Il legame tra Pirelli e la moda ha radici nel passato. Oltre un secolo fa fecero la loro comparsa i primi capi d’abbigliamento in gomma firmati dalla nostra azienda, dando vita a un rapporto tra industria e moda che non abbiamo mai abbandonato, ma che, anzi, abbiamo rilanciato nel 2002 con l’avvio del progetto PZero. Un progetto a sostegno del nostro core business, che punta al segmento premium e prestige dove la moda esercita un appeal particolare, e che condivide con i nostri pneumatici il costante impegno nella ricerca, nell’innovazione e nella tecnologia. Un progetto di industrial design, quindi, che oggi vive un momento importante, quello di dare una casa alla nostra “anima di gomma”, uno spazio fisico capace di rendere tangibili la creatività, la voglia di sperimentare, la capacità di innovare che caratterizzano tutti i prodotti Pirelli”. Lo ha dichiarato Marco Tronchetti Provera, presidente di Pirelli, in occasione dell’apertura del primo flagshipstore Pirelli, Pirelli Corso Venezia, a Milano.

“E’ dai nostri laboratori, che ogni giorno contribuiscono all’innovazione dei pneumatici, che proviene anche la ricerca utilizzata da PZero sui materiali e sulle tecnologie impiegati per realizzare i nostri prodotti”, ha proseguito Tronchetti. “Prodotti che nascono da una tradizione che ha permesso a Pirelli di lasciare una traccia originale e innovativa nella definizione e nell’interpretazione della contemporaneità: nella moda, come nell’industrial design, nella comunicazione come nella produzione industriale. Entrare nella vita delle persone attraverso la creazione di oggetti di uso quotidiano significa avere l’opportunità di comprenderne i gusti e di cogliere in anticipo le nuove tendenze. E’ quello che anche un’industria deve fare ogni giorno. Anche per questo, in Pirelli, moda e industria hanno sempre camminato insieme. Il nuovo spazio Pirelli vuole sottolineare questo legame e rinnovarlo. Non a caso sono evidenti richiami al nostro mondo industriale: auto, moto e le tecnologie produttive più avanzate, come il robot Mirs”.



PZERO: DALLE SNEAKER AL FLAGSHIP STORE. STORIE DI INDUSTRIAL DESIGN

Dall'archetipo di una giacca e di un paio di sneaker, il progetto Pirelli PZero, lanciato nel 2002, si è evoluto sino al flagship store *Pirelli corso Venezia*, progettato dall'architetto Renato Montagner, direttore creativo delle collezioni. Per la Pirelli che già dal 1877 aveva declinato il suo engineering in "articoli sanitari e per merceria", è stato naturale ampliare il raggio d'azione nell'abbigliamento.

Sin dagli esordi, tuttavia, questo progetto ha segnato un'impronta creativa differente: caratterizzata da un uso tessile ed estetico della gomma che aveva introdotto già ai tempi di Marilyn Monroe il filo di Lastex nel costume della diva. Per questa fusione intima tra tecnologia e immagine la produzione Pirelli PZero è stata subito ribattezzata con un neologismo: "industrial design". Una rivoluzione materiale nel modo del fashion che aveva sempre fatto dell'immagine la sua sostanza. Laddove, Pirelli PZero avrebbe fatto della "sostanza" la sua immagine.

Il sistema del muoversi

Con questo valore aggiunto, l'archetipo di quel giubbotto, negli anni si è articolato in una collezione con numerose linee per uomo, donna e kids. Mentre, quel paio di sneaker ha aperto la strada a un vero e proprio sistema di progetti: il "muoversi" Pirelli PZero che oltre alle linee di sneaker e calzature, contempla lo skateboard, gli sci, la bicicletta e il gommone. Insomma, un'integrazione sempre più allargata e in continua evoluzione tra l'engineering pneumatico e tutti quei mondi sportivi che esprimono dinamismo, potere e controllo. Valori che a loro volta compongono il DNA della P lunga.

Circolarità fra passato e futuro

La summa di questo sistema è ora sintetizzata nei 1500 metri quadri del flagship store. Uno spazio senza precedenti che riunisce e sincronizza tutte le espressioni della P lunga: le collezioni PZero, ma anche la Formula 1, la nautica, il design, il co-branding: macchine da corsa, auto d'epoca, il gommone, fisicamente esposti nella struttura. E naturalmente il mitico calendario. Senza dimenticare le memorie storiche: le foto, l'advertising d'autore, le collaborazioni con artisti come Bruno Munari. *Memorabilia* alle quali la Triennale ha recentemente dedicato una retrospettiva di grande successo. Idealmente, questa esposizione continua nello store dai forti riferimenti all'architettura industriale e ricco di cimeli d'epoca. Una mostra aperta al pubblico tutti i giorni, per proiettare le tradizioni del passato nella quotidianità e nel futuro: in un ciclo continuo a immagine e somiglianza del movimento delle ruote.



La filosofia MIRS

Per dirla con un acronimo inventato per gli pneumatici Pirelli, questo store è un MIRS “Modular Integrated Robotized System”. Quel processo grazie al quale si integrano alla perfezione le mescole dei battistrada, bilanciandoli alla perfezione per garantire la massima velocità.

Come per l’abbigliamento, nelle strutture del punto vendita sono state introdotte e sperimentate tecnologie industriali mai applicate prima nel retail. Anche nell’architettura, Pirelli ha sempre segnato una nuova impronta. Fa testo il grattacielo disegnato da Giò Ponti. Tra strutture gommate ed elementi industriali riconvertiti in pezzi d’arredamento, per lo shopping sarà attivo un robot magazziniere.

Mentre, per la prima volta un negozio avrà una parete anecoica: la stessa utilizzata negli stabilimenti Pirelli per l’insonorizzazione durante le prove dei battistrada. Emblematico, inoltre, il dettaglio del *rubber carpet*: il primo tappeto di battistrada che coniuga la tecnologia pneumatica al glamour degli Oscar, esprimendo sin dall’ingresso, il perfetto equilibrio tra immagine e cultura industriale della P lunga.

Ci sono voluti molti anni, per mettere a punto questo progetto. Ma anche per realizzare quel primo giubbotto e quel paio di sneaker furono necessari ventiquattro mesi di studi. Perché la filosofia continua ad essere “concentrazione massima dei contenuti in perenne movimento”.

APRE A MILANO PIRELLI CORSO VENEZIA: IL PRIMO FLAGSHIP STORE DELLA P LUNGA.

Articolato in due livelli, per un totale di 1500 metri quadrati, il 20 settembre apre a Milano, **Pirelli Corso Venezia**: il primo flagship store della P Lunga (corso Venezia,1). Il progetto dell'architetto Renato Montagner, direttore creativo delle collezioni, si configura come un archetipo destinato a scrivere un nuovo capitolo dello shop-design, delle merceologie e dei servizi.

La strada, ma soprattutto ogni movimento che la percorre (automobilistico, motociclistico e pedonale) entrano fisicamente nel punto vendita: il primo **street in the shop**. Tutte le collezioni e gli special project Pirelli PZero, sono esposti tra pezzi iconici su due/quattro ruote e video wall della Formula 1. L'esterno si fonde così, agli interni. Che a loro volta rimandano alla storia Pirelli e al suo Dna industriale, in un moto continuo di impronte.

LE INNOVAZIONI

Tra le innovazioni strutturali, l'**Officina**, la **parete anecoica**, il **rubber carpet**, **Robostock** (il primo robot magazziniere), il gatto **Meo Romeo** di Bruno Munari, i **camerini materassini** e il **ponte nautico**.

Numerosi, i servizi e gli special project che debuttano con questa inaugurazione. A partire dal **P. spoke**: la sartoria delle sneaker su misura; le prime con suola in cuoio e completamente reversibili, come una calza.

A rotazione, nell'area gum design, si susseguiranno progetti in cui il know-how di PZero si sommerà a quello di altri brand. Si inizia con il **cappello Borsalino pneumatico** e un **set di bagagli Valextra cinturato Pirelli**. (vedi scheda allegata)

Ospite d'onore del gum design, il progetto **Holy Trinity dell'artista Scott Campbell**. **L'artist tattoo di star come Sting e Orlando Bloom ha realizzato il primo copertone Diablo Rosso II tatuato** per una Ducati Diavel e un giubbotto coprodotto con Dainese. (vedi scheda allegata)

SOCIAL SHOPPING. Le immagini dei mitici calendari Pirelli, ma anche le gare di Formula 1, i back stage dei garage e le regate saranno proiettati sul video wall del **PZero lounge**. In tal modo gli appassionati delle varie discipline potranno darsi appuntamento e riunirsi per gruppi d'interesse come nei social network: con la nuova logica aggregativa del social shopping.

I DETTAGLI.

Il nome: PIRELLI CORSO VENEZIA.

Un indirizzo evocativo della Milaneseità: un'insegna per rendere omaggio alla metropoli dell'operosità e alle sue sane tradizioni industriali. Nelle quali la P Lunga affonda le sue solide radici da oltre un secolo.

Gli esterni/ RUBBER CARPET.

Sopra l'ingresso, una pensilina di battistrada chiodato con led a basso consumo (vedi scheda illuminazione), coniuga idealmente le luci dei China theatre con l'engineering della PLunga, introducendo il pubblico nelle emozioni della gomma.



I primi “quadri” sono le vetrine concepite e illuminate come macchine teatrali. Mentre, il rubber carpet, entra nel vivo dell’officina.

II PRIMO LIVELLO

All’interno/L’OFFICINA.

Tracce di binari, impronte di vecchi macchinari sui pavimenti di legno, manifesti, foto d’epoca e cartelloni dell’advertising d’autore Pirelli: cemento, piastrelle e acciaio. Arredi e allestimenti delineano subito una dimensione industriale. Da un lato nei casellari metallici, le calzature: il camminare Pirelli PZero dalla strada al punto vendita e viceversa.

Dall’altro, le collezioni di abbigliamento.

Tutti gli elementi di arredo sono sulle ruote come bancali mobili. Mentre, il percorso continua come in una catena di montaggio.

La parete anecoica/ GUM DESIGN.

Una parete anecoica - la stessa fonoassorbente utilizzata negli stabilimenti dove si testano i pneumatici - contraddistingue lo spazio del gum design. Qui saranno presentati a rotazione, progetti in co-branding nei quali la gomma entra nel design e viceversa. La sera dell’inaugurazione l’area ospita la Lamborghini Miura gialla cinturata Pirelli.

Il su misura/P. SPOKE: la prima sneaker reversibile con suola di cuoio.

Il corner delle calzature Be spoke PZero: sneaker tagliate e costruite come abiti su misura; personalizzabili nei colori dei lacci, delle solette (come le sei diverse mescole dei battistrada della F1 utilizzati nei Gran Premi) e della pelle. Il tutto, selezionando i materiali dalle apposite cassettiere in legno. Eccellenza di questa nicchia, la prima sneaker con suola di cuoio. Grazie alla costruzione con tecnica *revers*, la scarpa viene cucita al rovescio come un sacchetto, poi rivoltata e rimessa in forma: si rovescia completamente come una calza.

Per le prove, sono a disposizione sedili di auto vintage fissati a una parete di piastrelle rettangolari da officina.

L’uomo in movimento/GENTLEMAN DRIVER: il giubbotto di carbonio. Display dedicato all’uomo che ama l’eleganza in movimento. Massima espressione di questo mondo, il giubbotto in tessuto di carbonio. Corrispettivo femminile, il **LADY DRIVER:** corner per la donna amante delle quattro ruote; che guida e non si lascia guidare.

Memorabilia/ MOTORE DELLA MEMORIA.

La Maserati 250F che ha gareggiato in Formula 1 dal 1954 al 1960 e che ha conquistato numerose vittorie con piloti mitici come Juan Manuel Fangio, fa partire il **Motore della memoria:** una galleria di immagini e documenti storici Pirelli, ripresi e rielaborati negli interventi sui capi *memorabilia*.



Camerini/MATERASSINI. Camerini rivestiti con la tela impermeabile dei materassini da mare prodotti da Pirelli negli Anni '60.

LA SCALA MOBILE. Elemento esaltato nelle sue componenti meccaniche e di gomma, in un meccanismo da Metropolis.

LE SCALE METERELOGICHE. Le scale di marmo come supporto per proiezioni di pioggia, neve, sabbia e mare: previsioni metereologiche; avvicendari di situazioni climatiche a ognuna delle quali corrisponde uno specifico fondo Pirelli.

II SECONDO LIVELLO.

L'area kid/II GATTO MEO ROMEO.

Una parete a specchio con fumetti stile ardimento Anni '50, introduce nell'atmosfera del kid. Capi e calzature sono esposti su cubi mobili di costruzioni giocattolo. Mentre, sull'area si eleva un gigantesco gatto Meo-Romeo di Bruno Munari: il pupazzo in gommapiuma Pirelli ideato dall'artista nel '49.

Il magazzino/ ROBOSTOCK. Il primo magazzino a vista con un robot che seleziona le calzature da provare, depositandole su un nastro trasportatore che arriva direttamente al cliente.

Le aree del movimento/ HOSPITALITY

Strutture mobili con cavi e carrucole ricordano le barche la vela ma anche l'hospitality mobile dei Gran premi. Siamo nelle aree del movimento: la griglia delle biciclette e il Maxi schermo con video di Formula 1. Lo spettacolo delle corse automobilistiche sponsorizzate da Pirelli diventa fonte d'ispirazione per una linea con sottili riferimenti al mondo dell'autodromo.

La nautica/II PONTE. Area pavimentata in teak, come il ponte di una barca. In alto, sulla parete, è incastonata la sezione di un gommone. Sotto, l'abbigliamento e gli accessori Pirelli PZero per la nautica.

I camerini/PACK ROOM. Camerini ricavati da casse per l'imballaggio.

I suoni/SOUND IDENTITY. Ogni area è caratterizzata da suoni e rumori industriali, curati dal DJ Stefano Fontana, in sintonia con il prodotto esposto. Per rimarcare l'identità anche in termini subliminali.



SCOTT CAMPBELL PER PIRELLI PZERO: IL PRIMO PNEUMATICO TATUATO.

Scott Campbell firma *Holy Trinity* (Santa Trinità): un progetto che si basa sul primo copertone tatuato. L'artista americano che ha elevato ad arte il *tattoo* sino a conquistarsi il riconoscimento di "tattoo artist", presenterà la sua opera pneumatica il 20 settembre: all'evento per l'inaugurazione di Pirelli Corso Venezia.

Incidendo la gomma con la sgorbia, Campbell ha disegnato su un battistrada Pirelli Diablo Rosso II i segni distintivi della sua arte. Primi fra tutti, l'occhio, il cuore e il teschio: simboli di un approccio alla vita appassionato e grintoso.

Gli stessi elementi ruotano su un giubbotto special edition di carbonio. Il prototipo realizzato in collaborazione con Dainese, è tatuato anche all'interno con icone sacre e profane. Tra queste, S Cristoforo, protettore dei motoclisti.

Il progetto uno e trino si completa con la moto Ducati che monta i copertoni tatuati.

"La genesi di questo operazione è nata lo scorso dicembre a Mosca, al lancio del calendario Pirelli. Renato Montagner direttore creativo di Pirelli PZero mi ha proposto di tatuare un copertone, una moto e un giubbotto. Ho accettato subito con entusiasmo. Perché, questi tre elementi sono il mio mondo che si muove sul disegno e la velocità. Per un'intera notte sono stato sveglio a studiare come e cosa incidere sulla gomma: uno dei pochi materiali sui quali non ero mai intervenuto. Per realizzare il prototipo, ho lavorato artigianalmente come un sarto che taglia e cuce. Purtroppo la diffusione del computer e del mouse stanno cancellando l'arte della manualità".

"Nell'ingegneria romantica di Campbell – dichiara Montagner – abbiamo individuato molte affinità con la cultura Pirelli. Il risultato del progetto Holy Trinity, iconizza alla perfezione il binomio "tecnica- passione" della P Lunga, lasciando l'impronta di una nuova pneugrafia".

Scott Campbell: dalle uova alle gomme, via Afghanistan.

Americano della Louisiana, classe '77, Campbell ha esordito come illustratore. Da questa esperienza ha imparato a concepire i tatuaggi come racconti per segni e immagini fortemente simboliche. In breve, si è conquistato i consensi e l'amicizia di star come Orlando Bloom al quale ha personalizzato una moto e Sting che ha tatuato più volte. Campbell tuttavia, è andato oltre: ha esteso la più tribale delle pratiche decorative dalla pelle umana al mondo delle cose, usando l'ago elettrico e gli inchiostri come il pennello del pittore e al tempo stesso lo scalpello dello scultore. Così, sono nate opere epocali come i fogli di veri dollari impilati e intagliati in sculture tridimensionali o le celebri uova di struzzo, tatuate all'interno in un messaggio di rinascita.

Recentemente, Campbell è andato in Afghanistan a tatuare i soldati americani, esponendo il risultato di questa esperienza all'Art Basel di Miami.

Attualmente vive a New York e lavora nel suo studio Saved tattoo, a Williamsburg nel quartiere cool di Brooklyn.



PIRELLI PZERO + VALEXTRA E BORSALINO

Valextra cinturata PZero

PZero e Valextra, storica insegna della pelletteria di Milano sin dal 1937 e marchio icona tra i più apprezzati e più “cool” del panorama internazionale dell’accessorio di lusso, fondono il loro know how in una Limited Edition di borse da viaggio su ruote, corredata da una linea di accessori esclusivi.

Tutti gli articoli sono prodotti da Valextra utilizzando un nuovo pellame “Tecno Leather” in un colore nero, appositamente studiato per PZero, con finiture in cuoio “Deep Black”.

Le borse su ruote, una valigia media ed una valigetta 48 ore, sono dotate di ruote realizzate da Pirelli in gomma vulcanizzata con tecnologia “nanofiller” .

Esclusivamente per Valextra, Pirelli ha inoltre, messo a punto una miscola con speciali additivi che conferiscono alle ruote proprietà antimacchia.

Il kit di borse da viaggio si completa con un Porta Laptop e una linea di accessori di piccola pelletteria , sempre in “Tecno Leather”, articolata in portachiavi, portafogli e porta biglietti da visita disponibili anche nelle varianti blu e verde Valextra.

Borsalino: il cappello pneumatico

Borsalino e Pirelli PZero hanno messo a punto lo special project di due cappelli: uno femminile e l’altro maschile. Il copricapo femminile è in lino gommato con profilo di gros grain ed è disponibile in tre colori: ghiaccio, navy e bluette. Nella fodera interna è applicata l’etichetta con il marchio Pirelli. Il cappello maschile è in tessuto tecnico gommato in due varianti cromatiche: verdone e nero.



ILLUMINAZIONE “SU MISURA” PER RIDURRE GLI IMPATTI AMBIENTALI E I CONSUMI ENERGETICI

Il progetto dell'architetto Renato Montagner, coerentemente con l'attenzione di Pirelli ai temi della sostenibilità, ha previsto sin dall'inizio l'impiego di soluzioni e materiali innovati per ridurre al minimo gli impatti ambientale e i consumi energetici.

Per l'illuminazione dei 2 piani dello store, infatti, sono stati impiegati 380 proiettori che utilizzano complessivamente un totale di 9,73 KW. Un impianto con luci tradizionali, composto da lampade alogene e a ioduri metallici, ne avrebbe invece assorbiti circa 22,5KW. La riduzione dei consumi quindi è pari a circa il 57%.

Altrettanto significativo è il dato sulla riduzione di CO2 nell'atmosfera: ben 34,5 tonnellate in meno.

Dal punto di vista dell'efficienza energetica, le soluzioni tecnologiche adottate, considerati 300 giorni di apertura all'anno per 12 ore al giorno, comporteranno un risparmio annuo pari a circa 7 mila euro.

L'illuminazione, considerata un elemento fondamentale per valorizzare e completare le soluzioni architettoniche dello store, è stata progettata “su misura” da una società italiana specializzata nello studio delle sorgenti a risparmio energetico. Le lampade utilizzate non sono presenti in commercio e sono state disegnate appositamente impiegando nuove sorgenti con LED di ultima generazione.

Per l'illuminazione a soffitto è stata messa a punto una sorgente ad alta efficienza composta da 18 LED a luce calda (3000°K e Ra>93) con relativo gruppo ottico. La fonte luminosa è montata su una scocca in alluminio caratterizzata da un meccanismo a fisarmonica per garantire la massima flessibilità in fase di puntamento. Un attacco a binario consente inoltre di traslare l'apparecchio. Il corpo lampada è alimentato da un binario a 24Vdc, con alimentatori posizionati in remoto.

Renato Montagner_ Profilo

Il percorso di Renato Montagner è formato di strade inusuali, luoghi disparati e pietre miliari. Tutto iniziò a Venezia, dove Renato si laurea in Architettura, acquisendo tutte le conoscenze e i principi della Storia dell'Arte e delle sue applicazioni. Presto decide di provare un'altra Venezia, ovvero la Venezia californiana. Qui, durante una collaborazione con uno studio di architettura, inizia a lavorare allo sviluppo di modelli plastici, che gli permettono di usare e conoscere nuovi materiali quali il carbonio e il kevlar. Durante la permanenza a Los Angeles, inizia ad appassionarsi al mondo del windsurf, per quindi lavorarci, utilizzando i vari materiali tecnici impiegati in questi sport unici. Dai mosaici e ai basso-rilievi veneziani quindi, al neoprene e al clark foam delle tradizionali tavole da surf.

Rientrato in Italia nel 2002, Renato fonda Changedesign, uno studio multidisciplinare operante a Venezia e Milano. Per Changedesign, Renato seleziona un gruppo di giovani designers provenienti da tutte le parti del mondo accumulati una visione comune: *Changeisgood*. Le principali attività dello studio sono progetti di: interior, product, fashion e graphic design. Tra i progetti iniziali di maggior successo, ricordiamo Fiat Panda 'Thank' (in collaborazione con Dainese), cataloghi per Cassina, lampade per Fabbian, sedie per il gruppo Segis, zaini per Invicta.

Parallelamente al lavoro in Changedesign, Renato presiede il Master in Design presso la Domus Academy di Milano. Il suo operare alla Domus gli ha permesso non solo di allenare e crescere nuovi talenti del design, ma di lavorare come project leader per brand internazionali quali Louis Vuitton, Mitsubishi e Nokia.

Dal 2004, Renato diventa direttore creativo di Dainese, l'azienda leader per l'abbigliamento sicurezza-performance del mondo moto. Grazie al suo studio dei materiali e ad un'accurata osservazione, Renato è stato capace di estendere il concetto di protezione appreso dagli sport dinamici a quello degli sport estremi, presi, nel senso di affrontati, come missioni spaziali.

Nel 2006 partecipa al 6° Volvo Sports Design Forum a Monaco, al fianco di Robbie Nash, Steve Wozniac e Jack Bruton, vincendo il rinomato "Volvo Sports Design Award", celebre riconoscimento per la sicurezza, che gli viene conferito grazie all'innovativa giacca performante, ovvero la 'Dainese Core Jacket Out'.

Dal 2009, come direttore creativo di Pirelli, lavora ad un range di prodotti vastissimi, passando dalla progettazione di scarpe, attraverso il design di orologi, per finire con gli spazi Retail. La vastità di prodotti messi a punto da Renato Montagner e il suo team, sono disponibili presso il nuovo Pirelli Corso Venezia – progettato anch'esso da Changedesign - aperto a Milano in corso Venezia, 1 dal 20 settembre 2011.

Attraverso la sua ricca carriera, Renato Montagner ha avuto, tra le altre, l'opportunità di lavorare a stretto contatto con il mondo dell'arte. Grazie infatti alla collaborazione che l'ha visto progettare alcuni spazi retail per 55DSL, viene a conoscere alcuni tra i più rinomati e conosciuti street artists a livello internazionale, che collaboreranno poi con Changedesign per svariati progetti.



La sua passione per l'innovazione, unita ad una vasta esperienza in campi diversissimi, gli hanno permesso di viaggiare moltissimo, dal Giappone all'Australia, dagli U.S. a tutta l'Europa.

Nel campo della moda, Montagner ha poi lavorato per Valextra, per cui, grazie ad un co-branding, ha messo a punto una valigia limited-edition, mixando materiali ed elementi innovativi.

Artigianalità e 'Made in Italy contaminato', sport e fashion, insegnamento, ricerca e gusto POP, sono solo alcune delle parole chiave che si potrebbero usare per descrivere l'unico e inconfondibile processo creativo di Renato Montagner, lontano dall'essere semplicemente *design*.

