

COMPANY PROFILE 2017

L'AZIENDA

Le radici di LAGO risalgono alla fine dell'Ottocento quando Policarpo Lago inizia la sua attività artigianale di ebanista nelle ville nobiliari e nelle chiese veneziane. La generazione successiva continua la tradizione allargando la produzione alle camere matrimoniali e in seguito a piccole serie di mobili per ingresso. È invece nel corso degli anni '80 che i figli pensano sia arrivato il momento di concentrarsi nell'arredo del living e della zona notte. **Nel 2006, giunta alla quarta generazione, l'azienda di Villa del Conte diventa SpA e si confronta con la realtà del mercato globale.** Comincia un nuovo viaggio denso di sfide e risultati. A traghettare l'azienda in questo delicato passaggio generazionale è Daniele Lago, giovane imprenditore e designer che, affiancato dai fratelli Franco e Rosanna, guida una squadra di giovani e dinamici collaboratori. **Oggi il fatturato si attesta sui 30 milioni di euro e i dipendenti sono circa 180.** LAGO è presente nel mondo con **oltre 400 negozi selezionati e numerosi store monomarca in città italiane ed europee, tra le quali Roma, Milano, Madrid, Parigi e Londra, che vanta anche uno store all'interno di Harrods.** L'espansione è ancora in pieno svolgimento, ma l'azienda mantiene saldi i legami con le proprie radici mentre si allarga e si apre all'incontro e allo scambio con le altre culture, con i partner, i fornitori, i consumatori, i blogger e tutti coloro che partecipano agli eventi e che condividono il percorso di LAGO in una contaminazione continua, dall'interno all'esterno dell'azienda e viceversa. Un organismo che da monocellulare diventa pluricellulare, si nutre di tante diverse individualità, le valorizza, si espande molto oltre il perimetro della sua sede. **Partecipazione e condivisione sono le parole chiave.**

I VALORI

LAGO crede in una visione allargata del design, come disciplina che produca senso e non solo prodotti. Una disciplina in grado di innovare tutta la filiera esperienziale - dal concept allo smaltimento - generando cultura, condizione indispensabile per produrre innovazione. **Per LAGO cultura e profitto sono in continuità, non in opposizione.** Per questo LAGO lavora nel mondo del design intendendolo da sempre **come strumento di trasformazione sociale.** Si può generare **nuovo profitto disegnando scenari capaci di migliorare la qualità delle nostre vite.** Per LAGO il design è capace di portare un cambiamento positivo nel modo di vivere gli spazi e di generare empatia tra gli interni e le persone che li abitano: per questo motivo, nel 2017 è stato presentato il **primo libro LAGO edito da Rizzoli, "Never Stop Designing Spaces"**, un viaggio nella qualità del vivere di dieci città italiane scelte attraverso la classifica di Trivago "Global Reputation Ranking 2016", nato con l'obiettivo di dare rilievo e profondità al genio del nostro Paese, inteso come cultura del saper ideare e del saper fare.

La logica della rete, dove non esiste un unico centro monolitico, ma tanti piccoli centri che comunicano fra loro, esprime perfettamente la filosofia di un'azienda in cui chiunque può dare il proprio contributo. Progetti come il LAGO INTERIOR LIFE NETWORK sono la dimostrazione nei fatti della volontà di contaminarsi e contaminare. **Creatività, relazioni e contaminazioni arricchiscono la mente e il lavoro di ogni giorno e si travasano spontaneamente nelle strategie e nei prodotti dell'azienda.**

LAGO non è un testo compiuto. È un alfabeto: strumenti progettuali, forme e materiali sono ingredienti con cui curare il design dei propri interni per farli entrare in risonanza con il proprio modo di essere, di vivere, di lavorare.

LAGO DESIGN NETWORK

Per LAGO **occorre stabilire una risonanza interiore tra noi e lo spazio che ci circonda.** Questo è il **principio alla base della filosofia "LAGO Interior Life"** con la quale l'azienda, a partire dal 2014, ha dichiarato il proprio cambiamento di prospettiva destinato a **definire e progettare la relazione profonda tra gli spazi abitati e il benessere interiore.** Questo pensiero ha visto l'azienda pioniera nella **volontà di immaginare e definire nuove formule distributive per il design grazie ad una progettazione in grado di superare i confini dell'ambiente domestico,** ed ha portato, nel 2015, alla creazione di una vera propria rete di ambienti targati LAGO INTERIOR LIFE NETWORK. **Si tratta a tutti gli effetti di una rete di persone e luoghi sparsi nel territorio** - abitazioni, negozi, uffici, musei, caffè, gelaterie, ristoranti, strutture ricettive -

resi unici dal design LAGO, un alfabeto modulare che incontra ed esprime sensibilità ed esigenze differenti. Grazie a un potente motore di comunicazione digitale ogni spazio è connesso agli altri ed è protagonista attivo all'interno del network, generando inedite connessioni umane e nuove possibilità di business. LAGO ha voluto allargare il punto di vista dall'ambiente domestico a tutti i luoghi in cui si vive la vita e creare un circolo virtuoso in cui la cultura genera profitto e il profitto cultura. In questo contesto il design si fa strumento di trasformazione sociale, attivando connessioni, cultura e significato. Un riconoscimento importante a questo progetto è giunto dall'Osservatorio Permanente del Design ADI che ha scelto di inserire il LAGO INTERIOR LIFE NETWORK nella selezione ADI Design Index 2016, il volume che annualmente raccoglie i progetti preselezionati che concorreranno per il Premio Compasso d'Oro e che rappresenta la più ufficiale e significativa mappatura del panorama italiano del design.

- **APPARTAMENTO LAGO:**

Un progetto che si propone di ridefinire e reinventare gli spazi riservati al contatto azienda-consumatore-prodotto. L'APPARTAMENTO LAGO è, infatti, un esperimento abitativo e culturale: un vero appartamento - realmente abitato e interamente arredato con i prodotti LAGO - il cui proprietario, appassionato di design, si impegna ad aprire periodicamente le porte ai visitatori, organizzando e ospitando al suo interno eventi culturali di vario genere. Nato a Milano nel 2009, in occasione del Salone del Mobile, il progetto APPARTAMENTO LAGO è stato poi esportato a Venezia nel cuore del Mercato di Rialto, a Bologna, Riccione, Torino, Bergamo, Bolzano, Venaria Reale, nell'Alto Salento e in Spagna, ad Alicante. L'APPARTAMENTO LAGO è la prova che il design oggi non è più fisico, perché mentre un prodotto o una filosofia di produzione possono essere copiate, le energie, le relazioni e le situazioni che si generano tra le persone non possono essere replicate in nessun altro posto allo stesso modo.

- **CASA LAGO:**

Sintesi di un percorso di ricerca e sperimentazione, iniziato nel 2009 con Appartamento LAGO e tutt'ora in evoluzione con il LAGO DESIGN NETWORK, CASA LAGO nasce con l'obiettivo di stabilire relazioni con tutto ciò che risiede al di fuori dell'azienda, proiettandosi così oltre la progettazione e la produzione di mobili. È qui che LAGO invita a vivere il design e le connessioni che può generare. CASA LAGO è una casa aperta dove l'esperienza del design thinking e del networking diventa attivatrice di connessioni e risorsa culturale per nuovi significati. Uno spazio prestigioso che apre le porte a realtà imprenditoriali di altri settori creando incroci fertili e opportunità di business. È una casa italiana, a Milano, a due passi dal Duomo, che risponde alle esigenze di imprenditori e professionisti accogliendoli in uno spazio ad alto contenuto di design capace di favorire gli incontri, la vita, il business. CASA LAGO è completa di tutte le ambientazioni domestiche perché è a casa che LAGO vuol far sentire chi la sceglie. Sala da pranzo, Salotto, Appartamento, Studio e Biblioteca sono tutti spazi riservabili per eventi, conferenze, business meeting, presentazioni aziendali, press day ma anche cene e showcooking. La cucina invece è sempre aperta a tutti i protagonisti della Casa ed è l'ideale per colazioni business, pause caffè e aperitivi.

- **LAGO INSIDE:**

Così vengono definite quelle aree temporanee o permanenti site in luoghi pubblici e privati, dove il design LAGO si inserisce al fine di migliorare l'esperienza e la fruizione degli spazi da parte dell'utente. Da spazi privati a fiere, passando attraverso musei, ristoranti e caffetterie, i LAGO INSIDE sono tutti luoghi dove sono presenti prodotti LAGO che, grazie al progetto di design, aumentano la qualità degli ambienti in cui sono inseriti. Secondo LAGO, migliorare gli spazi in cui viviamo implica generare esperienze significative; dalla cura dei dettagli ai materiali, dalla progettazione alla realizzazione, lo spazio deve accoglierci, darci un senso di benessere, farci sentire a casa.

- **LAGO AT WORK:**

Nel corso della nostra vita trascorriamo in media più tempo in ufficio che a casa. Tuttavia, mentre le case sono curate, confortevoli, accoglienti non si può dire altrettanto degli uffici. Perché questo accade? Per rispondere a questi interrogativi, **LAGO ha ideato un'innovativa soluzione, trasferendo negli spazi di lavoro e di studio l'esperienza acquisita** nella progettazione della vita domestica, **al fine di costruire spazi di lavoro ideati per favorire il benessere individuale e collettivo**, l'efficienza della ragione e l'intuizione emozionale.

L'obiettivo ultimo è quello di **dare vita a un vero e proprio ufficio "partecipato"** dove lo spazio è stato ripensato in una prospettiva strettamente connessa al concetto di **home feeling**. Alla base del processo vi è la convinzione che migliorare le condizioni dell'ambiente di lavoro e degli uffici aperti al pubblico, possa **creare relazioni e favorire connessioni inedite** e coinvolgenti fra le persone che sperimentano i luoghi.

- **LAGO WELCOME:**

LAGO WELCOME è un format dedicato alle strutture ricettive: prevede un **progetto di design con i prodotti LAGO unito a un pacchetto di comunicazione e visibilità**. La struttura aderisce a un'idea di **albergo diffuso che guarda lontano: moderno e intimo, ma connesso con il mondo** grazie all'accesso a un bacino esteso di amanti del viaggio, garantito dai potenti canali di comunicazione LAGO. **Ogni progetto è unico e viene sviluppato condividendo in sinergia le ambizioni di chi vuole affittare la sua casa o creare un B&B e la vision di LAGO**. Sarà proprio il successo di ogni spazio il miglior ambasciatore di LAGO nel mondo.

- **LAGO REAL ESTATE:**

LAGO REAL ESTATE è un progetto dedicato a imprenditori immobiliari dinamici per arredare un appartamento tipo con i prodotti LAGO. L'appartamento, **sfruttando le potenzialità comunicative LAGO, diventa volano di vendita per l'intero immobile**. Grazie a un progetto personalizzato di interior design il valore dell'immobile aumenta, incrementando la marginalità delle vendite.

L'unità abitativa si trasforma in un emozionante ufficio vendite, uno scenario per realizzare eventi creati *ad hoc* per promuoverlo e per **fare vivere in anteprima l'esperienza dell'abitare ai potenziali acquirenti**. Inoltre, la visibilità del progetto viene amplificata su tutti i canali di comunicazione LAGO, digitali e non.

- **LAGO COMMUNITY TABLE:**

Il tavolo **Air Wildwood** di LAGO viene ribattezzato **LAGO COMMUNITY TABLE** e, da materia progettata, si pone al servizio di ciò e chi gli sta intorno diventando **palcoscenico dello scambio, della convivialità e della socializzazione**, trasformandosi, da semplice oggetto autoreferenziale, a **polo di attrazione in cui attivare connessioni** e avviare circuiti di comunicazione interessanti. Già utilizzato in luoghi pubblici o di passaggio, in cui l'apertura a esperienze di contaminazione e condivisione può generare valore, il **Community Table di LAGO è divenuto un format specifico di comunicazione in grado di rispondere alla volontà**, da sempre fortemente sentita dall'azienda, di **posizionare l'uomo e le sue esigenze al centro della progettazione**.

LAGO SHOP, LA RETE DISTRIBUTIVA

Consapevole del fatto che **tutta la filiera deve acquisire senso LAGO ha investito grandi energie nella distribuzione, selezionando oltre 400 rivenditori in Italia e all'estero** che potessero portare un contributo in termini di professionalità e che raccogliessero i feedback sul campo.

La rete distributiva LAGO, comprende varie tipologie di punti vendita: dai **monomarca LAGO STORE ai multimarca POINT, SPACE e CAPSULE**, dai negozi dedicati a una sola area della casa **LAGO SPECIALIST a formule di retail innovativo come LAGO THE OTHER STORE** - la proposta cross selling di cui un esempio è Open | More than books a Milano - o come **APPARTAMENTO LAGO / STORE**, un appartamento-negozio che permette di scoprire le soluzioni LAGO in un contesto domestico.

Attraverso il progetto LAGO SHOP+, a partire dal 2015, i punti vendita LAGO **vengono realizzati con un'atmosfera "Home Feeling"**, in cui il cliente si senta a casa e viva un'esperienza d'acquisto evoluta

sia attraverso immaginari del vivere e dell'abitare, **LAGO INTERIOR MOOD**, che attraverso la tecnologia di ultima generazione - **LAGO NFC** - permette agli arredi di dialogare con il cliente.

TALKING FURNITURE

Consapevole dell'enorme impatto che il digitale ha nella vita delle persone, LAGO lo ha integrato nel proprio DNA: il connubio tra digitale e design ha portato alla creazione di una vasta community costituita da più di un milione di persone attive sui Social Network e interessate all'Interior Design sul web. In questa direzione anche il progetto "**Talking Furniture**", frutto della ricerca sull'**Internet of Things**. Il suo scopo è quello di instaurare un'interazione attiva con gli arredi, amplificando e migliorando l'esperienza del consumatore ed innovando il paradigma di fruizione del prodotto, che diventa veicolo di contenuti e di cultura. Attraverso l'utilizzo della **tecnologia NFC**, un chip presente sugli arredi è in grado di interagire con gli smartphone su cui è scaricata l'**app LAGO DESIGN**, permettendo di ottenere istantaneamente informazioni sul prodotto o di fare esperienze più coinvolgenti come salvare i propri ricordi nella memoria specifica dell'arredo attraverso immagini, testi o suoni o leggere contenuti aggiuntivi, come ricette in cucina o fiabe nelle camerette.

Una tecnologia che cambia i paradigmi della relazione uomo-prodotto nei contesti più diversi, dalla dimensione domestica a quella pubblica.

IL PRODOTTO

LAGO indaga il design in modo sistemico, allargando la visione ed evitando di focalizzarsi solamente sul singolo pezzo, considerando lo spazio come un sistema in cui gli oggetti d'arredo comunicano fra di loro. Per LAGO fare design significa progettare in piccolo (il prodotto) e, allo stesso tempo, saper progettare in grande (il sistema design) con una visione totale dell'abitazione e dell'abitare che ha portato, negli ultimi anni, ad investire, in termini progettuali e in partnership con altre aziende, anche rivestimenti, pavimentazione, finiture murarie e tutto ciò che ha a che fare con lo spazio abitativo. Più che prodotti l'azienda progetta alfabeti e chiama il fruitore finale a utilizzarli. Il prodotto non è più imposto, ma dialoga con il fruitore e attraverso questo dialogo viene interpretato, acquistando così un valore personalizzato. Grazie alla produzione di alfabeti, LAGO crea un design partecipativo che si arricchisce delle energie che provengono dall'utente finale. **Ma il prodotto LAGO ha in sé anche altri valori: leggerezza, sorpresa, ironia** permeano tutta la direzione artistica. Semplicità nelle forme, leggerezza, un lavoro "per sottrazione" in voluta contrapposizione al decoro fine a se stesso, componibilità, qualità dei materiali, lavorazioni artigianali. Sono altri elementi che rendono immediatamente riconoscibile un prodotto LAGO. **Attualmente l'azienda è in grado di offrire soluzioni per tutte le aree della casa** (cucina – living – studio – camere – camerette – bagni) e per gli **uffici e i luoghi di lavoro**. Tangram, Statica, Net, AIR, 36e8, Fluttua, 30mm, LagoLinea, gli armadi NOW e le nuove cucine sono solo alcuni esempi. Completano il quadro il sistema di storage Et Voilà, i divani AIR e i bagni che, a partire dal 2011 sono stati sviluppati insieme a importanti partner del settore. I prodotti LAGO hanno ricevuto diversi premi e riconoscimenti: ultima tra i premiati la **cucina Air**, vincitrice nel 2016 del **Salone del Mobile.Milano Award** come miglior prodotto - sezione cucina - e del **Good Design Award**. Altri iconici prodotti sono stati creati dal Lagostudio, l'hub creativo dell'azienda che ha organizzato workshop rivolti ai migliori designer italiani e internazionali. Tra questi, la **sedia Joynt di Harry Owen, e la poltroncina Huggy di Brit Leissler**.

A partire dai divani AIR, l'azienda ha focalizzato l'attenzione su un tema molto importante per il futuro del pianeta: il green. Per la prima volta, LAGO ha progettato in modo più consapevole, integrando parametri ambientali nella realizzazione del prodotto. Per farlo si è avvalsa della **metodologia LCA**, acronimo di Life Cycle Assessment, uno strumento che permette la valutazione quantitativa dell'impatto ambientale di un prodotto/servizio lungo tutto il suo ciclo di vita, dalla scelta delle materie prime al suo smaltimento. I divani AIR rappresentano il primo passo di un piano ambientale che l'azienda sta intraprendendo con un punto di vista sistemico e con la consapevolezza che solo così facendo si avranno impatti più positivi sull'ambiente.

LAGO PRODUCTION SYSTEM

L'organizzazione aziendale e produttiva di LAGO si fonda su due pilastri, entrambi ispirati alla filosofia industriale di Toyota: **il Kaizen e il Lean Thinking**. Kaizen è una metodologia giapponese di miglioramento continuo, passo dopo passo, ottenuto coinvolgendo l'intera struttura aziendale. **Nel Kaizen fondamentale è la consapevolezza che "l'energia viene dal basso"**, ovvero che il risultato in un'impresa non viene

raggiunto dal management, ma dal lavoro diretto sul prodotto. **Lean Thinking è un termine che identifica una produzione snella che mira a minimizzare gli sprechi fino ad annullarli**, attraverso un'organizzazione aziendale che premia la massima efficienza dei processi produttivi industriali. Attraverso il Lean Thinking, LAGO ricerca - e ottiene - un costante miglioramento produttivo eliminando le attività superflue, come la disorganizzazione o i tempi morti, che il consumatore non è disposto a pagare. Risultato: **il prodotto nasce dalla mente del designer e arriva alla casa del cliente senza stoccaggio.**

LAGO SOCIAL

Nella network society, la società delle reti, come è stata definita quella nella quale viviamo, non è più sufficiente ascoltare ed interpretare le esigenze del consumatore. La tecnologia oggi consente di avviare un dialogo costante con i propri clienti, permette di porre domande e ricevere risposte in merito alle loro necessità. In una parola, oggi è possibile realizzare i desideri dei consumatori senza crearne di nuovi artificialmente, ma partendo dalle loro reali esigenze. **In questa sfera rientrano il sito LAGO.IT che conta 3 milioni di visite annue, il profilo Instagram e la pagina Facebook dell'azienda che ormai è connessa a più di un milione di persone.** Tutti e tre questi strumenti sono per LAGO la piazza dove incontrare i propri consumatori, aiutarli nella scelta dei prodotti e raccogliere feedback, dialogando con loro uno ad uno. Anche attraverso questi tools, **LAGO intende porre di nuovo l'uomo al centro del processo produttivo: è l'uomo, con le sue concrete necessità, ad indirizzare la produzione ed è l'uomo, con la propria creatività, a dare risposte e soluzioni concrete ed efficaci a queste esigenze.**

Per ulteriori informazioni:

Ufficio Stampa Italia LAGO S.p.A.
Spin-To - Comunicare per innovare
Ruben Abbattista / Gabriella Bruzzone
Mob +39 335 475133 / +39 333 9049439
abbattista@spin-to.it / bruzzone@spin-to.it
www.spin-to.it