

LOW COST, HIGH VALUE

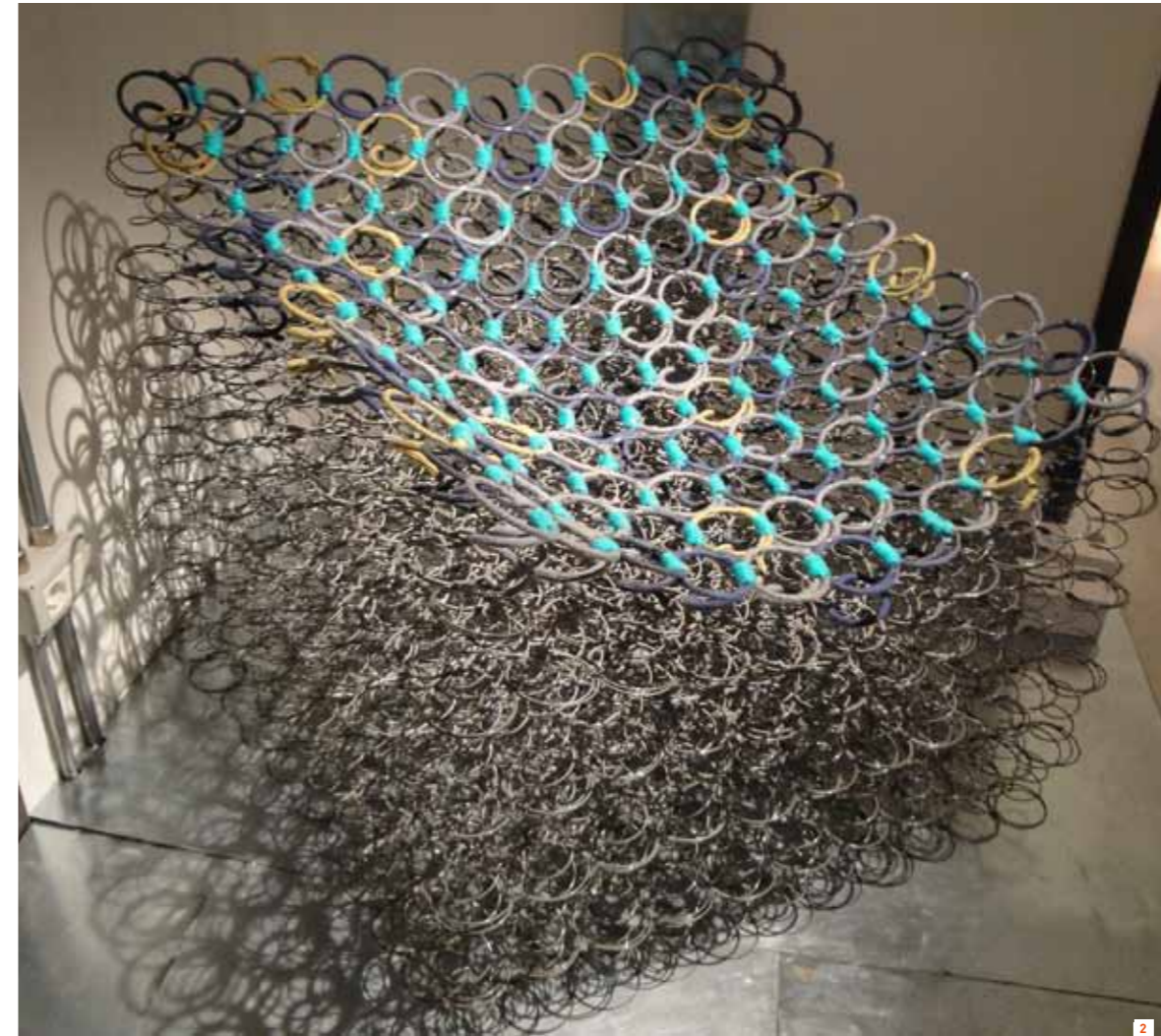
Nuovi approcci al consumo: prezzo basso e ri-uso

Amelia Valletta



1. Progetto "Unikea" (unique Ikea), progetto del designer londinese Kenyon Yeh. The "Unikea" Project (unique Ikea), by London-based designer Kenyon Yeh.

2. Poltrona realizzata con scarti di reti per materassi a molle. An armchair made from old spring bedsteads.



Nei prossimi anni ci saranno in Italia 13-15 milioni di famiglie che disporranno di un reddito mensile di 1.500 euro al mese o poco meno. Dal punto di vista dei consumi si tratta di soggetti che, vuoi per abitudine conseguita nel tempo vuoi per sensibilità, sono orientati ad acquistare prodotti e servizi di qualità italiana, ma che nello stesso tempo vanno alla ricerca di prezzi contenuti, quelli che nel linguaggio contemporaneo vengono definiti low cost.

Che il tema sia di stretta attualità e non sia solo oggetto di simulazioni di business lo dimostra il rapporto annuale dell'Assolowcost, associazione che raggruppa le aziende (italiane e non) che vanno facendo esperienze di questo tipo. In sostanza, esso segnala due cose: che le famiglie indirizzate verso il basso prezzo di qualità possono risparmiare da 1.300 a oltre 5 mila euro l'anno; che per le aziende in grado di soddisfare questa domanda, non c'è crisi e gli incrementi di fatturato sono stimati tra il 6 e l'8%.

I settori merceologici coinvolti sono i più disparati, non ultimo il comparto legno-arredo, dal quale provengono interessanti segnali. Da sempre impegnate allo spasimo per accrescere i livelli di export, le aziende del mobile hanno cominciato a guardarsi

LOW COST- HIGH VALUE

A NEW APPROACH TO CONSUMER SPENDING: LOW PRICES AND RE-USE

by Amelia Valletta

Over the next few years between 13 and 15 million Italian families will find themselves living on roughly 1,500 euros a month. In terms of spending these are people who, either out of habit or out of choice, are more likely to buy made-in-Italy products and services, but at the same time are on the lookout for affordable prices – the so-called low-cost solutions.

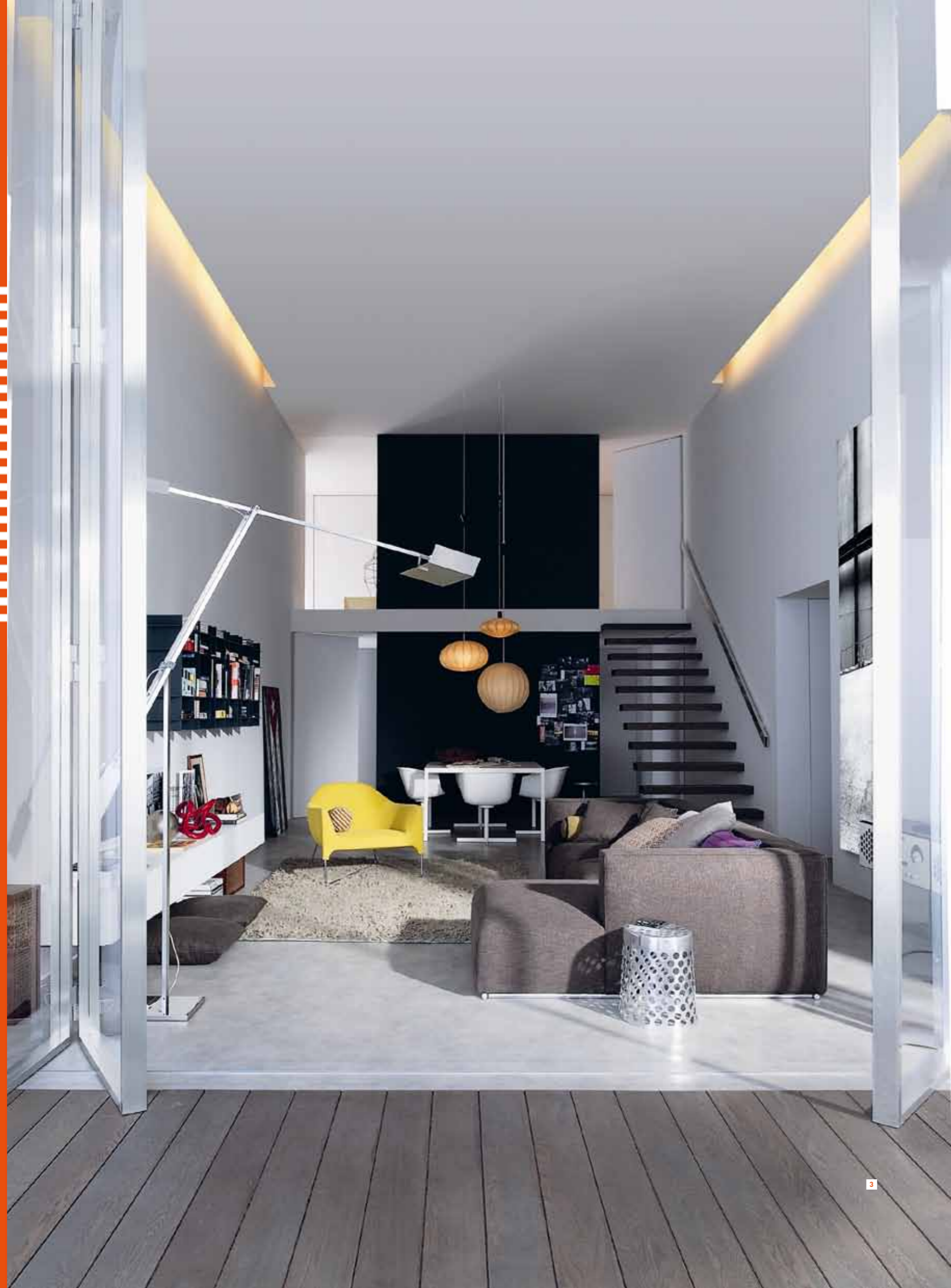
The annual report published by Assolowcost – an association of companies from Italy and abroad trading in the sector – shows that this development has gone beyond mere business forecasts to become a reality in today's society. The report underlines two facts: families who buy low-cost items can save between 1,300 and 5,000 euros a year and companies cater to this segment of the market have not only been untouched by the recession, but have increased their turnover by an estimated 6 to 8%.

A wide variety of product types are involved, including the wood-furnishing item sector which has been sending out some interesting signals.

Furniture manufacturers have always been keen to increase their export share and have now started to look more closely at adopting new strategies based on the concept of "Low Cost - High Value", an expression that doesn't refer directly to the price of the product or service but to new and more efficient production and marketing methods. This attitude to the production process aims to reduce prices without affecting the quality of the raw materials, the production system or the service on offer. Some economists believe that many companies will adopt this approach over the next two decades.

It is no secret that the younger generation of Italians are keen on low-cost designer interiors and that there is room in the market for an alternative to the usual Ikea option.

Opportunities to make savings without having to compromise too much on quality are there to be had: Mondoconvenienza,



3



4



5

3-4-5. Progetto "My Life In 80M²", un catalogo completo per arredare 80mq con una spesa di 30mila euro, da Poliform. The project "My Life In 80M²" is a complete catalogue from Poliform for furnishing an 80m² apartment with a budget of just 30,000 euros.

intorno più approfonditamente e a puntare su strategie innovative, fondate sul concetto di "Low Cost High Value", un'espressione che non si riferisce direttamente al prezzo del prodotto o del servizio ma ad un nuovo e più efficiente modo di interpretare la produzione e la commercializzazione di questi. Una filosofia produttiva che consente di ridurre i prezzi senza inficiare la qualità della materia prima, quella del processo di lavorazione o del servizio offerto. Un approccio considerato da molti economisti come il paradigma organizzativo che guiderà la gestione delle imprese nei prossimi venti anni. Che in Italia, in special modo tra i giovani, vi sia una diffusa domanda di arredo "di design" a costi contenuti, un bisogno concreto di tracciare un'alternativa alla "solita" Ikea, non è un segreto.

Emmelunga, Italiarredo, Gran Casa, Mobil-discount, to name a few. But now it seems they are no longer enough. Today's consumer is more discerning in terms of taste and style and wants worthwhile solutions that offer the right combination of price, quality and good looks.

The Italian furniture industry has spotted this trend and is adopting a low-cost approach as a recession-busting remedy. According to a 2010 survey called "Design low cost" involving 50 businesses from the wood/furnishing sector carried out by the Chamber of Commerce Monza-Brianza, 30% of the firms operating in the sector in the Lombardy region already produce low-cost lines and 7% are considering doing so. Statistics tell us that last year the lowest priced items outsold more traditional solutions by 9%, while the price to the consumer fell by an average of 20%. And according to those surveyed this was achieved without reducing the quality of the end product.

Among the big names that are taking part in this project are designer labels such as Poliform and Flou. More specifically Poliform has developed a program called "My Life in 80M²", a complete catalogue of items that will furnish an 80m² apartment for 30,000 euros. The idea is aimed at students, young couples and singles living on a limited budget who are looking for genuine and innovative solutions without having to compromise on quality. "My Life in 80M²" was assembled from among carefully selected items from collections by Poliform and Varenna; each article underwent functional analysis and was produced using new automated technology able to perform drilling, assembly and milling operations as well as to run entire product lines – all 100% made in Brianza!

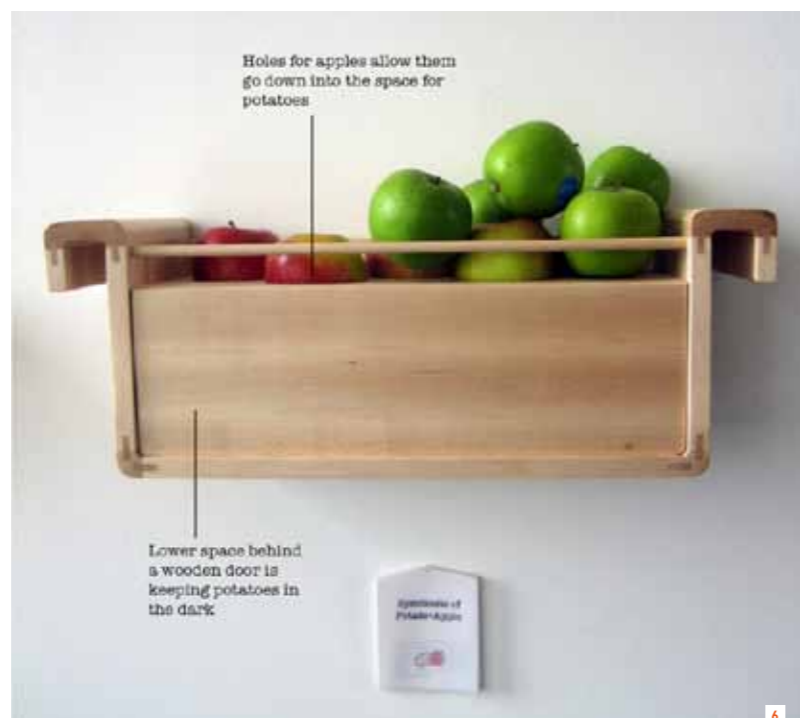
Valcucine is another name that is banking on low-cost solutions with its "De Mode" project. This new brand is designed with young people living on starter salaries in mind and the same sustainable production criteria as those of the company's more conventional lines are applied.

More and more Italian businesses are introducing low-cost lines alongside their existing ranges which gives customers the chance to choose products from both. However it is also true that a nation-wide initiative of this type is not easy to organise because the intrinsic features of made-in-Italy products are achieved at a price. So an Italian low-cost operation such as the one we have described would not only be about reducing prices but also optimizing production processes and the distribution channels.

Le occasioni di risparmiare, senza sottoliziarsi troppo sulla qualità delle offerte, non mancano: Mondoconvenienza, Emmelunga, Italiarredo, Gran Casa, Mobildiscount. Ma, a quanto pare, non basta più. Il consumatore è più raffinato nei suoi orientamenti di gusto e vuole soluzioni valide, in grado di offrire un giusto compromesso tra prezzo, qualità e bellezza.

Probabilmente l'industria italiana del mobile ha recepito bene questo segnale, adottando l'approccio low come antidoto alla crisi. Secondo quanto emerge dall'indagine "Design low cost" realizzata nel 2010 dall'Ufficio Studi della Camera di Commercio di Monza e Brianza su un campione di 50 imprese lombarde specializzate nel settore legno-arredo, in Lombardia il 30% circa delle imprese di settore possiede già una linea low cost e il 7% sta pensando di realizzarla. I dati ci dicono che lo scorso anno la linea a prezzi più bassi ha venduto il 9% in più rispetto a quella tradizionale, con un prezzo finale al pubblico ridotto in media del 20%. Tutto questo, senza incidere, a loro detta, sulla qualità finale del prodotto.

Tra le aziende d'eccellenza coinvolte nel progetto ci sono anche griffe come Poliform e Flou. Nel dettaglio, Poliform ha sviluppato un programma "My Life in 80M²", un catalogo completo per arredare 80mq con una spesa di 30 mila euro. Un progetto dedicato a studenti, giovani coppie, single con un limitato potere di acquisto che chiedono soluzioni concrete e innovative, senza trascurare la qualità. "My Life in 80M²" è il risultato di un'attenta selezione delle collezioni Poliform e Varenna, dove ogni scelta è la conseguenza di una approfondita analisi funzionale, puntando su nuove tecnologie automatizzate, in grado di forare, inserire, fresare, praticamente di gestire intere linee



6-7. "Save the food from fridge", di Jihyun Ryou alla Eindhoven Design Academy. "Save the food from fridge", by Eindhoven Design Academy graduate Jihyun Ryou.

8. Libreria prodotta con riuso di contenitori industriali dall'azienda tedesca Schellmann. A bookshelf produced using old industrial containers by German firm Schellmann.

9. Cucina Meccano "De Mode", di Valcucine. The Meccano "De Mode" kitchen by Valcucine.

10. Padiglione spagnolo a Shanghai Expo, progettato dall'architetto Benedetta Tagliabue. Ogni pannello in vimini, lavorato a mano, è stato prodotto in maniera tradizionale sia in Cina che in Spagna.

The Spanish Pavilion at Shanghai Expo, designed by architect Benedetta Tagliabue. Each wickerwork panel is handmade and produced using traditional methods in China and Spain.



di prodotto. Tutto 100% made in Brianza! Anche Valcucine punta sul low cost, con il progetto "De Mode", un nuovo marchio rivolto ai giovani con disponibilità economiche ridotte, il cui prodotto rispetterà comunque gli stessi criteri di sostenibilità della linea tradizionale.

E sono sempre più le imprese italiane che affiancano ai prodotti della linea generale quelli low cost, permettendo ai clienti di poter scegliere tra entrambe le linee di produzione. È anche vero che la messa a punto di un'offerta nazionale di questo tipo non risulta essere di facile impresa, perché le caratteristiche che qualificano il made in Italy costano. L'operazione low cost all'italiana, dunque, non è solo prezzo basso, bensì il risultato di un'ottimizzazione dei processi industriali e distributivi a monte.

È un modello di business più sofisticato che gioca su un mix inedito di valori: la qualità e il prezzo basso. Accanto a questa direzione, oggi, se ne delinea un'altra, volta a definire il Design low cost. Nasce da una creatività spontanea, da una partecipazione attiva al progetto, fondata principalmente sul ri-uso, meglio, sull'uso mutato che si può fare degli oggetti una volta esaurita la loro funzionalità. Del resto, secondo alcuni autorevoli protagonisti del design italiano il miglior progetto non è necessariamente quello che passa dall'ufficio brevetti, dopo essere stato

concepito negli studi di architettura e di design, ma anzi è, spesso, quello che nasce nella semplicità della vita di tutti i giorni e che vive delle geniali intuizioni della "gente comune". Non a caso, Bruno Munari aveva dedicato il "Compasso d'Oro a ignoti". I protagonisti di questo rinnovato spirito progettuale sono sempre i giovani, soggetti scovati da istanze commerciali e più attenti alla sperimentazione. "Save Food from the Fridge" è un progetto di laurea di Jihyun Ryou alla Eindhoven Design Academy. Rimette in discussione i nostri presupposti sulla conservazione dei cibi in frigorifero. Tutte possibilità che ci permettono di coadiuvare due risultati: cibi più sani insieme ad un minore dispendio di energia, quella risparmiata rispetto alla conservazione in frigo. A patto di disporre di una cucina più che spaziosa e con grandi pareti libere.

E per saperne di più? Sfogliate il libro "Low-cost Design" di Daniele Pario Perra, il risultato di una vasta ricognizione compiuta tra il Nord Europa e il Sud del Mediterraneo, attraverso la quale ha documentato migliaia di esempi di creatività spontanea, un quadro di grande interesse sotto il profilo sociologico, urbanistico ed etnografico. Un libro che ci rende partecipi di uno sguardo trasversale, non disciplinare, eclettico ed eretico sulla nostra vita quotidiana.

This is a more sophisticated business model consisting of a previously unexplored combination of quality and low prices.

In the meantime another attempt to define low-cost design is making headway. It consists of exploring creative ways of re-using objects that have outlived their original purpose by converting them to alternative uses in constructive ways. According to some influential names in Italian design the best projects are not necessarily those involving the patent office or architectural and design studios. Often they can emerge from the simplicity of everyday life and are the fruits of the inventiveness and ingenuity of ordinary people. Indeed it's no coincidence that Bruno Munari dedicated his "Golden Compass" to the "unsung heroes" of design. Leading this renewed spirit of enterprise are, as always, the emerging talents of youngsters who have no interest in the commercial side but are passionate about experimentation.

"Save Food from the Fridge" is the thesis project of Jihyun Ryou of the Eindhoven Design Academy. It challenges our assumptions about refrigeration as a method of food conservation and offers us the chance to achieve not one but two goals: healthy food and, by using refrigeration less, lower energy expenditure. All you need is a big kitchen and plenty of free wall space for storage. Want to know more? Take a look at "Low-cost Design", a book by Daniele Pario Perra, who has collected documented examples of thousands of spontaneous and creative projects from northern European and southern Mediterranean countries. The information the book contains draws some very interesting conclusions about sociology, urban living and the ethnic makeup of our society and gives us a multi-faceted, across-the-board look at our daily lives that is both eclectic and unorthodox.