

01/2022

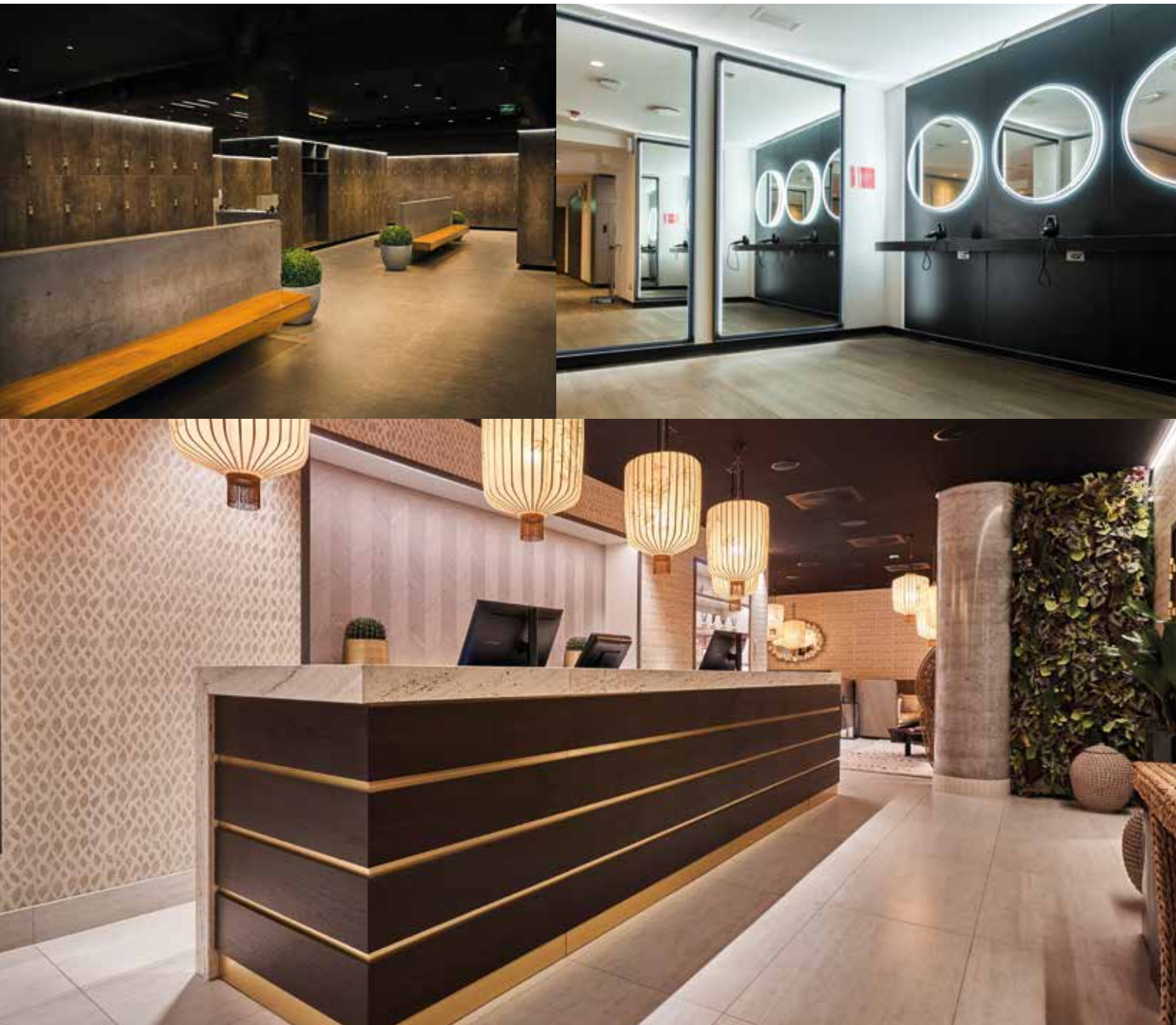
SPACES

THE FIT INTERIORS MAGAZINE

**fit
interiors**

**Virgin Active
From 1Rebel to B-Fit
Darsena del Sale
The future is now
Welcome to Britannia**

DESIGN FIRST.



**fit
interiors**

furniture for gyms,
health and golf clubs,
spa&wellness, hotel,
medical and corporate

CONTENT

CONTENUTI

01/2022

SPACES

THE
FIT INTERIORS
MAGAZINE

Gruppo P&G srl
Via Emilia, n. 3916,
47020 Longiano (FC), Italy
tel. (+39) 0547 58746
info@gruppopeg.com

- 4** **An italian story**
Una storia italiana
- 6** **Virgin Active**
- 12** **From 1Rebel to B-Fit**
Da 1Rebel a B-Fit
- 16** **Darsena del Sale**
- 20** **Collective lockers for museums**
Armadi collettivi per musei
- 26** **The future is now**
Il futuro è adesso
- 31** **Dieter Rams, less but better**
Dieter Rams, meno ma meglio
- 34** **Speaking of style**
Parliamo di stile
- 43** **News**
- 44** **Lean production**
- 48** **Illustrious italian teams**
Gloriose squadre italiane
- 50** **Padel mi amor**
Padel amore mio
- 54** **Welcome to Britannia Hotel & SPA**
Benvenuti al Britannia Hotel e SPA
- 58** **The wellness experts**
Gli esperti del benessere
- 60** **Audace is glamour**
Audace è glamour
- 66** **FIBO 2022**

AN ITALIAN STORY

A design idea that becomes shared value, experience and innovation: the Fit Interiors vision is clear, and looks towards a sustainable future, inspiring and improving it.

→ Interview with Andrea Pavolucci, Fit Interiors CEO

What are the key milestones in your history?

The company was founded in 1978 by my father and started producing lockers for the fitness sector in the late 1980s. We bought the Fit Interiors brand in 2007 and opened new premises in Longiano, then a subsidiary in Germany in 2015. By 2019, we were producing 25,000 lockers. The central idea has always been one of my father's lessons: "Good is not enough. To come together, every component must be perfect".

The last few years have been a challenge for your sector too. How have you approached them?

We have focused on strategies to improve production flow, without forging value and quality for our customers. Our advantage is that we work in several sectors, so the temporary closure of gyms and spas meant we could concentrate on centres dedicated to outdoor sports, like padel, for example

Design and identity: how has storytelling changed and what are your customers looking for now?

Customer experience has always been key for us. Our claim – design first – refers precisely to the ability to find a balance between aesthetics and function in every space we furnish. Design is therefore, the language a brand uses to express its values.

How have you included sustainability in your production cycle?

Thanks to two key choices: firstly, lean production that focuses on reducing waste by producing only the material necessary and secondly, the use of wood and wood by-

products supplied by FSC – Forest Stewardship Council® certified producers.

What are your short-term objectives and what does the future hold?

Both myself and my sister, the Chief Financial Officer at Fit Interiors, would like the company to grow and increasingly become a place to enjoy with our collaborators, where profit is a tool for improving and creating value for our customers, where design flows through every space and human capital is at the heart of a common vision.

UNA STORIA ITALIANA

Un'idea di design che diventa valore comune, esperienza e innovazione: la visione di Fit Interiors è chiara e guarda verso un futuro sostenibile, capace di ispirare e migliorare.

→ Intervista ad Andrea Pavolucci CEO di Fit Interiors

Quali sono state le tappe fondamentali della vostra storia?

Nel 1978 mio padre ha fondato l'azienda, cominciando a produrre armadi per il settore fitness alla fine degli anni 80. Abbiamo acquisito nel 2007 il brand Fit Interiors e aperto un nuovo stabilimento a Longiano, poi la filiale in Germania nel 2015 fino a raggiungere il traguardo di 25mila armadi prodotti all'anno nel 2019. Il filo conduttore è sempre stato un insegnamento di mio padre: "Buono non è abbastanza. Per unirsi tra



loro, ogni componente dev'essere perfetto".

Gli ultimi anni sono stati una sfida anche per il vostro settore. Come li avete affrontati?

Abbiamo reagito focalizzandoci sulle strategie per migliorare il flusso produttivo senza mai rinunciare al valore per i nostri clienti. Il vantaggio è che lavoriamo su più settori, quindi la chiusura temporanea delle palestre e delle Spa ci ha permesso di concentrarci sui centri dedicati agli sport all'aperto, come ad esempio il Padel.

Design e identità: com'è cambiato lo storytelling degli ambienti e cosa cercano oggi i vostri clienti?

La customer experience è stata sempre centrale per noi. *Design first*, il nostro claim, si riferisce proprio alla capacità di trovare l'equilibrio fra estetica e funzionalità in ogni ambiente che arrediamo. Il design è, quindi, il linguaggio attraverso cui un brand sa esprimere i suoi valori.

Come avete incluso la sostenibilità nel vostro ciclo produttivo?

Con due scelte principali: da una parte la Lean Production rivolta a ridurre gli sprechi producendo solo il materiale necessario, dall'altra l'impiego di legno e derivati forniti da produttori certificati FSC – Forest Stewardship Council®

Quali sono gli obiettivi che vi ponete a breve e per il futuro?

Sia io che mia sorella, CFO di Fit Interiors, vorremmo che l'azienda cresca con l'obiettivo di essere sempre più un luogo da vivere insieme ai nostri collaboratori, in cui il profitto è uno strumento per migliorare e creare valore per i clienti, dove il design si respira in ogni ambiente e il capitale umano è al centro della visione comune.

VIRGIN ACTIVE

FITNESS, FUN AND WELL-BEING WITHOUT LIMITS

The design style in Virgin Active clubs is modern and urban, perfect for offering a beautiful and stimulating environment, where furnishings and fitness are in perfect harmony.

**FITNESS,
DIVERTIMENTO
E BENESSERE
SENZA LIMITI.**

Il design dei club Virgin Active ha uno stile urban e moderno, perfetto per offrire un ambiente bello e stimolante dove arredi e fitness dialogano fra loro in armonia.

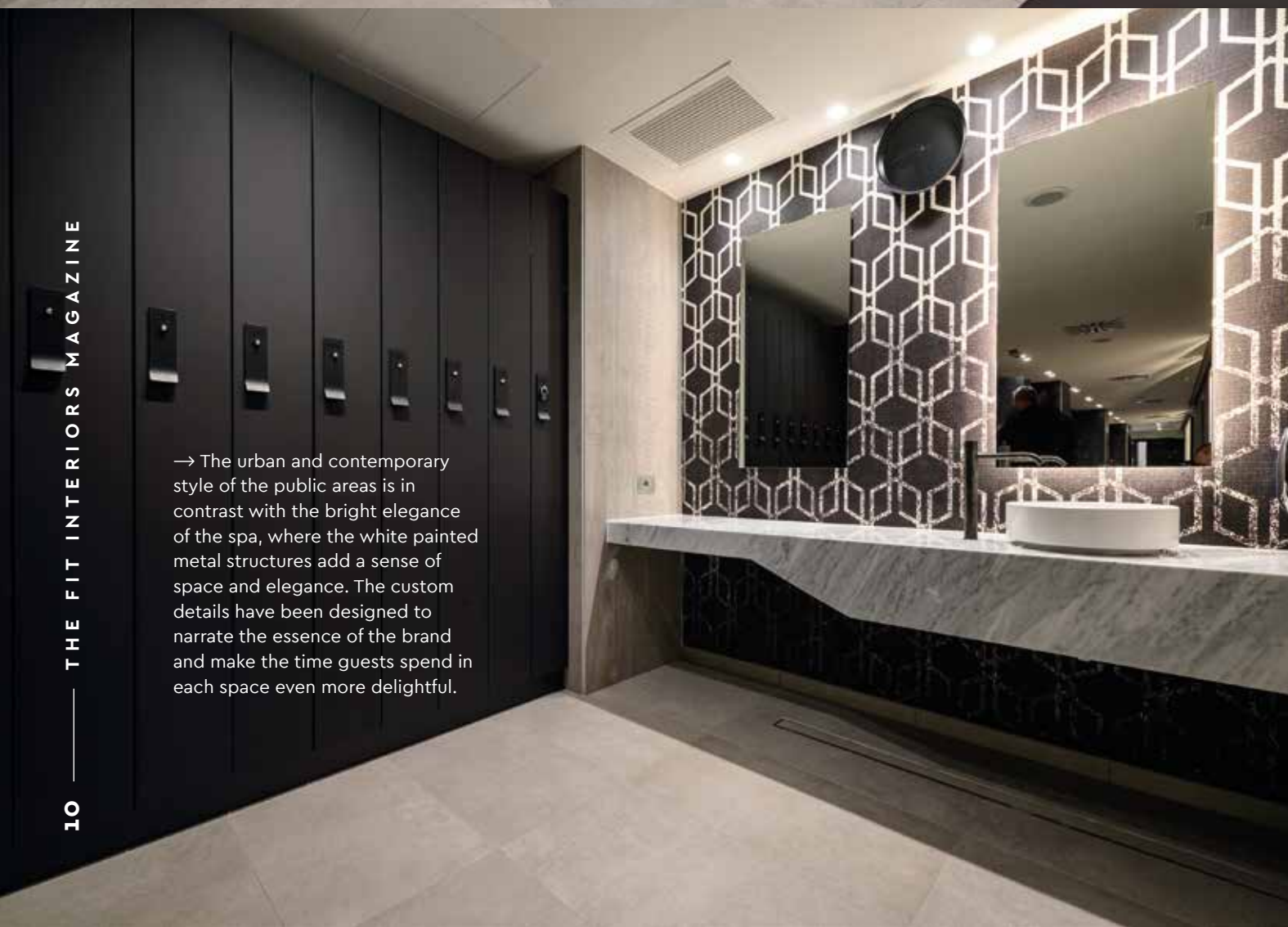


→ The new Virgin Active centre in Naples joins the portfolio of clubs furnished by Fit Interiors in collaboration with the leading fitness centre chain. The project, designed by architect Franco Scaglia, reiterates the brand codes through colours – like black and oak – that emphasise the geometric lines of the interiors. The space has been designed to welcome and guide visitors on an itinerary designed to take care of the body, from the activity rooms fitted with all the latest equipment, to the relaxing changing rooms and the wellness centre.

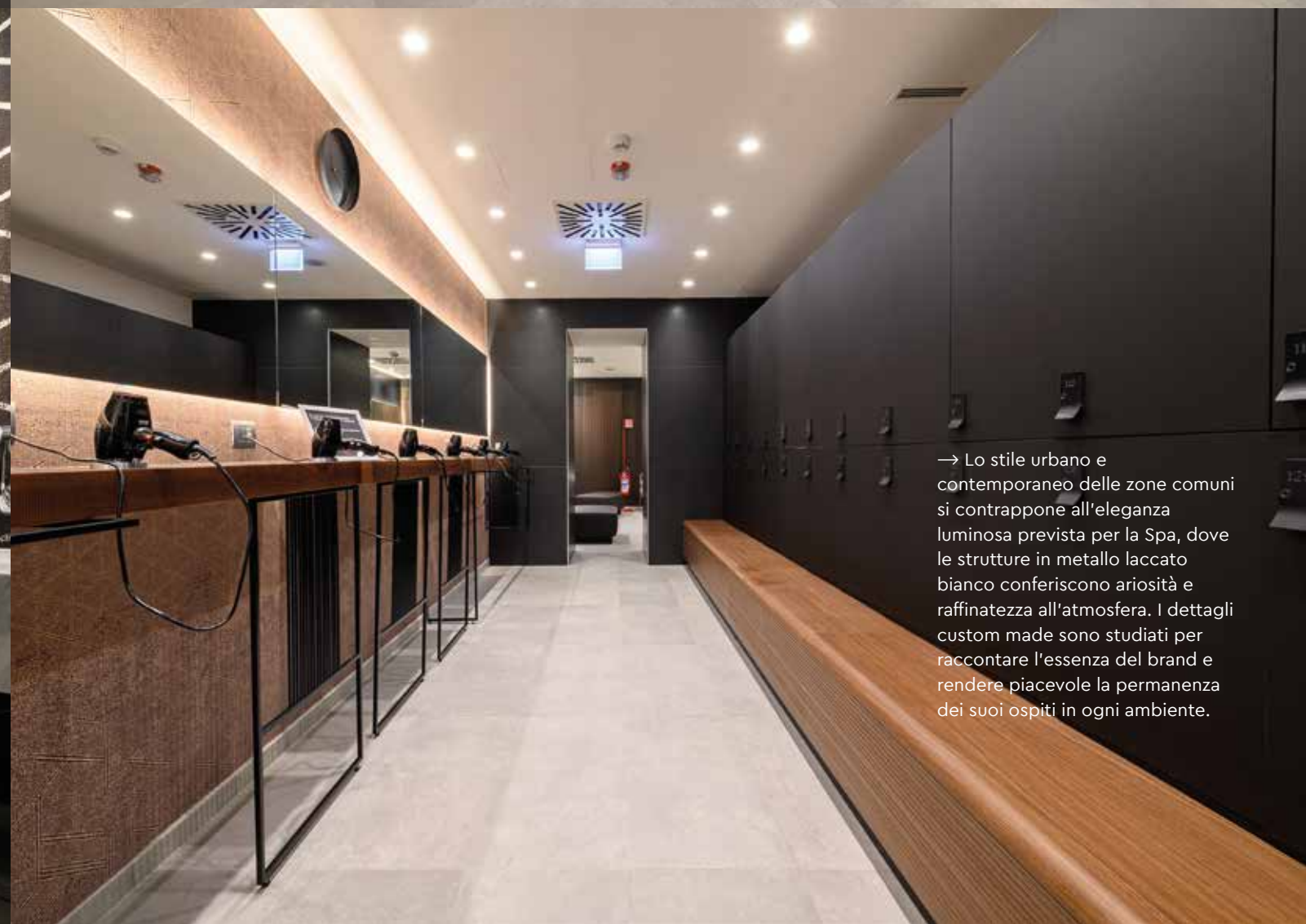
→ Il nuovo centro Virgin Active di Napoli si unisce al portfolio di club arredati da Fit Interiors in collaborazione con l'importante catena di centri fitness. Il progetto, realizzato dall'architetto Franco Scaglia, riprende i codici del brand attraverso i colori, come il nero e il rovere, che enfatizzano le linee geometriche degli elementi di interior. Lo spazio è studiato per accogliere e guidare i visitatori in un percorso pensato per la cura del corpo, dalle sale per l'attività fisica che ospitano le attrezzature più innovative fino agli spogliatoi per il relax e al centro benessere.



arch. Franco Scaglia



→ The urban and contemporary style of the public areas is in contrast with the bright elegance of the spa, where the white painted metal structures add a sense of space and elegance. The custom details have been designed to narrate the essence of the brand and make the time guests spend in each space even more delightful.



→ Lo stile urbano e contemporaneo delle zone comuni si contrappone all'eleganza luminosa prevista per la Spa, dove le strutture in metallo laccato bianco conferiscono ariosità e raffinatezza all'atmosfera. I dettagli custom made sono studiati per raccontare l'essenza del brand e rendere piacevole la permanenza dei suoi ospiti in ogni ambiente.

FROM 1REBEL TO B-FIT

The co-founder and CEO of Armah Sports Company in Saudi Arabia talks about the latest developments in the most exclusive fitness clubs, a sector he has managed with great success for almost twenty years.

Fahad Alhagbani



DA 1REBEL A B-FIT

Il Cofondatore e CEO di Armah Sports Company in Arabia Saudita racconta delle ultime novità dei club più esclusivi dedicati al fitness, settore che da quasi vent'anni gestisce con grande successo.

→ Smart club, agreement with 1Rebel and B-Fit, ability to reinvent itself: Fahad Alhagbani has been successfully running some of the world's most exclusive fitness clubs for twenty years. Great passion and a vision focused on the latest trends in the sector and technology. To offer members the very best.

What was your approach to the world of fitness?

Since Day One my approach was about passion – I love fitness and all about it: the industry, the equipment, the people, the vibes, the lifestyle, and how fitness can dramatically change people's lives and society's mindset. Having lived in this field for so long made me realize that no other industry could have the same fun, energy and dynamics like fitness, and this I'm grateful for. Living everyday knowing that you are helping to change people's habits and health for the better gives you a priceless satisfaction.

When did the collaboration with Fit Interiors start?

The first order we did with Fit Interiors was back in 2006. Wow, that's 16 years ago! I have to say

that it is one of the most successful business relationships we have with our international partners. From product development to communication and the mutual respect all helped in growing the relationship which translated to what we have today. We see Fit Interiors as one of the reasons we are successful, through their products we were able to deliver the experience and service that our members expect from us.

From Fitness Time to B_FIT & OPTIMO, what were the turning points?

We started Fitness Time back in 2006, growing it to a chain of 150 clubs before leaving in 2018. We built those clubs based on what was new and trendy in the industry at the time, and I think we pulled it off. We were successfully able to serve the different genders, ages and categories within Saudi society. Today is totally different story, first of all we are 16 years later! Technology and fitness have evolved so much the past years and we had to take this into consideration.

Your clubs are always the benchmark for design and

innovation, can you give us some examples? Tell us about the different brands you are developing.

When we started the new venture, we wanted to reinvent fitness, to come up with differentiating concepts and unique experiences. The current trends in technology and fitness gives you so much to utilise and allow you to invent your own module. The industry is growing rapidly and if you don't innovate you will be left behind.

From design perspective, we always believe in investing in interior design which can satisfy members taste and make them feel value for the membership they paid for. Don't underestimate how design can make members feel in their own environment, another space.

Our new concepts B_FIT and OPTIMO are the new generation of fitness clubs, or in another way what we call them "Smart Clubs". We have built an ecosystem in our new clubs which will enable members to feel connected throughout the club and enjoy what technology can bring on the table to maximize experience and entertainment.

→ Smart club, accordo con 1Rebel e B-Fit, capacità di reinventarsi: da vent'anni Fahad Alhagbani gestisce con successo alcuni fra i club più esclusivi del mondo dedicati al fitness. Tanta passione e una visione attenta alle novità di settore e della tecnologia. Per offrire solo il meglio ai propri membri.

Qual è stato il tuo approccio al mondo del Fitness?

Fin dal primo giorno il nostro approccio si è basato sulla passione. Amo il fitness e tutto ciò che lo riguarda: l'intero settore, le attrezzature, le persone, le vibrazioni, lo stile di vita. Soprattutto perché il fitness può aiutare a cambiare radicalmente la vita delle persone e la mentalità della società. Sono molto grato di aver vissuto in questo campo per così tanto tempo perché mi ha fatto capire che nessun altro settore può avere lo stesso divertimento, energia e dinamica come il fitness.

Da quando è iniziata la collaborazione con Fit Interiors?

Abbiamo fatto il nostro primo ordine da Fit Interiors nel 2006. Wow, sono passati 16 anni! È una

delle nostre relazioni di maggior successo perché dallo sviluppo del prodotto fino alla comunicazione ogni fase si basa sul rispetto reciproco, che ha contribuito a far crescere la stima fra le nostre due realtà. Attraverso i prodotti Fit Interiors siamo sempre riusciti a offrire esperienze e servizi di alto profilo ai nostri clienti.

Da Fitness Time a B-FIT & OPTIMO, quali sono stati i punti di svolta?

Abbiamo avviato la catena Fitness Time nel 2006 e prima di lasciarla nel 2018 avevamo all'attivo 150 club, costruiti seguendo e influenzando i trend del settore, con l'obiettivo di servire nel migliore dei modi tutti i diversi generi della società saudita. Oggi è tutta un'altra storia: la tecnologia e il fitness si sono evoluti così tanto negli ultimi anni e abbiamo dovuto tenerne conto, aumentando sempre più il livello dei nostri club.

I tuoi club sono sempre il punto di riferimento per design e innovazione, puoi farci qualche esempio? Parlaci dei diversi marchi che stai sviluppando.

Quando abbiamo iniziato la nuova avventura, volevamo reinventare

il fitness, creare concetti che facessero la differenza e creassero un'esperienza unica nei nostri club. Le tendenze attuali nel campo della tecnologia e del fitness permettono davvero di rivoluzionare completamente il proprio approccio in un determinato ambiente. Il settore sta crescendo rapidamente e se non punti sull'innovazione rimarrai indietro.

Dal punto di vista del design, crediamo sempre nell'investire in un tipo di progettazione per gli interni che possa soddisfare i gusti dei membri e far sentire loro il nostro apprezzamento per l'abbonamento che hanno pagato. Questo è un concetto fondamentale che noi teniamo sempre in considerazione quando immaginiamo il design di un ambiente per i nostri ospiti. I nostri concept per B_FIT e OPTIMO sono la nuova generazione di fitness club, quelli che noi chiamiamo "Smart Club". Abbiamo costruito un ecosistema che consentirà ai membri di sentirsi connessi in tutto il club e di godere di ciò che la tecnologia può offrire per massimizzare l'esperienza e l'intrattenimento, in ogni momento della loro permanenza nei nostri centri.



DARSENA DEL SALE

A former 18th-century warehouse brought back to life, thanks to extraordinary refurbishment work, to host food, art, culture and wellness, with design by exceptional partners.

L'ex Magazzino del Settecento rinasce con un intervento di recupero straordinario e ospita cibo, arte, cultura e benessere con un design curato da partner d'eccezione.

→ The project's nickname says it all: ABCD Cervia, Arte Benessere Cibo e Darsena (ABCD Cervia, Art, Wellness, Food and Wet Basin). Exceptional refurbishment has brought the former Magazzino del Sale salt warehouse back to life. Built in the early 1700s on Cervia's canal harbour it became a naval museum, but was then closed for many years. It is now an icon, not only for the city but the entire area, focusing on values that have always been synonymous of good living.

→ Il soprannome dato al progetto dice già tutto: ABCD Cervia, Arte Benessere Cibo e Darsena. Un recupero straordinario ha ridato splendore all'ex Magazzino del Sale costruito all'inizio del Settecento sul Porto Canale di Cervia. Trasformato in un museo navale e poi chiuso per lungo tempo, oggi diventa icona non solo della città ma dell'intero territorio, puntando sui valori che da sempre sono sinonimo di buon vivere.

DARSENA DEL SALE



→ Over 3,000 m² indoors, over three floors, and about 20,000 m² outdoors. An architectural project inspired by sustainability and a vision of furnishing design capable of consecrating the historical beauty of the site with a contemporary touch that looks to the future. The interior design was curated by Visionnaire: Leopoldo Cavalli, founder and CEO of the brand leader on the international luxury design scene, had great faith in the full refurbishment of the Darsena del Sale and the huge potential of a hub like this. The industrial style of the site was celebrated by leaving the walls and part of the structure exposed, whilst the vintage-inspired furnishings are perfectly suited to a modern, trendy environment.

→ Oltre tremila metri quadrati interni divisi su tre piani e circa ventimila metri quadrati esterni, un progetto architettonico ispirato alla sostenibilità e una visione del design degli arredi capace di consacrare la bellezza storica del luogo con un tocco contemporaneo che guarda al futuro. Il progetto di Interior è stato curato da Visionnaire: Leopoldo Cavalli, fondatore e CEO del brand leader della scena internazionale del design di lusso, ha creduto fortemente nell'intero recupero della Darsena del Sale e nelle enormi potenzialità di un polo attrattivo come questo. Il concept degli arredi rispecchia questa visione: lo stile industriale del luogo viene celebrato lasciando a vista i muri e parti della struttura mentre gli arredi raccontano un'ispirazione vintage ma perfettamente declinata in un ambiente moderno e attuale.

→ **above, Leopoldo Cavalli, CEO of Visionnaire who believed and invested in the project from the start. Below, the kitchens and restaurant, the beating heart of the Darsena del Sale, with over 800 m² of space dedicated to great food and events.**

→ **in alto, Leopoldo Cavalli, CEO di Visionnaire che ha creduto e investito nel progetto dagli inizi. Sotto, le cucine e la sala ristorante, cuore pulsante della Darsena del Sale con oltre 800 mq di spazio dedicato al gusto e agli eventi.**



→ Something completely new for the building is the wellness area: furnishings in the Darsena Beauty Spa were entrusted to the expertise of Fit Interiors who designed these exclusive spaces, from the reception area, to the changing rooms and treatment rooms. Every detail - finishes, colour choices and materials - was created to accompany visitors on a journey of relaxation and wellness, in line with the values of the entire project.

→ Novità assoluta per la struttura è l'area dedicata al benessere: l'arredo della Darsena Beauty Spa è stato affidato all'expertise di Fit Interiors che ha curato il design di questi spazi esclusivi dall'accoglienza in reception, agli spogliatoi e agli spazi dedicati ai trattamenti. Ogni dettaglio - finiture, scelte cromatiche e materiali - è stato creato per accompagnare in un percorso di relax e benessere, in linea con i valori dell'intero progetto della Darsena.



COLLECTIVE LOCKERS FOR MUSEUMS

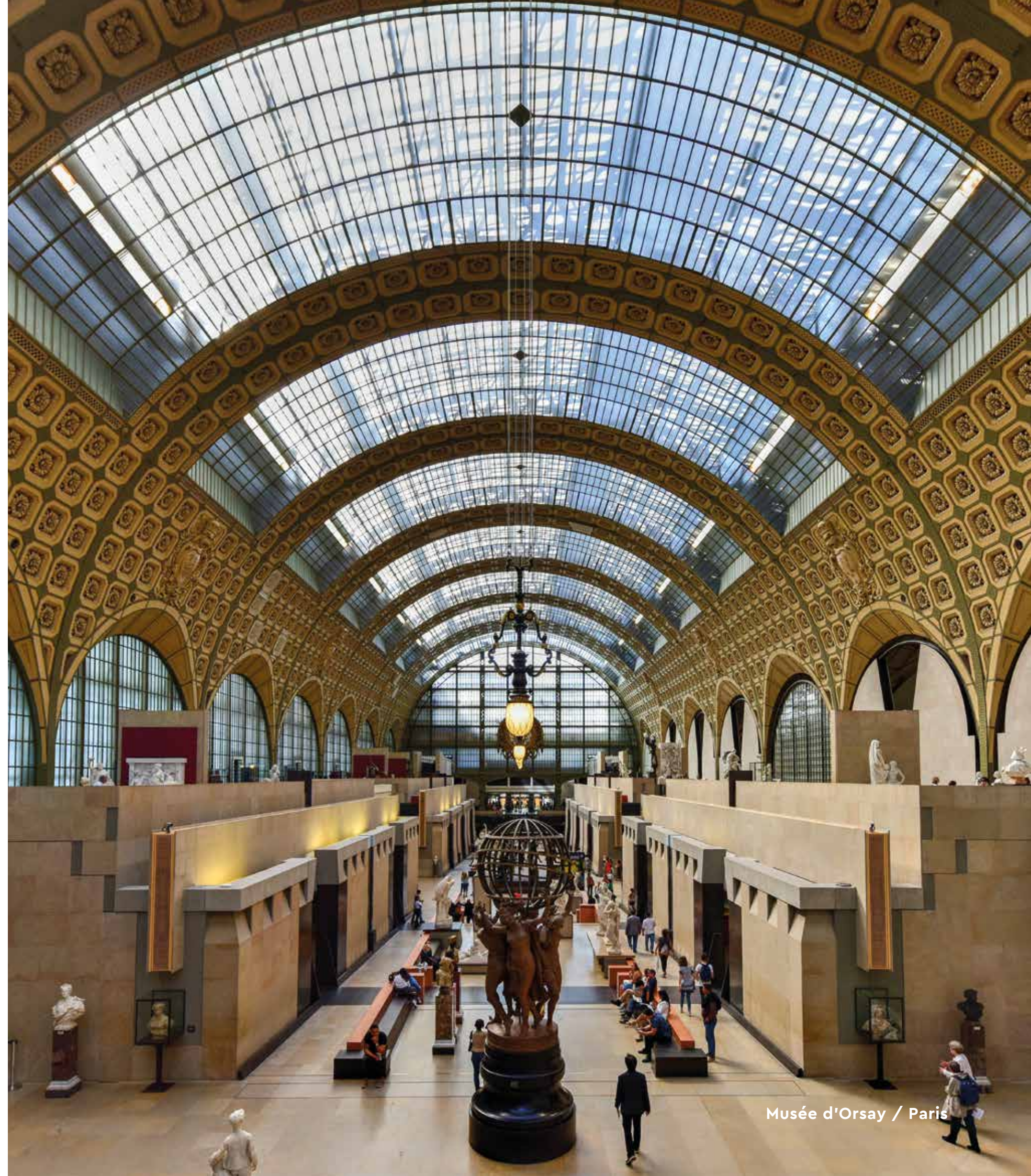
Fit Interiors brand lockers for the most prestigious European museums. Aesthetic impact for a new vision of design and hospitality.

→ Beauty and function from the very first welcome. This is the fil rouge of Fit Interiors projects for cloakrooms in some of Europe's top museums. Each project mirrored the aesthetic identity of the museum in question, narrating a very precise style choice and a modern vision of hospitality. In Paris, Fit Interiors furnished the cloakrooms at the Musée d'Orsay, the Maison Européenne de la Photographie and the Bibliothèque Nationale de France, spanning from a balance between transparencies, LED lighting and digital locks, to a combination of the natural essences of wood and modern polycarbonate. In Italy, lockers for the cloakroom in Palazzo Strozzi, a Renaissance masterpiece and a benchmark for global art, reflected the style of the venue, without forgoing contemporaneity.

ARMADI COLLETTIVI PER MUSEI

Guardaroba firmati Fit Interiors per i più prestigiosi musei europei. Estetica d'impatto per una nuova visione del design e dell'ospitalità.

→ Bellezza e funzionalità fin dai primi momenti di accoglienza. Questo il fil rouge dei progetti di Fit Interiors per i guardaroba di alcuni dei musei più importanti d'Europa. Ogni progetto ha seguito l'identità estetica del Museo in questione, raccontando una scelta stilistica ben precisa e una visione moderna dell'ospitalità. A Parigi, Fit Interiors ha arredato i guardaroba del Musée d'Orsay, della Maison Européenne de la Photographie e della Bibliothèque nationale de France spaziando dall'equilibrio fra trasparenze, LED e chiusure digitali fino al dialogo fra le essenze naturali del legno e la modernità del polycarbonato. In Italia, gli armadi per il guardaroba di Palazzo Strozzi, riferimento dell'arte mondiale e capolavoro rinascimentale, hanno rispecchiato lo stile del luogo senza rinunciare alla contemporaneità.



Musée d'Orsay / Paris

COLLECTIVE LOCKERS FOR MUSEUMS

Maison Européenne
de la Photographie / Paris



Musée d'Orsay / Paris

COLLECTIVE LOCKERS FOR MUSEUMS



Palazzo Strozzi / Florence



THE FUTURE IS NOW

A grunge look and exposed materials: the industrial style of the Factory and Next lines has seduced the most exclusive international clubs.



1Rebel
Riyadh / Saudi Arabia



Jump Training Suite
Bari / Italy



Trib3
Bristol / United Kingdom

IL FUTURO È ADESSO

Look grunge e materiali a vista: lo stile industrial delle linee Factory e Next conquista i club internazionali più esclusivi.



Trib3

→ The Factory line for Trib3 changing rooms: aluminium doors and metal grating, perforated metal numbers and mechanical combination locks. Leather and exposed plating complete the industrial-luxe atmosphere.

→ La linea Factory per gli spogliatoi Trib3: ante in alluminio e grata in metallo, numerazione in metallo traforato, serratura a combinazione meccanica. Pelli e galvaniche a vista completano l'atmosfera industrial-luxe.

THE FUTURE IS NOW

1Rebel

→ Riyadh's two new clubs have chosen the contemporary style of the Next line by Fit Interiors to furnish both the male and female changing rooms.

→ I due nuovi club di Riyadh hanno scelto la linea Next di Fit Interiors per arredare sia lo spogliatoio maschile che femminile con uno stile contemporaneo.

→ Metal is the main feature of the Next line. The three finishes – Rose Gold, Steel and Copper – adapt perfectly to the atmosphere of the venue, highlighting its uniqueness. The linear continuity of the doors creates an elegant and minimal visual impact that is iconic for industrial style.

→ Il metallo è il protagonista della linea Next. Le tre finiture – Rose Gold, Steel e Copper – si adattano perfettamente all'atmosfera del luogo, evidenziandone l'unicità. La continuità lineare delle ante crea un'armonia visiva elegante e minimale, iconica nello stile industriale.



STAINLESS STEEL



COPPER



ROSE GOLD

Jump Training Suite

→ Copper finishes, stainless steel details, housing with smartphone charging for each locker in the Next line, created for the new and sophisticated Bari-based boutique club.

→ Finiture rame, dettagli in acciaio inox, alloggi con ricarica per smartphone per ogni armadio della linea Next realizzata per il nuovo e ricercato boutique club barese.



DESIGN FIRST.



DIETER RAMS, LESS BUT BETTER

Class of 1932, profession, visionary architect. He has inspired some of the world's most famous designers, including Apple's Jonathan Ive.

→ *"Weniger, aber besser".* Less but better. Aesthetic yes, but also functional, useful, contextualised. That's how Dieter Rams described his idea of design in the 1960s and his words are more relevant than ever. It is a vision he put into practice in his many years at Braun, creating iconic products that still inspire designers around the world, in the name of the lightness of volumes, aesthetic minimalism and the joy of the experience that connects us to a product.

"Good design clarifies the product's structure. Better still, it can make the product talk. At best, it is self-explanatory".

In this, design and business are deeply connected: for Rams, an idea needs a context in which it can be tangibly implemented. By its nature, the business has to connect to human experiences and improve them.

→ *"Weniger, aber besser".* Meno ma meglio. Estetica sì ma funzionale, utile, contestualizzata. Dieter Rams definiva così la sua idea di design già negli anni Sessanta e le sue parole sono più attuali che mai. Una visione messa in pratica nei suoi lunghi anni alla Braun per realizzare prodotti iconici che ispirano anche oggi i designer di tutto il mondo nel nome della leggerezza dei volumi, del minimalismo estetico e del piacere dell'esperienza che ci lega a un prodotto.

"Un buon design chiarisce la struttura del prodotto. Meglio ancora, può farlo parlare. Idealmente, è autoesplicativo".

In questo, design e impresa sono profondamente connessi: per Rams, un'idea ha bisogno di un contesto in cui essere messa all'opera concretamente. L'impresa deve, per sua natura, legarsi alle esperienze umane e migliorarle.

Classe 1932, professione architetto visionario. Ha ispirato i designer più famosi del mondo, come Jonathan Ive della Apple.



**furniture for gyms,
health and golf clubs,
spa&wellness, hotel,
medical and corporate**



1958



→ Braun Pocket Radio designed by Dieter Rams
Apple iPod designed by Jonathan Ive

2001



→ Pocked Radio della Braun disegnata da Dieter Rams
iPod della Apple disegnato da Jonathan Ive

→ The Fit Interiors 'design first' claim is inspired by this very idea: highly impactful aesthetic research supported by an extreme focus on functionality, capable of narrating the identity of a space from the point of view of those who experience it every day.

→ Il claim "Design first" di Fit Interiors si ispira proprio a questa idea: una ricerca estetica di grande impatto supportata da un'estrema attenzione alla funzionalità, capace di raccontare l'identità di uno spazio dal punto di vista di chi lo vivrà, ogni giorno.

Dieter Rams

THE 10 PRINCIPLES FOR GOOD DESIGN

1 | Good design is innovative

The possibilities for innovation are not, by any means, exhausted. Technological development is always offering new opportunities for innovative design. But innovative design always develops in tandem with innovative technology, and can never be an end in itself.

2 | Good design makes a product useful

A product is bought to be used. It has to satisfy certain criteria, not only functional, but also psychological and aesthetic. Good design emphasises the usefulness of a product.

3 | Good design is aesthetic

The aesthetic quality of a product is integral to its usefulness because products we use every day affect our person and our well-being. But only well-executed objects can be beautiful.

4 | Good design makes a product understandable

Good design can make the product talk. At best, it is self-explanatory, saving the end user time and effort.

5 | Good design is unobtrusive

When using design to highlight a concept, you must always leave space for the viewer. Design should help people understand what you are talking about without forcing them to make an effort to understand. Design should be a 'facilitator', not a disruptive element in communication.

6 | Good design is honest

An honestly designed object does not promise qualities or characteristics that it does not possess. It must not influence or manipulate buyers and users.

7 | Good design is long-lasting

Aesthetics are subject to ageing, it's true. Fashions pass and people's tastes evolve. But good design should last as long as possible and age very slowly. The aesthetics of a product or service should not be tied to fashions but should always remain fresh, timeless.

8 | Good design is thorough down to the last detail

Nothing must be arbitrary or left to chance. Care and accuracy in the design process show respect towards the user.

9 | Good design is environmentally-friendly

Design makes an important contribution to the preservation of the environment. It conserves resources and minimises physical and visual pollution throughout the lifecycle of the product.

10 | Good design is as little design as possible

Less, but better – because it concentrates on the essential aspects, and the products are not burdened with non-essentials. Back to purity, back to simplicity.

I 10 PRINCIPI DEL BUON DESIGN

1 | Un buon design è innovativo

Le possibilità di innovazione non sono affatto esaurite. Lo sviluppo tecnologico offre sempre nuove opportunità per un design innovativo. Ma il design innovativo si sviluppa sempre in tandem con la tecnologia innovativa e non può mai essere fine a se stesso.

2 | Un buon design rende utile il prodotto

Un prodotto viene acquistato per essere usato. Deve soddisfare determinati criteri, non solo funzionali, ma anche psicologici ed estetici. Il principale obiettivo del design è di ottimizzarne l'utilità.

3 | Un buon design è esteticamente attraente

La qualità estetica di un prodotto è parte integrante della sua utilità perché i prodotti che utilizziamo ogni giorno influiscono sulla nostra persona e sul nostro benessere. Ma solo gli oggetti ben eseguiti possono essere belli.

4 | Un buon design rende un prodotto comprensibile

Un buon design fa parlare il prodotto. Quando il design è ben studiato è in grado di spiegare da solo il funzionamento dell'oggetto, risparmiando tempo e impegno all'utente finale.

5 | Un buon design non è invasivo

Quando utilizzi il design per evidenziare un concetto, devi sempre lasciare spazio allo spettatore. Il design deve aiutare a capire ciò di cui si sta parlando senza obbligare le persone a sforzarsi di comprendere. Il design deve essere "facilitatore", non un elemento di disturbo nella comunicazione.

6 | Un buon design è onesto

Un oggetto progettato onestamente non promette qualità o caratteristiche che non possiede. Non deve influenzare o manipolare gli acquirenti e gli utilizzatori.

7 | Un buon design dura nel tempo

L'estetica è soggetta ad invecchiamento, è vero. Le mode passano e i gusti delle persone evolvono. Un buon design però deve durare il più possibile e invecchiare molto lentamente. L'estetica di un prodotto o di un servizio non deve legarsi alle mode ma deve rimanere sempre fresco, senza tempo.

8 | Un buon design si riconosce nei piccoli dettagli

Nulla può essere lasciato al caso. Mettere attenzione e cura nel processo progettuale dimostra rispetto nei confronti del cliente.

9 | Un buon design si preoccupa dell'ambiente

Il design deve dare un contributo importante alla salvaguardia dell'ambiente. Deve conservare le risorse e ridurre al minimo l'inquinamento fisico e visivo per tutto il ciclo di vita del prodotto.

10 | Il buon design è meno design possibile

Meno, ma meglio. Perché si concentra sugli aspetti essenziali e i prodotti non sono gravati da ciò che non è essenziale. Ritorno alla purezza, ritorno alla semplicità.

SPEAKING OF STYLE

Colours, material and finishes narrate the identity of a place thanks to choices that create its style. Sophisticated combinations where every detail is made to be enjoyed.

PARLIAMO DI STILE

Colori, materie e finiture raccontano l'identità di un luogo attraverso le scelte che creano il suo stile. Combinazioni sofisticate fatte per essere vissute in ogni dettaglio.

→ Timeless elegance and precious materials highlight the manufacturing excellence of the furnishings. A sophisticated and efficient idea of lifestyle that narrates the fusion of design and fashion, inspired by traditional style codes, but always designed based on current needs for innovation and function.

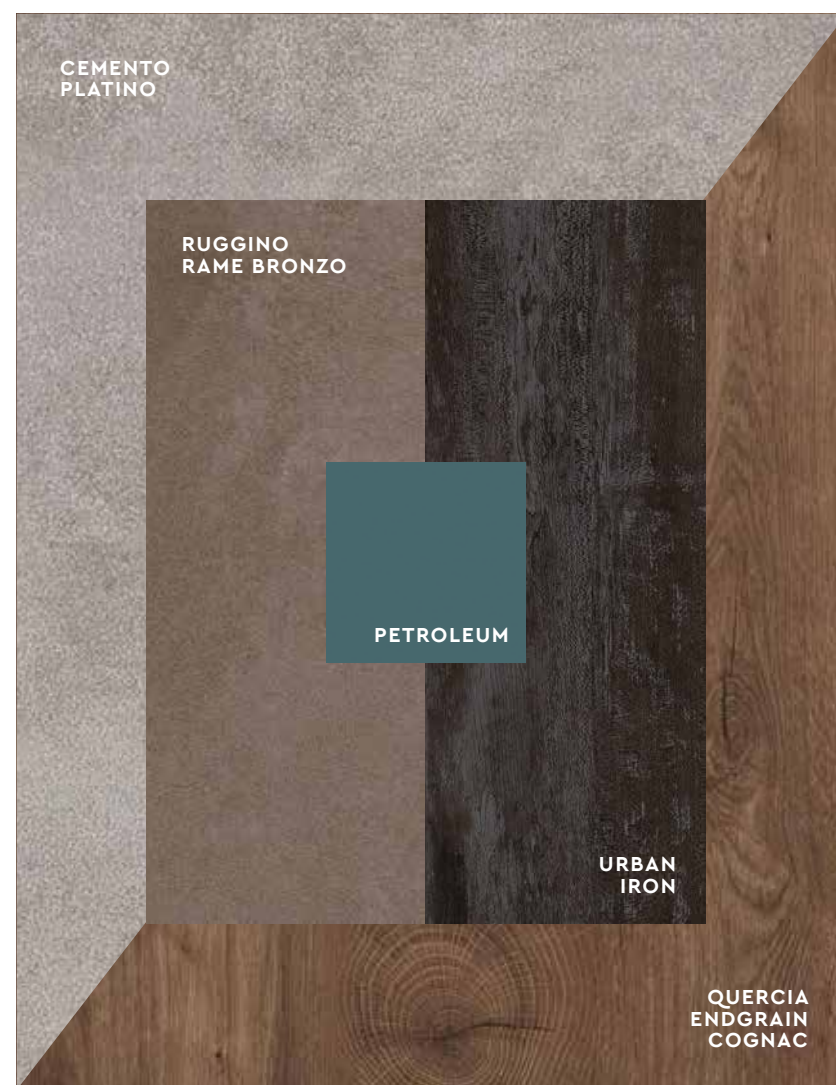
→ Eleganza senza tempo e materiali di pregio in grado di sottolineare l'eccellenza manifatturiera degli arredi. Un'idea di lifestyle sofisticato ed efficiente che racconta le contaminazioni fra design e moda, ispirate ai codici stilistici della tradizione ma sempre progettate sulle attuali esigenze di innovazione e funzionalità.

Classic Vintage



SPEAKING OF STYLE

Urban Industrial



→ A bold and contemporary personality that explodes in pop shades, like the petrol and purple used for the upholstered pieces, and expresses itself in the choice of materials, like cement and metal. The fusion of this style expresses the urban design of spaces thanks to impactful planning that expresses an idea of welcoming and sophisticated comfort.

→ Carattere grintoso e contemporaneo che esplode nelle nuances pop come il petrolio e il porpora degli imbottiti e si racconta nelle scelte materiche del cemento e dei metalli. Le combinazioni di questo stile esprimono il design urbano degli ambienti attraverso una progettualità d'impatto che esprime un'idea di comfort accogliente e sofisticata.

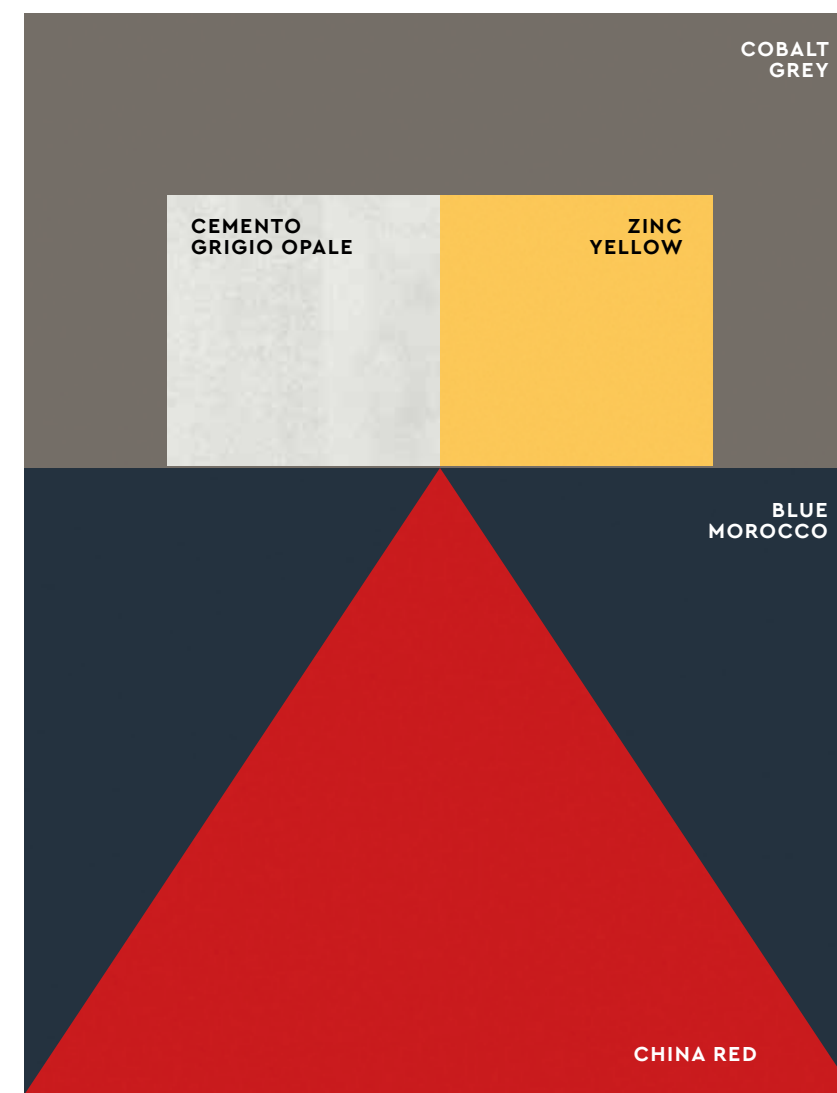
SPEAKING OF STYLE

→ Sobriety and flair in perfect harmony. The precision of cement that frames the glamorous eccentricity of the most eclectic shades for benches and seating. Welcoming and practical spaces, designed to encourage relaxation, but capable of surprising with fun hints of red, blue and yellow that bring the atmosphere to life and convey creativity and modernity.

→ Sobbrietà ed estro in perfetta armonia. Il rigore del cemento che incornicia l'eccentricità glamour delle tonalità più eccentriche pensate per panche e sedute. Ambienti accoglienti e funzionali, studiati per ospitare e invitare al relax ma che sanno sorprendere con divertenti tocchi di colore rosso, blu e giallo che accendono l'atmosfera e la rendono creativa e moderna.



Modern Pop



SPEAKING OF STYLE

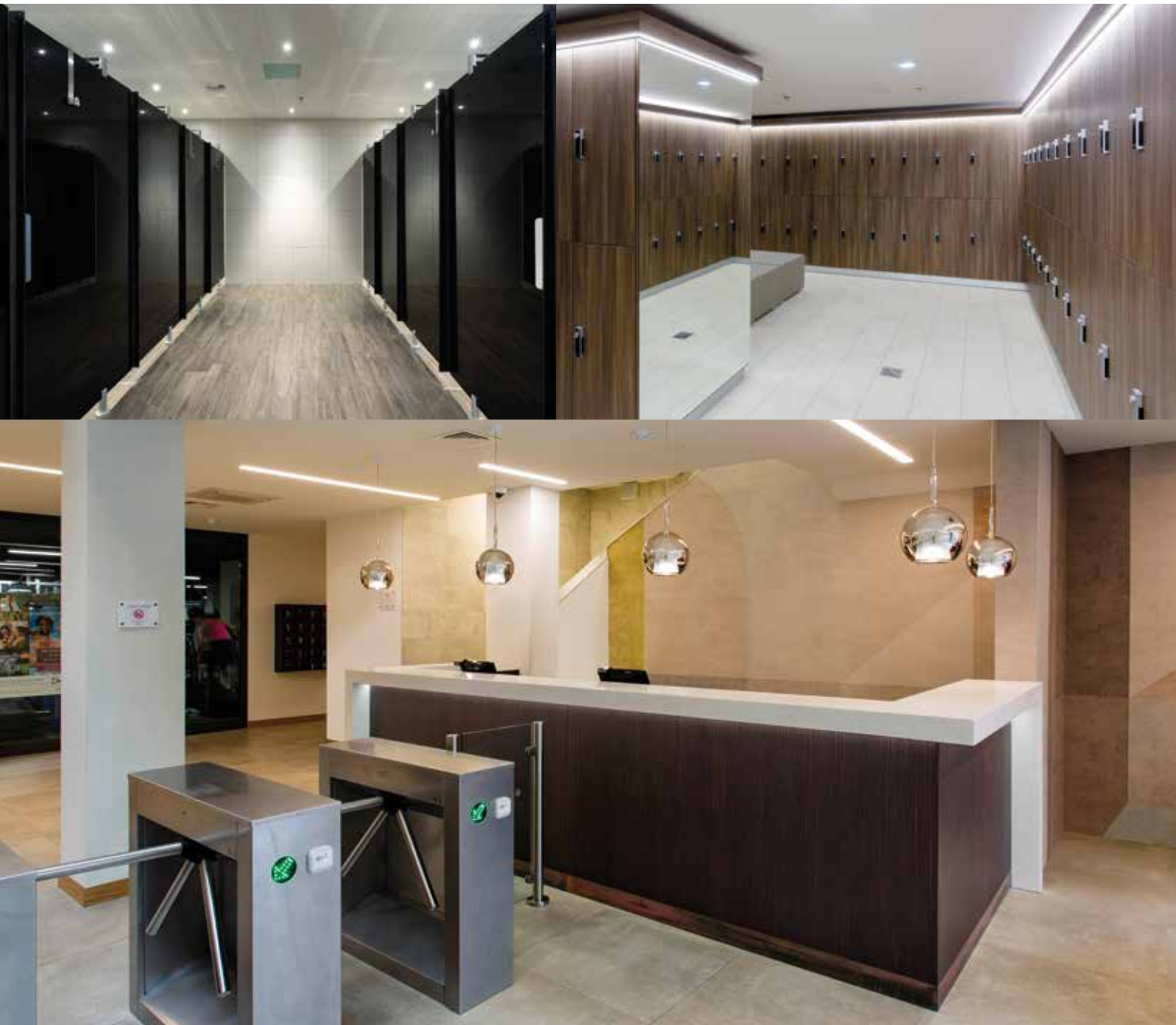
→ Light, comfort, elegance. Natural woods and pale and pastel tones that emphasise the shades of a rich and varied palette, for welcoming spaces inspired by the natural beauty of Scandinavian landscapes. Minimal elegance that gives way to functional elements.

→ Luce, comfort, eleganza. Essenze naturali e nuances tenui e pastello che enfatizzano le sfumature di una palette ricca e variegata, destinata ad ambienti accoglienti e ispirati alla bellezza naturalistica dei paesaggi scandinavi. Un'eleganza minimale che lascia spazio alla funzionalità degli elementi.

Natural Nordic



DESIGN FIRST.



NEWS

Giove Mirror

→ Giove is the new Fit Interiors mirror whose sophisticated and elegant design completes furnishings. Its simplicity adapts to many different styles and aesthetic choices, creating refined contrasts between the light of the glass, the metal frame and the soft leather belt, which is available in a choice of two colours.

The result is an accessory with a versatile design that creates light points without revolutionising the overall atmosphere of the space; a piece that is always practical thanks to its generous size.

→ Giove è il nuovo specchio Fit Interiors che completa l'arredo con un design sofisticato ed elegante. Si adatta con sobrietà a diversi stili e scelte estetiche, creando un raffinato gioco di contrasti fra la luminosità del vetro e della cornice in metallo accostati alla pelle morbida della cintura, disponibile in due colori. Il risultato è un complemento dal design versatile, capace di creare punti luce senza stravolgere l'atmosfera complessiva dell'ambiente e risultando sempre funzionale grazie anche alle dimensioni generose.



Atlas Sofa

→ The Atlas sofa is a large solution featuring measured and sinuous geometries. Its important size makes it practical and the eco-leather upholstery – available in different finishes – provides a sophisticated aesthetic.

The sofa also has a comfortable central backrest featuring micro-saddle stitching and marine wood legs. The Atlas sofa design expresses the manufacturing expertise of Fit Interiors and the premium quality of Made in Italy.

→ La seduta Atlas è una soluzione di ampie dimensioni caratterizzata dalle geometrie calibrate e sinuose. I volumi importanti la rendono funzionale senza rinunciare ad un'estetica sofisticata data dal rivestimento in ecopelle, disponibile in diverse finiture. Completano lo schienale centrale, confortevole e impreziosito da micro-impunture, e i piedini in legno marino. Il design di Atlas esprime l'expertise manifatturiera di Fit Interiors e l'elevata qualità del Made in Italy.

**fit
interiors**

**furniture for gyms,
health and golf clubs,
spa&wellness, hotel,
medical and corporate**

LEAN PRODUCTION

EVERY ACTIVITY CAN BE IMPROVED

Born in Japan in the 1940s and further developed in the 1980s, it aims to simplify production processes and make them more efficient. A choice that Fit Interiors carries forward every day.

LEAN PRODUCTION

OGNI ATTIVITÀ PUÒ ESSERE MIGLIORATA

Nasce negli anni quaranta in Giappone e viene ulteriormente sviluppata negli anni ottanta, per snellire i processi produttivi e renderli più performanti. Una scelta che Fit Interiors porta avanti ogni giorno.



LEAN PRODUCTION

A more streamlined supply chain produces without waste or delays, giving greater value to products and transmitting the efficiency and expertise of the company to customers who can thus, make more informed choices.

→ Highest quality and zero waste are the two pillars on which Lean Production is based, an expression coined by John Krafcik at the end of the 1980s, according to which rethinking the entire production process would drastically reduce excesses that give rise to waste, thereby enhancing the value of the end product and the quality of the production process itself.

Fit Interiors adopted this approach some time ago, with great benefits for the company, but above all for the value created for its customers. A more efficient production chain and less waste meant resources could focus on the quality of manufacturing and the design of each collection, with the aim of ensuring sustainability and less environmental impact.

Una filiera più snella produce senza sprechi o ritardi, dando maggior valore ai prodotti e trasmettendo l'efficienza e la competenza dell'azienda al cliente che sceglie, quindi, con più consapevolezza.

→ Massimo livello di qualità e zero sprechi sono i due pilastri sui quali si fonda la Lean production, l'espressione coniata da John Krafcik alla fine degli anni Ottanta, secondo cui ripensare l'intero processo produttivo avrebbe permesso di ridurre drasticamente gli eccessi di attività che creavano sprechi, dando maggiore valore al prodotto finale e alla qualità della lavorazione stessa.

Fit Interiors ha fatto già da tempo questa scelta, con grandi benefici per l'azienda ma soprattutto per il valore creato per i propri clienti. Una filiera più efficiente e con meno sprechi di produzione ha permesso di concentrare le energie sulla qualità della manifattura e del design di ogni collezione, con obiettivi di sostenibilità e ridotto impatto ambientale.

ILLUSTRIOUS ITALIAN TEAMS

→ Impactful aesthetics, inspired by the team colours, spaces furnished and designed for maximum comfort and customisations: the U.C. Sampdoria football club changing rooms narrate the identity of the Genoese Serie A team thanks to a particular attention to detail, including the logo and the back-lit panels with the players' names. Design created to celebrate the prestige of one of the most important Italian football clubs.

GLORIOSE SQUADRE ITALIANE

→ **Talento sportivo e design contemporaneo si incontrano nei progetti che Fit Interiors ha realizzato per gli spogliatoi dei giocatori di due grandi squadre calcistiche italiane. Gli storici club che ospitarono nomi come Baggio, Mancini, Viali e Rossi.**

→ Estetica d'impatto ispirata ai colori della squadra, spazi attrezzati e pensati per il massimo comfort e la personalizzazione: gli spogliatoi dell'Unione Calcio Sampdoria raccontano l'identità della squadra genovese di serie A attraverso un'attenzione particolare ai dettagli come il logo e i pannelli con i nomi dei giocatori retroilluminati. Un design studiato per celebrare l'importanza di uno dei club più importanti del calcio italiano.

Sporting talent and impactful design combine in the changing room projects that Fit Interiors has created for two great Italian teams; historical clubs whose former players have included Baggio, Mancini, Viali and Rossi.

→ Gli arredi di Fit Interiors per lo spogliatoio del Lanerossi Vicenza, storico club italiano che ha avuto fra i suoi nomi anche Roberto Baggio. L'alternanza dei colori bianco e rosso, iconici per la squadra, enfatizzano le linee pulite del design.

→ Fit Interiors furnishings for the changing rooms at Lanerossi Vicenza, a legendary Italian football club whose past players have included Roberto Baggio. The alternating red and white of the team's iconic colours, emphasise the clean lines of the design.



→ The changing rooms at U.C. Sampdoria football club, designed by Fit Interiors

→ Gli spogliatoi dell'Unione Calcio Sampdoria progettati da Fit Interiors

PADEL MI AMOR

Invented in 1969 by Mexican Enrique Corcuera, Padel is a rapidly-growing phenomenon. Thanks also to the ease of play and the desire to spend time outdoors, an increasing number of clubs offer this popular new sport.

PADEL AMORE MIO

Ideato nel 1969 dal messicano Enrique Corcuera, il Padel è un fenomeno in rapida espansione. Complice la facilità di gioco e la voglia di stare all'aria aperta, sono sempre di più i club che ospitano il nuovo sport amato da tutti.

PADEL MI AMOR

→ After two years of pandemic, playing sport outdoors has become a necessity for athletes and sports enthusiasts in general. The spread of Padel, a sport similar to tennis and squash, has quickly become the answer. According to the Italian Olympic Games Committee, there are over 4,000 members and more than 400 courts in Italy. Fit Interiors has furnished some of the top clubs dedicated to this sport, including Skypadel in Desenzano del Garda and Arezzo Padel Club, designing the bar areas, lounge, reception and changing rooms and even the benches around the court.



→ Dopo due anni di pandemia, fare sport all'aria aperta è diventata una necessità per gli atleti e per gli amatori dello sport in generale. La diffusione del Padel, sport simile al tennis e allo squash, è diventata molto in fretta la risposta a questa esigenza. Secondo il CONI, in Italia ci sono oltre 4000 tesserati e oltre 400 campi. Fit Interiors ha arredato alcuni club molto importanti dedicati a questo sport come lo Skypadel di Desenzano del Garda e l'Arezzo Padel Club, curando il design delle zone bar, lounge, reception, spogliatoi e anche delle panche a bordo campo.



→ Some of the clubs furnished in Italy
→ Alcuni dei centri arredati in Italia

- Skypadel, Desenzano
- Arezzo Padel Club, Arezzo
- Tennis Match Ball, Napoli
- Blanco Padel Club, Francavilla al Mare
- Fuerte Club, Teramo
- Ancaria Padel, Ancarano
- Axifix Padel Club, Falconara
- Adriano Panatta Raquet Club, Treviso
- I Platani Tennis & Sport Village, Fossano
- HUB12, Occhiobello Rovigo
- New Country Club, Bari
- Olympus Club, Firenze
- Padelzero, Gaglianico
- Canavese Padel, Bairo



WELCOME TO BRITANNIA HOTEL & SPA

BENVENUTI AL BRITANNIA HOTEL E SPA

Lo storico hotel di Trondheim in Norvegia torna a splendere con un restauro da 160 milioni di dollari e sceglie l'esperienza di Fit Interiors nell'hôtellerie per l'esclusivo progetto di interior della nuova Spa, nel segno del lusso e del comfort.

The legendary hotel in Trondheim, Norway has returned to its former splendour after 160-million-dollar refurbishment work and chose the experience of Fit Interiors in the hotel sector for the exclusive furnishing project for its new spa, in the name of luxury and comfort.

→ Much more than a hotel: staying at this historical building, a stalwart of Nordic-style hospitality, is a real immersive experience in luxury, dedicated to travellers looking for beauty and elegance in every detail. Four restaurants, including one with 1 Michelin star, over 200 rooms and 23 suites, an exclusive club for art enthusiasts and another for wine lovers. And naturally, a spa whose interior design was entrusted to Fit Interiors' expertise in the hotel sector: a premium project, from the choice of materials to the exclusive features created to promote relaxation and a warm welcome. Travertine surfaces and gold trim that combine with the wood essences, the key to furnishings favoured by north European tradition.



→ Molto più di un hotel: soggiornare in questo luogo storico dell'ospitalità in stile nordico è una vera esperienza immersiva nel lusso dedicato a viaggiatori esteti che cercano la bellezza e l'eleganza in ogni dettaglio. Quattro ristoranti, di cui uno premiato da 1 Stella Michelin, oltre 200 camere e 23 suite, un club esclusivo per gli amanti dell'arte e uno per gli appassionati di vini. E naturalmente, una Spa il cui progetto d'arredo è stato affidato all'expertise nel settore hôtellerie di Fit Interiors: un progetto di altissimo livello, dalla scelta dei materiali alle esclusive declinazioni del relax e dell'accoglienza. Superfici in Travertino, profilature gold che dialogano con le essenze lignee, protagoniste degli arredi come vuole la tradizione nordeuropea.



THE WELLNESS EXPERTS

Fit Interiors has collaborated with Starpool, leaders in the wellness sector, to create the furnishings in their corporate changing rooms.

→ Wellness for customers, but also for its employees; this is the concept behind the partnership between Fit Interiors and Starpool, one of the most innovative realities in the wellness sector that wanted to create a comfortable and welcoming atmosphere for the corporate changing rooms for its collaborators. Relaxing and calming colours that recall the wellness codes and spaces where people can take care of themselves, spacious and furnished areas where people can change, store their personal effects and spend time in privacy and tranquillity.

GLI ESPERTI DEL BENESSERE

Fit Interiors ha collaborato con Starpool, leader nel settore Wellness, per realizzare gli arredi degli spogliatoi corporate.

→ Benessere per i clienti ma anche per i propri dipendenti. È questo il concetto dietro la partnership fra Fit Interiors e Starpool, una delle realtà più innovative nel settore del wellness, che ha voluto realizzare degli ambienti confortevoli e accoglienti per gli spogliatoi corporate destinati ai propri collaboratori. Colori rilassanti e distensivi che richiamano i codici del benessere e degli spazi destinati a prendersi cura di sé, aree ampie e attrezzate che permettono di cambiarsi, riporre i propri effetti personali e trascorrere momenti di privacy e tranquillità.



AUDACE IS GLAMOUR

AUDACE È GLAMOUR

La partnership tra Fit Interiors e Audace Palestre ha dato vita a progetti di design dall'estetica glamour e contemporanea che non teme di osare e sorprendere i propri membri.

The partnership between Fit Interiors and Audace Gyms has given life to a design project with a glamorous and contemporary aesthetic that is not afraid to dare and surprise its members.



→ The punk chic essence of an Audace club can be seen from its welcome. As the name suggests, the concept of this club chain, which began in Milan but is rapidly expanding, is courage (audacia in Italian), from the aesthetic choices to the fitness itineraries designed for members. Every gym boasts 4 fitness boutiques: GLOW, dedicated to toning, ANIMA, designed for holistic practices, DRIVE, for indoor cycling, and CLAYS, a new format in a completely black room that references the fun and over-the-top atmosphere of discos.

→ L'essenza punk chic di un club Audace si percepisce fin dall'accoglienza. Come dice anche il nome, il concept di questa catena di club nata a Milano ma in rapida espansione è l'audacia, dalle scelte estetiche ai percorsi di fitness pensati per i membri iscritti. Ogni palestra ha al suo interno 4 boutique fitness: GLOW, dedicata alla tonificazione; ANIMA pensata per le pratiche olistiche; DRIVE per i percorsi di indoor cycling; CLAYS, un format inedito creato in una sala completamente nera che richiama l'atmosfera divertente e sopra le righe delle discoteche.

→ Audace Gyms chose Fit Interiors for the furnishings in some of its clubs in Milan and Lecco. Exclusive centres where fitness is the heart of itineraries designed for members, along with an interior design project with a sensual and engaging style. Colours span from black to purple with intense hints of red and optical white. Glass, LEDs, metal, Baroque wall mirrors and brushed raw iron benches: everything has been created to exalt the extraordinary atmosphere of these clubs.

→ Audace Palestre ha scelto Fit Interiors per realizzare gli arredi di alcuni dei suoi club a Milano e a Lecco. Centri esclusivi in cui il fitness è al centro dei percorsi pensati per i membri insieme a un progetto di interior dallo stile sensuale e coinvolgente. I colori spaziano dal nero al porpora con tocchi intensi di rosso e bianco ottico. Vetro, LED, metallo, specchiere barocche, panche e mensole in ferro grezzo spazzolato: tutto creato per esaltare l'atmosfera fuori dal comune di questi club.



FIBO 2022

After a two-year stop, Fit Interiors returns to Cologne for FIBO 2022; an unmissable event for the fitness sector.

→ Fit Interiors confirmed its presence, from 7 – 10 April 2022, at FIBO 2022, the unmissable international event for the fitness sector that, after a two-year gap, recently welcomed over 500 exhibitors and partners and more than 50,000 visitors from all over the world. Appointments, meetings, workshops and exhibitions provided the backdrop to presentation of all the latest Fit Interiors products, showcasing design ideas targeting the most exclusive clubs looking for furnishings that can amaze, from both an aesthetic and a practical point of view.

Dopo due anni di stop, Fit Interiors torna a Colonia per Fibo 2022. Un appuntamento immancabile per il settore fitness.

→ Dal 7 al 10 Aprile 2022, Fit Interiors ha confermato la sua presenza a Fibo 2022, l'imperdibile appuntamento internazionale del settore fitness che dopo due anni di stop ha visto la partecipazione di oltre cinquecento fra espositori e partner e più di cinquantamila visitatori da tutto il mondo. Appuntamenti, incontri, workshop ed esposizioni hanno fatto da cornice alla presentazione delle ultime novità di Fit Interiors che ha raccontato la propria idea di design destinato ai club più esclusivi in cerca di un'idea di arredo capace di sorprendere sia dal punto di vista estetico che funzionale.



DESIGN FIRST.



**furniture for gyms,
health and golf clubs,
spa&wellness, hotel,
medical and corporate**

DESIGN FIRST.

40
Nations

past 5 years / more than

2000
Installations

past 5 years / more than

100.000
Lockers

past 5 years / more than

1.300.000 mq
Worked panels

fit
interiors

furniture for gyms,
health and golf clubs,
spa&wellness, hotel,
medical and corporate