

**ilaria marelli** studio

“ Ogni progetto è una storia da raccontare. Se non c'è un racconto il progetto fa fatica a radicarsi nel cuore delle persone. E' un gioco di passaparola, dal designer fino al cliente finale, dove l'ultima parola è forse diversa dalla prima, ma arricchita di interpretazioni personali.

*Every project is a story to tell. The design without an idea that could be transmitted, can hardly take roots into the heart of people. From the designer to the final user, in a sort of passtheword game, the story could change so that the last word is different from the original one, in a positive render of the meaning.*

”

## ilaria marelli studio

Ilaria Marelli, architetto e designer, apre nel 2004 il laboratorio di idee **ilaria marelli studio**, che si occupa di architettura, design, interni e allestimenti.

Interessata agli **aspetti sociali e culturali** della progettazione, è promotrice del primo progetto sul cohousing in Italia, collabora con Poli.design su temi di ricerca applicata, docente dal 2002 al 2009 di Design dei servizi e sostenibilità presso il Politecnico di Milano.

Nel 2007 è stata chiamata dal Ministero per i Beni Culturali a far parte del Consiglio Italiano del Design ed è stata premiata da Letizia Moratti con il premio MILANODONNA 2008.

Si occupa di **allestimenti** legati al mondo della moda e del design, della progettazione di showroom e **interni** privati, coordinando il progetto dall'idea alla sua realizzazione, in un rapporto di collaborazione propositiva con gli interlocutori coinvolti

Collabora con aziende di design internazionali come Cappellini, Cassina, Zanotta, Fiam, Coro, Bonaldo, E&Y, Coin, Invicta, Lancia e Tivoli Audio per la creazione di **prodotti e collezioni**, alternando l'interesse per la produzione in serie al disegno e allo sviluppo di pezzi unici per mostre internazionali.

I lavori di Ilaria Marelli sono pubblicati su art book, e testate internazionali quali: Domus, Abitare, Interni, Case da Abitare, Frame, Casa International China, Wall Paper, Surface, oltre ad ottenere le copertine di Elle Decor, Box, e a+d+m.

*Ilaria Marelli, architect and designer, founded in 2004 the creative lab **ilaria marelli studio**, specialized in product, exhibition and interior design. The studio also provides strategy and trend consultancy to fashion and design companies.*

*She has designed **products and collections** for Cappellini, Cassina, Zanotta, Fiam, Coro, Bonaldo, E&Y, Coin, Invicta, Lancia and Tivoli Audio, working both on series products and unique pieces for international exhibitions.*

*Ilaria Marelli develops fashion and furniture **exhibit projects**, and designs showrooms and private **interiors**, where she coordinates the design process from the idea to the set up, thanks to positive collaborations with all the companies involved in the project.*

*Interested in the **social and cultural aspect** of the design content, she promotes the first Italian project of co-housing, she teaches industrial design at Milano Politecnico and collaborates with Poli.design on applied research projects.*

*Ilaria Marelli was designated by the Italian Culture Ministry to be member of the first Italian Design Council, and in 2008 has received MILANODONNA Award 2008, "Giovani Donne" (young women) category, founded and assigned by Milan mayor Letizia Moratti.*

“ Spazi da vivere, nei quali i desideri degli abitanti siano linee guida del progetto.  
Spazi che rispettino la natura del luogo e ne mettano in luce le potenzialità.  
Spazi che lasciano posto al sogno e all’intepretazione.

*To exploit the user’s experience and desires as guidelines for the project.  
To respect the natural value of the location and highlight its inner potential.  
To design a space where dreams and imagination can run free.*

”



**INTERNI** | *interior design*



## INTERIOR | SHOP | ACQUAGIRL SHOWROOM

Nell'area centrale di Tokyo\_Omotesando, il progetto del flagship shop per Aquagirl, brand giapponese del gruppo World, leader nel settore moda femminile.

Uno spazio luminoso dove quattro grandi specchi girevoli creano una scenografia sempre differente.

*In the heart of Tokyo, in the Omotesando area, the flagship store of Aquagirl, a Japanese brand leader in ladies' fashion.  
A bright airy space where four large swivel mirrors could create various scenic effects.*



## INTERIOR | SHOP | ACQUAGIRL SHOWROOM

L'affaccio su strada è segnato da due colonne e un grande architrave bianco che ricorda nella forma i portali della tradizione giapponese.

*The windows are framed by two columns and a long white beam, reminiscent of the traditional Japanese portals.*



## INTERIOR | SHOP | ACQUAGIRL SHOWROOM

Il progetto dell'illuminazione è stato studiato per creare il senso di uno spazio aperto. Tutti gli arredi dello spazio di vendita sono stati disegnati dallo studio ad hoc per questo intervento.

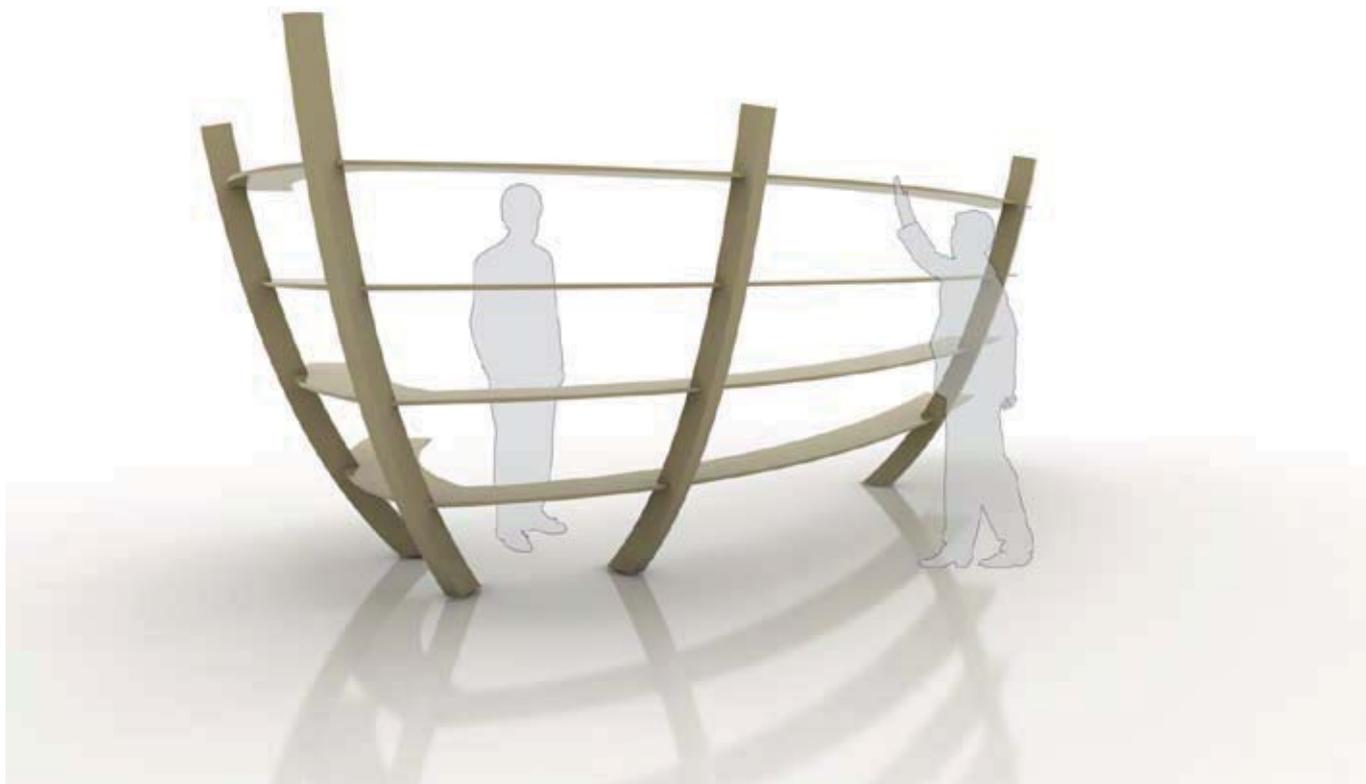
*The lighting design was designed to create the impression of a bright open ambience. All the pieces of furniture in the sales area have been designed ad hoc for the store.*



## INTERIOR | SHOP | CARLINO AGENCY SHOWROOM

Il concept di progetto prevede la caratterizzazione dello spazio attraverso elementi naturali "fuori contesto", a suggerire una differente dimensione dello spazio rispetto all'ambiente fortemente industriale standardizzato in cui è inserito l'intervento progettuale.

*"Out of context" is the concept of the project developed by Ilaria Marelli. Natural elements suggest a different dimension and mood of the space than the one given by the standardized industrial building itself*



## INTERIOR | SHOP | CARLINO AGENCY SHOWROOM

1400 mq di superficie in cui elementi naturali e artificiali dialogano nello spazio, con barche ormeggiate sul pavimento e tronchi d'albero che creano l'effetto scenico di un bosco.

*More than 1000 sqm where natural and artificial elements enliven the space, where boats are moored on the floor and tree trunks create a scenic forest.*



## INTERIOR | CONCEPT STORE | FMR ART GALLERY AND BOOKSHOP

Concept store per libri e oggetti d'arte, eventi culturali, installazioni interattive, sviluppato all'interno di Palazzo Colonna a Roma. Sei ambienti differenti si sviluppano su 1000 mq di intervento. Interior design in collaborazione con Diana Eugeni, con capoprogetto Thebigspace.

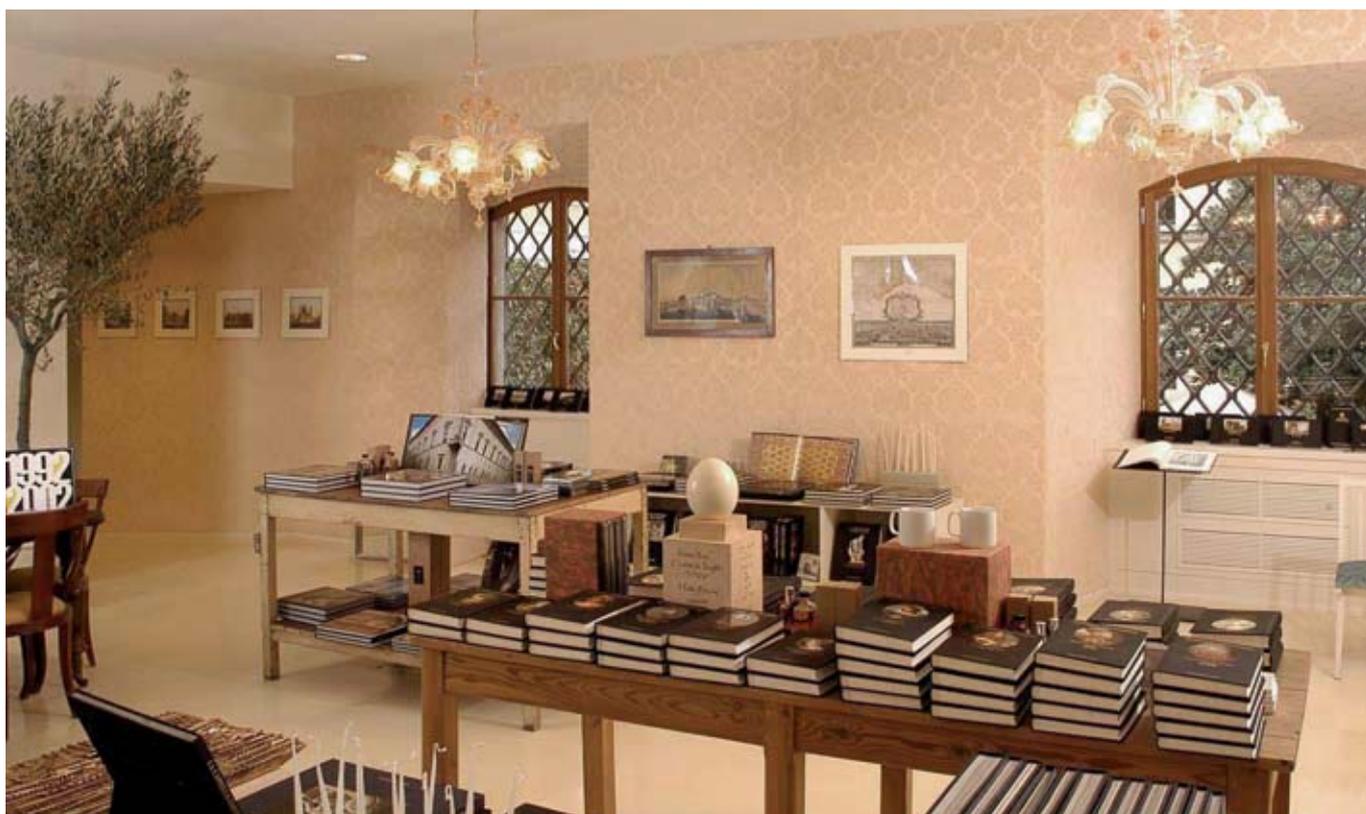
*A concept store located in Rome's historical Palazzo Colonna, containing art books and selected art pieces; it also houses cultural events and interactive installations in its six rooms totaling 1000 sq.m., split over two floors. Interior design in collaboration with Diana Eugeni, design management by Thebigspace.*



## INTERIOR | CONCEPT STORE | FMR ART GALLERY AND BOOKSHOP

Un mix di tradizione e contemporaneità, di naturalità e tecnologia.

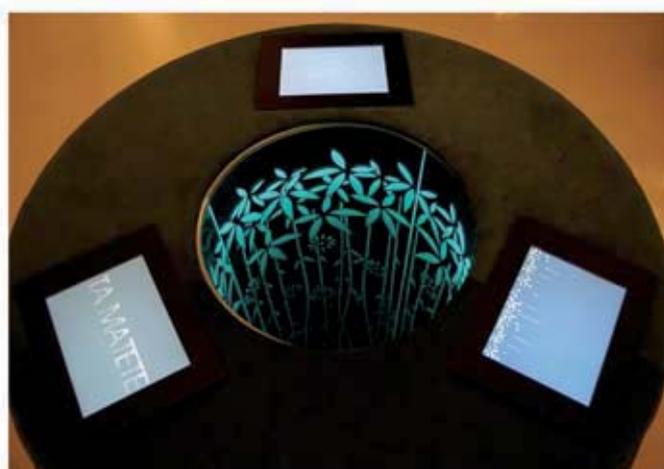
*A blend of traditional atmosphere and contemporary interpretation, natural and interactive displays.*



INTERIOR | CONCEPT STORE | **FMR ART GALLERY AND BOOKSHOP**

Sala ovale per eventi con 9 schermi di proiezione per creare un'atmosfera immersiva

*An oval hall for special events, with 9 projection screens to create an atmosphere of full-immersion.*



## INTERIOR | EVENT | TIVOLI AUDIO - THE BABEL TOWER

Una suggestiva installazione architettonica, che interpreta il nuovo sistema radio-internet Networks e la classica Model One di Tivoli Audio. Metafora espressiva di un'ipotetica ricostruzione della torre di Babele, per mettere in scena la capacità della nuova internet radio di Tivoli Audio di "parlare tutte le lingue del mondo".

*An interpretation of the new Tivoli Audio's Networks system, creating a suggestive architectural installation that shows the radio's capability to "speak all the world languages". The set up design is inspired by the legend of the ancient Biblical city – Babel - where all the variety of languages had started.*



INTERIOR | FASHION SHOW | **PITTI IMMAGINE BIMBO - MICROMACRO**

"Micromacro": Il microscopico mondo della casa di bambola proietta le sue grandi ombre sulle pareti circostanti trasportando i visitatori in una dimensione fiabesca.

*"Micromacro" The microscopic world of doll house projects its long shadows on the surrounding walls and transports visitors into a fabulous dimension.*



## INTERIOR | FASHION SHOW | PITTI IMMAGINE BIMBO - MICROMACRO

Le quattordici stanze espositive a tema e i due ampi corridoi sono interpretati come ambienti domestici fuori scala dove gli arredi sono riprodotti attraverso l'essenzialità e la bidimensionalità della grafica in bianco e nero.

*Fourteen themed rooms and two large exhibition halls are interpreted as a home where the out-of-scale furniture are realized with black and white graphics.*



## INTERIOR | FASHION SHOW | PITTI IMMAGINE UOMO - PROFONDO ROSSO

Un allestimento di 600mq per 16 brand di moda: un percorso emozionale di forte impatto che, dall'oscurità dark del salone principale, porta alla luce e al colore delle stanze espositive.

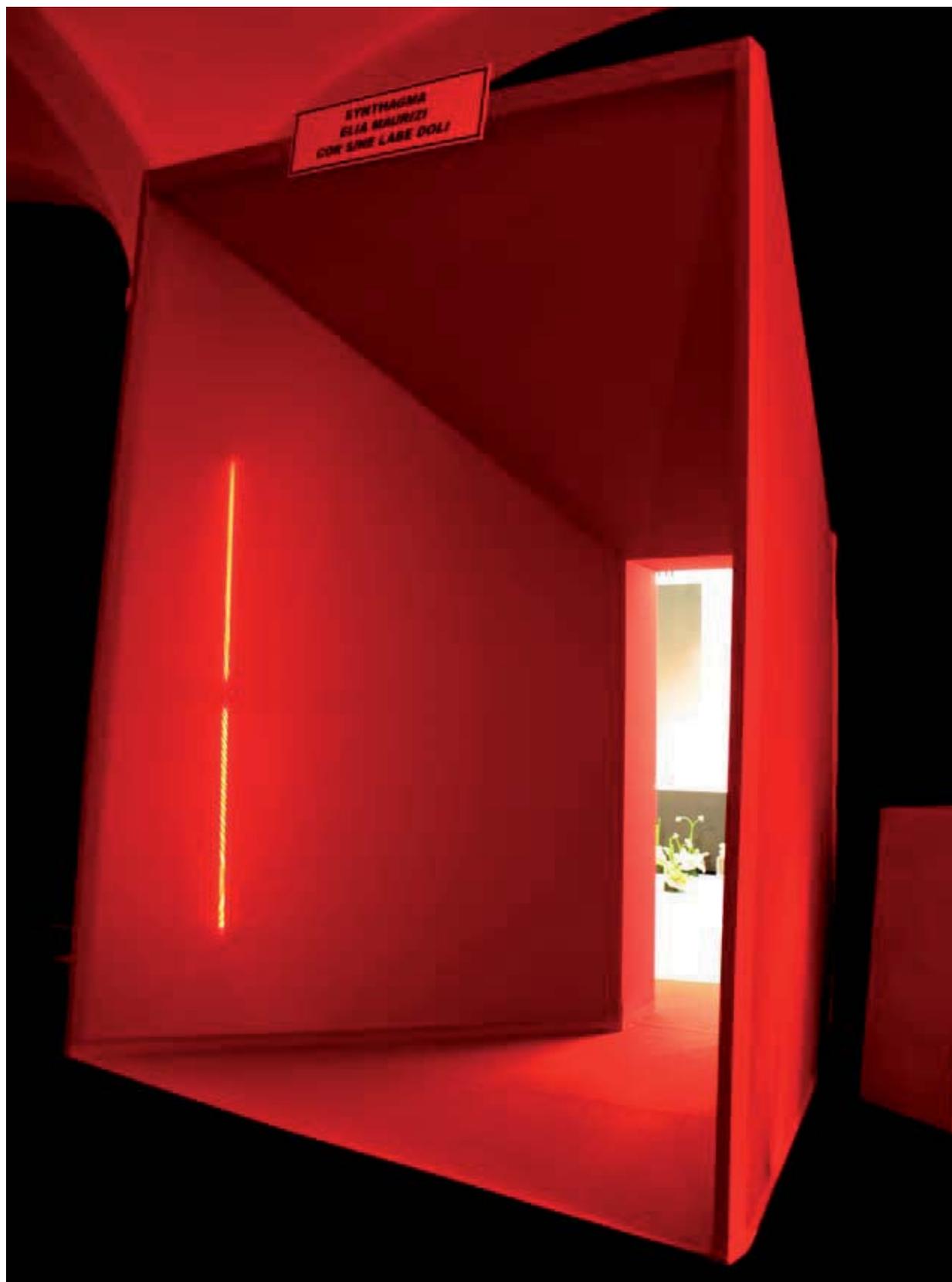
*600sqmt exhibit design dedicated to 16 fashion brands: an emotional path that brings the visitors from the dark atmosphere of the central space to the bright and coloured mood of the display rooms.*



INTERIOR | FASHION SHOW | **PITTI IMMAGINE UOMO - PROFONDO ROSSO**

Tagli di luce, passaggi bui e misteriosi. Lo spazio è rimodellato e invita i visitatori ad esplorare le stanze luminose e variopinte.

*Cuts of light, dark and mysterious passages. The space is remodeled and invites visitors to explore the bright and colorful rooms.*



INTERIOR | FASHION SHOW | PITTI IMMAGINE BIMBO - IL COLLEZIONISTA

Sofisticato e un po' dandy, ricercatore di oggetti curiosi e dal fascino decadente, questo è il "fantasma del collezionista" che ho voluto creare per allestire gli spazi espositivi del bimbo.

*"The collector" is the mood that i wanted to recreate to set up this exhibition space. Sophisticated and full of curious and fascinating objects.*



INTERIOR | FASHION SHOW | **PITTI IMMAGINE BIMBO - IL COLLEZIONISTA**

800mq - 17 brands - un layout fatto di teche, di chincaglierie, di colori, di tappezzerie.

*800sqmt - a diaplay made of selected piece of collections, colors, wallpapers to present each of the 17 child fashion brands in a unique way.*



INTERIOR | FASHION SHOW | **PITTI IMMAGINE UOMO - THE SECRET GARDEN**

"The Secret Garden": un rigoglioso Giardino Segreto di 700 mq dove elementi naturali convivono armoniosamente con espressioni astratte della natura.

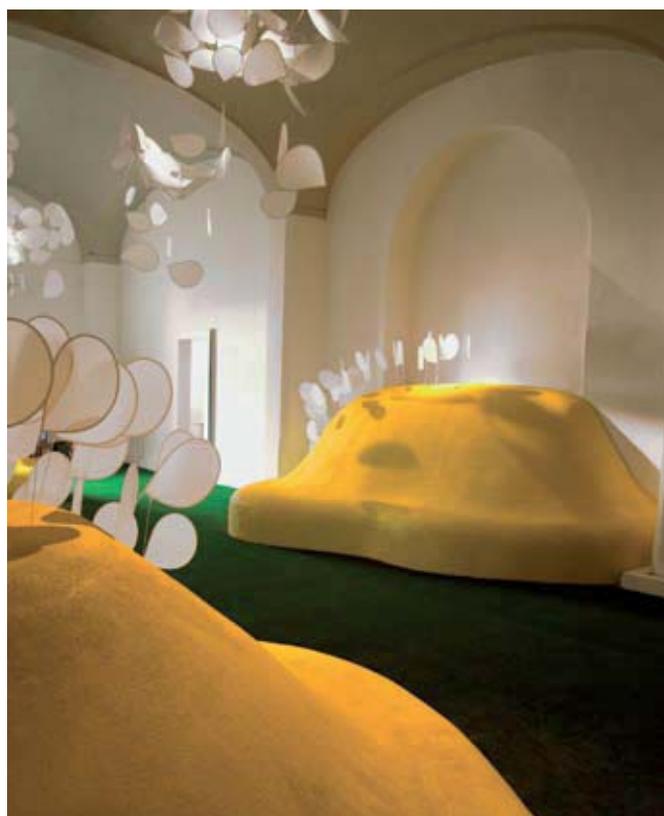
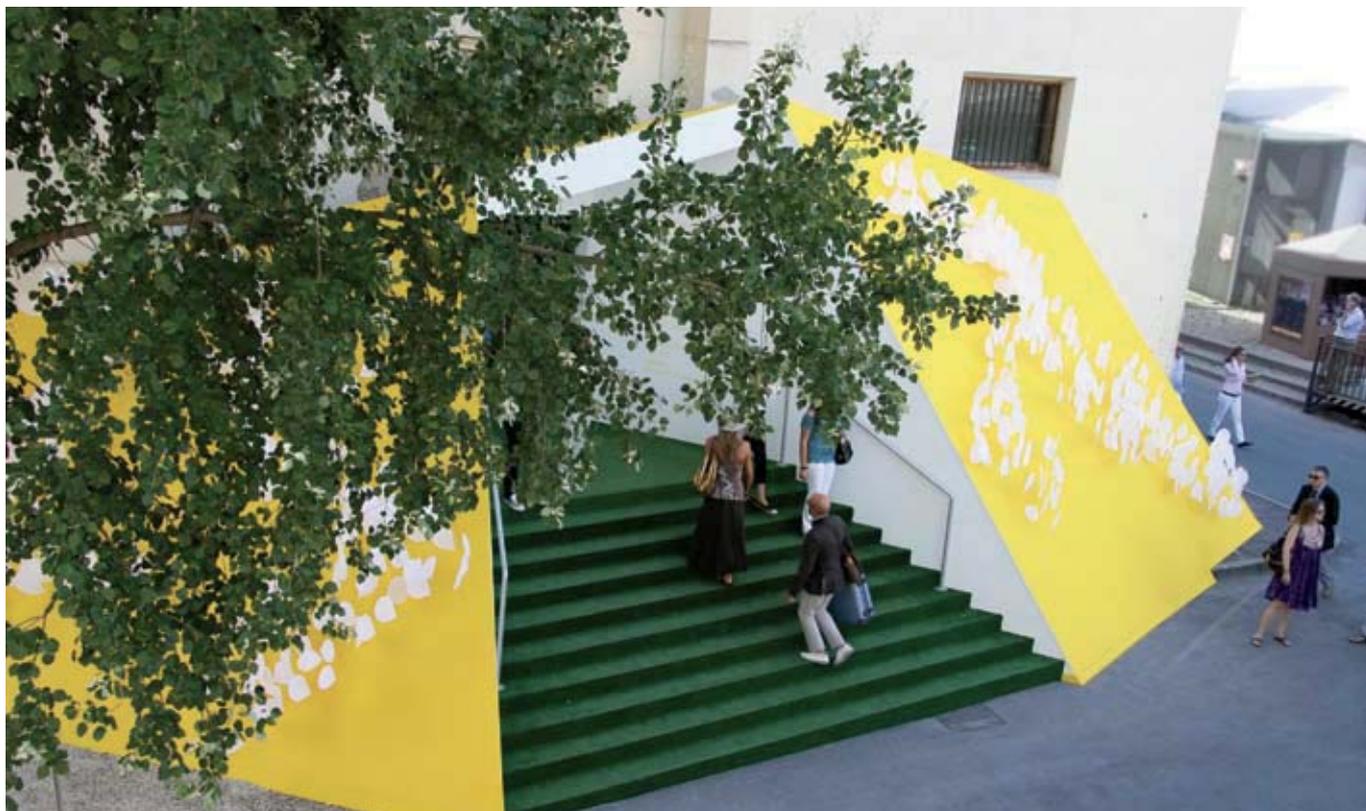
*A luxuriant Secret Garden, where natural elements live harmoniously with abstract and artificial ones. white petal\_shaped kites wave like wildflowers into the wind.*



## INTERIOR | FASHION SHOW | PITTI IMMAGINE UOMO - THE SECRET GARDEN

Bianchi petali di aquilone si muovono al vento come fiori di campo e gialle colline colorano il salone su si affacciano le stanze espositive trasformare in sette oasi verdi.

*White petal-shaped kites wave like wildflowers into the wind and yellow hills colour the main hall, where the exhibit room are transformed in seven green oasis.*



INTERIOR | FASHION SHOW | **PITTI IMMAGINE BIMBO - IL CASTELLO DELLE MERAVIGLIE**

Un lussuoso "Castello delle meraviglie", con 13 stanze a tema: lo studio, la cucina, il guardaroba, la vanity, la stanza della musica, (e così via)...ognuna arredata con oggetti vintage o creati ad hoc.

*A marvellous castle, with 13 rooms: the studio, the kitchen, the wardrobe, the vanity, the music room, and so on... each of one furnished with vintage or designed ad hoc elements.*



## INTERIOR | FASHION SHOW | PITTI IMMAGINE BIMBO - IL CASTELLO DELLE MERAVIGLIE

Un allestimento onirico che evoca storie e luoghi del nostro passato attorno a una grande sala dei ricevimenti: con tavoli imbanditi, scudi, alabarde, armature e un enorme e vivo camino centrale.

*A dreaming exhibit project that evokes ancient tales in a central great hall, with gala laid tables, halberds, shield and a huge interactive fireplace.*



INTERIOR | FASHION SHOW | PITTI IMMAGINE UOMO - CORTE

"Corte": una scenografia di piazze mediterranee caratterizzata dal bianco e blu degli 'azulejos' portoghesi, un'atmosfera solare ed estiva per la presentazione di 14 marchi selezionati in esclusiva da Pitti Immagine.

*"Corte" : a scenography of mediterranean places and white and blue portuguese 'azulejos'; a sunny atmosphere for the presentation of 14 brands selected by Pitti Immagine*



INTERIOR | FASHION SHOW | **PITTI IMMAGINE UOMO - CORTE**

Le tradizionali ceramiche decorative portoghesi articolano lo spazio in sette stanze espositive tra alberi di aranci, pozzi dei desideri e fontane di ninfee .

*The traditional decorative portuguese ceramics create seven exhibit rooms, through orange trees, magic wells and fountains of water lilies.*



INTERIOR | FASHION SHOW | **PITTI IMMAGINE UOMO - CAVE**

"Cave": un'affascinante scenografia di luci e ombre in movimento. Un invito a entrare nel misterioso mondo sotterraneo delle grotte.

*"Cave" a fascinating scene of moving lights and shadows. An invitation to explore the underground world of caves.*



INTERIOR | FASHION SHOW | PITTI IMMAGINE UOMO - CAVE

Fasci di luce che filtrano da fessure nella roccia, sorprendenti forme di minerali, luminosi e preziosi cristalli suggeriscono un mondo sotterraneo inesplorato.

*Dark spaces, beams of sunlight entering through crevices, amazing shapes of minerals and precious stones, intense natural colours suggest unexplored underground caves.*



## INTERIOR | FASHION SHOW | PITTI IMMAGINE BIMBO - TUTTI AL MARE

L'immagine solare del litorale romagnolo unifica il percorso espositivo di 65 marchi della moda bimbo su 3000 mq in un allestimento al vero, ricco di ironia e un po' surreale. Immagini di "vita da spiaggia" in scala 1:1 unite a un'infilata di ombrelloni gialli sospesi su pali o inaspettatamente appesi a testa in giù, ricreano un'atmosfera estiva ricca di luce e di calore.

*The sunny mood of the Italian coast unifies the exhibition of 65 childrenswear brands in 3000 sqm, giving an ironical and surreal impression to the visitors. Beachlife images in a 1:1 scale, plus a series of yellow umbrellas, fixed on high poles or falling from the ceiling, creates a summer glowing atmosphere.*



INTERIOR | FASHION SHOW | **PITTI IMMAGINE UOMO - IL GIARDINO DELLE FARFALLE**

Un progetto aereo e leggero: un volo di farfalle entra nelle stanze delle Costruzioni Lorenesi, dilatando gli spazi per ricreare un giardino verde ormai perduto. All'esterno uno sciame di grandi farfalle fa da vela all'area relax.

*Ilaria Marelli designs a flurry of butterflies in the rooms of Costruzioni Lorenesi expanding the space and creating the sensation of a secret garden . Outside a group of large butterflies flies over the relaxation area.*



## INTERIOR | FASHION SHOW | PITTI IMMAGINE BIMBO - IL BOSCO INCANTATO

Il progetto "il bosco incantato" è un giardino di fantasia. Tutti gli attori: alberi, siepi, falchi, serpenti e coniglietti (il fiero, il malvagio, il buono), bianche silhouette su sfondo blu, sembrano in attesa di un colpo di bacchetta magica per tornare in vita.

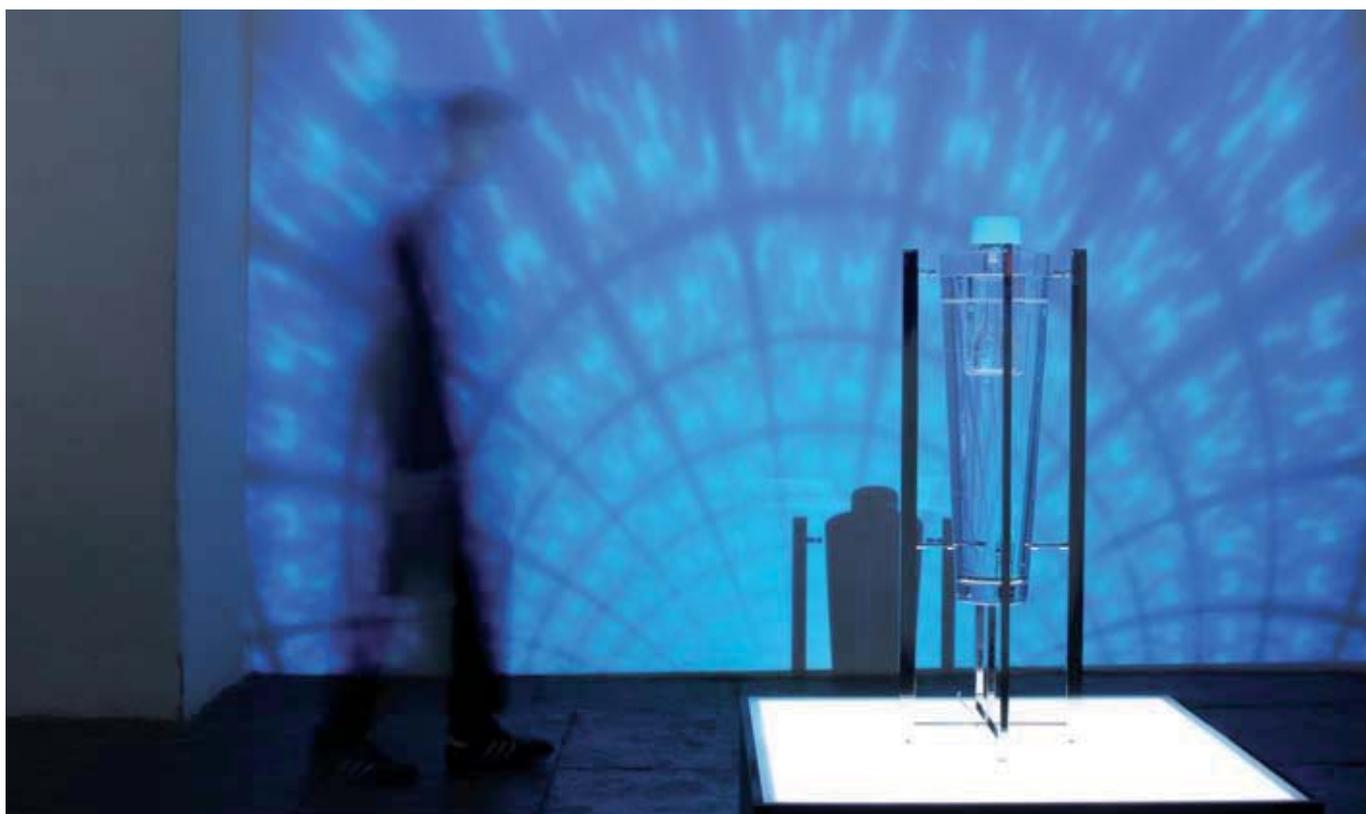
*The project "The enchanted wood" is a fantasy garden . All the "actors": trees, hedges, proud hawks, wicked snakes and cuddly rabbits, white silhouettes against a blue background appear to be waiting for the magic wand to bring them back to life.*



## INTERIOR | EVENT | KUNIHIRO TSUJI SCIENTIFIC - MODAL WATER SPEAKER

Un percorso sensoriale per celebrare il lancio ufficiale di MODAL Water Speaker, un allestimento con effetti visivi e sonori che crea un legame tra la voce umana e l'elemento primordiale dell'acqua.

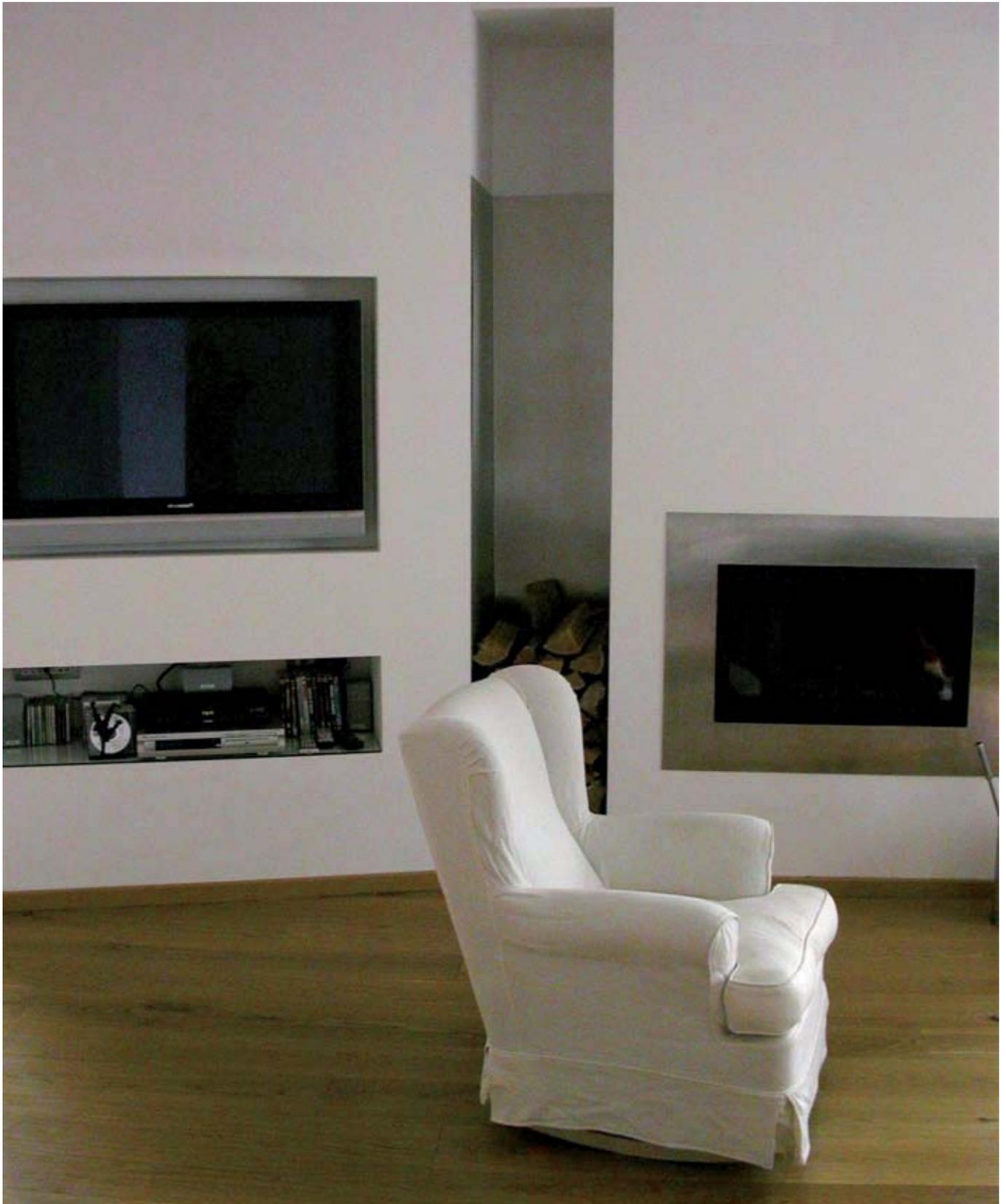
*A sensory path to celebrate the official presentation of MODAL Water Speakers, a visual and sound display that creates a link between the human voice and the primordial element of water.*



INTERIOR | ARCHITECTURE | **VILLA PRIVATA**

Intervento di ristrutturazione di un elegante abitazione a due passi da Milano.

*Architectural project for a private house near Milan.*



INTERIOR | FASHION SHOW | PARASUCO CULT

Allestimenti effimeri per la presentazione alla stampa delle nuove collezioni di moda.

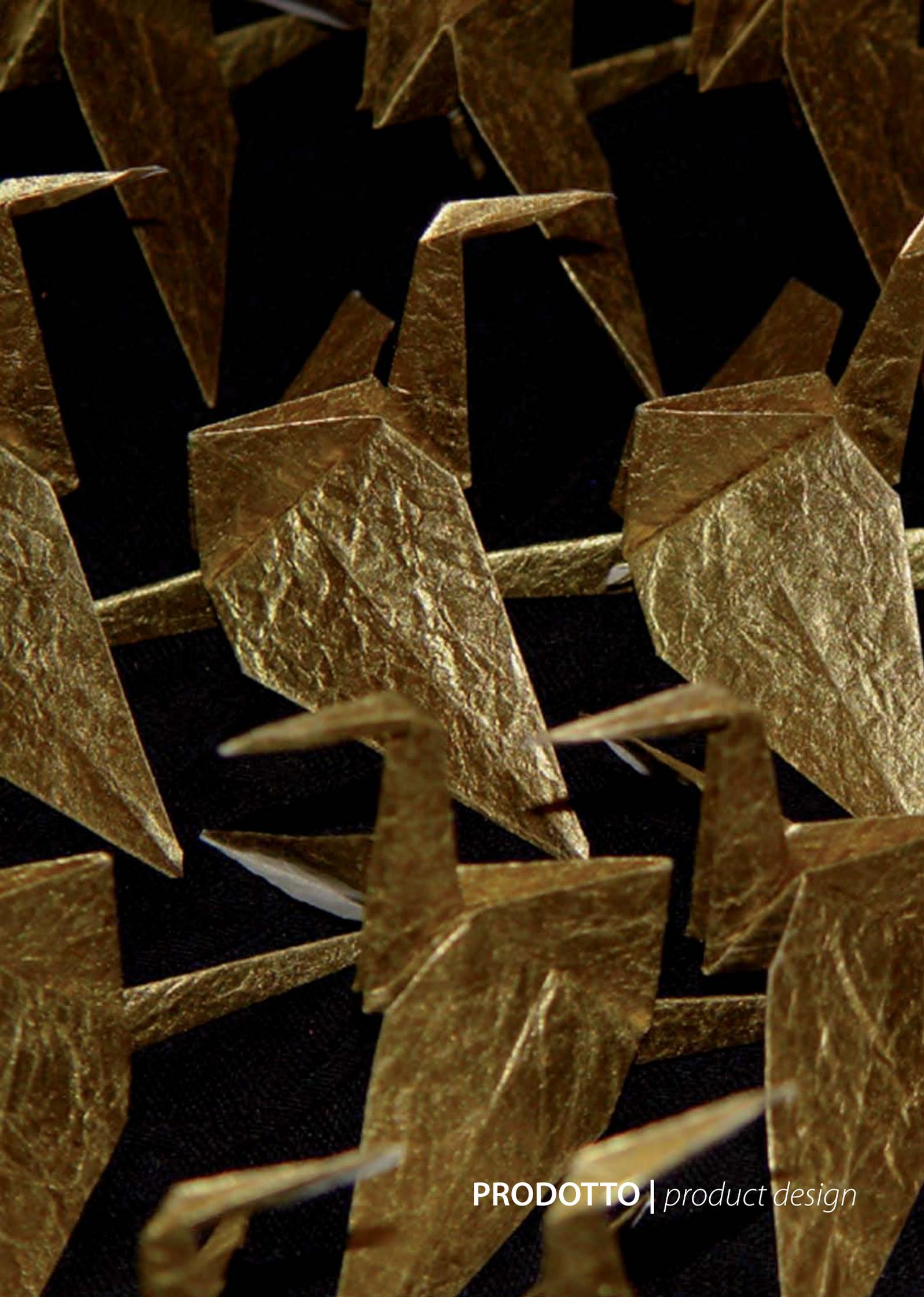
*One-day exhibitions for the seasonal press presentation of the new fashion collections.*



“ Quello che cerco è spesso un modo nuovo di guardare a oggetti ordinari, interpretandoli in una chiave inconsueta alla luce di nuovi modi di vivere, nuovi gesti, nuovi materiali o tecnologie, o combinazioni di tutte queste cose.

*I try to look at every day objects in a new light, I like to play with new lifestyles, new gestures, new technologies, or materials, or an original combination of all of these.*

”



PRODOTTO | *product design*



PRODUCT | FURNITURE

1. CAPPELLINI\_**Pattino** libreria nomade su rotelle | *"nomad" bookshelves*
2. CAPPELLINI\_**Cannot** tavolino smontabile | *collapsible low table*
3. CAPPELLINI\_**Modulo** elemento contenitore componibile | *stacking storage boxes*



1.



2.



3.

PRODUCT | FURNITURE

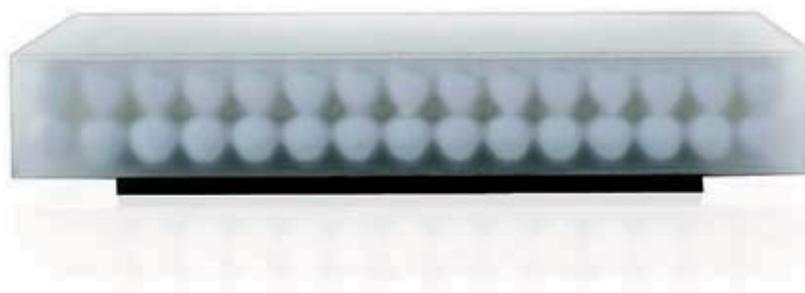
1. BOSA\_ **Materia** tris di tavoli in ceramica | *set of ceramic tables*
2. METEA\_ **Mirror chair** seduta in plexiglas a specchio | *mirror plexiglass chair (prototype)*
3. CAPPELLINI - E&Y\_ **Apple table** un box di natura congelata | *frozen nature box*



1.



2.



3.

PRODUCT | FURNITURE

1. ZANOTTA\_**Segreto** comodino in plexiglas | *plexiglas side table*
2. ZANOTTA\_**Lucciolo** tavolo con decoro fosforescente | *table with phosphorescent pattern*



1.

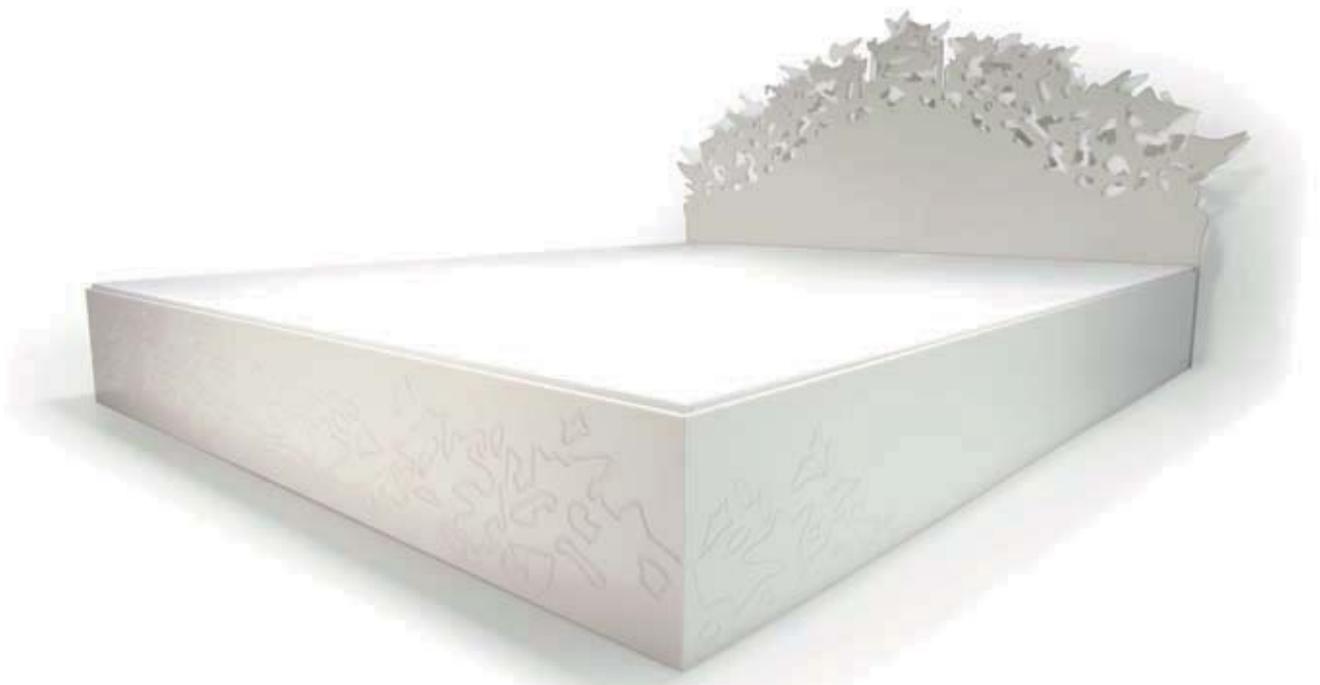


2.



PRODUCT | FURNITURE

PROTOTYPE\_ **Foliage** un letto sognante in Corian | *a Corian bed of dreams*



PRODUCT | FURNITURE

1. FIAM\_Accordo collezione di tavoli in vetro curvato con la possibilità di combinare finiture e colorazioni | *curved glass tables collection with the possibility to match manifold finishes and colours*

2. FIAM\_Naxos collezione di tavoli in vetro curvato con la possibilità di combinare finiture e colorazioni | *curved glass tables collection with the possibility to match manifold finishes and colours*



1.



2.

PRODUCT | FURNITURE

1. AXIL\_Navy sistema di contenitori laccati con insetto in noce canaletto | *Laquered cabinets with canaletto walnut detail*

2. AXIL\_Coat letto imbottito semplice ed elegante che trae ispirazione dal mondo della moda | *Simple and elegant upholstered bed inspired to the fashion world.*



1.

2.



PRODUCT | FURNITURE

1. AXIL\_**Loop** letto imbottito con vani portaoggetti laterali | *cupholstered bed with lateral storage.*

2. AXIL\_**Loop** poltroncina imbottita | *easy chair*



PRODUCT | FURNITURE

BONALDO\_Nadir poltroncina dalle forme scultoree | *sculptural shaped armchair*



PRODUCT | FURNITURE

DORELANBED\_Pebble letto dalle linee morbide e pouff | soft bed and pouff inspired by the shape of river pebbles



PRODUCT | FURNITURE

CORO\_**Branch** collezione di arredi per esterno: parasole, tavoli e tavolini, sedie e poltroncine | *outdoor furniture collection: sunshade, tables and coffee tables, chairs and armchairs*



PRODUCT | AUDIO

TIVOLI Audio\_ **Networks radio** consulenza grafica, di finiture e tendenze per la nuova internet radio disegnata da Tom DeVesto | *graphic layout design, finishes and trends research for the new internet radio designed by Tom De Vesto*



PRODUCT | LIGHTING

NEMO CASSINA\_ **Calla** Lampada da terra e da parete in vetro curvato | *floor and wall lamps in curved glass.*



1.



2.

## PRODUCT | LIGHTING

1. NEMO CASSINA\_ **Chain** lampada da tavolo snodabile a LED, un gioiello in alluminio e nylon66 | *adjustable task lamp with LED light system, a sort of jewel in aluminium and nylon66*

2. NEMO CASSINA\_ **Ara** lampada da terra con diffusore orientabile\_ vincitrice del premio "Light of the Future 2004" promosso dall'unione Europea + Fiera di Francoforte | *floor lamp with adjustable diffuser\_ winner of the awards "Light of the Future 2004" promoted by UE and Frankfurt Messe*



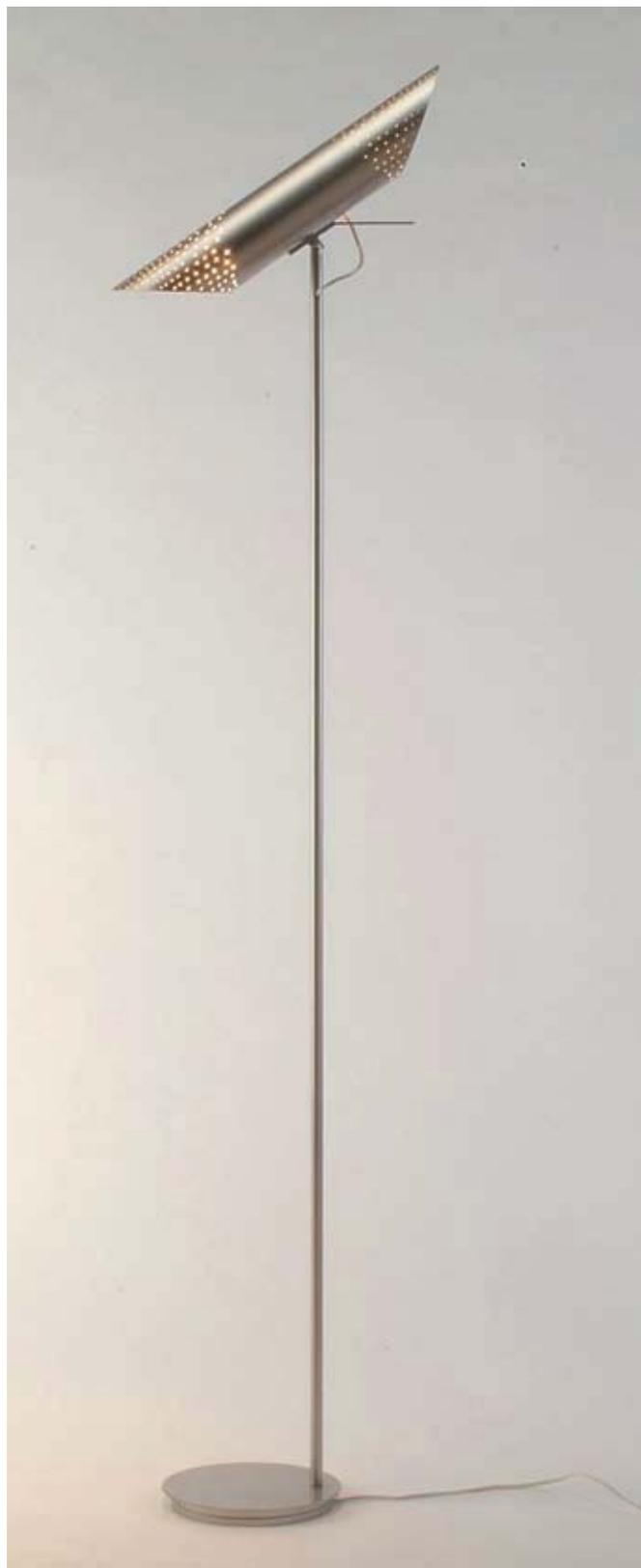
1.



2.

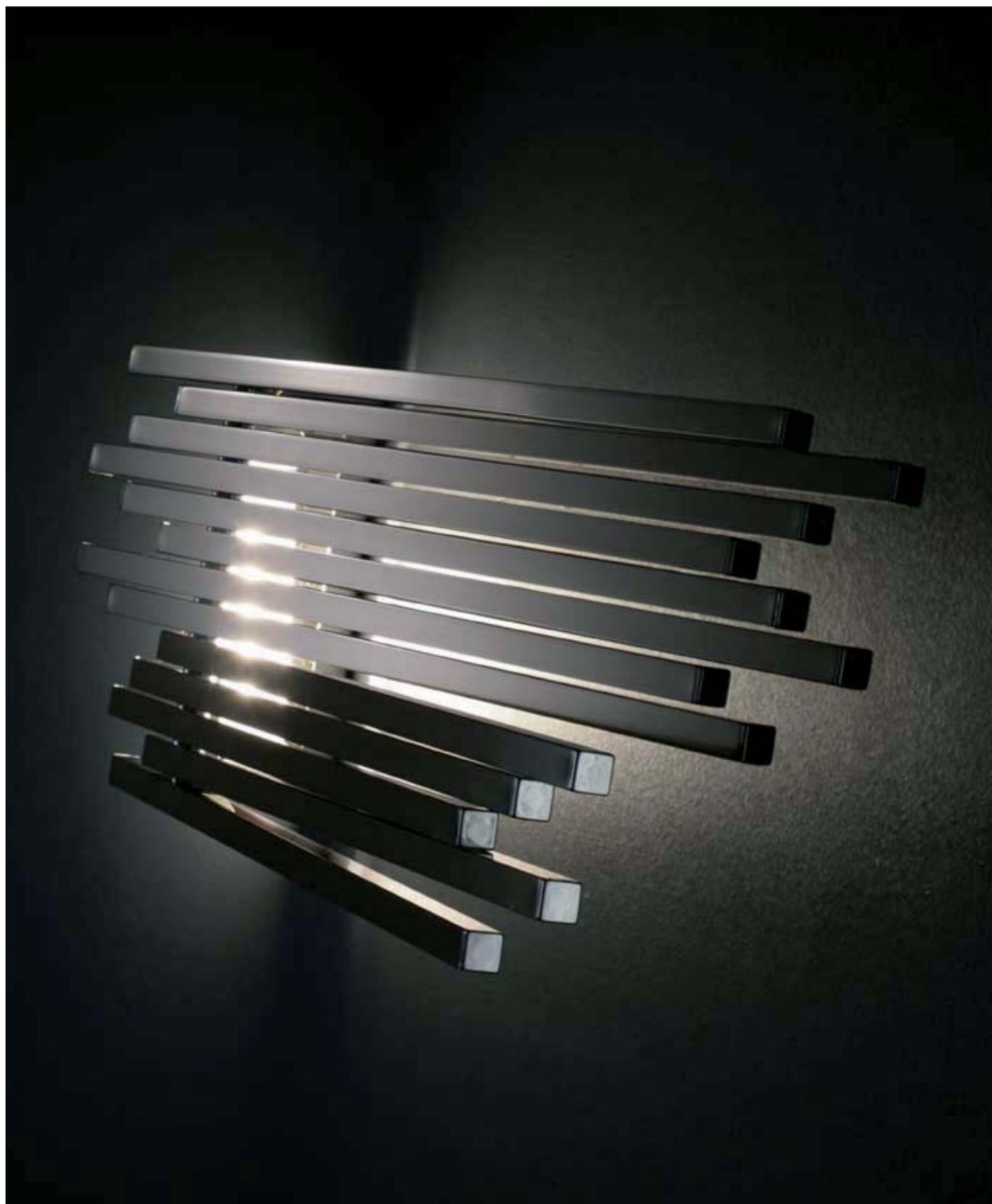
PRODUCT | LIGHTING

VARIAZIONI\_ **Diva collection** famiglia di lampade personalizzabili in acciaio inox | *customizable lamps in stainless steel*



PRODUCT | LIGHTING

FABAS\_**Diapason** lampada in alluminio orientabile | *adjustable wall lamp*



“ Oggi viviamo un'epoca di trasformazioni che non ha pari in passato. Questo non può non influenzare il progetto, non aprire questioni sul cosa si comunica, sul come, e sul perché, orientando i nostri sforzi verso una maggior trasparenza, onestà e friendliness da veicolare con il messaggio.

*Nowadays we live in a rapidly changing era which has no equal in the past. These mutations are unquestionably influencing the design field, raising questions about what needs to be communicated, how, and why, with our efforts increasingly focused on honest and friendly messages.*

”



**COMUNICAZIONE** | *communication*



100 artisti da tutto Il mondo invitati a interpretare il nuovo telefonino W43S di Sony Ericsson, in occasione del MTV CREATIVE SUMMIT at Omotesando Hills a Tokyo

*One hundred artists from all over the world invited to design the new cover for W43S, the new cell phone by Sony Ericsson, for the MTV CREATIVE SUMMIT at Omotesando Hills in Tokyo.*



Concept e art direction per la nuova campagna immagini del brand americano Tivoli Audio giocata sull'ironia e sulla de-contestualizzazione del prodotto.

*The concept and art direction for the new Tivoli Audio campaign are based on the ironic vision and the de-contextualization of the product.*



Lo styling per l'immagine Tivoli Audio reinterpreta i prodotti dell'azienda in una chiave di lettura contemporanea e poetica lontana dagli stereotipi legati al mondo dell'alta fedeltà.

*The styling of Tivoli Audio products in a poetic and contemporary way, far from the stereotypes of the Hi-Tech world.*



Una nuova azienda nel campo dell'illuminazione: studio del posizionamento sul mercato, dei valori da comunicare attraverso logo, immagine coordinata, brochure, sito.

*A new company in the field of lighting design: studies into brand positioning, definition of values to be communicated through the logo, corporate identity, website.*





“ Vivere il presente come un interessante laboratorio culturale e sociale, fatto di influenze locali e globali, di evoluzione tecnologica e di relazioni tra uomo e ambiente e capire come ciò influisca sulla nostra quotidianità.

*Today we are living in an extraordinary laboratory of cultural and social mixture, mutual local and international influences, technological evolution, changes in the relationship between man and his environment. We cannot avoid considering what all this contributes to our everyday lives.*

”

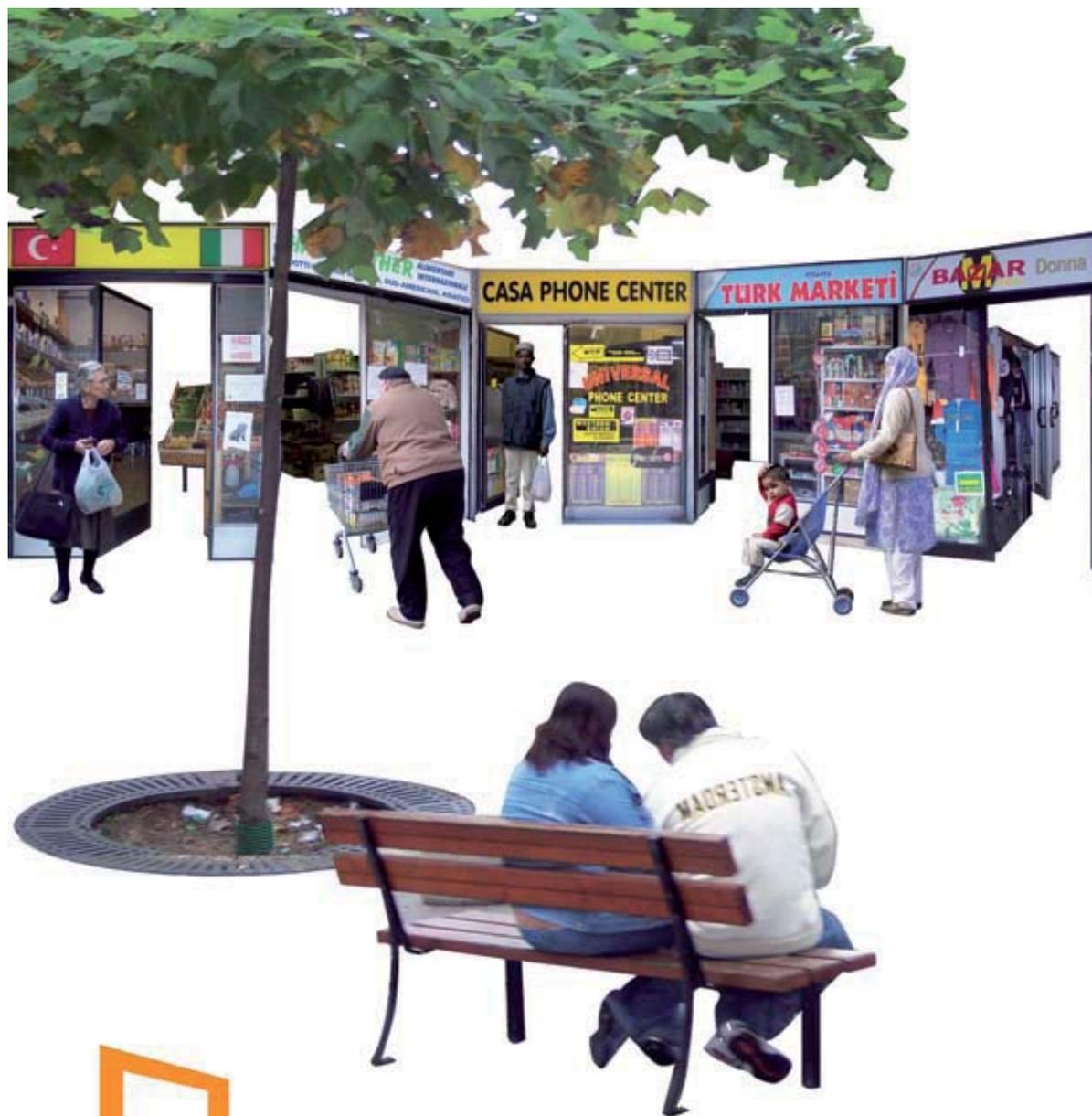


ARTE E SOCIETA' | *art and society*



Progetto per la creazione di un'identità commerciale di vicinato in quartieri ad alta presenza multi-etnica \_ progetto vincitore del bando "La Città di Città - Un progetto strategico per la regione urbana milanese" promosso dalla Provincia di Milano. Attività di project management, sviluppo del processo di partecipazione e degli strumenti di coprogettazione .

*Creation of a local commercial identity in multi-ethnic urban areas. Project winner of "La Città di Città", promoted by Milano province. Project management, development of the participatory process and co-design tools in collaboration.*



## A Porte Aperte

la strada commerciale interetnica

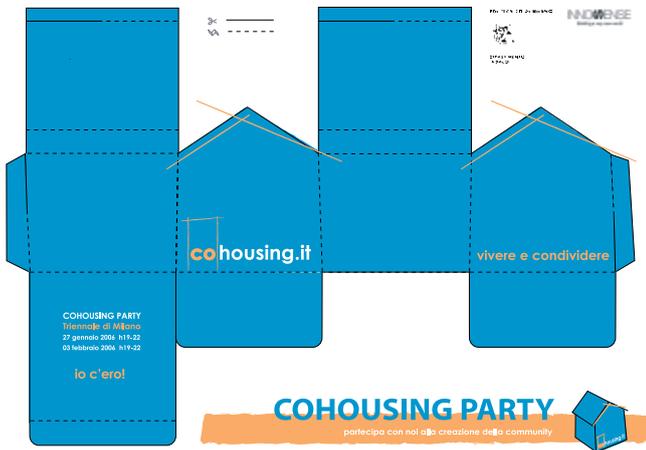


Quartiere Satellite- Pioltello

# ART AND CULTURE | SOCIAL DESIGN | COHOUSING

Un nuovo modo di abitare in contesti metropolitani: promotrice con Ezio Manzini del primo progetto sul cohousing in Italia. Progetto della comunicazione per il lancio dell'iniziativa, del layout del sito agli strumenti per la formazione della comunità.

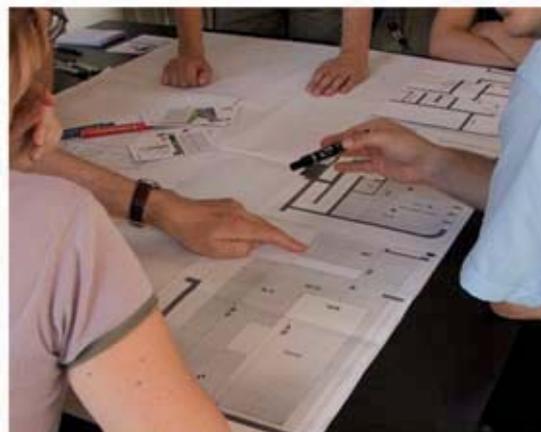
An innovative way of living in urban areas: Ilaria Marelli was one the promoters of the first cohousing project in Italy, together with Ezio Manzini. The communication design for the launch at "La Triennale di Milano" of the cohousing project: the website [www.cohousing.it](http://www.cohousing.it), and of the process tools used to help the creation of communities.



## ART AND CULTURE | SOCIAL DESIGN | COHOUSING

Coordinamento del processo di formazione di comunità in coresidenza, in collaborazione con sociologi, ingegneri gestionali, architetti e sue applicazione al primo progetto di cohousing in Italia: Urban Village Bovisa 01. a Milano

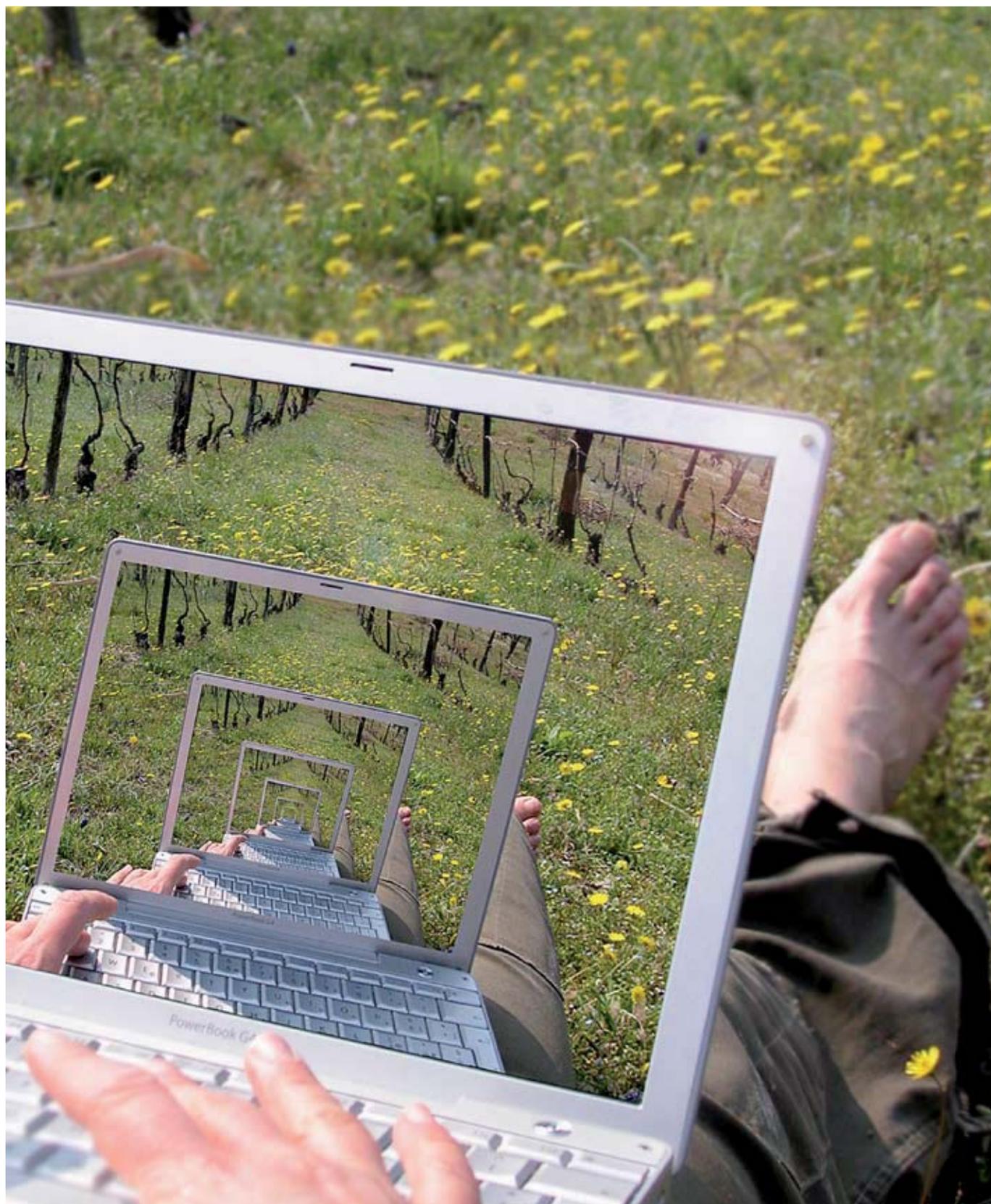
Coordination of the process design regarding the creation of cohousing communities in Italy, in collaboration with sociologists, managers, architects, and application to the first cohousing project in Italy: Urban Village Bovisa 01 in Milan



## ART AND CULTURE | CONCEPT | RAM

Più di 100 autoritratti di designer attraverso il proprio strumento di lavoro: il computer. Ideazione e art direction del progetto fotografico che esplora l'universo di creazione del designer.

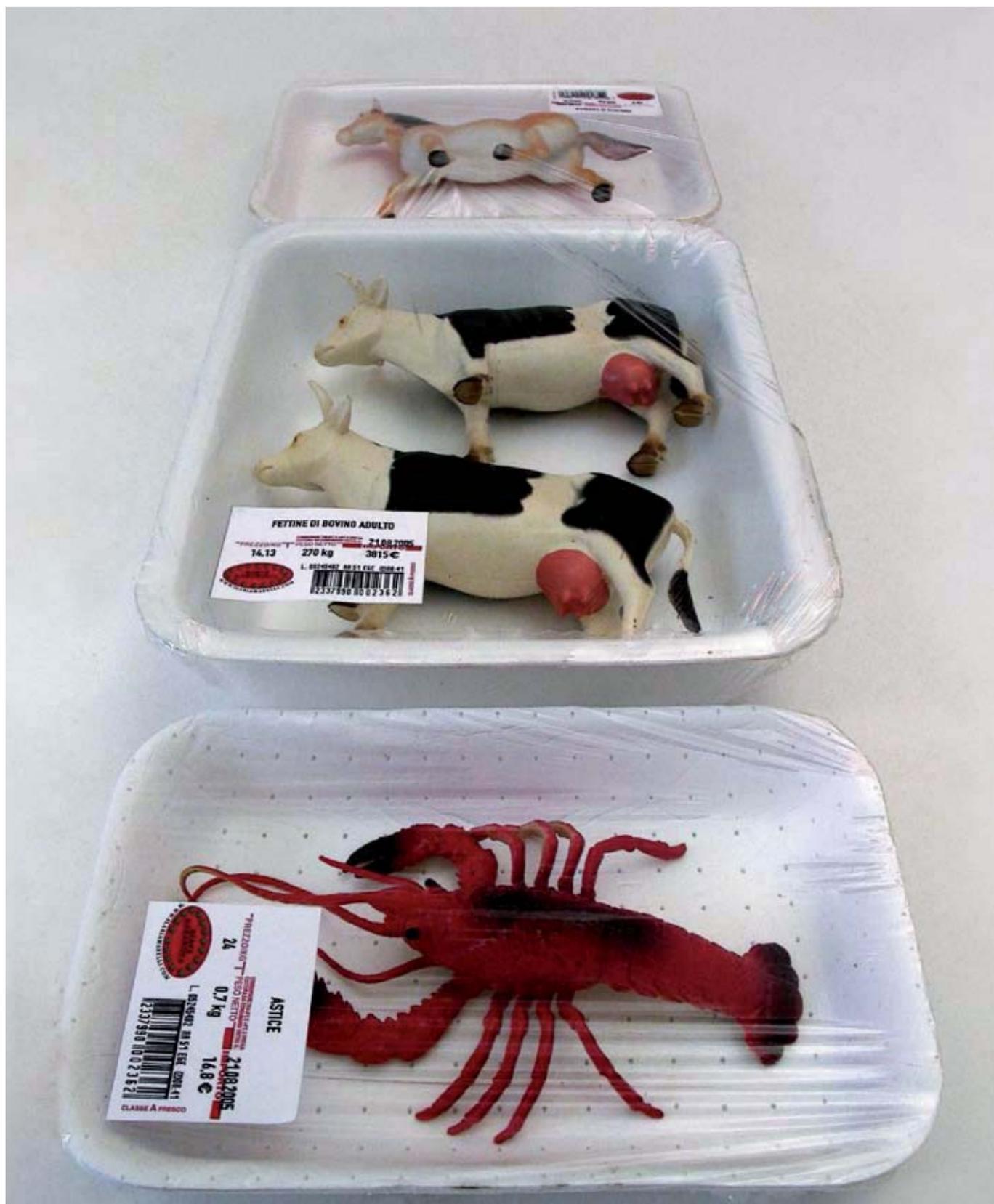
*More than 100 designers depicted in self-portraits, through their own computer screens. Art direction of the photography project that examined the creative space of design.*



## ART AND CULTURE | INSTALLATION | DOMESTIC ANIMALS

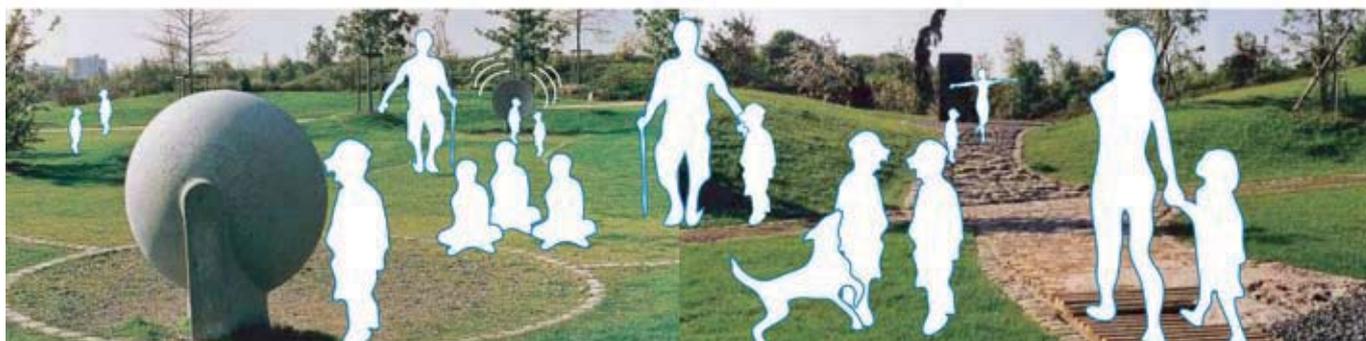
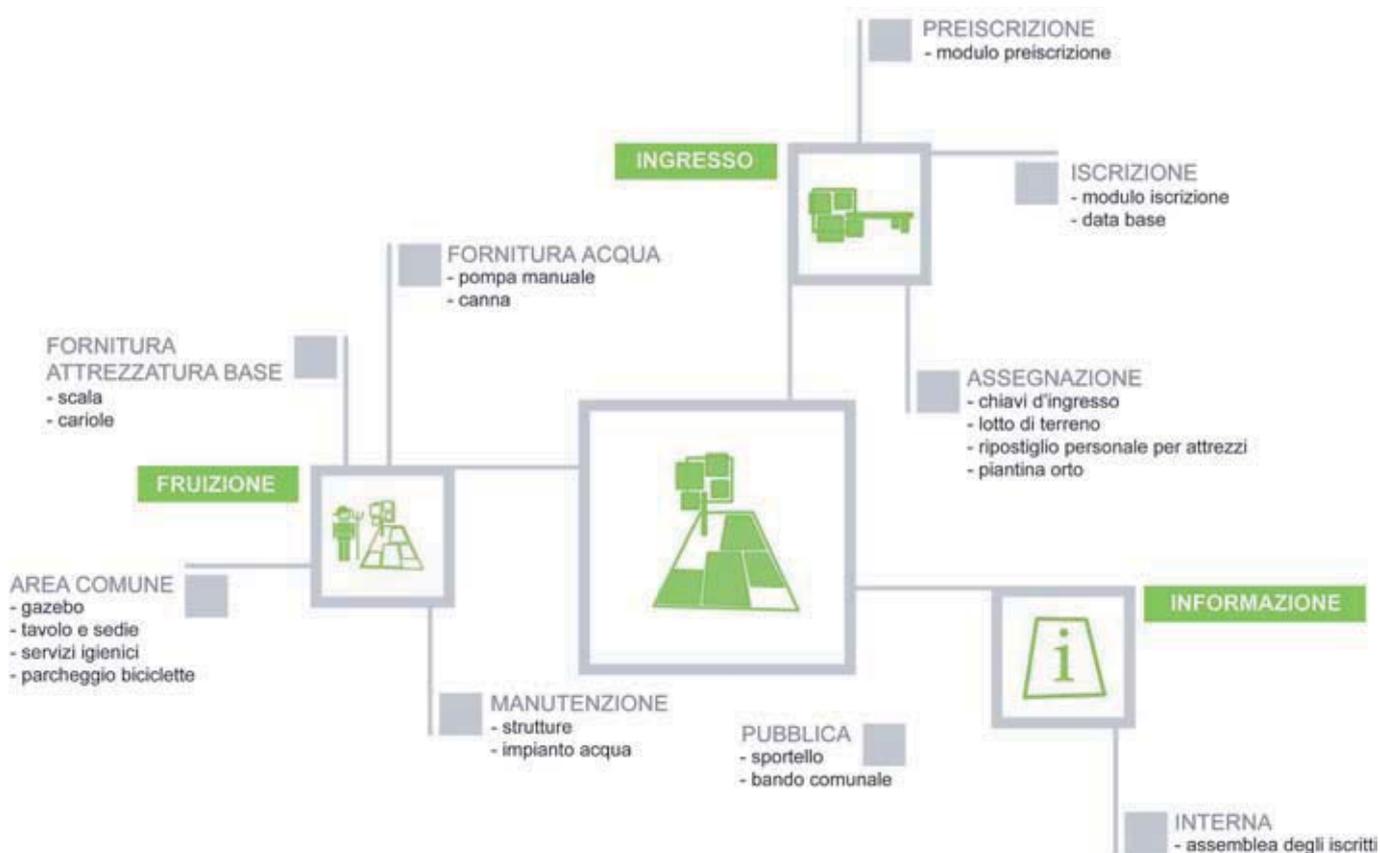
Un'ironica installazione fisica e sonora sul tema del nostro rapporto con gli animali (che spesso conosciamo solo al banco carne e pesce del supermercato). Presentato alla Pinacoteca di Como, con un evento estemporaneo alla Biennale di Venezia, e presso la Galleria Aus18 di Milano.

*An ironic installation in soundscape, about our relationship with animals (a bond that in many cases is limited to our weekly shop at the fish&meat counter in the supermarket). Presented at the Como Pinacoteca, as an event during the Biennale di Venezia, and in the Aus18 art Gallery in Milan.*



Laboratori di progetto integrato di prodotto, servizio e comunicazione con studenti del Politecnico di Milano su tematiche quali: progetti urbani, integrazione multi-etnica, mobilità, recupero del verde.

*Project works with Politecnico di Milano students, which integrate product, service and communication design, on subjects like urban design, multi-ethnic integration, mobility, green recovery.*





**ilaria marelli studio**

via Mentana 12, 22100 Como - T +39 031 2491906 - F +39 031 2759859 - info@ilariamarelli.com - www.ilariamarelli.com