



Auferstehung

Was geschieht, wenn eine beherzte Unternehmerin auf einen Trendschnüffler trifft?

Wenn wir arbeiten oder zusammen unterwegs sind, auch auf eher drögen Veranstaltungen wie Messen, haben wir so viel Spaß, dass sich manchmal ein schlechtes Gewissen einschleicht. Weil es sich nicht wie Arbeit anfühlt“, beichtet Andrea Dall’Olio amüsiert. Seine stets heitere Begleitung ist Orietta Matarazzo (oben), CEO des 2014 wiederbelebten Textillabels Surcanapé. Der Mailänder, der mit seinem Studio A+A Design zweimal jährlich aufwendige Trendbücher auf den Markt bringt, traf die Chefin des Stoffverlags MCA durch einen gemeinsamen Kunden. Als Matarazzo das über 30 Jahre alte Label Surcanapé übernahm, machte sie den Trendscout zum Chefdesigner. Gerade präsentierten sie ihre zweite gemeinsame Kollektion. Was die ausmacht? „Es ist eine Fusion von kulturellen Trends und meiner Interpretation der Surcanapé-Persönlichkeit.“ Das Dessin „Flemish Bouquet“ etwa hat eine direkte Entsprechung in einem von Dall’Olios Büchern. Die meisten Muster stammen aus Archiven. Der Designer ist überzeugt: „Die Vergangenheit ist der große Trend für die Zukunft. Zurückzublicken und dabei nach vorn zu sehen. Unsere Farben und Muster sind alle traditionell, aber mit einem modernen Kniff. Ich würde sagen: Wir sind modern in unserem Traditionsbewusstsein.“



GANZ OBEN: Baumwollsaft „Flemish Bouquet“ ist das Lieblingsdessin von Designer und Trendsetter Andrea Dall’Olio (oben) - „weil ich Blumen liebe“. LINKS: Produktlinie „Silk Road“ nach historischen Surcanapé-Motiven

INFO www.surcanape.it