PLUS®
PLUSTCOLLECTION

summary

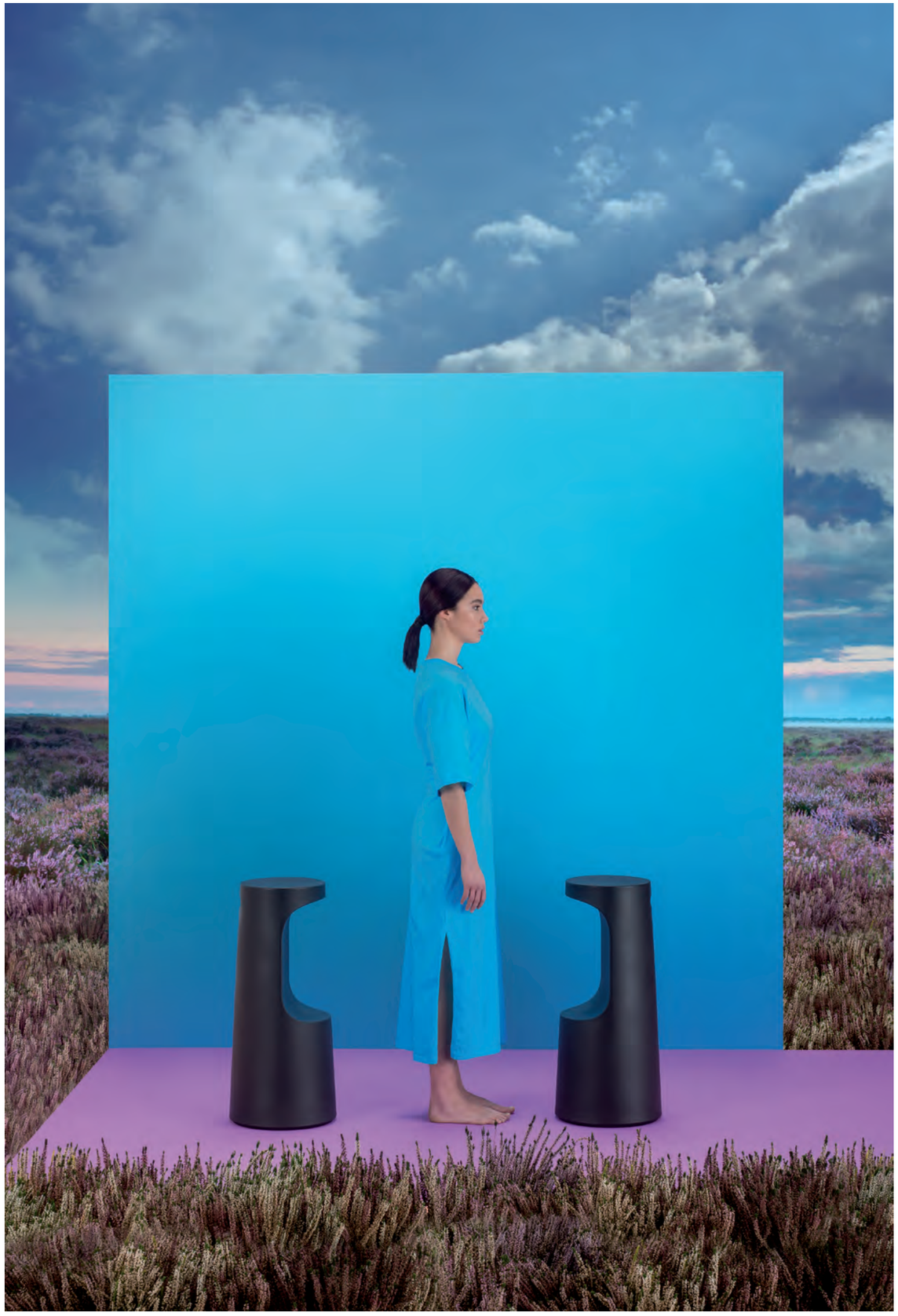
fundamentals 2 — 15
plus 4 — 7
house rules 8 — 9
stories 10 — 13

examples of evolution 16

collaborations 16 — 17
designer

design approach 18 — 31
products

Un brand che unisce le spalle forti della produzione plastica alla visione alta, additiva, del design: si chiama PLUST, con la T che nel logo è una intersezione ed è un segno +.
-
A brand that blended the solid footings of plastic manufacturing with a high added-value design vision.
It was named PLUST, the T of which in the logo is an intersection and a + sign.



È un racconto che evoca una storia conosciuta: c'è un'azienda, un'alta competenza applicata alla materia, c'è una famiglia, delle persone appassionate, una geografia parlante e un'urgenza, quella di provare a uscire dal terreno conosciuto della produzione plastica consolidata per gli ambienti outdoor e indagare il mondo del design. Siamo nel 2006 e, mentre tante aziende che nella storia del Novecento hanno calcato quel copione stanno battendo in ritirata, euro3plast, in controtendenza rispetto al momento storico in recessione, parte con una nuova avventura. Un'esplorazione non solo di carattere imprenditoriale, o dettata dalle logiche consuetudinarie del mercato, ma principalmente pungolata da una curiosità che, proprio come nello spirito delle migliori esperienze del design italiano, non si placa nel conosciuto.
Nasce così un brand che unisce le spalle forti della produzione plastica alla visione alta, additiva, del design: perciò si chiama PLUST, con la T che nel logo è una intersezione ed è un segno +.
Anche la scelta di affidarsi ad un art director, Andrea Maragno alias JoeVelluto (JVLT), allora poco più che trentenne e radicalmente, coscientemente, lontano dal mondo glamour di un certo design milanese, ma anche da quello commerciale, così come da quello puramente speculativo della ricerca che si sta conducendo nel resto d'Europa, conferma i contorni un pò speciali e pirateschi di questa operazione. La lunga durata con la quale si misura la relazione art director-azienda, che ha festeggiato ora il suo decennio, conferma che quella scelta fu una buona intuizione.
PLUST Collection e JoeVelluto (JVLT) chiamano alcuni dei designer più eclettici del panorama contemporaneo, che a loro volta trovano in questa giovane azienda un interessante laboratorio in cui non solo è possibile sperimentare, ma anche verificare la robustezza delle proprie ricerche in un prodotto finito, in un risultato tirato alla perfezione, pronto per il mondo. E il mondo, PLUST Collection lo indaga sfoderando tutte le sue forze, indagando settori distributivi completamente nuovi per la sua storia, seducendo il mondo del contract, ma anche il retail, offrendo "soluzioni", come si dice oggi, complete, ma anche ibride, fortemente orientate alle esigenze contemporanee.
Nel mondo, PLUST Collection oggi arriva a fare la maggior parte del proprio fatturato, come da buona tradizione del design italiano, è cresciuta da percentuali infinitesimali fino a rappresentare una quota importante dell'azienda madre.
Dati che, oltre la soddisfazione imprenditoriale, e il goal della scommessa iniziale, raccontano, una volta ancora, che laddove viene ben centrato, il design italiano è davvero in grado di aggiungere un segno +.

Chiara Alessi

This story evokes an already-received history: there was a company in a good geographical context with advanced sector skills, a committed entrepreneurial family, and a burning desire to break its business away from the established sector of plastic products for outdoor use, and into the world of design. Back in 2006, and although many other companies had ventured along the same path in recent years but had been forced to backtrack, euro3plast was different. Running against the recession, it started out on a new adventure with a vengeance. But the venture was not "merely" entrepreneurial or dictated by usual market logics. Rather, just as in the spirit of the best Italian design experiences, it came mainly from a curiosity unfettered by the limits of the known.
Thus, a brand was born that blended the solid footings of plastic manufacturing with a high added-value design vision. It was named PLUST Collection, the T of which in the logo is an intersection and a + sign.
Also the choice of art director – Andrea Maragno alias JoeVelluto (JVLT) who was about thirty then and not a part of the glamour of a certain Milanese design world – the commercial approach, and the purely speculative idea of the research at that time in the rest of Europe, all confirmed the "pirate-like" verve of the operation. The longstanding relationship between the Art Director and the Company – now entering its second decade – bears out how well-founded the intuition behind that decision really was.
PLUST Collection and JoeVelluto (JVLT) brought in some of the most freely-ranging designers of the scene. In their turn, in this young company they found an interesting workshop that would let them not only experiment but also check on how solid their research into finished products really was and how "world-ready" and well-designed their ideas were. PLUST Collection probed the world, bringing to bear all its resources to find truly new distribution sectors, seducing both the worlds of contract and retail too, to offer complete 'hybrid' solutions strongly targeted to current needs. In the best tradition of Italian design, PLUST Collection today exports most of its production, having grown from a tiny percentage of its parent company's turnover to achieve its current significant share.
Aside from the challenge-busting and commercial pride, again proves that Italian design really does add a "+" when well-directed.

Chiara Alessi

HOUSE RULES

8

Il numero 8 è notoriamente riconosciuto come sinonimo di perfezione ed equilibrio. Se ruotato di 90 gradi, diventa il simbolo dell'infinito: 8 sono le forze della natura, risultato dell'interazione cosmica di Yin e Yang; 8 sono gli ingredienti e le energie per ottenere il +, valore aggiunto e segno di equilibrio che contraddistingue i prodotti PLUST Collection.

-

Number 8 is synonymous with perfection and balance. If turned 90 degrees, it symbolises infinity. There are 8 forces of nature, the result of the cosmic interaction of Yin and Yang; there are also 8 ingredients and energies to obtain the +, that is the added value and sign of balance that distinguishes the PLUST Collection products.

PLUST 8 ADDED VALUES

01

Rispetto — *Respect*

Del lavoro, delle materie prime, del processo produttivo, della conoscenza, della bellezza, per una produzione certificata e interamente prodotta in Italia.

For the workmanship, materials, production process, knowledge, aesthetics; and for a fully Italian-made and certified production.

02

Comfort — *Comfort*

Al centro il benessere, la sensazione di essere accolti, di sentirsi a proprio agio, in una pluralità di luoghi e situazioni, indoor e outdoor.

At the centre is wellbeing, the sensation of feeling comfortable and at ease in all contexts, both indoors and out.

03

Passione — *Passion*

Punto zero che ha fatto nascere PLUST Collection e che ogni giorno permette di inseguire sogni e visioni trasformandole in realtà.

The starting point which gave birth to the PLUST Collection, and which allows dreams to be pursued every day, and thus to become reality.

04

Cultura e progetto — *Culture and project*

Minimalismo ed essenzialità delle forme racchiudono una lunga ricerca progettuale, sperimentazione sui limiti del materiale volta allo sviluppo di un prodotto estremamente versatile.

Minimalism and clean lines express a longstanding design, with research into the materials' advantages and limitations, aiming at perfecting versatile products.

05

Crescita — *Growth*

Volontà di migliorarsi, di non volersi accomodare, ma di preferire spostare continuamente l'asticella più in là, accettando e perseguendo sempre nuove sfide.

The drive to not rest but to keep on improving, raising the bar, always ready to take up new challenges.

06

Ricerca — *Research*

Del progetto, dei materiali, dei designer, del team di lavoro, dei metodi di produzione, delle modalità di comunicazione e dei canali di distribuzione. Sempre in divenire.

Into the project, materials, designers, team, production methods, communication and distribution channels. Work in progress always!

07

Lavoro di squadra — *Teamwork*

Stimoli, proposte, desideri, idee creano un sistema, articolato e armonioso, costituito da persone con competenze diverse capaci di creare un unicum che generi valore.

Proposals, desires and ideas create a connected and harmonious system of people with various skills who can create a unique system that generates value.

08

Cura del dettaglio — *Care over detail*

Non un claim ma una filosofia. Ogni dettaglio, anche il meno visibile, è pensato con attenzione, considerato atomo costituente dell'armonia complessiva.

Not a claim but a philosophy wherein every detail, even the least-visible, is thought out and considered as being part of the overall harmony.

STORIES
Vittorio Moretti, **marketing manager**

Gli ingredienti c'erano tutti: un forte desiderio di sperimentare linee nuove, la volontà di misurarci con il mondo del design e di capire se sapevamo coglierne l'essenza, riuscendo a trasformare idee artistiche di alto livello in realizzazioni concrete.
Era il 2006 quando iniziò il dialogo con alcuni dei più importanti designer di nuova generazione: un periodo di vivaci confronti dal quale uscimmo arricchiti umanamente e culturalmente.
Affondano proprio in quegli incontri le radici del brand PLUST Collection.
La nostra esperienza, messa a servizio della creatività, fu vincente e nel 2007 vide la luce la prima collezione che vantava collaborazioni con designer di fama internazionale, alcuni anche vincitori del prestigioso riconoscimento "Compasso d'oro".
Quella che era una sfida iniziale si è consolidata in uno stile che ci vede in continua trasformazione.
Oggi, l'azienda tutta vive un momento di crescita e il passaggio generazionale proietta verso il futuro l'entusiasmo dei fondatori. Sappiamo di raccogliere un'importante eredità e la vera sfida è rinnovarci con una continua ricerca progettuale.
Perché PLUST Collection è curiosità che non si ferma!

All the ingredients were there: the aspiration to experiment with new lines, the vitality to take up the challenge of the design world, and to find out if we had it in us to grasp its essence and transform lofty artistic ideas into concrete creations.
It was 2006 when the dialogue began with some prominent new-generation designers. The period was one of lively exchanges that bore both human warmth and cultural enrichment.
The roots of PLUST Collection Brand lie precisely in those exchanges. Our experience, put at the service of creativity, proved to be a winning combination. In 2007, the first collection was inaugurated that proudly cited the collaborations with internationally-renowned designers, some of whom had won the prestigious "Compasso d'oro" award.
What had been a challenge at the start became consolidated into a constantly-evolving style.
Today, the company overall is growing and enacting a generational transition projected into the future. We know we are taking on an important heritage and that the real challenge is to keep the renewal going, through ongoing design research.
Because PLUST Collection is all about unstoppable curiosity!

STORIES

Andrea Maragno - JoeVelluto (JVLT), **art director**

Quando nel 2006 c'era nell'aria l'idea di creare un brand design-oriented di euro3plast, la Proprietà ci trasferì in modo molto diretto la volontà di creare qualcosa di diverso dagli altri, con un quid in più. Ma non era il solito "american dream" all'italiana, ovvero creare un brand di prodotto nuovo, diverso, innovativo e che piacesse a tutti. No. Anche perchè il contesto storico era quello di un'Italia a ridosso della crisi, non ancora conclamata, ma già da tempo dichiarata.
Doveva essere quindi un progetto che sarebbe cresciuto un po' alla volta, affrontato con cura e dedizione, procedendo passo-passo, con un atteggiamento meditato. Ma innovativo.
Questo però l'ho capito oggi, riguardando il percorso fatto finora, a più di dieci anni di distanza. Un percorso fatto di "plus" contestualmente alla fase che si stava vivendo: a partire dal naming che fin da subito voleva esprimere il gioco di parole tra "plastica" e un "plus" – quel qualcosa in più, per poi passare al coinvolgimento dei designer – quei designer che stavano cambiando qualcosa nel panorama italiano e internazionale, designer emergenti che poi si sono affermati (mi riferisco a persone come Giulio Iacchetti, Matteo Ragni, Luca Nichetto, Odo Fioravanti e molti altri), fino ad arrivare ad una fase più sperimentale e di ricerca nel 2009 (con designer quali Chris Kabel – Droog Design, El Ultimo Grito, ecc.) che ha visto la genesi di prodotti unici nel loro genere come il vaso "Saving Space Vase" e la collaborazione poi negli anni successivi con designer affermati quali Matali Crasset o Form Us With Love e nuovi talenti come Philippe Tabet o Alessandro Gnocchi.
Dall'eccitazione iniziale dovuta al dover costruire tutto da zero, si è man mano passati ad una fase più attenta e profonda, con un'attenzione minuziosa alla qualità e con l'obbiettivo di creare un prodotto "specialmente ordinario" con pizzico di straordinario.
Oggi nel 2018, posso affermare che questo "+" sta crescendo sempre più di valore, un valore di senso, maturità e affermazione. Qualità che hanno segnato il carattere della storia di un brand di design italiano.

When in 2006 the idea of creating a design-oriented brand of euro3plast was floated, top management came quickly on board, and wanted to help create something new and different. It was not an Italian-style American dream, one of creating a brand of a new, different, innovative product that everyone liked. Not at all, also because at that time Italy was facing an economic downturn already in the offing. Thus, the project would have to develop little-by-little, with care and dedication, through an approach that was at once meditated and innovative. More than ten years on, I have only now understood the path taken so far. A path made of "pluses" at the same time as the phases: starting from the naming, which from the outset wanted to express the play on words between "plastic" and a "plus" – that something extra – to then involve the designers, who were changing something on the Italian and international scene. These were dynamic new designers who were to become established, such as Giulio Iacchetti, Matteo Ragni, Luca Nichetto, Odo Fioravanti and others. Then, 2009 marked the start of a more experimental and research phase with designers such as Chris Kabel/ Droog Design, El Ultimo Grito and others, that witnessed the birth of unique products including the "Saving Space Vase", and then the work in the ensuing years with established designers such as Matali Crasset or Form Us With Love, and new talents including Philippe Tabet and Alessandro Gnocchi. From the initial elation of having to build everything from scratch, we gradually moved on to a more considered and thoughtful phase, with a meticulous attention to quality, and the aim of creating "especially ordinary" products with a pinch of the extraordinary.
Now, in 2018 I can say that this "+" is growing increasingly in value, a value of meaning, maturity and affirmation – all qualities that have marked the character of the history of an Italian-design brand.

DESIGNER —

Eddy Antonello, Emmanuel Babled,
Alberto Brogliato, Alessandro Busana,
Matali Crasset, Emo Design,
Alberto Fabbian, Odoardo Fioravanti,
Form Us With Love, Gentle Giants,
Alessandro Gnocchi, Monica Graffeo,
Giulio Iacchetti, Setsu&Shinobu Ito,
JoeVelluto (JVLT), Laudani&Romanelli,
Ilaria Marelli, Miriam Mirri, Mut Design,
Luca Nichetto, Maurizio Prina,
Matteo Ragni, Cédric Ragot,
Valerio Sommella, Philippe Tabet,
Marco Zito, Matteo Zorzenoni

EXAMPLES OF EVOLUTION

Una panoramica dell'identità di PLUST Collection dalla nascita a oggi.
Il filo conduttore è un'immagine sobria ma identitaria, garbata ed elegante, spesso guidata dai progetti stessi, oggetti narranti che nascono da ispirazioni autoriali.

An overview of the identity of PLUST Collection from its birth to today.
The shared theme is one of a restrained image yet one which is identity-based, polite and elegant, often guided by the designs themselves; items that tell stories stemming from the designers' inspirations.

—2007

—2011

—2016

—2017

—2017

—2017

—2017

Insieme nel progetto
— *Together in the project*

Designer affermati nel panorama italiano e internazionale convivono con giovani promettenti, su cui PLUST Collection ha puntato, credendo nel lavoro di squadra e riponendo completa fiducia nella forza della creatività.
Un sentire comune che coinvolge tutta l'azienda, in prima linea nella creazione della formazione vincente.
-
Well-established designers in the Italian and international landscape come together with promising new arrivals, who PLUST Collection has fostered, believing in teamwork and placing complete trust in the power of creativity.
A communal spirit involves the company as a whole, first and foremost in creating a winning team.

Il pensiero dietro alla forma, oggetti che raccontano una storia

-

The thought behind the form, Items that tell a story

"Questo progetto rappresenta una riflessione sulle forme vegetali, sulla loro struttura e sul loro aspetto."

"This project is a reflection on the plant-like forms, their structure and appearance."

I pezzi della serie condividono un'unica base da cui "germogliano". Ogni pezzo della collezione allude alle nozioni di nascita e crescita.

The items in the collection share a single basis. Each one alludes to birth and growth.

Armillaria, design Odoardo Fioravanti
2010

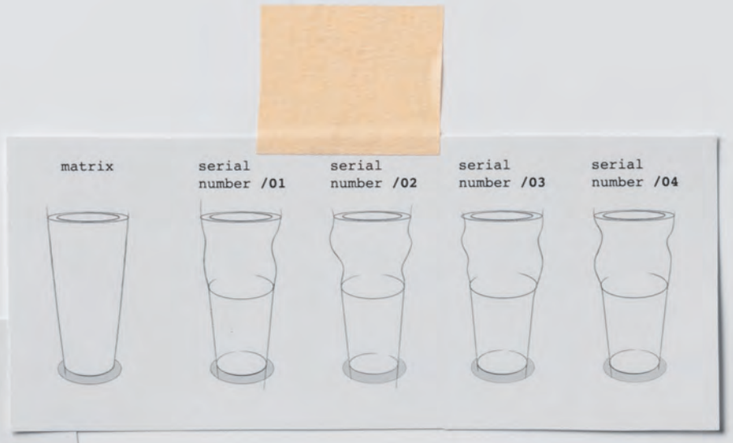
Frozen Family è caratterizzata da una sfaccettatura geometrica che permette di mascherare linee di giunzione degli elementi modulari.

Frozen Family is characterized by a geometric faceting that conceals the joint lines of its modular elements.

"Collezione geometrica e sfaccettata, da cui il nome Frozen (ghiacciata), forse anche nella sua accezione atemporale."

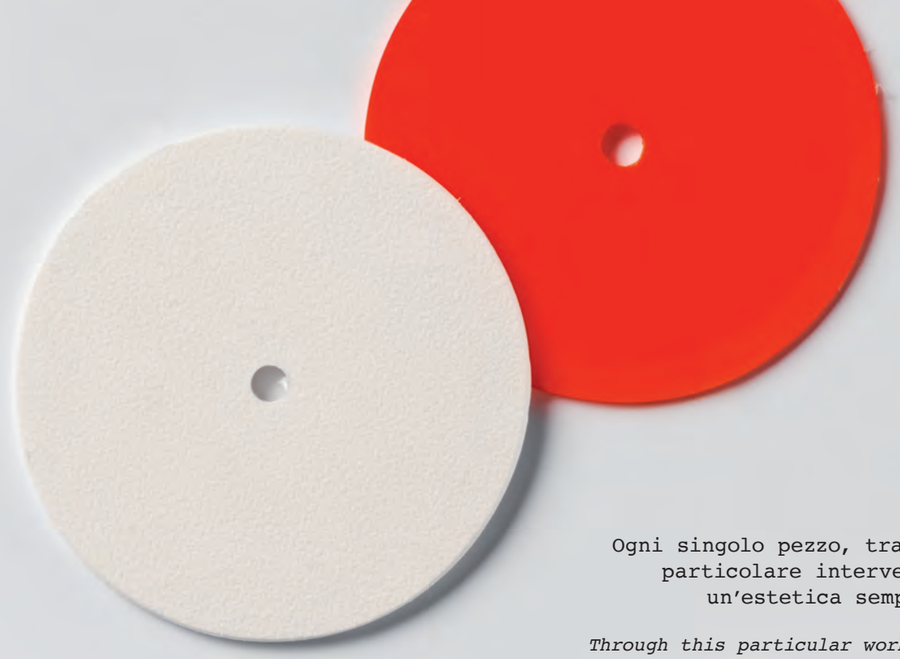
"Geometric and multifaceted collection, hence Frozen, perhaps also in its connotation of timelessness."

Frozen,
design Matteo Ragni + Maurizio Prina
2015



“Un’azione artigianale che produce pezzi unici, ma industriali.”

“Industrially made, yet always unique craft items.”



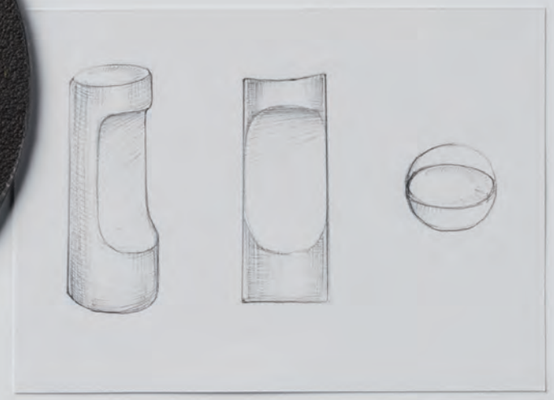
Ogni singolo pezzo, tramite questo particolare intervento, assume un’estetica sempre diversa.

Through this particular work, every item takes on an always-different appearance.

Scatti della fase di sperimentazione in azienda.

Stills of the in-house experimentation phase.

Saving/Space/Vase, design JoeVelluto (JVLT)
2009



Lo sgabello ha due confortevoli cavità funzionali che ricordano l'intaglio di un tronco: una per agevolarne presa e spostamento, l'altra che funge da comodo poggiapiedi.

The stool has two functional cavities that evoke the carving of a trunk: one facilitates grip and ease of its movement, while the other is a comfortable footrest.

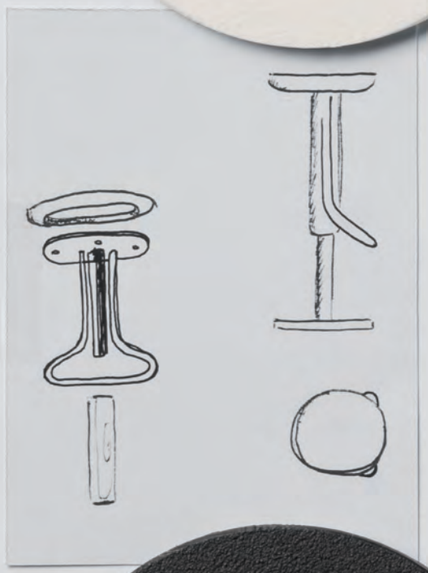
"Fura (che in svedese significa pino), è il nome della collezione dalla linea pura che rimanda alle foreste incontaminate dell'Europa del nord."

"Fura (pine in Swedish) is the name of the collection, which has sleek lines that suggest the uncontaminated forests of northern Europe."

Fura, design Form Us With Love
2014

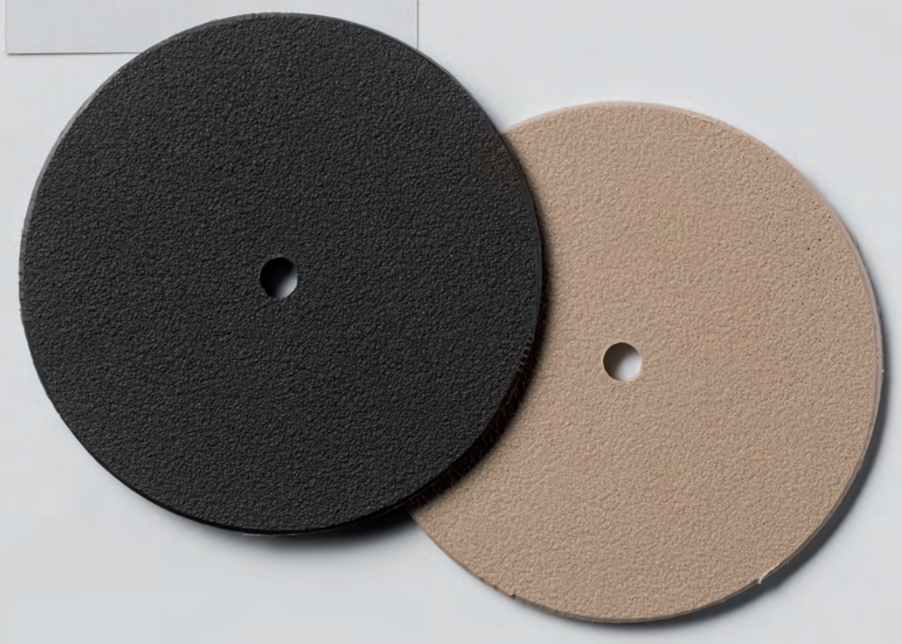
Mock-up e definizione del progetto.

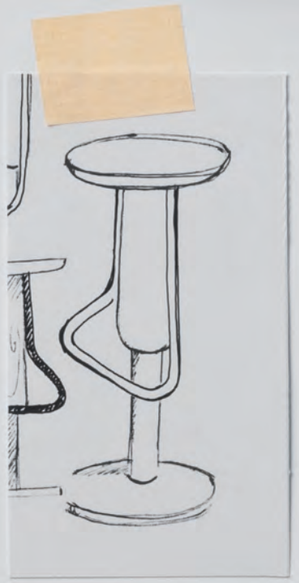
Project mock-up and definition.



"Tool è il frutto di un lavoro di ricerca sugli spessori al fine di dare una nuova estetica alla tecnologia del rotomoulding."

"Tool is the result of research into thicknesses in order to give new aesthetics to rotational moulding."





Tool risponde ad alcuni dei problemi che può incontrare un prodotto outdoor proponendo come poggiapiedi un tondino di metallo che permette alla parte in plastica di non sporcarsi con l'uso.

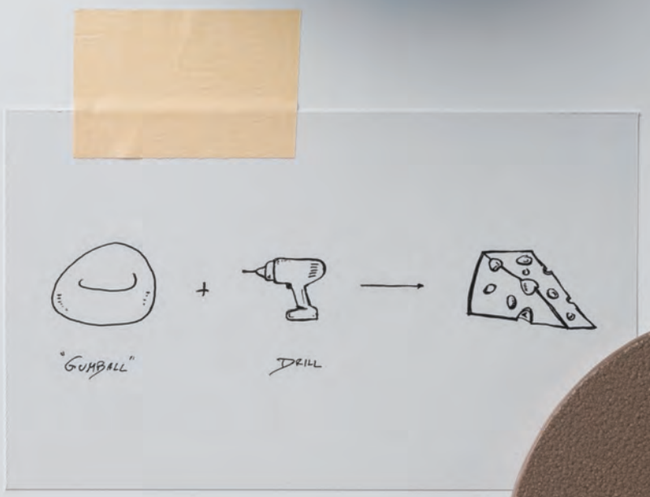
Tool addresses some issues for outdoor products, by proposing a metal-rod footrest which avoids the plastic part from getting dirty during use.

Tool, design Philippe Tabet
2017

Prototipo di studio per verificare funzionalità ed estetica.

Studio prototype to check functionality and aesthetics.

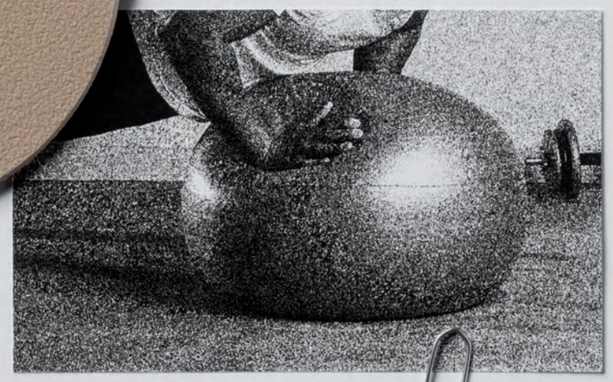
Gumball, design Alberto Brogliato
2010



Airball, design Alberto Brogliato
2013

"Prendi una palla, schiacciala, ed otterrai una forma iconica ed accogliente."

"Take a ball, press in a part of it, and you'll create an iconic, friendly chair."



Test di posizionamento dei fori su airball armchair.

Hole-positioning tests on the airball armchair.

03/18

a brand of euro3plast SpA

BRAND BOOK
Copyright ® PLUST Collection

PHOTO
Maurizio Marcato pag. 2-3, 6, 11, 12, 14-15
Riccardo Urnato pag. 20-31

PHOTO "EXAMPLES OF EVOLUTION"
Riccardo Urnato pag. 2-5, 8-15
Silvana Spera pag. 6-7

ART DIRECTION
JoeVelluto Studio

COMMUNICATION
Rota&Jorfida | Public Relations

PRINT
G&G Consulting - Italy

Le immagini e i dati riportati in questo catalogo sono indicativi.
The images and the indicated data in our catalogue are approximate.

Viale del Lavoro, 45 - 36021
Ponte di Barbarano (VI) - Italy
T +39 0444 788200
F +39 0444 788290
www.plust.com
info@plust.com

PLUST Collection
a brand of euro3plast spa

Viale del Lavoro, 45 - 36021
Ponte di Barbarano (VI) - Italy
Tel. +39.0444.788200
www.plust.com
info@plust.com