

AD

ARCHITECTURAL DIGEST. LE PIU' BELLE CASE DEL MONDO

TRENT'ANNI

Special issue / n° 2

Tommy Hilfiger
e sua moglie Dee
nella loro casa
di New York
collocata all'interno
dell'Hotel Plaza.



Un tocco di CLASSE

12 INTERNI SPECIALI DOVE
GLI INTERVENTI DEI PROPRIETARI HANNO
CREATO AMBIENTI UNICI E IRRIPETIBILI

ESCLUSIVO

Una giornata a casa di
TOMMY HILFIGER

GENTE DI AD:
FABIO FAZIO,
MICHELLE HUNZIKER,
INES DE LA FRESSANGE,
JASPER MORRISON,
SEBASTIAN BERGNE,
MICHAEL BRUNO



L'uomo che fa le pulci al Web

Michael Bruno, il fondatore di 1stdibs.com, il sito che ha trasferito su Internet il concetto di mercatino dell'antiquariato



1

1. Un **pulisciscarpe** in ghisa di epoca vittoriana, proposto da Mallett, uno dei *dealers* presenti sul sito 1stdibs.com
3. Un **orologio** della serie "Dragon" di Alain Silberstein, Francia, 2000 circa. Proposto da Matthew Bain Inc.

Come è nata l'idea di 1stdibs.com?

Alla fine degli anni '90 ero agente immobiliare di Sotheby's a San Francisco. Il boom di Internet era appena iniziato e avevo molti giovani clienti in quell'ambito, con improvvise, enormi disponibilità finanziarie e con un problema...

Quale?

Erano pronti a comprare case a prezzi altissimi, ma non riuscivano a visualizzarle arredate.

E allora?

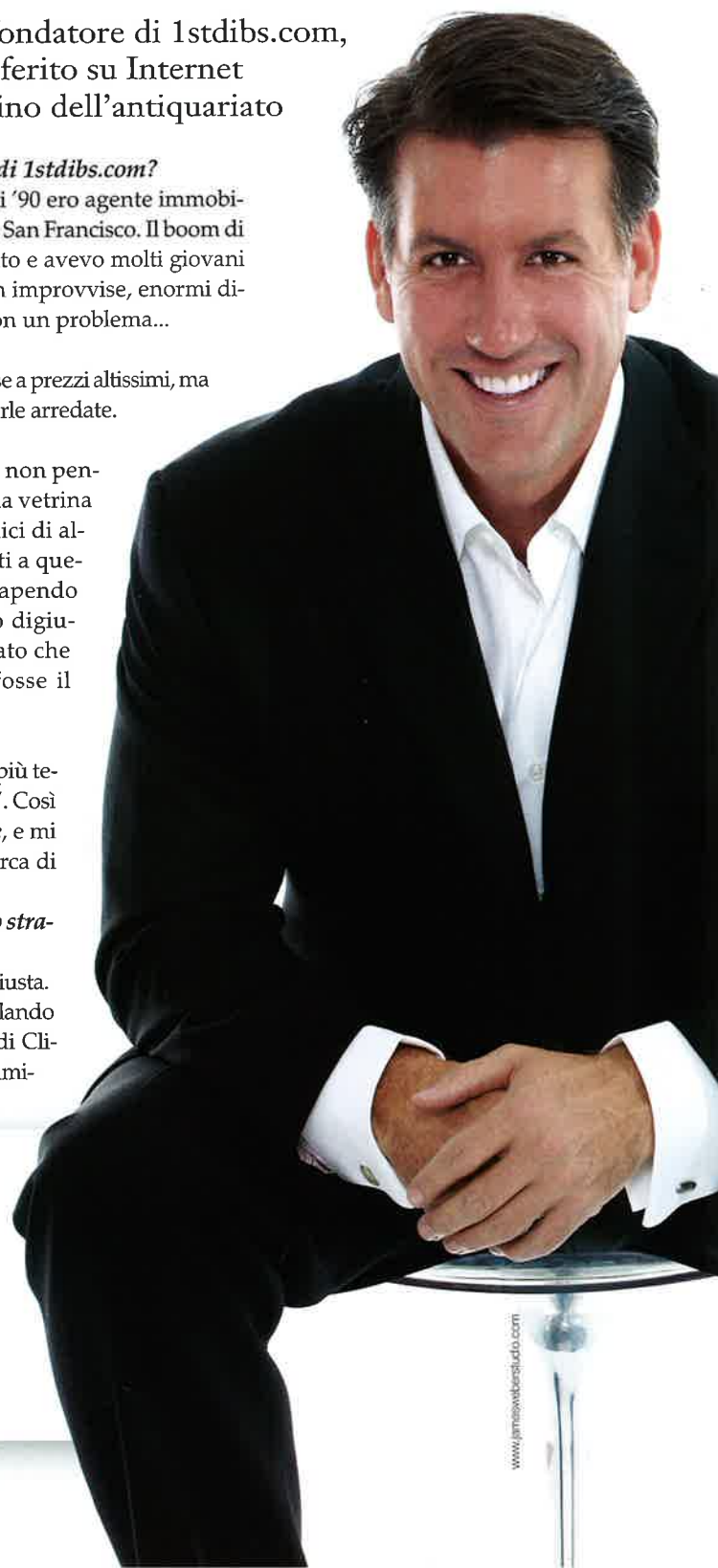
Mi sono detto: perché non pensare al Web come a una vetrina di mobili e oggetti unici di altissima qualità destinati a questa nuova utenza? Non sapendo bene come iniziare – ero digiuno in materia –, ho pensato che comprare un dominio fosse il primo passo necessario.

E il secondo?

Decidere che non potevo più tenere "i piedi in due scarpe". Così ho dato addio al *real estate*, e mi sono diretto a Parigi in cerca di ispirazione.

Una scelta quantomeno stravagante...

Eppure si è rivelata quella giusta. Perché un giorno, gironzolando con un'amica al mercato di Clignancourt, ho avuto un'illumi-



WHO'S WHO.

Californiano, quarantenne, **Michael Bruno** è il visionario fondatore e C.E.O. di 1stdibs.com, un sito che da 10 anni propone il meglio del mercato antiquario e del XX secolo, insieme a capi vintage, gioielli e arte. Un portale di offerte internazionali, un universo di unicità ed eccellenza cui si è recentemente affiancato ShopAD.net, dedicato alle ultime novità del design e lanciato in partnership con *Architectural Digest Usa*.



Rarità in Rete

Si chiama Istdibs (www.Istdibs.com), Sovvero "prime scelte", il sito di Michael Bruno, che senza tema di smentita ha scritto in cima alla pagina Web "le più belle cose sulla terra". Un sito che è una miniera di oggetti e di opere d'arte, suddivisi nelle sezioni "Mobili e illuminazione", "Arte", "Gioielli e orologi", "Moda" e "Ricerche speciali". A ciò si aggiunge una sezione di approfondimenti e di interviste a designer, architetti e trend setter che raccontano le mode in anteprima.

nazione: mettere "le pulci" sul Web. Ho preso un programmatore francese, ho scelto e catalogato la merce e piazzato circa 800 pezzi on-line. Il *New York Times* scrisse subito un articolo e altri ne seguirono. Il progetto aveva subito generato un certo interesse.

Lostacolo più grande che ha incontrato?

Convincere gli antiquari a sposare la nostra idea: allora gli affari li facevano *vis-à-vis* o col fax.

Lei ha lanciato Istdibs.com nel 2001, qualche mese prima dell'11 settembre...

E sa cosa le dico? Che quella tragedia ha fatto paralizzare il business per due settimane: poi, d'improvviso, abbiamo ricevuto 50 offerte in una notte. Nei mesi seguenti i risultati sono stati fenomenali. Nessuno sapeva quando si sarebbe ricominciato a viaggiare e i *decorators* avevano scoperto un sito che offriva loro la possibilità di acquistare il meglio senza muoversi da casa.

Istdibs.com è solo per addetti ai lavori?

All'inizio sì, ora l'accesso è aperto a tutti. Non solo: i venditori hanno postato le loro informazioni, quindi sono contattabili direttamente. E si può persino discutere con loro sul prezzo della merce.

Come siete cresciuti in questi anni?

Ci siamo aperti al mercato americano, e selezionato eccellenti *dealers* partendo dagli Hampton e inglobando via via New York, Atlanta, New Orleans, Los Angeles, San Francisco, Chicago e Miami. Abbiamo quindi aggiunto il Canada e Londra, una piazza europea di importanza strategica, più un paio di sezioni che propongono moda vintage e gioielleria antiquaria.

New entry recenti?

L'offerta parigina si è estesa anche ai negozi di antichità e modernariato e dallo scorso settembre abbiamo inaugurato una "finestra" dedicata all'arte. In quest'ultimo caso siamo partiti, come sempre, da una città, abbiamo scelto New York, con circa 30 galleristi, e contiamo di espanderci presto a Miami e nella West Coast.

2. Poltrona rivestita in velluto, realizzata in Italia nel 1955. Proposta da Donzella. Nel sito lanciato da Michael Bruno ci sono 130.000 oggetti, con un continuo ricambio.



2

Ha intenzione di "coprire" anche l'Italia?

È il mio obbiettivo nell'imminente futuro. La prima piazza sarà di sicuro Milano, che offre un'ottima selezione sia di pezzi antichi che di design del XX secolo. Per noi è una combinazione vincente.

Quanti utenti ha Istdibs.com?

Oggi su una base mensile siamo vicini ai 900 mila.

E quanti oggetti si possono trovare?

130.000. E ogni settimana lanciamo circa 2.400 nuovi oggetti.

Parliamo di prezzi...

Da 500 dollari a oltre il milione. La scelta è davvero vastissima.

Circa due anni fa lei ha ideato un altro portale, ShopAD.net in partnership con Architectural Digest Usa. Perché?

Sentivo il bisogno di creare un'ulteriore fonte con gli ultimissimi prodotti di design. Anche qui il meglio - dai mobili ai tessuti, dalle lampade alle piastrelle -, ma realizzato in serie, a differenza di Istdibs.com che presenta solo pezzi unici. E non potevo non lavorare con *Architectural Digest*: è la rivista più influente del settore. □

—Grazia d'Annunzio



3