



DRÉHALL SCAPE

Ogni oggetto nasce da un'intuizione, da una necessità, da un gesto che si affina nel tempo.
Con il passare degli anni, ciò che è stato pensato per rispondere a un bisogno diventa esperienza, memoria, cultura.
Guardare al passato non significa fermarsi, ma riconoscere con lucidità ciò che continua a essere rilevante.
È da questo dialogo continuo tra memoria e presente che prendono forma le cose destinate a durare.



MANIFESTO

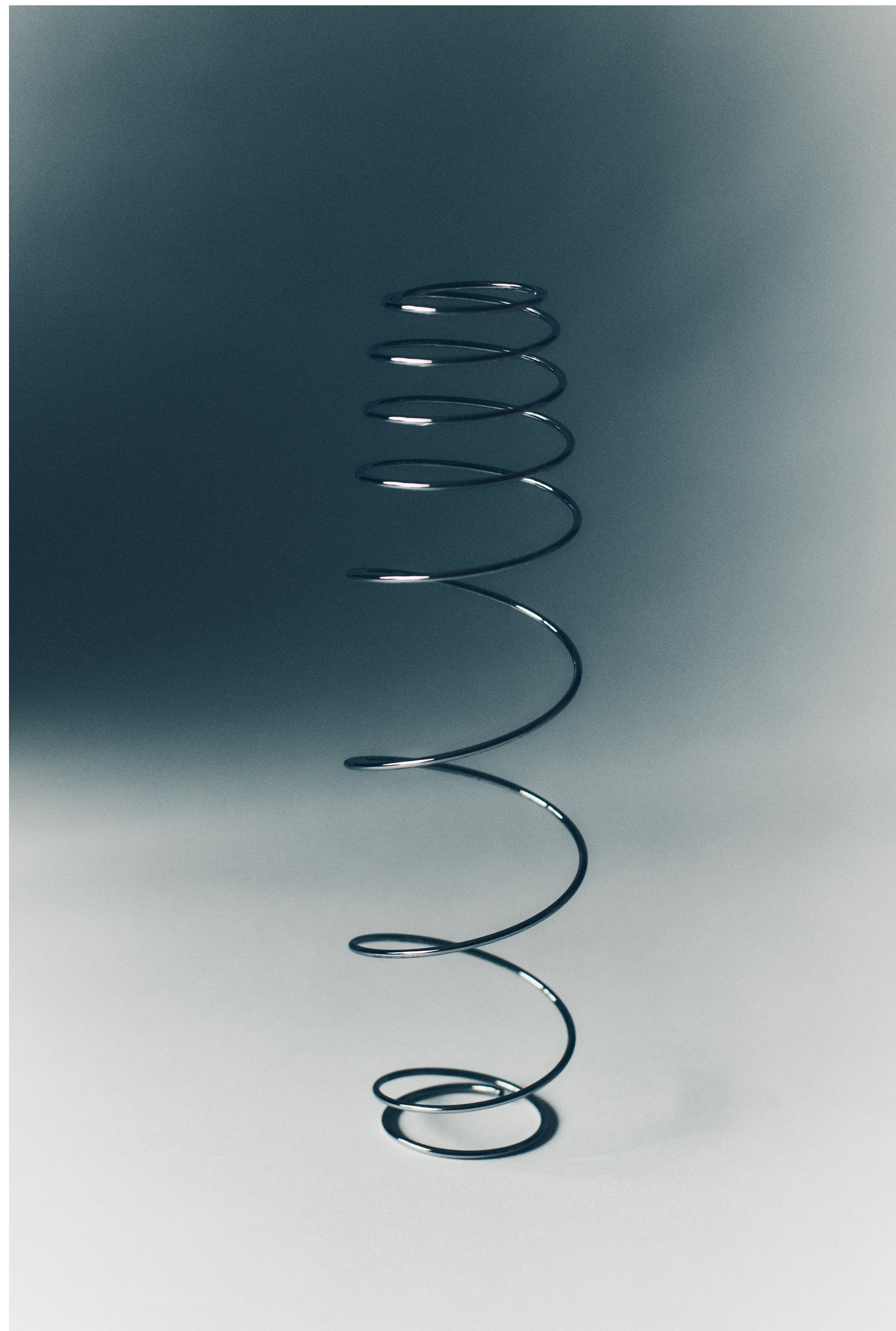


Un ecosistema industriale in cui il sonno si trasforma in esperienza, ricerca e visione. Un luogo dove innovazione, cultura progettuale e sapere manifatturiero convergono per dare forma a una nuova idea di benessere. Dreamscape by Simmons nasce da questa prospettiva: aprirsi, per la prima volta, ed esplorare. La fabbrica non più soltanto come spazio produttivo, ma come un vero e proprio paesaggio da comprendere e vivere.

Materiali, processi e persone costruiscono una geografia in continua evoluzione, capace di raccontare la trasformazione della materia e il percorso che conduce alla realizzazione dell'elemento più intimo della casa: il materasso. Ogni elemento diventa parte di un organismo più ampio, in cui tradizione e innovazione dialogano costantemente, come elementi complementari, non antagonisti.

Un approccio che da oltre 150 anni guida Simmons nell'evoluzione della cultura del dormire. Una vocazione fondata sulla ricerca, sui materiali e sulla capacità di trasformare l'innovazione in un'esperienza concreta di benessere. Non semplici prodotti, ma conoscenze, competenze e intuizioni che contribuiscono a ridefinire il modo in cui concepiamo il sonno.

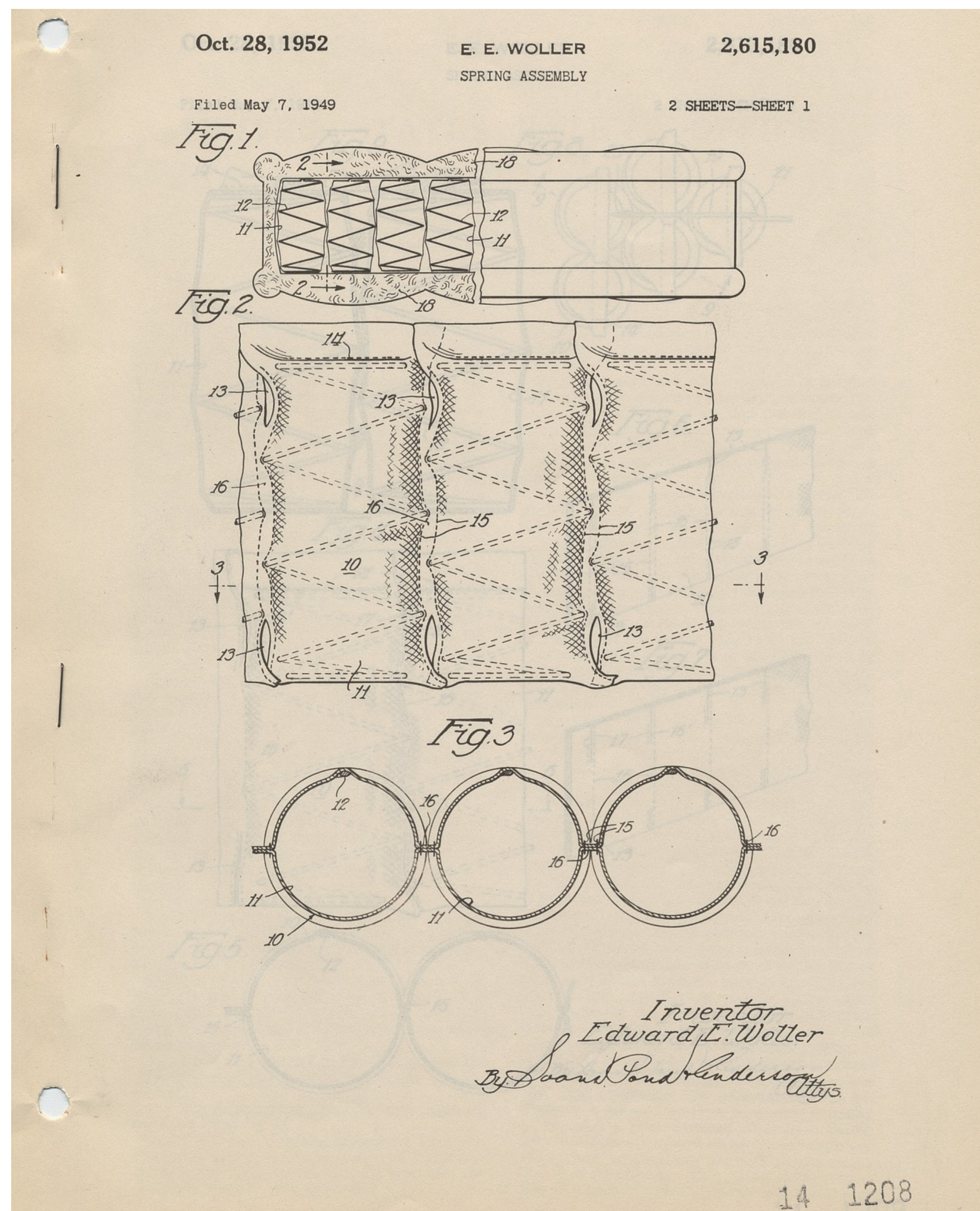
Un percorso intimo che conduce ad una visione panoramica, per comprendere da dove trae origine il motore invisibile che guida uno dei brand più famosi al mondo. Perché i materassi non sono tutti uguali e per dormire bene, serve solo rendersene conto.







CULTURE



Ogni paesaggio racconta una storia. Ci sono paesaggi modellati dall'acqua, dal vento e dalla natura. Altri prendono forma attraverso l'ingegno umano, il lavoro, la tecnologia e il tempo. Sono paesaggi fatti di architetture, infrastrutture, materiali e conoscenze. Luoghi in cui ogni generazione lascia una traccia e ogni innovazione contribuisce a ridefinire ciò che verrà dopo. Dreamscape by Simmons nasce dallo stimolo ad osservare uno di questi scenari: un ecosistema industriale globale in continua evoluzione, dove ricerca, innovazione e sapere manifatturiero convergono -da oltre 150 anni- verso uno degli aspetti più universali dell'esperienza umana: il sonno. Per comprendere questo paesaggio bisogna tornare indietro nel tempo.

È il 1870 a Kenosha, nel Wisconsin, in un'America che sta attraversando una delle più profonde trasformazioni della propria storia. Le ferrovie collegano territori sempre più vasti, le città crescono rapidamente, l'industria modifica il modo di produrre e di vivere. È il tempo delle grandi invenzioni e delle grandi intuizioni. In questo contesto Zalmon Gilbert Simmons fonda un'azienda destinata a lasciare un segno profondo nel mondo del riposo. Un brevetto ricevuto come pagamento di un debito mette in moto tutto. Una banale rete di filo metallico ritorto, intrecciato per migliorare la risposta elastica delle imbottiture dei materassi è in realtà ben più di una semplice innovazione tecnica per Mr. Simmons. Nasce così la Simmons Bedding Company, un'intuizione rivoluzionaria: il sonno non soltanto come necessità biologica, ma come qualcosa da migliorare attraverso il progetto, la ricerca e l'innovazione.

In un'epoca in cui l'arredamento non era certo una priorità industriale, Simmons inizia a considerare il letto come uno spazio da ripensare e perfezionare. Da questa idea prende forma una ricerca destinata a cambiare il modo di dormire di miliardi di persone. Negli ultimi decenni dell'Ottocento l'azienda cresce rapidamente. La produzione si espande e con essa cresce la consapevolezza che il benessere del sonno deve diventare un obiettivo progettuale. Il comfort diventa un problema tecnico. Materiali, strati, elasticità e durata diventano elementi da studiare e migliorare. La fabbrica si trasforma in un laboratorio in cui meccanica, esperienza e osservazione convivono all'interno di un unico processo.

Questa fase segna l'inizio di una trasformazione più ampia: il passaggio da una cultura del dormire basata sulla tradizione ad una fondata sulla ricerca. All'inizio del Novecento emerge una delle innovazioni più importanti nella storia del settore. Nel 1900 l'ingegnere canadese James Marshall breveta un sistema destinato a cambiare per sempre il concetto di sostegno: la molla insacchettata. Ogni molla viene racchiusa in un involucro individuale e può reagire autonomamente alle pressioni esercitate dal corpo. Per la prima volta dalla sua invenzione, centinaia di migliaia di anni prima, il lo spazio dove si dorme non è solo una superficie morbida, ma diventa un elemento che interagisce con il corpo, fornendo una risposta puntuale ed un sostegno calibrato. Da strumento passivo diventa formula attiva di un benessere diffuso.

L'idea è rivoluzionaria, ma la sua produzione è complessa e costosa. Per anni rimane confinata a una nicchia di mercato. Simmons comprende immediatamente il potenziale di questa tecnologia. La vera sfida non consiste nell'inventare qualcosa di nuovo, ma nel renderlo accessibile. È il 1925 e grazie allo sviluppo della prima macchina capace di assemblare industrialmente le molle insacchettate nasce Beautyrest. L'importanza di questo momento è difficile da valutare oggi. Per la prima volta una tecnologia avanzata può essere prodotta su larga scala e raggiungere milioni di persone. Il materasso cesserà per sempre di essere quello che era sempre stato e diventa un sistema articolato progettato per interagire con il corpo umano. Nasce una nuova idea di comfort. Nasce una nuova cultura del dormire. Nasce il concetto moderno di sistema di riposo. Tra gli anni Venti e Trenta del secolo scorso Simmons comprende che l'innovazione non riguarda soltanto

la tecnologia: occorre cambiare anche il modo in cui le persone percepiscono il sonno.

Le campagne pubblicitarie dell'epoca coinvolgono figure come Thomas Edison, Henry Ford ed Eleanor Roosevelt. Il riposo viene quindi associato a concetti come energia, salute, efficienza e benessere uscendo così dalla sfera privata e diventando un tema culturale. Ciò che oggi consideriamo ovvio nasce anche da questa trasformazione: l'idea che dormire bene significhi vivere meglio. Nel secondo dopoguerra la ricerca assume un ruolo sempre più centrale.

La crescita economica e il miglioramento delle condizioni abitative portano milioni di persone a investire nel comfort domestico. Simmons risponde ampliando i propri programmi di sviluppo e sperimentazione e modificando radicalmente il proprio approccio distributivo. Ergonomia, materiali, supporto e durata diventano oggetto di studi sempre più approfonditi. Il sonno viene osservato come un fenomeno complesso che coinvolge il corpo, il movimento, la postura e il recupero fisico.

Sempre di più il materasso viene concepito come uno strumento personale capace di influenzare la qualità della vita.

Anche per questa ragione Simmons rivoluziona il modo in cui i materassi vengono venduti. I negozi, che prima erano sempre stati considerati solo dei magazzini, diventano un punto di consulenza e prova. Nel 1948 Zalmon Jr. avvia 64 depositi sparsi per gli Stati Uniti, comprendendo che un prodotto è davvero rivoluzionario quando modifica le abitudini di consumo. I rivenditori Simmons possono quindi concentrarsi sulla consulenza, esponendo quanti più modelli possibile per favorire una scelta consapevole. Tutti gli esseri umani sono uguali. Tranne quando dormono. Per questa ragione vengono promossi attivamente l'allestimento di punti per la prova dei materassi. Consegna a cura da uno dei depositi in 24 ore. In tutti gli Stati Uniti.

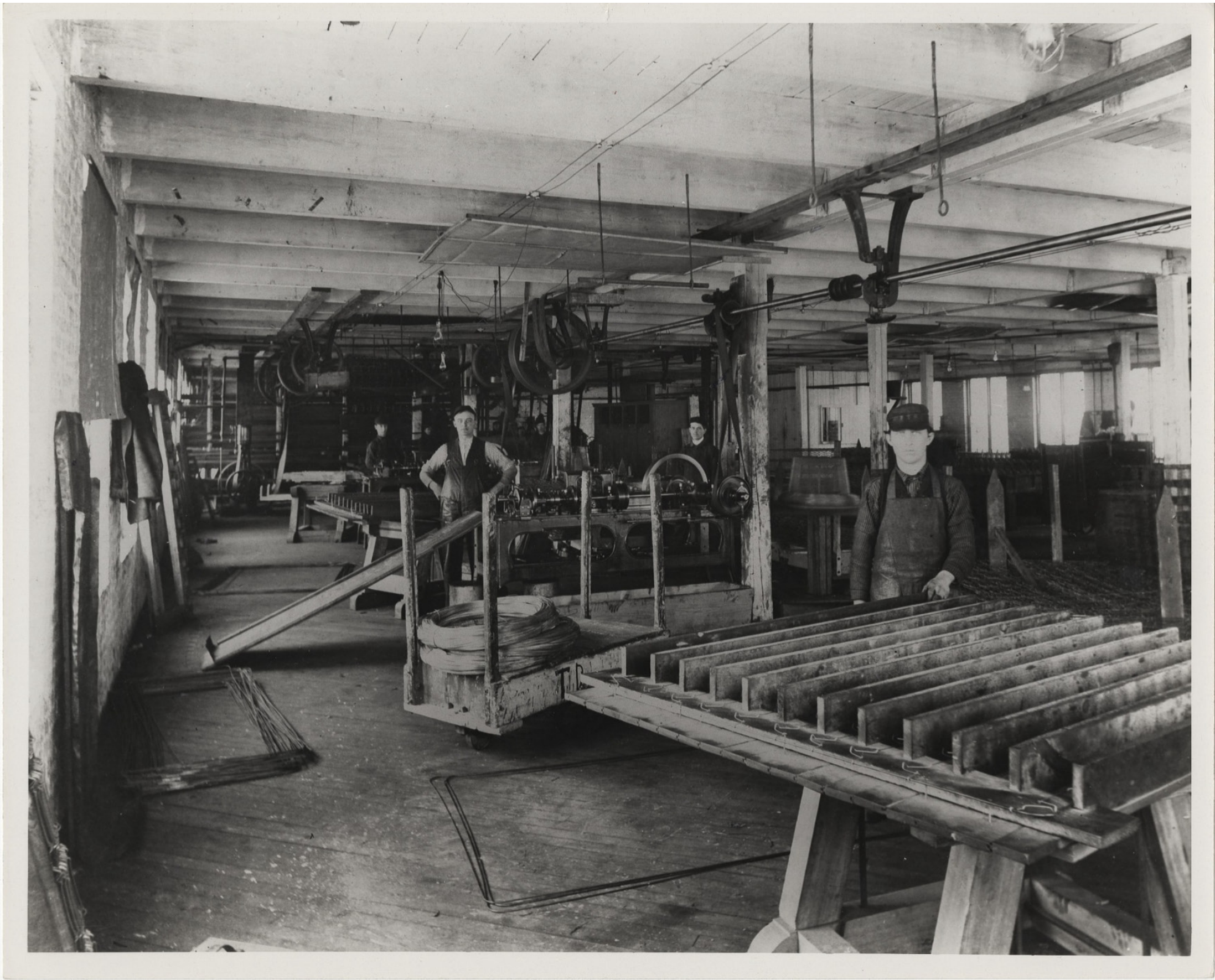
Nel 1958 nasce il materasso "King Size". LIFE Magazine lo mette in copertina. Quella che può apparire come una semplice innovazione dimensionale rappresenta in realtà una trasformazione culturale. La camera da letto cambia scala. Il letto diventa protagonista dello spazio domestico e il comfort assume una nuova centralità nella progettazione della casa. Ancora oggi queste misure rappresentano uno standard globale. Negli anni successivi la ricerca si concentra sempre più sull'esperienza del sonno. Nascono nuovi sistemi di imbottitura, nuove superfici di contatto e nuove soluzioni ergonomiche. Simmons contribuisce allo sviluppo dei sistemi Pillow Top, introducendo il concetto di accoglienza progressiva e anticipando molte delle caratteristiche che oggi associamo al topper contemporaneo. Parallelamente sviluppa i materassi "No Flip", eliminando la necessità di capovolgere periodicamente il materasso.

Anche in questo caso l'innovazione non riguarda soltanto la tecnologia, ma il modo in cui le persone vivono il prodotto. I paesaggi industriali continuano ad evolversi. Nuovi materiali, nuove macchine e nuove competenze entrano a far parte del processo produttivo. La fabbrica continua ad essere un luogo di sperimentazione. Ogni innovazione genera nuove domande. Ogni risposta apre nuove possibilità. La ricerca si estende ai tessuti tecnici, ai trattamenti delle

superfici, alle nanotecnologie e ai sistemi avanzati di supporto. Il sonno viene osservato da prospettive sempre più disparate. La capacità di Simmons di interpretare il comfort supera progressivamente i confini della casa. Attraverso una lunga relazione con il mondo dell'ospitalità internazionale, il marchio contribuisce a ridefinire anche gli standard del riposo alberghiero. Questa evoluzione trova una delle sue espressioni più significative nel 1999 con l'Heavenly Bed sviluppato per Westin Hotels. Per la prima volta in albergo, il letto viene concepito come un'esperienza integrata composta da materasso, topper, biancheria e stratificazione dei materiali. Il successo è straordinario. La differenza si vede. Si sente. Si dorme.

L'Heavenly Bed modifica l'immaginario del “dormire in albergo”. Diffondendo nel mondo un imponente letto bianco, oggi simbolo universale di accoglienza, comfort e benessere. Osservando questa storia emerge un elemento costante: l'innovazione di Simmons non si è mai limitata alla realizzazione di nuovi prodotti. Ha riguardato il modo stesso di interpretare il sonno. Per 150 anni l'azienda ha contribuito a costruire una cultura del dormire fondata sulla ricerca, sulla sperimentazione e sulla capacità di trasformare le intuizioni in esperienze concrete. Ogni generazione ha aggiunto un nuovo tassello a questa visione. Ogni innovazione ha contribuito a ridefinire le aspettative delle persone. Perché i materassi non sono tutti uguali e per dormire bene, basta guardarsi indietro.

Stabilimento Simmons, Forth Worth, TX (1902)



April 8, 1929

T I M E

39



“*Rest inspires me,*”
says MARCONI

Inventor of Wireless
Master of Radio

An interview by
H. S. H. PRINCESS CARLOS DE ROHAN

HE has given mankind a new system of communication. The unfathomed spaces are his laboratory.

Ever since December 12, 1901, when he picked up the first transatlantic wireless signal, he has been constantly busy improving the efficiency of wireless.

Marconi is never rushed—never excited. “I believe in rest,” he says. “It inspires me. Rest and sleep.”

“How many hours of sleep do you require?” I asked.

“Eight hours is the least I can do with,” he replied. “My doctor cares more about my sleeping than anything else I do. Most people should sleep more than they do. Active brains need plenty of sleep. And the quality of sleep is as important as the quantity,” he added. “It should be really restful.”

Marconi’s eyes lit up. “Besides, sleep is interesting,” he said. Many of my best ideas have come to me while I lay idle on my yacht.”

The distinguished inventor is well aware that slumber is to the human body what electricity is to storage batteries—it renews vitality, equips a man for fresh achievements.

© 1929, The Simmons Co.

■ ■ ■

What GUGLIELMO MARCONI says on storing energy through proper sleep is of interest to all. Simmons, largest makers of beds, springs, and mattresses, have developed the equipment which induces healthful sleep. Simmons Beautyrest Mattress, \$39.50; Simmons Ace Box Spring, \$42.50; Simmons Ace Open Coil Spring, \$19.75; Rocky Mountain Region and West, slightly higher. The Simmons Company, New York, Chicago, Atlanta, San Francisco



(Left) Simmons Beautyrest Mattress—Hundreds of resilient coils insure individual action. Damask covering, two designs, six colors.

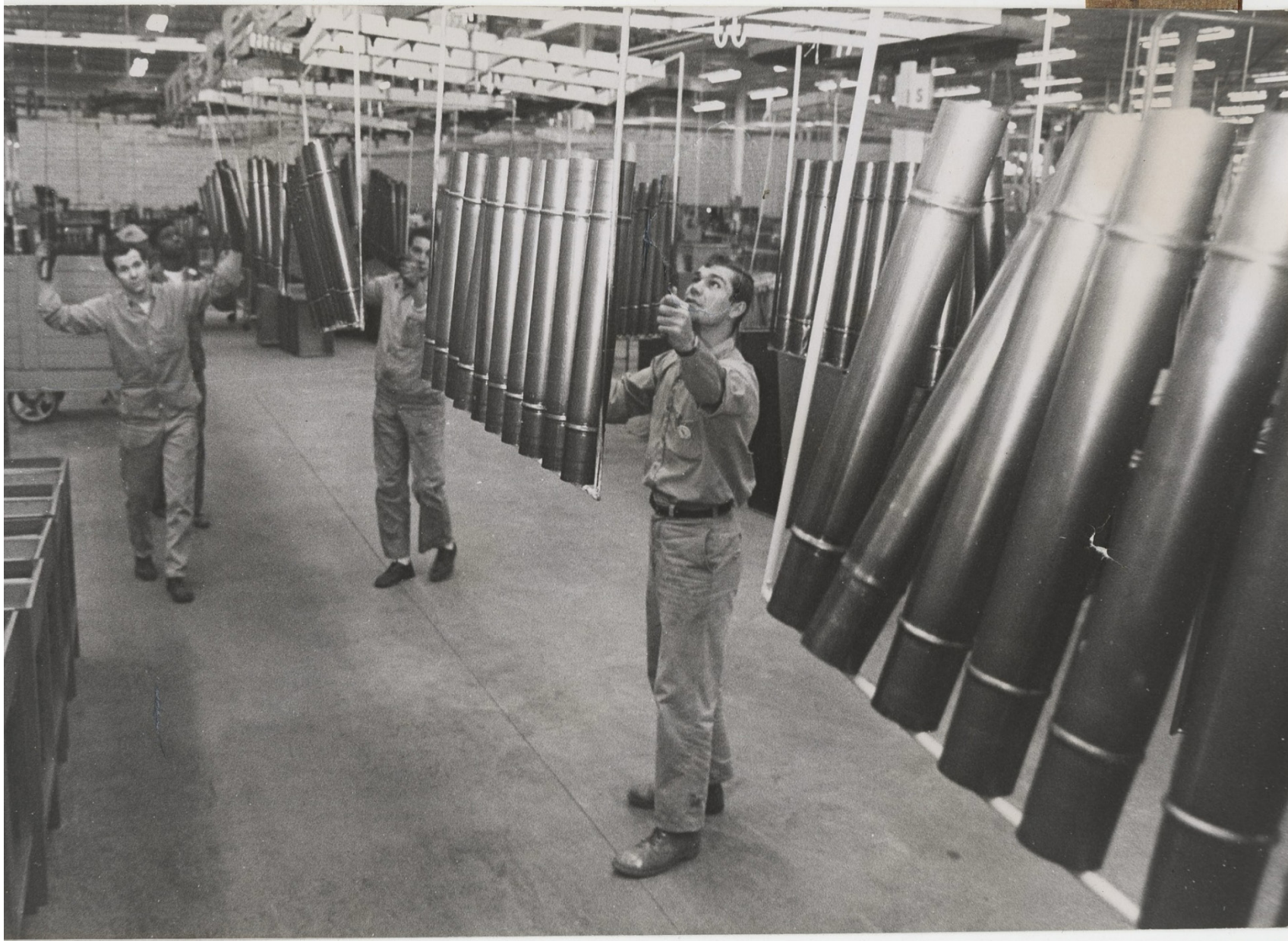


(Right) Simmons Ace Box Spring—Damask-covered to match Beautyrest. Resilient and long wearing.

SIMMONS

BEDS · SPRINGS · MATTRESSES

[BUILT FOR SLEEP]



18

TV-IN-BED VIEWERS LOVE THE BEAUTYREST ADJUST-A-BED

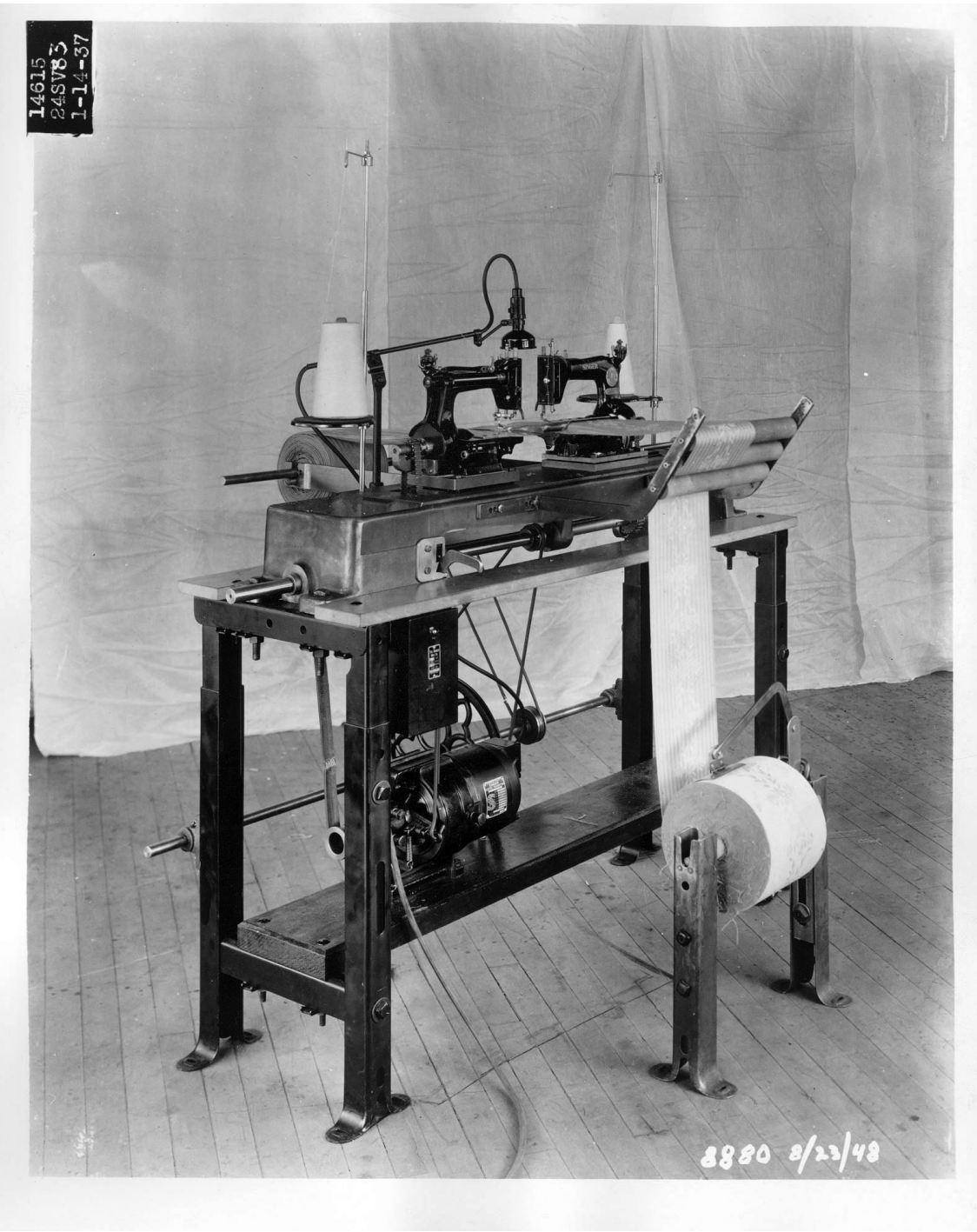
Now . . . at the touch of a finger . . . the world's most obedient bed. Another great Simmons "first"!

Beautyrest® Adjust-A-Bed is designed to prop you up at any desired angle for reading . . . watching TV . . . for breakfast in bed. Lets you elevate and rest weary legs or raise your head and shoulders for welcome relief of head colds.

All this with famous Beautyrest comfort—the kind of comfort that's kind to your back.

Twin Bed Size, Normal or Extra Firm models with Manual Control at \$189.50 . . . or Automatic Electric Control \$299.50. Fits standard bedstead or adjustable frame.

SIMMONS





MATERASSI

Una fabbrica Simmons è un luogo in cui oltre 150 anni di esperienza e più di 101 culture nel mondo incontrano le tecnologie del presente. Un ecosistema produttivo globale progettato per preservare la sostanza e innovare dove necessario. Non una corsa alla modernizzazione fine a sé stessa, ma una ricerca costante di equilibrio tra cultura del fare, qualità dei materiali ed innovazione.

Ogni fase del processo produttivo nasce dalla sintesi di esperienza e tecnologia. Alcune lavorazioni conservano la precisione e l'attenzione al dettaglio dei materassi in lana; altre sono affidate a sistemi tecnologici avanzati capaci di garantire controllo, affidabilità e continuità. Ciò, che contraddistingue Simmons in Italia e nel mondo è la verticalizzazione. Ciò che consente di rendere costante l'output di un processo di trasformazione complesso. Dalla realizzazione delle molle indipendenti all'assemblaggio finale, il brand conserva intatta la cultura progettuale che lo ha reso un riferimento internazionale nel mondo del riposo. La fabbrica non è più soltanto un luogo dove si produce. È uno spazio di osservazione, sperimentazione e miglioramento continuo. Ogni innovazione viene introdotta soltanto quando è realmente in grado di migliorare il prodotto, il processo o l'esperienza di chi dormirà su quel materasso. Ogni scelta nasce da una visione che mette la persona al centro.

Tra linee produttive e competenze specializzate prende forma un paesaggio industriale in continua trasformazione. I materiali definiscono e delineano, gli spazi, i semilavorati seguono tempi diversi, perché qualità e complessità non possono essere accelerate. C'è bisogno di tempo. C'è bisogno di cura.

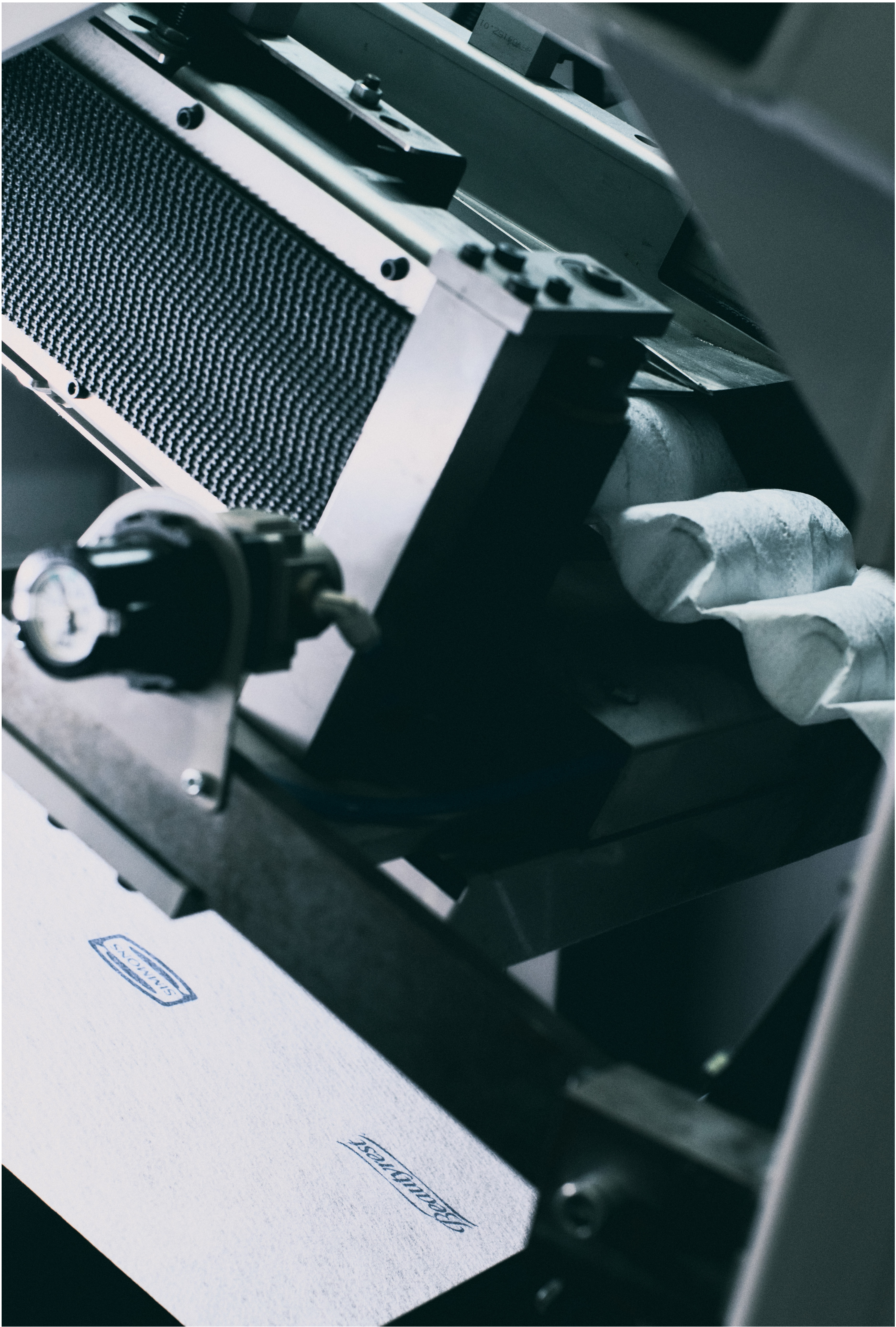
Per questa ragione le fabbriche Simmons sono tra le più avanzate del settore. Qui la tecnologia non sostituisce il sapere umano: lo amplifica. Le macchine eseguono con precisione ciò che sarebbe impossibile replicare manualmente, mentre l'esperienza, la sensibilità e il controllo restano nelle mani delle persone. Perché i materassi non sono tutti uguali e per dormire bene, c'è bisogno di cura.

01. Molla Simmons Beautyrest Blacive

02. Imbottitura Up-Silk, seta vergine upcycled

03. Molla Simmons Beautyrest

04. Fio di acciaio realizzato su specifica Simmons



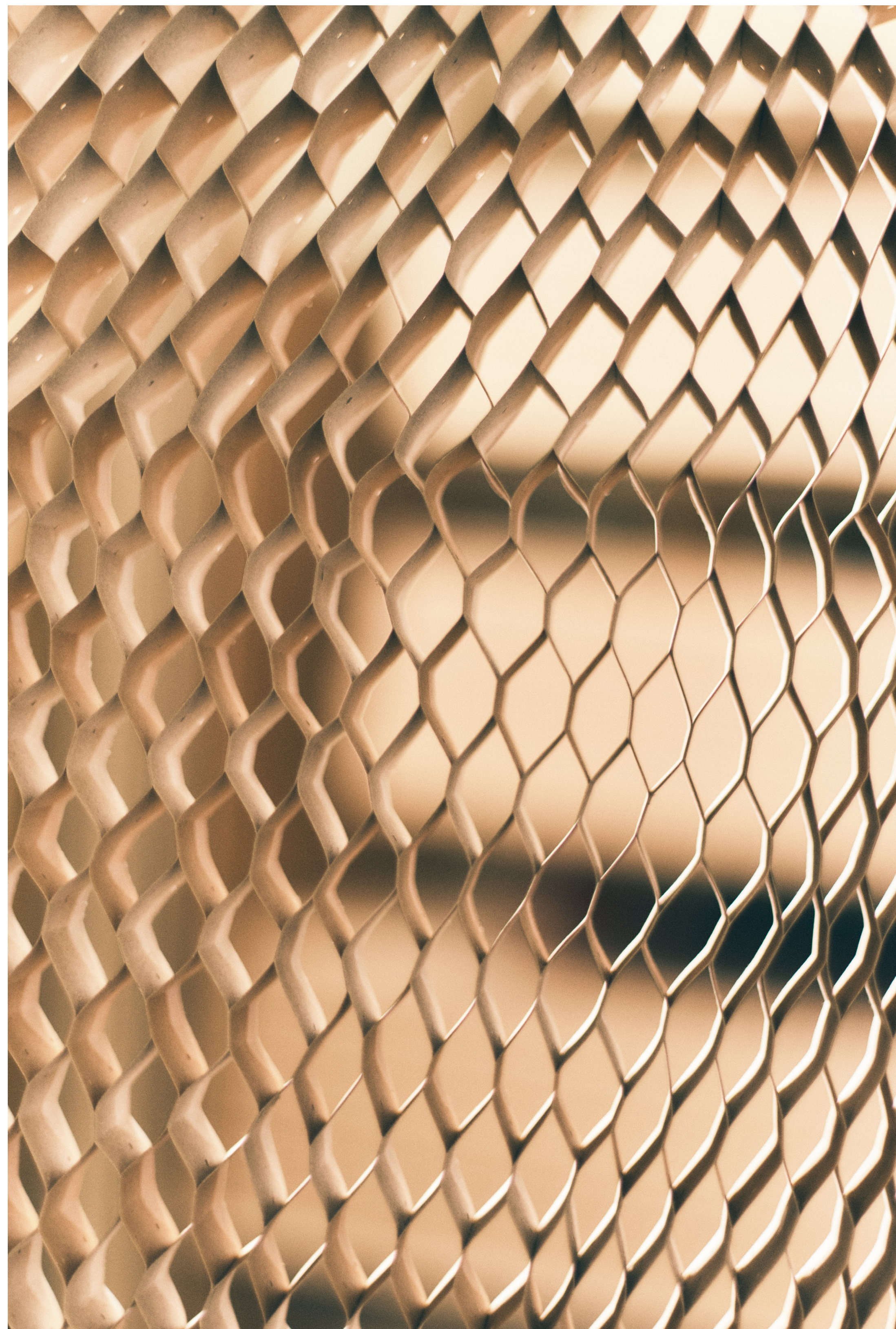
FALEGNAMERIA

Per molto tempo il letto è stato soltanto una base. Una struttura necessaria a isolare il materasso da terra, proteggerlo dall'umidità e rendere il riposo più confortevole. Un elemento funzionale, progettato per sostenere ciò che davvero contava.

Con il passare del tempo, però, il letto ha iniziato a trasformarsi. Ha acquisito forme, materiali e linguaggi propri. È diventato parte dell'architettura domestica, espressione di un gusto, di uno stile, di un modo di abitare. Da supporto è diventato presenza. Da funzione è diventato linguaggio.

È da questa evoluzione che nasce lo stabilimento di Bovisio 2. Il luogo in cui Simmons amplia la propria visione del riposo. Se il materasso rappresenta il cuore del sistema, il letto ne diventa il naturale completamento: una struttura progettata per dialogare con esso, valorizzarne le prestazioni e costruire un'esperienza coerente. Qui il legno incontra una vocazione tessile, la tradizione manifatturiera incontra la cultura del progetto, oggetti che non sacrificano funzionalità in virtù della sola vocazione estetica.

Anche in questo caso la logica è la medesima: innovare dove serve, preservare ciò che conta. Perché un sistema di riposo non è la somma di elementi separati, ma un insieme armonico in cui ogni componente contribuisce al benessere della persona. Un design discreto, autentico e senza tempo. Un letto tessile che continua a svolgere la propria funzione originaria: accogliere, sostenere e migliorare il modo in cui dormiamo.





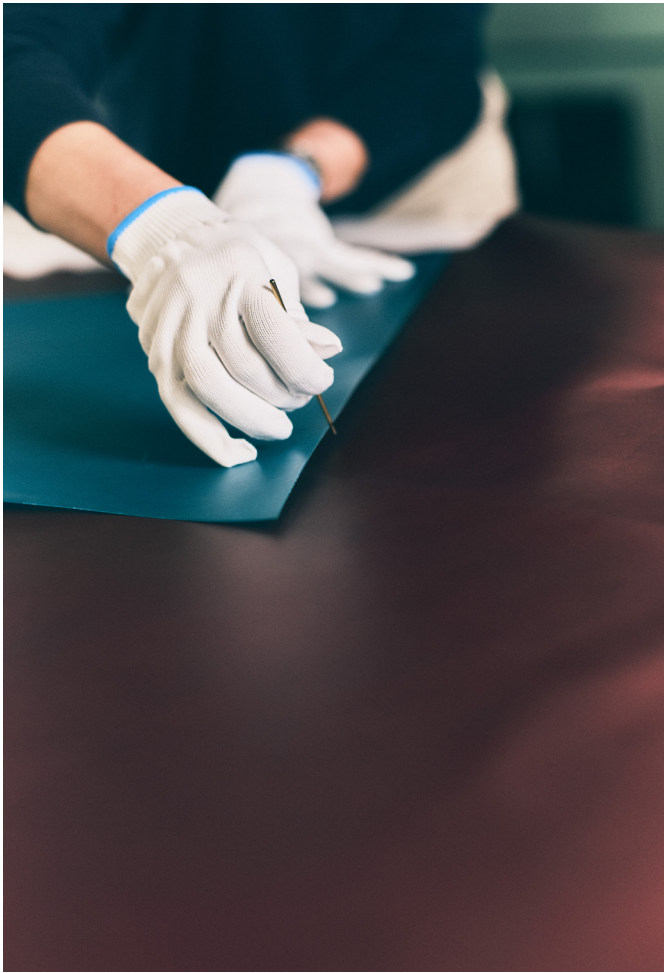
Piastre di rinforzo per sommier



Spinette di rinforzo per sommier



Tappozzeria



Pelle lavorata a mano



HOSPITALITY

Palazzo Petrus



L'Hospitality è sempre stata molto più di un mercato a cui rivolgersi per Simmons. È anzitutto un osservatorio privilegiato sul modo in cui le persone vivono il riposo. Un luogo in cui culture, abitudini, aspettative e stili di vita si incontrano ogni giorno. Un ambiente in cui il sonno non è soltanto un'esperienza privata, ma diventa un servizio, una promessa e una responsabilità.



Per questa ragione la storia di Simmons e quella dell'hôtellerie internazionale si intrecciano da oltre un secolo. Oggi il marchio dialoga con alcune delle più importanti realtà dell'accoglienza mondiale, collaborando con 18 delle prime 20 catene alberghiere internazionali e con migliaia di strutture indipendenti distribuite nei cinque continenti. Una presenza che rappresenta una straordinaria opportunità di osservazione e apprendimento.

Ogni notte, in milioni di alberghi, decine di milioni di persone con corporature, età, culture e abitudini differenti affidano il proprio riposo ad un materasso Simmons. Nessun altro contesto offre una tale varietà di esperienze umane concentrate in un unico luogo.

Nel mondo dell'hospitality emerge una sfida progettuale unica. A differenza dell'ambiente domestico, costruito intorno alle esigenze di una persona o di una famiglia, un struttura ricettiva deve accogliere chiunque. Il comfort non può essere quindi personalizzato per un singolo individuo. Deve essere progettato per funzionare in modo equilibrato, per tutti. Per questa ragione un materasso alberghiero rappresenta uno degli esercizi progettuali più complessi nel mondo del riposo. Deve essere sufficientemente accogliente senza risultare cedevole. Deve sostenere senza apparire rigido. Deve adattarsi a corporature, abitudini e sensibilità differenti senza banalizzare la qualità dell'esperienza. Si delinea così il concetto di WORLDWIDE SLEEP EXPERIENCE: una ricerca continua dell'equilibrio tra sostegno, ergonomia e accoglienza. Un principio che da decenni guida la progettazione di soluzioni dedicate all'hospitality superando culture lingue e unicità, stabilendo un nuovo linguaggio universale: il comfort. Nasce così un luogo di osservazione privilegiato. Un ambiente in cui intercettare nuove esigenze, comprendere i cambiamenti sociali e anticipare le trasformazioni del modo di vivere il riposo. Perché viaggiare significa cambiare luogo, ma non negare sé stessi. Perché accogliere significa comprendere che il comfort non è un lusso, ma una forma di attenzione verso le persone.

Una cultura dell'ospitalità che non si limita a offrire un posto dove dormire, ma si impegna a costruire un'esperienza di riposo capace di far sentire ogni persona accolta, compresa e a proprio agio, ovunque si trovi nel mondo.



IT'S ME

Se il mondo dell'hospitality rappresenta per Simmons l'esercizio della sintesi, il mondo residenziale rappresenta il suo contrario. In albergo il progetto deve funzionare per chiunque. Deve accogliere milioni di persone diverse. Deve essere equilibrio. Deve costruire un comfort universale. La casa, invece, è il luogo dell'unicità. Qui il compito non è trovare un punto d'incontro tra persone diverse, ma avvicinarsi il più possibile alle esigenze di una sola persona. Interpretarne lo stile di vita. Ascoltarne il corpo, le preferenze. Perché tutti gli esseri umani sono uguali. Tranne quando dormono.

Nel 2019 nasce così It's Me, una delle innovazioni progettuali più significative introdotte da Simmons Italy negli ultimi anni. Non una collezione di materassi, ma una nuova architettura di prodotto che sposta l'attenzione dal prodotto alla persona. Per decenni il settore ha descritto il riposo attraverso caratteristiche tecniche, materiali, spessori e tecnologie.

It's Me introduce una prospettiva differente. Parte dall'ascolto. Ogni persona vive il comfort in modo diverso. C'è chi ricerca sostegno, chi privilegia l'accoglienza, chi desidera una sensazione di leggerezza. Per questa ragione Simmons individua quattro diversi "mood" che guidano lo sviluppo progettuale delle sue collezioni, linguaggi capaci di tradurre preferenze, aspettative e stili di vita.

Non si tratta semplicemente di scegliere un materasso più morbido o più rigido. Si tratta di riconoscere il modo in cui ciascuno sceglie di vivere ed applicare la stessa ricetta al dormire.

Al centro di questo approccio esiste una sola competenza fondamentale: l'ascolto. In questa prospettiva il materasso smette di essere un prodotto standardizzato e torna a essere una risposta personale. Una risposta costruita attorno all'individuo, al suo stile di vita.

La rilevanza di questa intuizione è diventata evidente negli anni successivi al lancio. Progressivamente gran parte del settore ha iniziato ad adottare modelli progettuali fondati sulla segmentazione delle preferenze e sulla personalizzazione dell'esperienza del riposo. Segno che il mercato stava andando nella stessa direzione individuata da Simmons: quella di una crescente attenzione alla persona e alla sua unicità.

Perché se l'hospitality insegna a progettare per tutti, il mondo residenziale insegna a progettare per qualcuno. Per una persona specifica, per il suo modo di dormire, per il suo modo di abitare, per il suo modo di essere. È questo il significato di It's Me: il riposo non è un'esperienza collettiva, ma una delle esperienze più personali che esistano nella quale ogni persona possa sentirsi rappresentata. Perché i materassi non sono tutti uguali e per dormire bene c'è bisogno di Simmons. Nient'altro.



Qui il compito non è trovare un punto d'incontro tra persone diverse, ma avvicinarsi il più possibile alle esigenze di una sola persona. Interpretarne lo stile di vita. Ascoltarne il corpo, le preferenze. Perché tutti gli esseri umani sono uguali. Tranne quando dormono.



