



maisoniconia

INHALT

- Über Maison Iconia
- Ottavio Di Chio
- Projektauswahl
- Medienkontakt



PRIVATE VILLA MAYA & JACQUES, 3DS MAISON ICONIA

MAISON ICONIA

Italian Interior Architecture and Swiss Design Combined

Ein historisches Grandhotel in den Waadtländer Alpen, eine Privatesidenz am Genfersee, eine Uhrenboutique in Peking: Maison Iconia gestaltet Interieurs für unterschiedliche Lebenswelten. Was sie verbindet, ist ein unverwechselbarer Charakter, entwickelt aus der Geschichte eines Hauses, der Persönlichkeit seiner Bewohner oder dem Selbstverständnis einer Marke.

Das unabhängige Büro für Innenarchitektur mit Sitz in Lausanne und Turin vereint italienische Gestaltungskultur mit Schweizer Präzision. Hinter Maison Iconia stehen mehr als 25 Jahre Erfahrung und über 400 realisierte Projekte in rund zwanzig Ländern. Im Mittelpunkt stehen anspruchsvolle Hotels und Resorts, hochwertige Wohnimmobilien sowie Premium-Retail. Hinzu kommen Restaurants, Arbeitswelten und Ausstellungen.

Luxus zeigt sich im Detail

Für Maison Iconia liegt Luxus in sorgfältig gewählten Materialien, ausgewogenen Proportionen und handwerklicher Güte. Licht, Akustik und Haptik prägen die Atmosphäre ebenso wie Mobiliar und die Abfolge der Zimmer. Gesucht ist ein Interieur, dessen Qualität sich im täglichen Gebrauch erschliesst und über wechselnde Moden hinaus Bestand hat.

Dabei beginnt jede Gestaltung mit einer Frage: Was macht diesen Ort besonders? Im Hotel sind es die Geschichte des Hauses, die Erwartungen der Gäste und die Anforderungen des Betriebs. In einer Privatesidenz geben Lebensrhythmus, Gewohnheiten und persönliche Vorlieben den Entwurf vor. In einer Boutique wird die Identität einer Marke architektonisch erfahrbare.

Innenarchitektur wird damit zu einer unternehmerischen und persönlichen Investition. Ihr Wert liegt Darin, wie gerne sich Menschen in Räumen

aufhalten, wie stark deren Design wiedererkennbar ist und wie langfristig die Nutzbarkeit gedacht wurde.

Eine neue Maison mit gewachsener Expertise

Maison Iconia entstand aus der Übernahme des Bereichs Design & Interior Architecture der Iconia Group AG durch Ottavio Di Chio und Elena Sanna. Die eigenständige Firma führt eine unternehmerische Entwicklung fort, die 2001 begann und über die Automobil- und Uhrenindustrie, internationalen Retail und Hospitality zur heutigen Spezialisierung führte.

Die Bezeichnung «Maison» steht für die Nähe zur Kundschaft, für Kontinuität und die Weitergabe von Handwerkswissen. Rund 50 Fachleute verbinden Design, Innenarchitektur, Architektur, technische Planung und Branding mit Projektleitung, Einkauf und Ausführung. Diese fachliche Breite erlaubt es, einen Entwurf bis ins gebaute Detail zu begleiten.



FREDERIQUE CONSTANT W&W26, 3DS MAISON ICONIA

Turin als Verbindung zur italienischen Handwerkskultur

Der Standort Turin eröffnet einen unmittelbaren Zugang zu italienischen Designhäusern und spezialisierten Werkstätten. Elena Sanna, Partner & Managing Director, Maison Iconia Italy, leitet das italienische Büro.

Über die eigene Direct Sourcing Division arbeitet Maison Iconia mit einem Netzwerk von über 200 Möbelmarken und Schreinereibetrieben aus dem «Made in Italy»-Umfeld zusammen. Europäische Einrichtungspartner ergänzen dieses Netzwerk. Es verbindet zeitgenössisches Design mit überliefertem Handwerkskönnen und ermöglicht individuelle Einbauten sowie massgefertigtes Mobiliar. Die Einrichtung fliesst bereits in die Konzeption ein: Ihre Proportionen, Oberflächen und Verarbeitung gehören zum architektonischen Gesamtbild.

Vom Grandhotel bis zur privaten Residenz

Die Neugestaltung des Villars Palace in Villars-sur-Ollon veranschaulicht die Hospitality-Kompetenz des Teams. Das historische Haus erhielt eine zeitgemässe Interpretation, die sein kulturelles Erbe aufgreift und die Anforderungen des Hotelbetriebs berücksichtigt. Zum Spektrum gehören ebenso Boutiquehotels, Resorts, Restaurants und Spas.

Im Wohnbereich entstehen Villen, Chalets, Penthouses und Apartments sowie die Umgestaltung ehemaliger Bauernhäuser. Hier steht die persönliche Lebensführung im Vordergrund: Rückzug, Geselligkeit und alltägliche Abläufe bestimmen die Planung.

Im Retail übersetzt Maison Iconia Markenwelten in Flagship Stores, Monobrand-Boutiquen und temporäre Formate. Ein Beispiel ist der Flagship Store von H. Moser & Cie. in Peking. Arbeitswelten und institutionelle Einrichtungen wiederum machen

Unternehmenskultur sichtbar. Temporäre und permanente Ausstellungen ergänzen das Portfolio mit Inszenierungen, die Aufmerksamkeit lenken und Inhalte vermitteln.

Vom ersten Gespräch bis zur Übergabe

Maison Iconia begleitet den gesamten Entstehungsprozess. Zu Beginn werden die Rahmenbedingungen geklärt.

Es folgen Entwurf und technische Ausarbeitung: Grundrisse, Wegeführung, Materialien, Beleuchtung und Einrichtung werden aufeinander abgestimmt. In der Ausführung übernimmt das Team die Beschaffung von Mobiliar und Ausstattung, die Koordination der beteiligten Unternehmen sowie die Bauleitung bis zur formellen Übergabe. So bleibt die gestalterische Absicht über alle Projektphasen hinweg nachvollziehbar.

Nächster Schritt: ein Showroom am Zürichsee

Von Lausanne und Turin aus betreut Maison Iconia Projekte in der Schweiz, Italien, den USA, Asien und im Nahen Osten. Singapur ergänzt das internationale Standortnetz.

Mit einem neuen Standort in Freienbach stärkt das Unternehmen seine Präsenz in der Deutschschweiz. An der Wolleraustrasse 31 entstehen ein Showroom und ein Architektur- und Designbüro. Ausgewähltes Mobiliar, Einrichtungskonzepte und Kollaborationen machen die Gestaltungswelt der Maison vor Ort erlebbar. Zugleich entsteht eine direkte Anlaufstelle für Bauherrschaften, Eigentümer und Betreiber im Grossraum Zürich. Die Eröffnung ist für Dezember 2026 oder Januar 2027 vorgesehen.

OTTAVIO DI CHIO, MITGRÜNDER UND ART DIRECTOR

Von Automobilikonen zu individuellen Lebenswelten

Ottavio Di Chios gestalterische Laufbahn beginnt mit Lancia, Alfa Romeo und Maserati. Als künstlerischer Leiter von Ausstellungen und Markteinführungen entwickelt er ein Gespür für Szenografie, Details und die emotionale Wirkung einer Inszenierung. Die Zusammenarbeit mit der Familie Agnelli prägt seinen Blick auf Exzellenz und aussergewöhnliche Orte.

Es folgen Mandate für Uhrenhäuser wie Longines, Blancpain und Carl F. Bucherer. Mit seinem Team realisiert er Messestände für die Baselworld und Luxusboutiquen von New York bis Shanghai. Aus der Präsentation einzelner Produkte wird die Gestaltung vollständiger Markenwelten. Diese Erfahrung führt ihn zur Hospitality und zur Innenarchitektur privater Residenzen.

Unternehmerische Erfahrung, persönliche Handschrift

Seit 2001 verbindet Di Chio eine unternehmerische Partnerschaft mit Elena Sanna. 2007 gründet er den Schweizer Sitz in Lausanne, zunächst allein. 2016 folgt die Mitgründung der Iconia Group, die auf über 500 Mitarbeitende wächst.



PORTRAIT OTTAVIO DI CHIO, MAISON ICONIA

Mit Maison Iconia eröffnen Di Chio und Sanna 2026 ein neues Kapitel. Rund 50 Fachleute bringen ihre Erfahrung aus Hunderten von Projekten ein. Für ihn bedeutet die eigenständige Maison zugleich eine Rückkehr zur unmittelbaren Nähe zum Entwurf und zur Kundschaft: vom ersten Gespräch bis zum letzten ausgeführten Detail.

Ein Zuhause wie ein Massanzug

Private Wohnwelten betrachtet Di Chio mit dem Blick eines Massschneiders. Ein Interieur soll zur Persönlichkeit seines Eigentümers passen, seine Geschichte aufnehmen und seinen Lebensrhythmus begleiten. Diese individuelle Passform bestimmt den Entwurf.

Sein Luxusverständnis zeigt sich in der Haptik eines Materials, der Wärme des Lichts und der Sorgfalt der Verarbeitung. Qualität soll spürbar sein, bevor sie sich beschreiben lässt. Daraus entstehen Orte, die zum Verweilen einladen und den Wunsch wecken, zurückzukehren.

Den roten Faden seiner Laufbahn sieht Di Chio in der Gestaltung von Orten, die Geschichten vermitteln und Menschen berühren. Mit Maison Iconia führt er diesen Gedanken weiter, getragen von einer langjährigen Partnerschaft, einem erfahrenen Team und der Überzeugung, dass Vertrauen die Grundlage anspruchsvoller Projekte bildet.

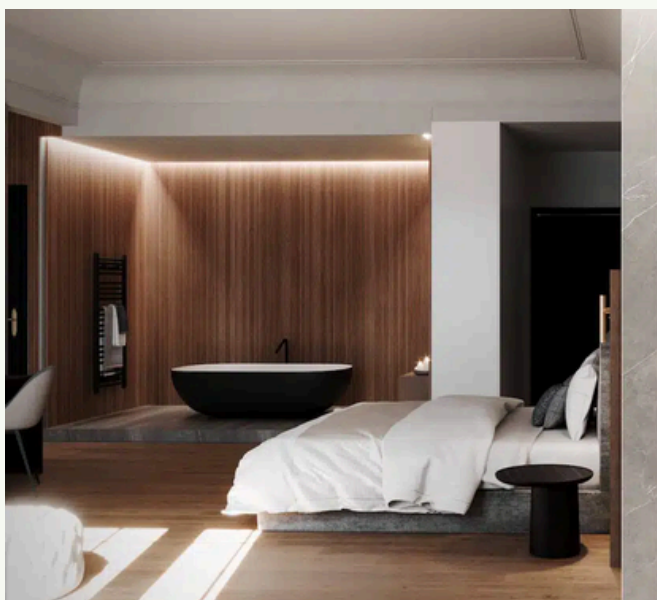
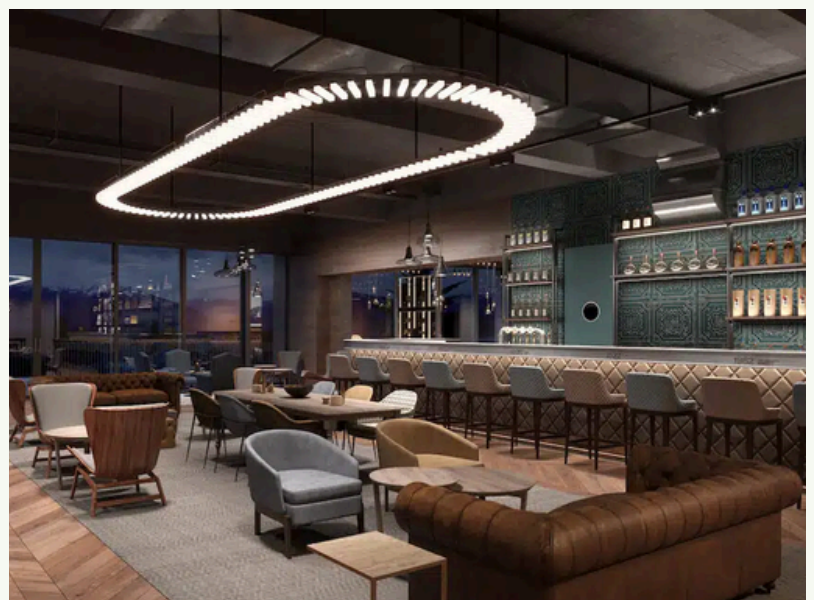
PROJEKTE: HOSPITALITY

Villars Palace, Villars-sur-Ollon

Ein Grandhotel zwischen historischem Erbe und neuer Gegenwart

Die Neugestaltung des Villars Palace verbindet die Geschichte eines traditionsreichen Hauses mit den Anforderungen zeitgemässer Gastlichkeit. Der Auftrag umfasste Innenarchitektur, Design, denkmalpflegerische Sanierung, künstlerische Leitung, die Planung der Hotelnutzung und die Lieferung des Mobiliars.

Die Identität des Gebäudes bildete den Ausgangspunkt. Seine historische Substanz und sein unverwechselbarer Charakter sollten in der neuen Gestaltung lesbar bleiben. Zugleich galt es, Atmosphäre, Komfort und die Abläufe des täglichen Hotelbetriebs aufeinander abzustimmen. Das Projekt veranschaulicht, wie Maison Iconia architektonisches Erbe in die Gegenwart überführt und dabei Gestaltung und betriebliche Anforderungen gemeinsam entwickelt.



VILLARS PALACE, FOTOGRAF VILLARS ALPINE RESORT, 3DS MAISON ICONIA

PROJEKTE: PRIVATE RESIDENZEN

Privatresidenz, Nyon

Vom ehemaligen Bauernhof zum zeitgemässen Wohnhaus

Der Umbau eines ehemaligen Bauernhofs in Nyon erschliesst einem vertrauten Gebäudetyp eine neue Nutzung als hochwertige Privatresidenz. Die Gestaltung führt das bauliche Erbe mit einer zeitgenössischen Formensprache zusammen.

Klassische und moderne Elemente begegnen sich in den Proportionen, der Materialwahl und der Lichtführung. Die sorgfältige Ausarbeitung der Details verbindet den Charakter des Bestands mit dem Komfort heutigen Wohnens.



PROJEKTE: LUXUS RETAIL

Tissot Boutique Guidelines

Uhrmachertradition in zeitgenössischer Form

Für Tissot entwickelte das Team ein Gestaltungskonzept, das die Geschichte der Uhrenmarke in eine zeitgemässe Boutique übersetzt. Historische Logos und charakteristische Markenelemente treffen auf eine präzise abgestimmte Materialpalette.

Besonders klares Glas öffnet die Schaufensterfront. Mit Logomustern versehene Aluminiumpaneele und farbig bedruckte Spiegel setzen grafische Akzente. Matte Bodenoberflächen ergänzen das Ensemble und verleihen der Produktpräsentation einen ruhigen Rahmen.

Die Boutique Guideline verbindet so das visuelle Erbe von Tissot mit einer eigenständigen, gegenwärtigen Formensprache. Markenidentität wird über Oberflächen, Transparenz und sorgfältig komponierte Details erlebbar.

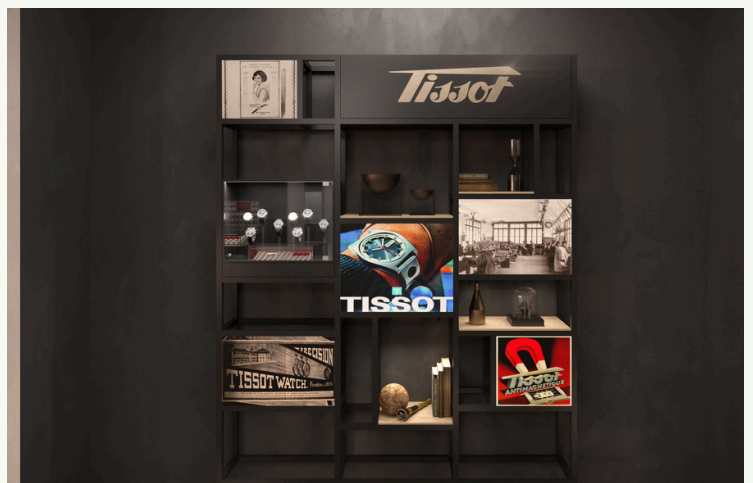


PHOTO CREDITS: TISSOT BTQ GUIDELINE – 3DS MAISON ICONIA

WEITERE REFERENZEN

Zum Portfolio gehören das Victoria Hotel, Le Clay und Le Dew sowie zahlreiche internationale Boutiquen und Ausstellungsprojekte für die Uhrenindustrie. Sie dokumentieren die Bandbreite einer Praxis, die Hospitality, private Wohnwelten und markengeprägte Interieurs umfasst.

<https://maisoniconia.com/projects/>

MEDIENKONTAKT

Pressekontakt Maison Iconia

Sebastian Vazquez
Head of Sales & Marketing
marketing@maisoniconia.com
+41 21 601 58 01

Maison Iconia SA
Avenue de Rhodanie 40C
1007 Lausanne
www.maisoniconia.com

Pressekontakt PR Agentur

Giulia Paone
Director Strategy & Partnerships
pr@avanstudios.ch

AVAN Studios
Löwenstrasse 65
8001 Zürich
www.avanstudios.ch



*maison*iconia