

SOUL DESIGN

Dialoghi, interviste e ricerche, sulla dimensione più profonda del design

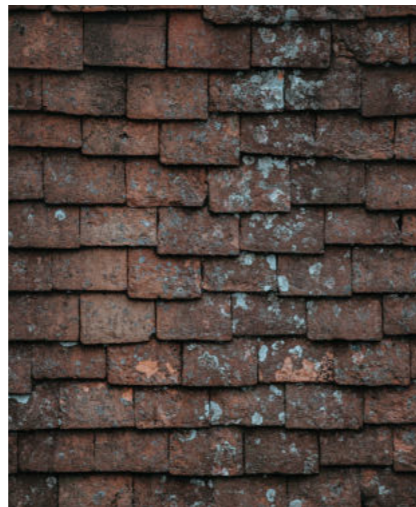
L A M A T E R I A

In tutte le sue forme

“La vita è il trattino tra materia e spirito”

Augustus e Julius Hare

La materia



INDEX

4.

Il ricordo

6.

Editoriale

*Il giusto punto d'inizio
di Ombretta Dal Zin*

12.

Che cos'è la materia?

*Intervista con Alessandro Melis,
curatore padiglione Italia - Biennale Venezia*

18.

La materia nel design

*Paolo Bestetti - Quando un materiale acquista più valore
Paolo Tormena - La vera maestria sta nel trovare il giusto equilibrio*

40.

La materia nella moda

*Markus & Daniel Freitag - La sostenibilità non è strategia, ma convinzione
Fabrizio Consoli - Quando il prodotto ha una storia, acquisisce un'identità
Giovanni Bonotto - L'uomo con gli occhiali della fantasia*

68.

La materia secondo lo studio Stefano Boeri Architetti

Intervista con Francesca Cesa Bianchi

82.

La materia nell'arte

*Eva Bonaventura & Roberto Mainardi - Tutti noi siamo fatti di materia
Angelo Brugnera - Dare forma a un concetto*

100.

La materia nel cibo

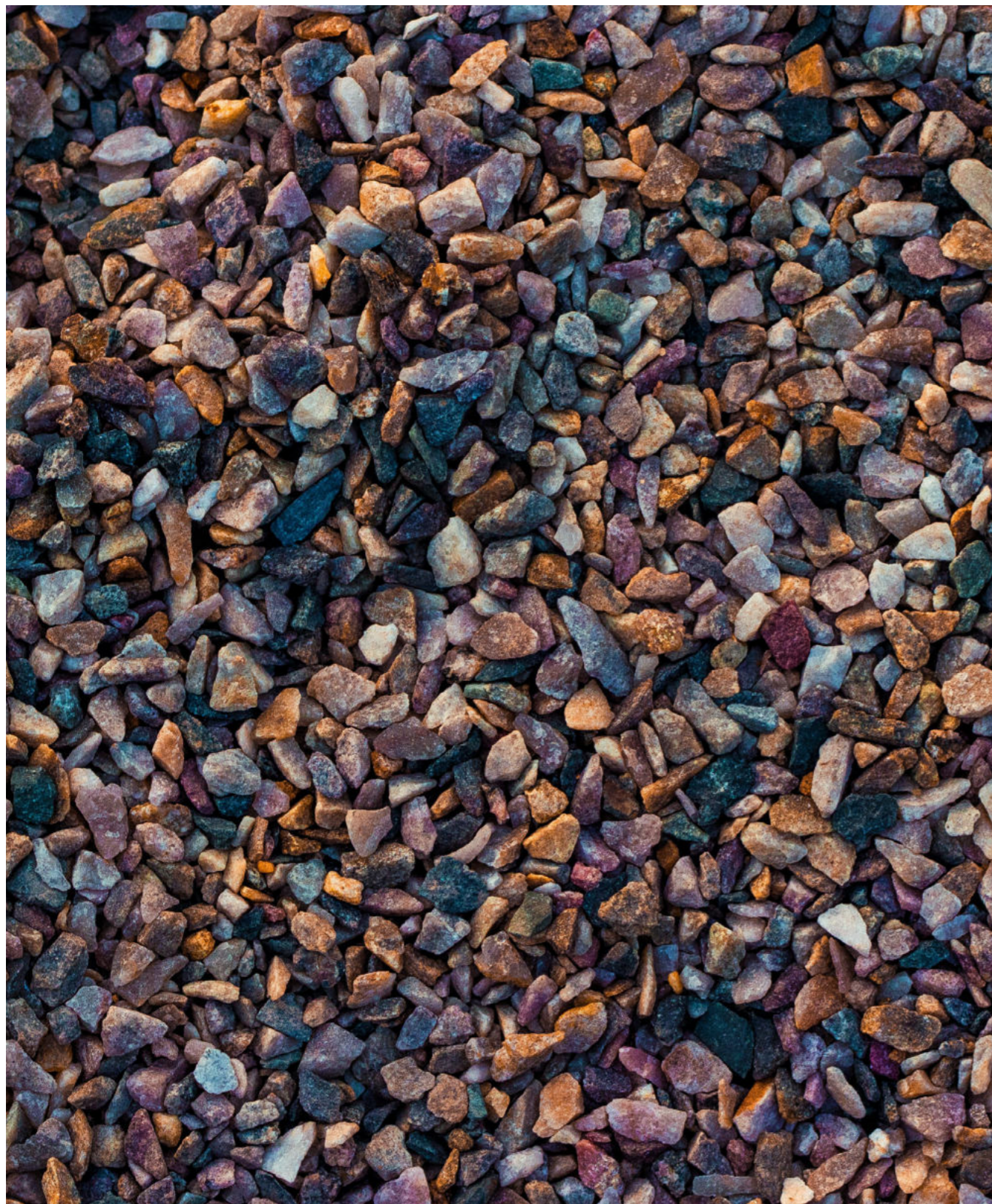
*Paolo Dalla Torre - Rivisitare i prodotti mantenendone la loro essenza
Lorenzo Palla - Perché il buon vino si fa in vigna*

126.

Postcards

134.

Credits



Il nostro Capitano se n'è andato.
Per noi era questo.

Marco era un solitario, quello che a molti sembrava freddezza, era in realtà un modo per difendere i sentimenti, a mio parere, molto profondi.

Cercava sempre le novità, nella vita come nel design. Il suo modo di vivere non era fondato sull'ambizione, ma sulla passione per il lavoro, per la famiglia, per i suoi innumerevoli interessi.

Ho conosciuto Marco veramente bene solo di recente, in questi ultimi anni il lavoro e l'amicizia ci avevano uniti.

Viaggi con lui verso Cortina, Abbazia, Vicenza, Mantova mi hanno fatto conoscere un uomo pieno di vita, forse un po' all'antica, di poche parole, ma di sentimenti veri.

Era un uomo fedele, corretto, onesto.

Ora il nostro eroe non c'è più.

Ciao Capitano, Ciao Marco.

Gian Luca Perissinotto



OMBRETTA DAL ZIN

Il giusto punto d'inizio

Per un numero di Soul Design completamente dedicato alla materia, non potevamo che partire dalla materioteca presente all'interno dello show-room l'Ambiente di Cortina. In questo spazio che è qualcosa di unico nel suo genere, abbiamo incontrato Ombretta Dal Zin, titolare del Gruppo l'Ambiente, ed è proprio con lei che vogliamo iniziare questo viaggio alla scoperta dell'elemento materico e di come esso rappresenti il primo passo nella realizzazione o nella ristrutturazione di uno spazio abitativo.

Che cos'è la materia per lei?

È qualsiasi cosa che si può toccare. Un qualsiasi elemento che attraverso il contatto tattile ci trasferisce delle sensazioni, delle emozioni. Il "con-tatto" è proprio entrare in relazione con ciò che ci circonda, per questo quando penso alla materia in primis parto con il tatto, poi può essere plasmabile, trasformabile, fissa, può diversificarsi in mille modi diversi, però il primo impatto che ho io è il tatto. Poi da qui la materia la possiamo interpretare attraverso la vista, l'udito e anche l'olfatto, laddove ci sono materie che emanano odori, profumi, essenze.

La materioteca invece cos'è e perché avete voluto svilupparne una a Cortina?

La materioteca nel nostro campo sono tutti gli elementi che ci permettono di dare al nostro cliente, un'interpretazione completa della sua casa, della sua abitazione. L'abbiamo studiata, perché da tempo sono cambiate le esigenze dei clienti, che non si limitano all'acquisto di un

mobile e siamo cambiati pure noi, diventando dei consulenti d'arredo, dei progettisti. Quindi è chiaro che oggi chi entra nei nostri negozi, cerca e si aspetta da noi delle soluzioni d'arredo dall'inizio. Questo a prescindere che si tratti di realizzare una nuova casa oppure di una ristrutturazione. Vengono da noi prima di iniziare qualsiasi lavoro. È per questo che la materioteca diventa indispensabile in questa fase consulenziale per poter progettare insieme un ambiente che sia legato completamente. Dopo che siamo entrati in relazione con il cliente, capendone le sue esigenze, qual è il suo stile di vita, come vuol vivere la casa, la materioteca diventa fondamentale perché è la base dalla quale partire per interpretare i suoi pensieri. Se consideriamo le superfici ampie che va a rivestire, dal pavimento, al soffitto, ai muri, è l'elemento materico che fa la differenza. L'importante è che la scatola, il contenitore sia costruito con i giusti materiali e i giusti colori, poi si passa all'arredo, solo quando l'ambiente che abbiamo realizzato è coerente con ciò che sentiamo più vicino a noi, possiamo poi pensare di arredarlo. La materioteca serve proprio per questo motivo. Attraverso di essa creiamo i mood più adatti per la costruzione del giusto spazio. Accostando pezzi di legno, con il colore del rivestimento, i tessuti principali dei mobili, del divano, piuttosto che il tendaggio, diventa





secondario quali saranno i colori della cucina o degli altri elementi d'arredo. Per questo abbiamo realizzato qui a Cortina questo spazio progettuale dedicato alla materia.

Per chi è pensata la materioteca?

Per noi è fondamentale dialogare con l'architetto, il designer, il progettista che accompagna il privato nella scelta e nella guida. È un dialogo a tre, dove noi non ci sostituiamo al professionista, ma diventiamo gli interlocutori ideali per lui. S'innesca un dialogo proficuo e continuo su ogni singola scelta tra noi, il professionista e il cliente finale. Dal colore di un muro piuttosto che la piastrella di un bagno, questo fa sì che l'ambiente diventi un ambiente unico.

Questo perché a noi non interessa sostituirci al professionista. A noi interessa che venga fatto un lavoro, dove la soddisfazione vada al cliente. Perché è solo quando il cliente è soddisfatto, che lo è anche il professionista e anche noi. Per arrivare a questo bisogna collaborare. È fondamentale far veicolare questo messaggio. Per il professionista noi non siamo degli antagonisti, ma il partner ideale che può offrirgli tutta una serie di opportunità

“Una casa costruita con i giusti materiali è una casa che senti tua e questo è fondamentale”

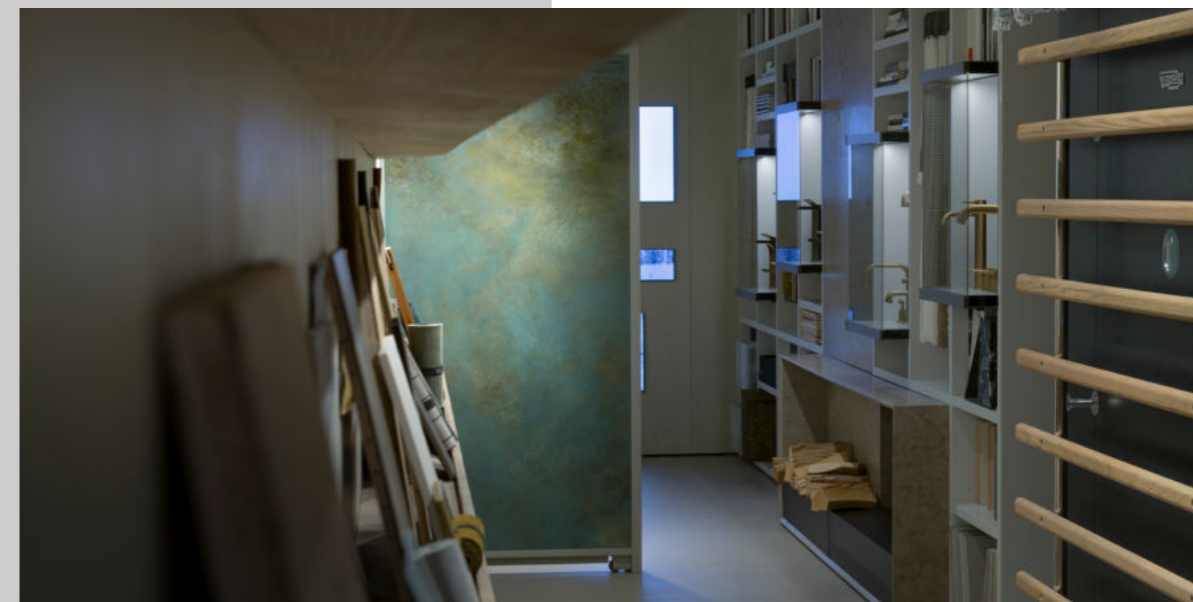
per soddisfare maggiormente il suo cliente. Noi ci inseriamo solo quando il cliente non ha un professionista e quindi mettiamo a disposizione anche le competenze progettuali interne.

La materioteca di Cortina è uno spazio straordinario che è stato realizzato all'interno di questo show-room, però il tema della materioteca è intrinseco nel DNA del Gruppo l'Ambiente, vero?

A Cortina siamo riusciti a fare un investimento tale da presentare tutto: degli espositori appositi, delle teche apposite, uno spazio appositamente creato per questo, effettivamente negli altri negozi in realtà forse esisteva anche prima, però in forma un po' meno specifica, meno strutturata insieme alla parte del mobile. Quindi in realtà in tutti i nostri negozi abbiamo il campione dei pavimenti, delle resine, dei sanitari, delle pitture che si possono fare, dei tessuti e di tutti gli altri materiali. Diciamo che a Cortina abbiamo dato più spazio a tutto ciò, ma il programma è quello di riprodurre questo spazio all'interno anche degli altri punti vendita.

A proposito di materia, quanto è importante per voi selezionare dei materiali in relazione al luogo dove si trova l'abitazione da realizzare o da ristrutturare?

Questo è un tema centrale per noi. Oggi l'ambiente che ci circonda è fondamentale. Se abito in centro città è chiaro che ci saranno



dei materiali più consoni da utilizzare rispetto se abito in campagna. Lo stile sarà diverso e attraverso la materioteca riusciamo a far capire anche questo. Solo mostrando le cose si possono comprendere. Può capitare ad esempio che un cliente parta con un'idea della casa in campagna tutta bianca e super moderna, poi invece gli fai vedere che il moderno esiste anche inserendo un po' di legno, un po' di cemento, un po' di ferro e il risultato è completamente diverso.

Oltre a questo è fondamentale far capire l'importanza di utilizzare i materiali del luogo. Ad esempio qui a Cortina si presta bene l'utilizzo di materiali come il legno, il marmo, il ferro, tutti lavorati dagli artigiani

del luogo. Questo è un altro elemento importante per noi, quello di collaborare con la maestria di artigiani locali in grado di creare qualcosa di unico e coerente con le tradizioni del luogo.

In una frase, perché un professionista o un privato dovrebbe visitare la materioteca di Cortina?

Per avere il giusto punto di inizio.

Una casa costruita con i giusti materiali è una casa che già senti tua e questo è fondamentale. Avere quella sensazione che ti porta a dire "entrare qui si sta bene".

Un involucro fatto in questo modo qui, partendo dai materiali, ti permette di realizzare tutto ciò. Prima il contenitore e poi il contenuto.



INTERVISTA CON ALESSANDRO MELIS



LE COMUNITÀ RESILIENTI DELLA BIENNALE ARCHITETTURA

Il nuovo numero di Soul Design dedicato interamente alla materia, arriva quasi in contemporanea con l'apertura della XVII Biennale di Architettura di Venezia. Questa è stata una vera occasione per noi per dialogare su questo tema con uno straordinario professionista che ha curato il Padiglione Italia. Il professionista in questione è l'architetto Alessandro Melis ed è proprio dalle sue parole che ci racconta "Comunità Resilienti", questo è il titolo e il tema del Padiglione Italia di questa edizione della Biennale Architettura.

Ci racconti del Padiglione Italia esposto all'edizione 2021 della Biennale Architettura.

Il Padiglione Italia della Biennale di quest'anno è dedicato, come suggerisce il nome, al tema della resilienza delle comunità. Per trattare questo argomento abbiamo deciso di avere più un approccio scientifico che comunicativo. Di conseguenza il Padiglione è nato, più che come una mostra, come un laboratorio di ricerca, dove questa ricerca si orienta verso l'ecologia, ma soprattutto, verso la rivoluzione che è avvenuta nella biologia dell'evoluzione, tra gli anni '60 e anni 2000, ovvero il principio dell'exaptation.

Questo concetto ci dice che la sopravvivenza delle specie dipende non tanto dalla capacità di prevedere il futuro, ma dal fatto che ogni organismo sia dotato di diversità, variabilità e ridondanza. In sostanza, che sia sufficientemente diverso, disordinato e disomogeneo in modo

tale offrire diverse possibilità di cooptazione funzionali in scenari che non sono prevedibili.

Il padiglione Italia prende spunto da questo. Quando si entra, si dovrebbe avere questa percezione, di uno spazio pieno di mostri, di creature, di strani esseri che ti circondano. Tutti diversi dagli altri, tutti messi in uno spazio caotico, un po' come il genoma, un po' come il cervello umano.

L'ispirazione arriva dal genetista che per primo ha sequenziato il genoma umano, Ewan Birney, che ha descritto questo disordine funzionale delle strutture creative in questo modo: "si tratta di una giungla popolata da strane creature; un mondo confuso, immaginario, immersivo, dove ci sono tante creature, ognuna diversa dall'altra". Questa caratteristica è la caratteristica presente nel genoma umano, nella struttura del cervello e in tutte le strutture creative che vengono realizzate.

Qual'è il messaggio che vuole emerga visitando il padiglione Italia?

Facendo una premessa al messaggio, possiamo affermare che lo status quo non è più un'opzione. L'attuale crisi ambientale ha superato i limiti oltre i quali è possibile rimanere fermi a guardare: una rivoluzione va fatta. E va fatta adesso.

Ma la vera domanda al cuore della questione è “in che direzione bisogna andare avanti?”.

Ecco che, in questo caso, la biologia dell'evoluzione ci viene in aiuto, perché diversamente dall'architettura che ha un raggio di vita di 2.000 o 3.000 anni, la biologia ha un arco temporale di 200.000 anni. In questi anni, abbiamo imparato che le crisi ambientali, come quella che stiamo vivendo, si superano attraverso la creatività. Abbiamo appreso anche quali sono le caratteristiche della creatività, perché quest'ultima non è un concetto astratto ma bensì è il risultato della ridondanza, della diversità e della variabilità delle strutture.

Non potendo predire quale sarà la città del futuro, il messaggio che vogliamo che passi è che l'unica strada che abbiamo per andare avanti è di accettare la maggiore diversità possibile, sia nella società che nelle costruzioni creative che questa società propone. La diversità, e quindi un maggiore disordine, ci offre margini più ampi di sopravvivenza.

In altre parole, possiamo dire che solo il caos biologico può salvarci perché è l'unica arma di resilienza che abbiamo a disposizione per sopravvivere alle crisi di questo tipo.

Ad esempio, Stephen Jay Gould, sostiene che l'attuale idea binaria o monorotaia della società che si basa su un principio, sull'ordine e sulla determinazione, non è la strada che consente la

sopravvivenza. Un esempio che va a sostegno di questa tesi è che l'uomo non ha mai trovato il fuoco, cercando il fuoco. Fleming non ha trovato la penicillina, cercando la penicillina. Ne tantomeno parlando di fisica, si è trovata l'origine del Big Bang quando la si cercava. Sono tutte scoperte impreviste, che derivano dalla “creative serendipity”, dalla serendipità creativa, cioè dal fatto che manipolando il disordine, attraverso il pensiero associativo, lo riconduciamo ad idee che sarebbero altrimenti irraggiungibili con il pensiero lineare.

Potrebbe darci una definizione di comunità resilienti?

Innanzitutto, la parola comunità è stata scelta perché anziché parlare di città, o di strutture minori, quindi del paese, del borgo, città e metropoli, io farei un passo indietro, tornando a parlare di comunità, ovvero dell'unità minima che costituisce ogni insediamento. A volte parliamo troppo delle macrostrutture dei sistemi, senza ricordarci che l'obiettivo vero è che dobbiamo disegnare qualcosa che fa vivere bene una comunità coesa. Questo può avvenire sia in una struttura più grande che in una più piccola e sappiamo che il meccanismo dell'unità di base è lo stesso. Preoccupiamoci piuttosto che della grandezza di queste strutture, di come sono fatte le cellule che costituiscono queste, che siano sane e forti. Per quanto riguarda il tema della resilienza, diversamente dal passato noi siamo in una realtà che non è più statica, ma bensì fluttuante, non sappiamo giorno per giorno quale sarà lo scenario futuro. Allora non basta più che questa comunità abbia delle caratteristiche disegnate per un certo scenario, ma deve avere

all'interno una sorta di motore di adattamento, che consenta la riconfigurazione che faccia sì che questa comunità viva bene in tutte le circostanze. Deve avere implicitamente una capacità adattativa. Questa è la resilienza. È il fatto che non basta più disegnare bene una comunità per quel determinato spazio, perché questo cambia continuamente. Bisogna creare un motore di trasformazione, che si adatti.

E per Alessandro Melis cos'è la materia?

È lo strumento che consente la mediazione tra l'uomo e la natura è ciò che consente l'insediamento umano in questo pianeta. Ed è lì che nascono i problemi. Nel senso che la materia può essere interpretata in due modi diversi. Fino ad oggi, è stata interpretata, soprattutto per la costruzione in architettura come artificio, come un qualcosa che nasceva al di fuori dell'alveo della natura e che oggi, per colpa della crisi ambientale deve essere mitigato, ad esempio, associandoci della natura, iniettandola di natura. Il secondo, che deriva dalla biologia dell'evoluzione è che in realtà l'artificio non esiste. Quindi la materia deve essere qualcosa di intrinsecamente ecologico, per fare questa mediazione.

Sulla base della sua definizione del concetto di materia, quali sono i materiali che sono ancora poco utilizzati in architettura, ma che potrebbero rappresentare il futuro di una progettazione di comunità resilienti?

Si può andare da materiali poco usati a materiali estremamente radicali. Per quanto riguarda i materiali estremi. Per quanto riguarda l'impiego di materiali estremi, andiamo esattamente nel tema del padiglione Italia. Qui si vedrà ad

esempio un prototipo di una finestra all'interno della quale viene allevato un fungo mucillaginoso, che è un organismo vivente monocellulare e polinucleare che si contrae ed estende a seconda delle condizioni ambientali, dell'umidità e del cibo che gli viene trasmesso. Accanto al fungo e all'interno della finestra, c'è un sistema Arduino, ovvero computerizzato che noi possiamo usare per far estendere o contrarre questo organismo. Il risultato è che quella che si vedrà è la prima finestra con frangisole vivente, perfettamente regolabile. Il vantaggio? È che, essendo vivente è intrinsecamente ecologico, organico e quindi a bassissimo impatto ambientale.

Ne consegue che è chiaro che il legno è un materiale organico che consideriamo altamente ecologico, ma se potessimo costruire una casa con le stesse caratteristiche di un albero, quindi coltivabile, avremmo raggiunto l'idea di avere un'architettura intrinsecamente ecologica.

Un altro esempio all'interno del padiglione di materia estrema è che abbiamo una struttura portante in acciaio che si chiama genoma, che regge 300 kg, all'interno della quale ci sono delle biosfere, che contengono a loro volta delle coltivazioni idroponiche e degli allevamenti di vermi della farina che sono tra i pochi organismi che sono in grado di digerire la plastica. Sono collegati con dei tubi tra di loro. Immaginate una struttura architettonica che non sia fatta solo di materia inerte, bensì, di un habitat continuo in cui ogni specie fornisce “cose buone” alle altre specie, quindi umidità, cibo, proteine. E tutto questo immerso nell'architettura.

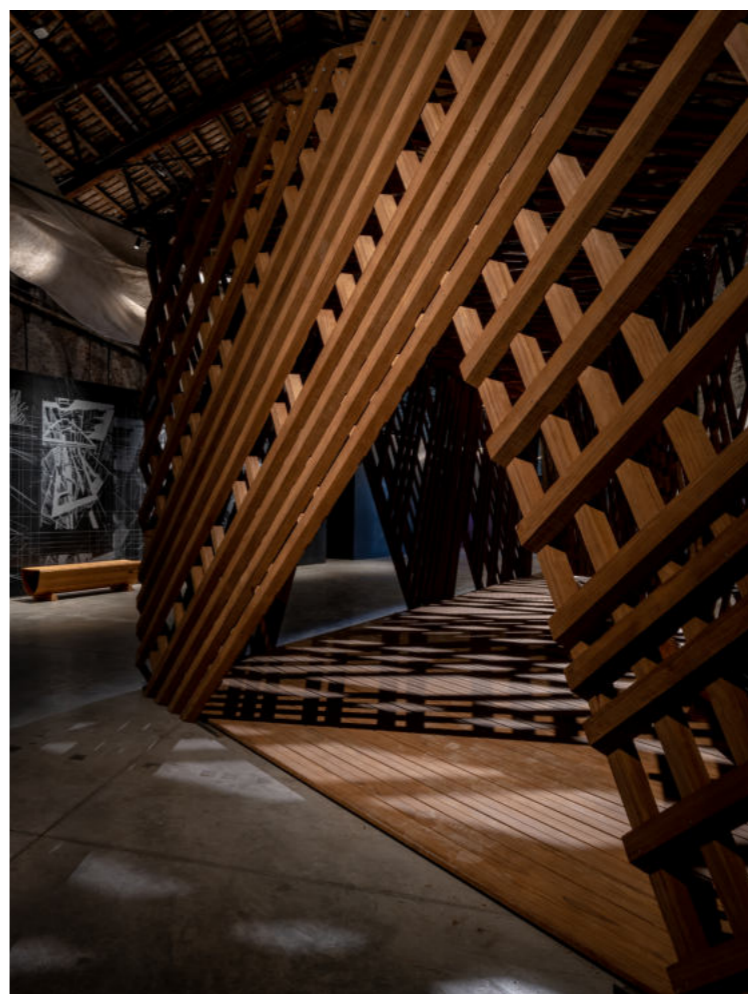
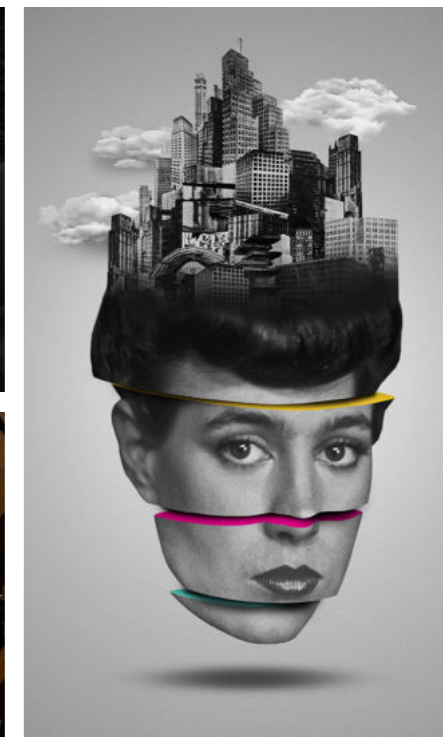
Per quanto riguarda i materiali tradizionali, ma avanzati tecnologicamente, naturalmente siamo agli inizi. Ci sono delle applicazioni che sono

presenti all'interno del padiglione, ma il mondo della costruzione deve ancora adeguarsi a questo. Invece ci sono delle ceramiche di Iris Group che sono brevettate anti smog, antipolveri sottili in un caso, e nell'altro, antibatterici e antivirali. Si trattano quindi di superfici apparentemente normali, ma ceramiche bioattive testate per mitigare l'inquinamento o la carica virale. Sono già in commercio e rappresentano l'avanguardia di un materiale tradizionale.

In pochi minuti, ci dice chi è Alessandro Melis?

Un idealista ottimista. Il mio motore è la curiosità, e la curiosità mi convince che nelle difficoltà bisogna essere sempre ottimisti. Idealista nel senso, in termini di biologia dell'evoluzione, sono convinto che in alcuni dei valori a volte sottovalutati, la bontà e la capacità di stare insieme, ci sia il segreto genetico per la sopravvivenza. Credo che siano proprio dei motori incredibili.

Tutto il padiglione Italia parla di questo: la facciata è l'ordine, il caos sta all'interno del nostro cervello, che è la struttura creativa. E per adattarsi ci vuole sempre un motore genotipico. Per cui quando si parla di me, si parla della mia macchina, del mio genotipo. La mia faccia non vuol dire niente. Qualsiasi cosa sia Alessandro Melis, sta lì dentro.



LA MATERIA NEL DESIGN

La materia in architettura, come nel design è la pietra miliare dei nostri progetti.

La forma si adatta alla materia; molto spesso è proprio la materia che suggerisce al designer la forma e l'utilizzo di un oggetto.

Tema molto sentito oggi nella nostra società è l'ecosostenibilità.

Ancora oggi la maggior parte dei prodotti commercializzati sono realizzati con materie prime.

E' un processo comune, con dei pro, ma anche molti contro, esempio l'inquinamento nelle trasformazioni.

Oggi giorno, il primo punto per ogni designer è quello di creare prodotti green, prodotti che possano



essere riciclati, che esauriscano il loro corso di vita per poi ridare alla materia utilizzata un'altra vita anche diversa dalla precedente.

Quanto sono importanti finiture e materiali nel design?

Sono fondamentali, arte e tecnica, ispirazione ed applicazione, materia e forma, massima attenzione; la materia agisce nei nostri sensi, olfatto, tatto e vista come un equilibratore di forza e di sentimenti.

I settori di applicazione della materia sono infiniti, la materia, con il colore fin dall'inizio degli anni '50, diventa un vero referente del designer, un vortice di emozioni e di esperienze.

Oserei dire il primato della materia sulla forma.



La produzione deve prevedere anche lo smaltimento, l'impatto ambientale è fondamentale.

Perciò importante è la scelta dei materiali utilizzati.

In sintesi un oggetto deve essere bello, per emozionare, utile, per necessità e oggi anche sostenibile.

L'ecodesigner deve tener conto di tutto il ciclo di vita di un componente.

Voglio spendere due parole per un materiale a me caro, il mio preferito: il legno.

E' il materiale ancora per eccellenza, naturale, riciclabile, resistente, e sicuramente rinnovabile, cresce in natura, ha una sua vita. Perciò i materiali devono essere belli, utili e sostenibili. Il progettista deve coniugare il gusto estetico alla consapevolezza ambientale.

Un esempio, Le Corbusier, il grande maestro svizzero, progetta icone del design, un esempio per tutte, la famosissima chaise longue LC4, oggetto di design fondamentale, direi rivoluzionario, per l'epoca, dove corpo e pensiero diventano una cosa sola.

Il riposo della mente.

Prodotta da Cassina dal 1964, la seduta LC4, sposa forma, funzione e materiali.

Una culla per adulti in acciaio cromato, con rivestimento in pelle, pelle con pelo e tessuto.

Le Corbusier è un esempio e un maestro nel concepire le sue opere prestando attenzione alle attività primarie dell'uomo.

Forma e materia, materia e forma, questi i due pilastri dell'architettura e del design.

Fondamentale nell'uso quotidiano è rendere ogni oggetto, ogni materiale, con l'abbinamento del colore, per poter dare la possibilità ad ognuno di noi di capire ed essere in sintonia con gli oggetti di cui amiamo circondarci.

Il tema della sostenibilità è il grande dilemma di oggi anche nel campo del design.



Chaise Longue LC4 Noir, Cassina



1.

Quando un materiale acquista più valore

Paolo Bestetti

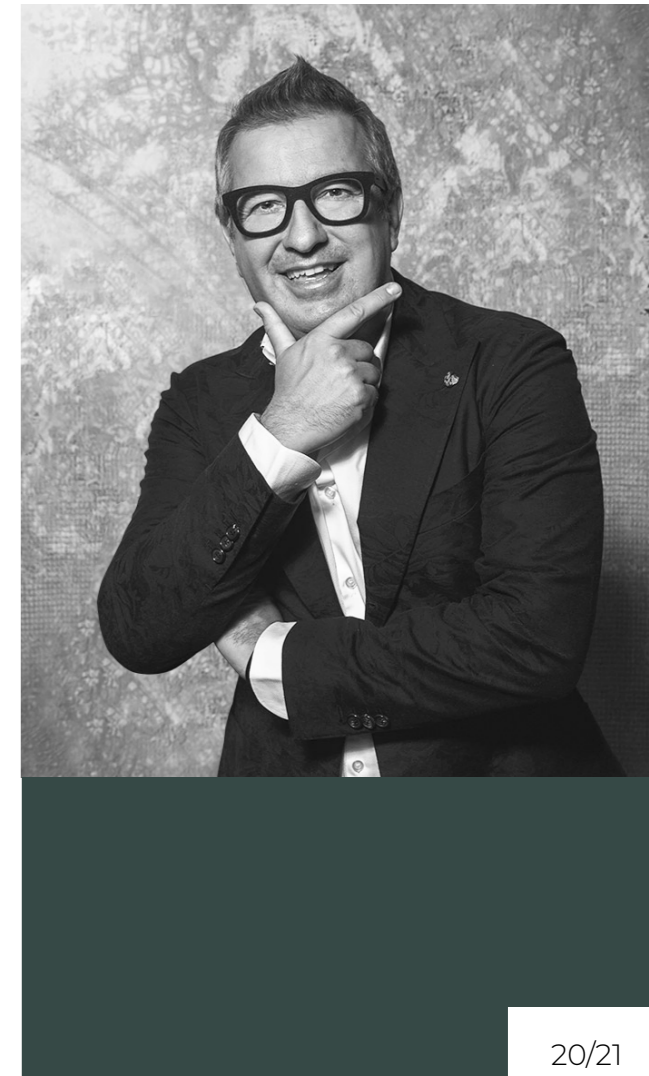
L'unicità è un termine che dovrebbe essere usato con parsimonia. Questo soprattutto nel mondo del design, dove il déjà vu è all'ordine del giorno. Per Baxter invece il problema non sussiste. Perché Baxter ha nella materia che utilizza (e come la utilizza) il suo elemento di unicità. Questa materia si chiama cuoio e l'azienda di cui Paolo Bestetti è il CEO, ne è l'interprete. Una storia che nasce dalla passione per il cuoio e si evolve grazie a una cultura manifatturiera ben radicata. Se è vero che le emozioni hanno un colore, è altrettanto vero che possono avere una connotazione materica. Benvenuti nel mondo di Baxter.

Che cosa rappresenta la materia nel vostro lavoro?

Una peculiarità del processo creativo di Baxter è la capacità di fondere la percezione della materia e il design. La materia stessa influisce sul design e ogni prodotto ha una sua materia specifica che lo contraddistingue. Questo concetto ha ispirato l'azienda fin dalla nascita, ma sicuramente il rapporto con Paola Navone ha accentuato questo tipo di modus operandi, in cui c'è sempre un rapporto tra la materia e il risultato finale che si vuole ottenere.

Perché il cuoio? Dove nasce la passione per questo materiale?

La passione per il cuoio nasce fin dal principio. Questa azienda è una family company: è stata fondata da Luigi Bestetti che è mio zio e anche presidente di Living Divani, azienda che già cinquant'anni fa lavorava il cuoio. Luigi porta con sé la passione per la lavorazione di questo materiale da sempre. La prima volta che entrai in Living, scoprii un magazzino pieno di campioni di cuoio bellissimi che





rappresentavano la cronistoria che questa azienda aveva fatto negli anni, fin dall'inizio del suo percorso, portando alla luce una grande esperienza sulla lavorazione del cuoio. Questi campioni mi affascinarono a tal punto che me ne innamorai. È stato poi con l'aiuto di un famoso designer francese, Gérard Benoit, che facemmo un gran lavoro di ricerca che prendeva spunto dal mondo delle calzature, uscendo dal mondo dell'arredamento e apprendendo una serie di dettagli e di lavorazioni tipici di settori specializzati nella lavorazione del cuoio. Questo materiale ha un grande pregio: quello di durare nel tempo, permettendo al prodotto di accompagnare chi ne fa uso per un lungo periodo. Più viene utilizzato e più acquista valore.

Quanto influisce la scelta dei vostri materiali nel processo creativo dei prodotti? Ci può spiegare come funziona questo processo?

La scelta dei materiali influisce molto nel processo creativo dei nostri prodotti. Il rapporto con Paola Navone ci ha insegnato che ogni materiale ha una sua forma e che alcuni prodotti vengono bene con determinati materiali. Per fare un esempio, Baxter è passata da cuoi rigidi che provenivano dal mondo delle scarpe, dall'aspetto borghese e un po' classico, a delle pelli molto morbide. Con Paola abbiamo creato una collezione esasperando il concetto di naturalezza della pelle, lasciandola molto morbida e piacevole al tatto. Da quel momento è nata la prima collezione HOUSSE, che era agli antipodi del "cuoio maschile" rigido di Baxter: si trattava di una grande e morbida fodera in pelle. Il concetto di design è arrivato in un secondo momento. Questo concetto è ancora vivo oggi ed è rimasto nel DNA dell'azienda: partiamo da una ricerca sui materiali di nostro interesse per poi capire come e dove applicarli.



Quali sono le più grandi qualità del cuoio? Cosa lo rendono così speciale?

Baxter ha sempre avuto un'attitudine verso i materiali veri. Ogni materiale con le sue caratteristiche e i suoi difetti rappresentano una bellezza. Riuscire a lavorare materiali conservando la loro struttura e naturalezza, fa parte del progetto produttivo di Baxter che rende unico il prodotto esaltandone la materia e rivelandone la storia. Questo implica un percorso culturale. Non si tratta di un percorso industriale. Ogni pelle è diversa dall'altra in tutte le sue caratteristiche (colore, grana etc..) ed è proprio questa la bellezza che rende unico il prodotto Baxter. Il vero lavoro è stato quello di trasmettere questo concetto a chi doveva acquistare/vendere

i nostri prodotti: far capire che non si trattava di un processo industriale, ma sartoriale e artigianale, in cui il prodotto poteva assumere delle sfumature diverse rispetto al progetto originale. Il lavoro successivo è stato quello di intercettare quel bacino d'utenza che avesse la raffinatezza per comprendere la bellezza della materia.

Questo lavoro ha portato a due risultati. Il primo risultato è legato al prodotto che vissuto giorno per giorno, viene apprezzato nella sua unicità e nelle sue sfumature. Il secondo risultato è stato quello di avvicinare a Baxter persone che erano lontane dal mondo della pelle, portandoli a considerare i nostri prodotti quasi come se non fossero in pelle, vista la loro morbidezza e versatilità.

“Una peculiarità del processo creativo di Baxter è la capacità di fondere la percezione della materia e il design”

Parliamo di evoluzione. Nel tempo, come si è modificata la concezione del materiale?

L'evoluzione di Baxter in tema di concezione del materiale è stata quella di trasportare i concetti che da sempre erano legati alla pelle, anche a materiali diversi come i metalli, le pietre, i legni, partendo sempre dalla ricerca. La percezione del materiale è diventato un concetto di lusso discreto. Il concetto di lusso ha perso nel tempo questo effetto brillante, forse sfacciato del prodotto, trasformandosi in un lusso più discreto, in cui i materiali risultano più sordi e naturali, non perdendo i loro difetti che ne accentuano invece la bellezza. In questa direzione c'è stata un'evoluzione:

c'è un'attenzione maggiore a riscoprire la bellezza per i materiali nella propria unicità.



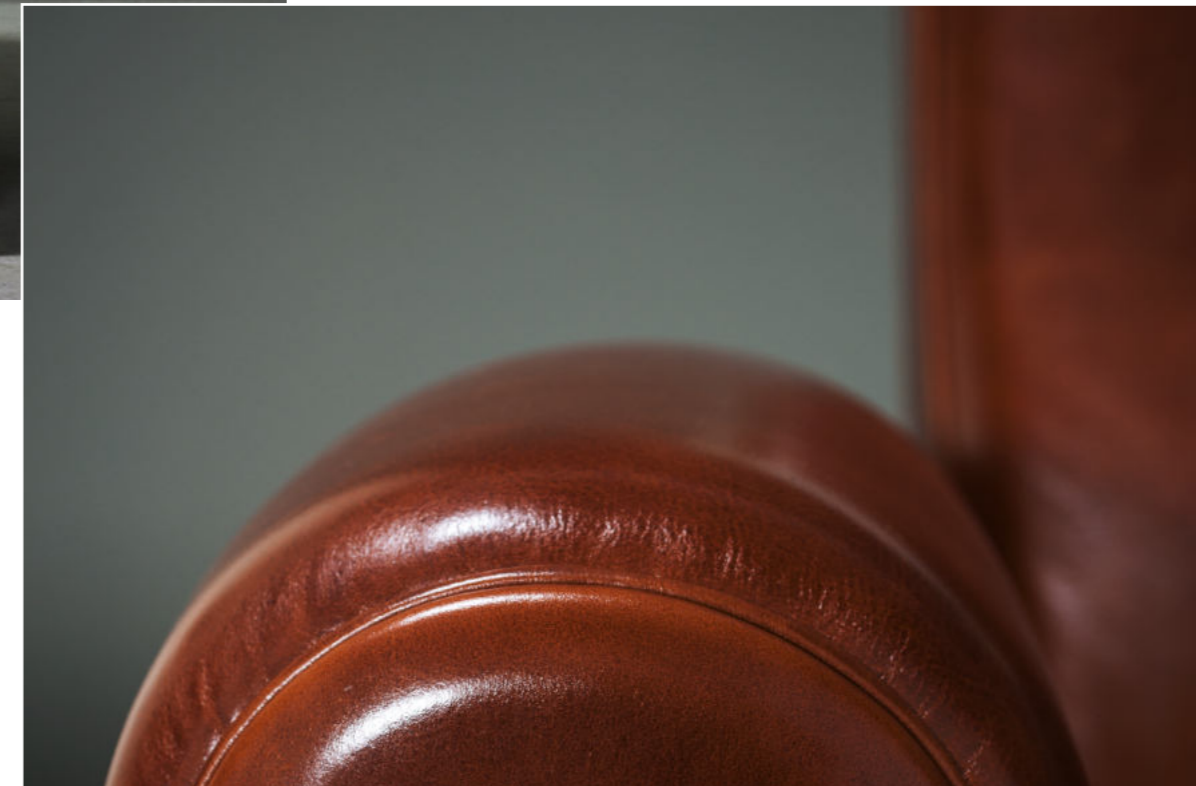




“Il cuoio ha un grande pregio:
quello di durare nel tempo,
permettendo al prodotto
di accompagnare
chi ne fa uso per un lungo periodo.
Più viene utilizzato e più acquista valore”

Che tipo di approccio ha Baxter alla materia?

Baxter ha applicato questa filosofia di ricerca anche per diversi materiali; per fare degli esempi, abbiamo fatto esperienza sull'utilizzo dei cementi e del cocciopesto rifacendoci a vecchie tradizioni. È quindi una ricerca continua che esce dai confini da quello che era il nostro mondo: abbinare mondi diversi che possono stare all'interno dello stesso progetto è ormai per noi la routine. Stiamo costruendo nel tempo delle piccole esperienze legate a diversi materiali. La ricerca non è soltanto sul materiale stesso ma è anche sulle metodologie di utilizzo legate alle tradizioni.



2.

La vera maestria sta nel trovare il giusto equilibrio

Paolo Tormena

Si possono contare su una manciata di mano le aziende italiane di nuova e recente costituzione che stanno facendo la differenza nel loro ambito. Una di queste è Henge e non poteva essere diversamente. È una questione di attitudine. È una questione di consapevolezza delle proprie potenzialità. In poco più di dieci anni Henge è diventata un punto di riferimento a livello internazionale del design Made in Italy. Ma è parlando con Paolo Tormena, CEO dell'azienda che si ha la netta sensazione che il bello deve ancora venire.

Prima di entrare nell'ambito specifico della materia, ci parla di cosa rappresenta quest'azienda nel mondo e della filosofia Henge?

Ci siamo affacciati al mondo del design undici anni fa, quindi da relativamente poco tempo.

Abbiamo fatto nascere Henge partendo da un foglio bianco, con un'idea ed un obiettivo ben preciso, ovvero quello di creare un'azienda che potesse esprimere contenuti di eccellenza del Made in Italy. E quando parlo di Made in Italy, intendo quello vero, fatto con le nostre mani guidate dall'autentico know-how italiano. Quel saper fare e quella artigianalità italiana, che tutto il mondo sa riconoscerci. Perché a volte, noi italiani ci dimentichiamo di quanto siamo bravi e tiriamo fuori l'orgoglio solo nei momenti di grande difficoltà. Dovremmo far in modo che questo senso di valore apparisse sempre e che facessimo quello per il quale siamo considerati eccellenti in tutto il mondo.

Perciò, dal momento di fondazione di Henge, abbiamo scelto di intraprendere un percorso e degli schemi produttivi che





si allontanassero dall'approccio industriale. Decisi a discostarci da ciò che l'industria in senso stretto fa, non abbiamo mai standardizzato la nostra produzione.

E questa lontananza dal mondo industriale la manteniamo quando progettiamo e quando realizziamo, ancora oggi che siamo un brand affermato nel mondo.

Questo nostro atteggiamento si rispecchia coerentemente anche nel tema della ricerca materica. Io dico sempre che la materia non deve essere un alibi o l'unico elemento che rende bello un progetto: non basta prendere una cucina e vestirla con una bella pietra. Come quando un grande chef realizza i suoi piatti, deve riuscire a prendere una materia ed esasperarne la sua espressività, ma allo stesso tempo, riuscire a mantenerla sempre pura.

Solo trovando quella sottile linea di equilibrio tra materia, design e quel saper fare di qualità, allora un progetto ha un suo senso, un suo valore e soprattutto, ha un'anima.

Rimanendo sul tema materico, voi siete una realtà aziendale maestra sull'utilizzo dei materiali. In questi anni, è cambiato il vostro approccio alla materia?

La particolarità di Henge è che è un'azienda fatta di contrasti, sia dal punto di vista del design che da quello dei materiali impiegati. All'interno della nostra ricetta, si parla sempre di un insieme di ingredienti essenziali che sono materie, funzioni e design. E stiamo molto attenti a non sbilanciare mai le dosi da una parte o dall'altra.

Nella nostra anima, insieme alla grande passione per il

“La particolarità di Henge è che un'azienda fatta di contrasti, sia dal punto di vista del design che da quello dei materiali impiegati”

know-how, c'è il più totale rispetto della materia. Questa devozione rappresenta anche il nostro modo di esser sostenibili, in un mondo in cui bisogna essere un po' meno fast. Perché se si usa bene la materia, allora non ci saranno più prodotti a ciclo breve. Saranno dei protagonisti dalla vita lunga e perciò, durevoli ed ecologici.

Ecco perché investiamo molte energie sulla ricerca materica e perché se ne occupa interamente il nostro team, sia in termini di ricerca fisica nei posti più disparati del mondo, sia in termini di sperimentazione.

E sono cambiate le tipologie di materia che impiegate?

Le materie in questi anni si sono evolute molto. E insieme a loro, di pari passo, ci siamo sempre evoluti anche noi. Un esempio è proprio la lavorazione dei metalli; siamo partiti dall'ottone e oggi abbiamo in gamma 15 finiture diverse di metalli.



Poi c'è da dire che i nostri materiali raccontano una verità assoluta su loro stessi. Sono dei materiali dal cuore sincero, trasparente.

Quello dei surrogati ad esempio, è un mondo da cui ci siamo sempre tenuti ben distanti, perché contiene storie di materie alterate e di percorsi fatti di scorciatoie. E le scorciatoie, si sa che non portano da nessuna parte. Per questo quando Henge parla di legno, intende il legno che racconta la verità.

Parlando proprio di questo materiale, noi siamo partiti dal legno termocotto, che poi è diventato di uso comune. Approfondendone la ricerca però, siamo riusciti a riportare alla luce certe tecnologie artigianali di lavorazione del legno tipiche del mondo classico e cadute in disuso e impiegarle in chiave moderna. Questo per dire che non smettiamo mai di essere curiosi, di inseguire delle scoperte, in questo caso, riscoperte.

Adesso stiamo inserendo il vetro, che non è mai stato un materiale che abbiamo sentito nostro. Ora invece lo stiamo riscoprendo e Murano con la sua tradizione vetraia è la nostra new entry, che stiamo inserendo all'interno delle collezioni. Il vetro fuso in pasta viene impiegato in grandi dimensioni all'interno degli oggetti, proprio per far parlare questa materia in modo pulito e brutale. Diciamo che ha rappresentato una sfida dal punto di vista tecnico molto difficile.





C'è un materiale che è più difficile di un altro in tema di lavorazione?

Credo che la nostra forza sia quella di saper spaziare con disinvoltura e ad un livello estremo in tutti i macro materiali. Per questo motivo, sono orgoglioso della nostra squadra creativa e tecnica perché in anni abbiamo creato un know how incredibile. Come ho già detto, siamo un'azienda fatta di contrasti. Quindi, la vera difficoltà sta nel mettere insieme questi materiali all'interno dello stesso prodotto, a farli convivere.

Perché poi, tecnicamente, il materiale lo conosciamo, lo dominiamo, lo capiamo. Un materiale bisogna sperimentarlo, osservarlo e passarci il tempo insieme. Bisogna metterselo davanti agli occhi per giorni e capire se c'è e qual è il giusto feeling. È un

lavoro che richiede tempo e dedizione.

Ma è quando metti insieme più materiali, che parte tutta un'altra storia. La maestria sta proprio lì.

Rispondendo alla domanda, non so se c'è un materiale più facile di un altro. Ma la criticità è proprio l'unione tra essi, fare in modo che vadano d'accordo. Perciò bisogna sperimentare molto e si scopre sempre un mondo ricco di sorprese.

Alcuni artisti per realizzare un'opera partono dalla materia, altri da un'idea. Nel vostro caso, nasce prima l'idea di un prodotto che si può sviluppare, o si parte da una materia e successivamente se ne fa un'interpretazione?

In realtà, è un processo che per lo più va avanti in parallelo. Come ho già detto, non basta avere un bel

disegno e rivestirlo con una bella materia. Ci devono essere questi due elementi che si sviluppano e crescono insieme, in un atteggiamento di sintonia.

Solitamente non partiamo mai da un disegno, anzi, posso dire che è quasi sempre la materia che ci guida. In fondo, anche l'azienda stessa è nata da tre materiali: l'ottone brunito, la pietra e il legno.

Oppure a volte partiamo da un'esigenza e questo avviene quando ci accorgiamo che all'interno dei progetti ci sono delle mancanze. È molto bello lavorare in questo senso, perché ci porta a capire di cosa una casa ha realmente bisogno.

Secondo lei, su dieci idee, quante ne vengono effettivamente al mondo?

Abbiamo un approccio di ricerca costante che dura tutto





l'anno, sia sulla materia che dal punto di vista della prototipia, del design applicato. Secondo me, questo ciclo continuo di studio è il cuore pulsante e la forza della nostra azienda.

Bisogna studiare tutto l'anno, fare i compiti ogni giorno con metodo e dedizione e non ridurre il momento della ricerca ai soli 3 mesi antecedenti il salone del mobile. Perciò essendo un lavoro a ciclo ininterrotto, non riesco a dare un numero preciso. Ma se dovessi fare una stima, direi che è un 30% dei prototipi e materiali realizzati che non va in produzione. Mentre il 70% delle idee vengono effettivamente in luce.

Come è suddiviso il vostro team?

Il cuore creativo è composta dal direttore artistico, Massimo Castagna, il mio co-founder, al quale negli anni sono stati affiancati altri designer sia internazionali che italiani.

Anche se devo dire che non amiamo avere troppi voci anche dal

punto di vista creativo perché crediamo sia necessario avere il timone della nave ben fermo nella giusta direzione.

Ogni prodotto che andiamo a realizzare ha sempre un'identità ben riconoscibile, con la stessa struttura del DNA. Questo è un altro nostro punto di forza.

Al team creativo si affianca un team tecnico importante, per capire l'effettiva fattibilità dei progetti.

Una delle costole della nostra azienda è invece il team artigianale, di cui siamo orgogliosi perché nel tempo siamo riusciti ad evitare la chiusura di certe botteghe, riuscendo a salvare le sacre conoscenze tramandate di padre in figlio. Siamo fortunati perché nella nostra zona abbiamo una ricchezza di saper fare incredibile, ma è solo mettendosi insieme, tessendo una rete di collaborazioni, che si riesce a costruire un valore comune.

Quale è il futuro di questa azienda?

Il futuro è voler raggiungere nuovi obiettivi. Come i grandi saltatori in alto, cerchiamo di alzare sempre di più l'asticella o come i grandi velocisti, di portare la linea del traguardo finale sempre più distante. Perché la vera linea del traguardo, per chi corre, è sempre dieci metri più in là di quella che è visibile in pista. Ora abbiamo tante nuove idee e progetti e stiamo incrementando le aperture di nuovi show-room, anche oltre oceano.

Uno dei progetti su cui stiamo lavorando è l'apertura di una factory, un hub innovativo e pulsante. Sarà un luogo dedicato all'incontro, al lavoro, allo spazio verde, alla cucina sostenibile e all'evoluzione artistica, collaborando con i locali. Siamo veramente entusiasti di questa nuova factory.

E se riguardasse indietro al primo giorno di 11 anni fa e al percorso che siete riusciti a compiere fino ad oggi?

Riguardando indietro, posso solo affermare che sono orgoglioso della linea di coerenza che abbiamo sempre mantenuto e che ci ha guidato in tutto il percorso. Undici anni fa, sebbene siamo partiti da un nome nuovo ed eravamo degli allora sconosciuti al mondo, abbiamo

subito capito che, se si vuole diventare un brand, bisogna comportarsi da brand anche quando ancora non lo si è. Anzi, bisogna farlo con ancora più rigore, tenendo il timone ben fermo sul posizionamento e sulla direzione in cui si vuole andare, soprattutto da un punto di vista qualitativo. Il difficile dell'evolversi è dare dei segni di cambiamento, senza rinnegarsi e perdere l'identità. Un po' come per le grandi band musicali, che devono progredire e perfezionarsi, ma mai replicarsi e disconoscersi.

Ogni azienda ha la propria musicalità, esattamente come le persone. Qual è la musica di Henge? Qual è il vostro sound?

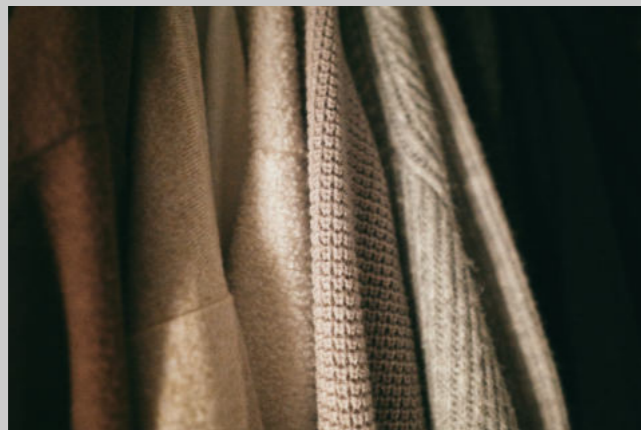
Sicuramente nella nostra anima c'è il rock. Un rock dallo stile raffinato, che però a volte, sa diventare più aggressivo.



LA MATERIA NELLA MODA

Tutti quando entriamo in un negozio di abbigliamento, ci avviciniamo ai capi esposti cercando di toccarli con mano. Al tatto cerchiamo di capire come sono, se sono di qualità. Sì, perché la cosa che più si ricerca è la qualità del tessuto, la qualità della materia.

La lavorazione dei tessuti ha da sempre rappresentato una vera e propria arte. Nel corso della storia infatti, la scoperta e l'introduzione di nuovi elementi, hanno permesso non solo all'uomo di soddisfare le proprie esigenze ma di utilizzare il tessuto come forma di espressione. Ciò ha permesso di creare una forma di linguaggio, senza regole, ma altrettanto distintiva, quella che oggi noi chiamiamo moda.



E' stato, ed è oggi, un mondo in continua evoluzione e in continuo sviluppo. Dalla materia prima al capo di abbigliamento finito, la filiera di produzione è caratterizzata da macchinari e sistemi tecnologici. Entrando in un negozio, potreste mai pensare che l'indumento di fronte a voi, sia il risultato della più importante rivoluzione industriale della storia?

A partire dalla semplice materia, proveniente da un pascolo del Galles, dalla regione del Kashmir, o dalla coltivazioni di cotone delle Patagonia, l'intero processo, conferisce al capo non solo un valore tangibile, ma una storia, fatta di luoghi e persone un'identità.



E cosa si cela dietro l'identità di un capo?

Molto spesso, accecati dal prezzo a basso costo e dal cosiddetto shopping compulsivo, tendiamo ad acquistare senza porci questa domanda. In verità, il fenomeno fast fashion, racconta solo una storia di sfruttamento umano ed ambientale, che dovrebbe farci riflettere. La distruzione della materia.

Il nostro obiettivo non deve essere questo, piuttosto dobbiamo sviluppare una consapevolezza e sensibilità, partendo dalla scelta della fonte delle materia sino a giungere al capo.

Una trasformazione ed una lavorazione sostenibile, che permetta di creare valore a tutti gli stakeholders. Solo in questo modo, l'identità del nostro capo sarà rispettata.

Cosa si intende quindi quando parliamo di moda circolare?

Questa è l'estensione del concetto di economia circolare, di cui tanto sentiamo parlare, ed è un sistema economico che si rigenera da solo, riutilizzando i materiali nei cicli produttivi successivi, permettendo così la riduzione degli sprechi, è un cerchio nel quale i materiali continuano a girare, senza mai perdere la loro utilità. Segnali di una maggior sensibilità da parte di tutti i consumatori stanno arrivando.

Popolare sta diventando l'hashtag #sustainablefashion, e molti marchi stanno adattando le loro politiche aziendali e di marketing verso nuovi obiettivi.

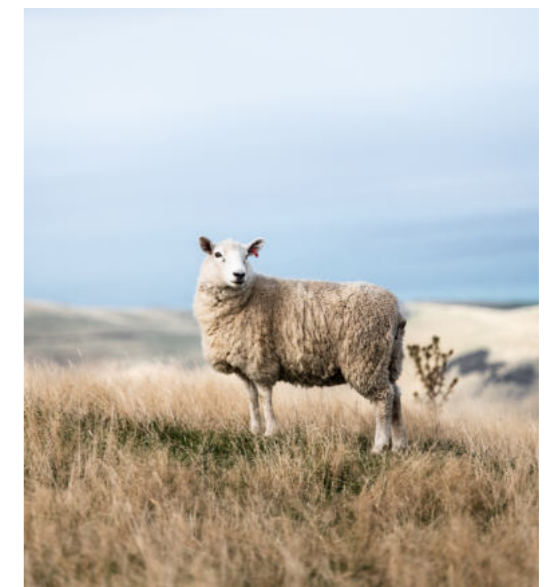
Un brand italiano che fa da apripista a questa nuova

filosofia è Rifò nel distretto di Prato. Il loro modo di operare è un vero e proprio manifesto della moda sostenibile. Si occupano della raccolta di vecchi indumenti di cashmere, di cotone e di jeans per trasformarli in un nuovo filato con il quale creano nuovi capi di abbigliamento di alta qualità.

Così come questa azienda, oggi in Italia ne esistono molte altre e questo fa capire come ad oggi non esista soluzione, l'unica via da intraprendere è questa: il modello di economia circolare rappresenta un punto di approdo essenziale per contrastare l'inquinamento e il cambiamento climatico. (*Econyl un'altra importante realtà italiana)

Adidas, Nike, H&M, Vans questi sono alcuni tra i marchi più popolari che stanno adottando realmente politiche sostenibili e organizzando tutta la filiera, dalla materia prima al packaging finale del prodotto.

La materia è la risorsa primaria. Questa ha un valore, che va rispettato. Un'identità. Una storia. La materia va trasformata. Riutilizzata. E prima di buttare un paio di jeans perché "non sono più alla moda" pensiamoci bene!





3.

La sostenibilità non è strategia, ma convinzione

Markus e Daniel Freitag

C'è chi insegue le tendenze e chi fa invece della propria filosofia un modello di business autenticamente sostenibile. I fratelli Freitag non solo sono stati tra i primi ad essere pienamente convinti del significato di ridare una nuova esistenza a prodotti alla fine del loro ciclo di vita, ma sono tutt'oggi un esempio virtuoso del mettere in pratica un approccio di economia circolare. È solo così che il termine sostenibilità può essere usato con cognizione di causa. È solo così che un brand diventa l'icona di un di un processo coerente nel fare le cose.

Freitag è una delle aziende icona della sostenibilità. Da dove e perché è nata l'idea di utilizzare i teloni dei camion per creare prodotti?

Stavamo cercando una borsa funzionale, idrorepellente e robusta per contenere il nostro lavoro creativo. Ispirati dal traffico intenso e multicolore che si snodava attraverso l'incrocio di transito di Zurigo davanti al nostro appartamento, abbiamo sviluppato una borsa a tracolla con teloni di camion usati, camere d'aria di biciclette scartate e cinture di sicurezza per auto. È così che hanno preso forma le prime borse FREITAG nel soggiorno del nostro appartamento condiviso - ognuna riciclata, ognuna unica. Fin dall'inizio, la cosiddetta sostenibilità non è stata una strategia, ma una convinzione.





Date una seconda vita ai materiali utilizzati. Quindi cosa rappresenta il materiale nel vostro lavoro?

Ciò che alcuni considererebbero rifiuti, spesso è una risorsa preziosa. Perché prendere un nuovo materiale per un prodotto, quando invece puoi dare una nuova vita a materiali vecchi e usati? È stato naturale per noi pensare in questo modo, e lo è ancora. In tutto ciò che facciamo come marchio, cerchiamo di rimanere il più vicino possibile alla nostra filosofia di pensare e agire in cicli, sia che diamo ai vecchi teloni di camion un nuovo scopo come accessorio o che accumuliamo container scartati e arrugginiti per creare un Flagship store. Vogliamo mantenere i materiali in circolo il più a lungo possibile. Estendiamo la durata di questi teloni per camion estremamente robusti dando loro un nuovo scopo come una borsa, o anche esplorando i servizi intorno ai nostri prodotti che seguono i principi dell'economia

circolare. Un esempio è la nostra piattaforma online S.W.A.P. (Shopping senza alcun pagamento). Lì, tutti i possessori di borse FREITAG possono cambiare la loro borsa FREITAG usata e cambiarla con un'altra usata dalla comunità, senza spendere soldi. Recentemente, abbiamo ideato una collezione di borse composta da bottiglie di plastica PET riciclate come materiale principale. Per la colorazione, abbiamo scelto il metodo di tintura a rotazione, che utilizza molta meno acqua ed energia e molti meno prodotti chimici rispetto ai metodi di tintura in pezza convenzionali.

Come vengono create le borse Freitag? Come viene trattato il materiale? Come fate la scorta di teloni usati per camion?

Trasformare le coperture dei camion di trasporto usate in borse funzionali e uniche comprende le seguenti fasi principali:

—
 “Fin dall’inizio,
 la cosiddetta sostenibilità
 non è stata una strategia,
 ma una convinzione”
 —

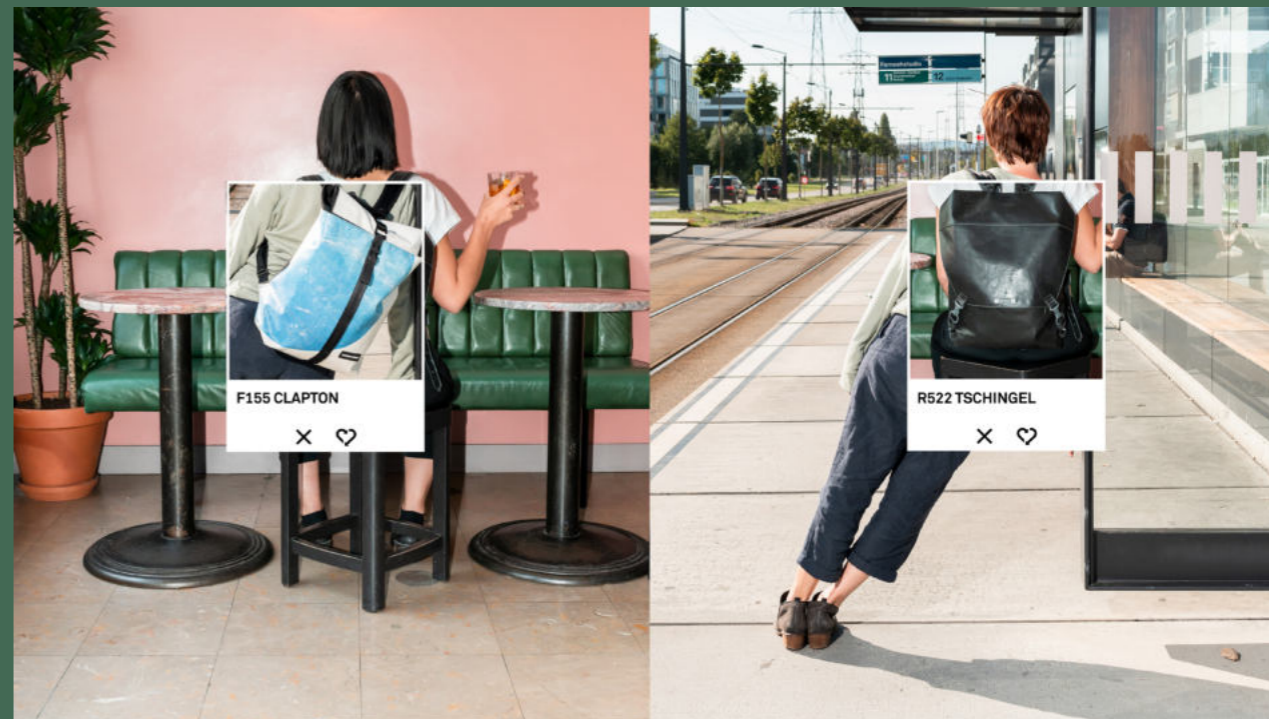




acquisto, smontaggio, lavaggio, taglio e cucitura del telo. Ogni borsa FREITAG prodotta oggi è ancora realizzata con teloni usati per autocarri. Tuttavia, trovare ogni anno vecchi teloni per 500.000 prodotti FREITAG non è un compito facile. Ci vuole un'offensiva logistica guidata da un team di cinque membri che riporta in fabbrica 500 tonnellate di materiale telonato usato in tutti i colori e design possibili ogni anno dopo averlo rintracciato in tutta Europa.

Per trasformare questi teloni nella giusta materia prima, innanzitutto si procede con frese, seghe circolari a tagliarli a fette. Dopodiché le nostre due gigantesche lavatrici rimuovono tutta la sporcizia dalle strade dai pezzi di tela cerata, rivelando la loro patina unica. Poiché usiamo oltre un milione di litri d'acqua all'anno per le nostre attività di lavanderia raccogliamo l'acqua piovana dal tetto dello stabilimento zurighese e la riscaldiamo sfruttando il calore residuo dell'acqua sporca rimanente. I teloni puliti si dirigono quindi verso la stanza di asciugatura invece di un'asciugatrice affamata di energia.

FREITAG ha un sacco di designer diversi. Come altre aziende affidiamo la creazione di nuovi modelli al reparto di progettazione vero e proprio. Ma nella nostra fabbrica, il compito di tagliare i teloni fa parte anche del processo di progettazione. Ogni modello di borsa è composto da diversi modelli. I nostri progettisti di borse le dispongono sui teloni puliti in modo tale che il maggior numero di borse possibile, ognuna bella come l'altra, possa essere tagliata dalla materia prima. Questo è ciò che rende unica ogni borsa FREITAG. Ora è il momento che le sezioni di telo tagliate lascino la fabbrica. Vanno dai nostri partner di lunga data in Portogallo, Repubblica Ceca e Bulgaria, dove le macchine per cucire trasformano i singoli pezzi in prodotti robusti progettati per un uso quotidiano duro. Quando le borse finite tornano in fabbrica, vengono sottoposte a una serie di rigorosi test di controllo della qualità prima di essere spedite nei negozi di tutto il mondo o fotografate come articoli unici e individuali per la presentazione nel negozio online.



Qual è la filosofia alla base del marchio?

Si tratta di pensare e agire in cicli, e da quando abbiamo tagliato la prima borsa da un telone di camion scartato, sono stati i cicli a guidarci in FREITAG. È una filosofia che va oltre la semplice creazione di borse. Ad esempio, raccogliamo l'acqua piovana sul tetto della nostra fabbrica a Zurigo per risparmiare acqua fresca durante il lavaggio dei teloni sporchi, oppure progettiamo materiali di uso quotidiano come l'imballaggio dei prodotti da riutilizzare. In questo modo, ci sforziamo costantemente di migliorare. Con lo sviluppo della nostra linea di abbigliamento F-ABRIC, siamo andati oltre: i nostri capi sono stati sviluppati da zero in modo che, insieme ai bottoni delle camicie, alle etichette e ai fili, siano completamente biodegradabili su un cumulo di compost, una volta che non sono più utilizzati. Non lasciano letteralmente nulla alla fine del loro ciclo di vita.

Gli abiti sono realizzati con fibre vegetali di canapa e lino e sono prodotti in Europa con un utilizzo minimo di risorse (il nostro partner di tessitura ha sede in Lombardia, tra l'altro). Questa non è stata esattamente una passeggiata nel parco - ci sono voluti 5 anni per arrivarci - ma se vuoi offrire soluzioni a prova di futuro al giorno d'oggi, devi chiudere il ciclo e mettere la fine del ciclo di vita del prodotto all'inizio del processo di sviluppo.

Freitag utilizzava materiali riciclati quando non era ancora di moda. Come è cambiato il concetto di materiale nel corso degli anni?

Quando abbiamo tagliato la nostra prima borsa da un vecchio telone per camion nel 1993, la terminologia ecologica dell'upcycling non era ancora sulla bocca di tutti. Fortunatamente, le cose sono cambiate: oggi, l'economia

circolare è diventata un concetto alternativo alla concezione classica dell'economia e, si spera, è quello che prevarrà in futuro. Cosa succede con un prodotto quando non viene più utilizzato: è uno spreco o è una risorsa? Come possiamo progettare un prodotto in modo che possa essere riparato? Possiamo condividere i prodotti per danneggiare di meno la natura? Come possiamo mantenere pienamente i materiali nel ciclo tecnico o nel ciclo biologico? Domande come questa sono essenziali per muoversi nella giusta direzione e stanno finalmente ricevendo sempre più attenzione - in diversi settori, nei media e nelle discussioni pubbliche.

Quali sono gli obiettivi futuri di Freitag?

Crediamo che il concetto di FREITAG e la nostra ambizione riguardo alla circolarità non si limitino solo alle borse realizzate con teloni di camion usati - potevamo già vedere che la nostra filosofia è trasferibile ad altri prodotti

quando abbiamo lanciato la nostra linea di abbigliamento completamente biodegradabile. Ma non stiamo solo esplorando altri prodotti che siano il più circolari possibile, ma possiamo anche immaginare di sviluppare servizi più interessanti che siano radicati nell'economia circolare.

Inoltre, cerchiamo costantemente di migliorare il modo in cui collaboriamo. Qualche anno fa abbiamo riformulato la nostra azienda - che ancora appartiene a noi - in un'organizzazione basata sull'autogestione. In poche parole, ciò significa che l'autorità e il processo decisionale sono distribuiti in tutta l'azienda sotto forma di ruoli specializzati, piuttosto che metterli nelle mani di pochi supervisori e manager come lo conoscete dalle classiche società gerarchiche. Crediamo che questa struttura apra la strada per rimanere innovativi e agili in futuro e per attrarre i talenti giusti che si ispirano al nostro scopo.





4.

Quando il prodotto ha una storia, acquisisce un'identità

Fabrizio Consoli

Il denim è una materia viva e la sua poesia è data dall'usura. Un consumarsi che si porta dietro un'infinità di storie. Le storie di coloro che l'hanno indossato. Blue of a Kind è un brand vivo, attivatore di storie vissute, generatore di altre che si vivranno. È la bellezza del trascorrere del tempo. È il concetto dell'upcycling che prende forma e sostanza. Blue of a Kind è tutto questo o forse molto di più. A raccontarci quel "di più" c'è Fabrizio Consoli, CEO dell'azienda, ma soprattutto un uomo che ha messo insieme le sue esperienze e le sue passioni.

Chi è Fabrizio Consoli?

Dopo la laurea alla facoltà di economia mi sono spostato lateralmente verso altri ambiti, come sull'orlo di un cornicione. Ho iniziato ad occuparmi prima di strategia, poi di marketing e di vendite, passando al digital e al branding. Fino al momento in cui ho deciso di diventare imprenditore. Lo sono diventato rimanendo però fedele a quella che è stata l'origine della mia carriera, ovvero la moda. O meglio, all'abbigliamento, perché a mio parere jeans e moda hanno molto in comune, ma non sono sovrapponibili.

Il primo passo verso quella che è diventata la mia vita oggi, che è Blue of a Kind, il mio brand denim di upcycling, è stato un po' per scherzo.

Ero ad un pranzo con un amico e parlando di sostenibilità tra una risata e l'altra, ci siamo chiesti quale sarebbe stato nel futuro, il capo più sostenibile in assoluto.

Banalmente, la risposta casuale "quello che hai già nell'armadio" è stata l'inizio di tutto. Infatti, quando la risata si è spenta, ci siamo resi conto che all'interno di quella risposta c'era della verità.





Un concetto della materia. E su questa materia ci abbiamo lavorato con convinzione e siamo riusciti a creare qualcosa di bello. Una bella storia con all'interno dei prodotti o, dei prodotti con dentro una storia, a seconda dell'angolazione all'interno la quale si vuole vedere.

Inoltre sono un fotografo. Anche la fotografia è diventata parte integrante di Blue of a Kind ed è una delle modalità di espressione del brand. Infine, c'è l'altra mia grande passione fin da quando ero ragazzino, ovvero la narrativa. Amo il fatto di poter dar voce ad un prodotto. E credo che solo quando il prodotto ha una storia, acquisisce un'identità ed unicità. Ed è proprio questa singolarità che noi cerchiamo di spingere.

Blue of a Kind è quindi la perfetta sintesi di chi sono e del mio percorso fino ad oggi, il punto di convergenza delle mie esperienze e passioni.

Che cos'è la materia secondo lei? E nella fattispecie, cosa rappresenta il denim?

In senso assoluto la materia è l'oggetto. L'oggetto su cui poi si opera per dare una forma. La materia è il senso di mancanza di contorni, di vincoli, di nitidezza, di direzione. Per Blue of a Kind, invece, la materia è un by-product. Noi prendiamo capi preesistenti e ridiamo loro una nuova funzione. Un po' come in un viaggio nel tempo ovvero, partiamo da un qualcosa che già esiste, un prodotto con una sua passata definizione, e rendendolo nuovamente un semilavorato, gli facciamo fare un passo indietro e lo riportiamo al suo stato di materia. Una volta rigenerato, lo catapultiamo nel presente.

Di particolare il denim ha il fatto che è materia viva. La sua poesia è l'usura, perché il denim vive, si consuma, condivide tutto con chi lo indossa. È la sua bellezza ed è la parte che noi non vogliamo nascondere. Anzi, vogliamo esaltare il fascino dell'imperfezione e dei segni del trascorrere del tempo.

Prima ha fatto una precisazione: il denim, secondo lei, non significa moda. Che cosa intende?

Questa questione è sempre stata un punto di discontinuità e di contrasto nella mia carriera, che ho colmato solo di recente. Io non mi reputo “una persona di moda”, che ama lo shopping. E spesso mi sono chiesto “come puoi, Fabrizio, occuparti di moda se tu stesso non ne sei appassionato?”. È come pensare di scrivere dei libri senza però leggere.

Poi una risposta me la sono data. Mi sono reso conto che il jeans è un qualcosa al di là della moda. È abbigliamento.

E l’abbigliamento, se vogliamo, è la versione depotenziata della moda.

Il jeans è il passpartout della moda: paradossalmente lo indossiamo per tagliare l’erba, e poi lo vediamo protagonista delle sfilate a Milano, Parigi, New York.

Il jeans permette alle persone di essere trasversali, all’interno della gamma espressiva dell’abbigliamento.

In più, a sostegno della mia tesi, dico che la moda di definizione è qualcosa di passeggero. Il denim invece non lo è, esiste da una vita e rappresenta ancora oggi ciò che rappresentava negli anni che furono. È un messaggio di ribellione, di libertà, di gioventù.

E com’è il suo rapporto personale con questa materia?

Il mio rapporto personale con il denim è di odio e amore. Come accade in tutti i lavori. Penso che la vera criticità del far conciliare passione e lavoro, sia proprio il fatto che, si prende la positività di quella passione e le si gettano dei momenti più difficili, più tristi, più faticosi. In poche parole, le si danno dei “lunedì mattina”.

Quindi anche il mio denim, per quanto mi appassioni, ha dei



“lunedì mattina”. Dei momenti in cui le cose non sembrano funzionare come dovrebbero. Per rimanere in tema, dei “blue Mondays”. Dall’altra parte però è una materia entusiasmante.

Io credo fortemente che per esprimere la creatività bisogna porsi dei limiti: come quando da bambini, all’interno dei limiti della vasca da bagno riempita fino all’orlo, in realtà ci si immaginava l’oceano.

Per esprimere quindi la nostra creatività al meglio, ci siamo dati dei paletti molto stretti. Lavoriamo solo con la materia già esistente, con ciò che è già presente e all’interno di questo, cerchiamo di dargli un nuovo senso.

Solo lavorando in questo senso, riusciamo a trovare delle soluzioni e quando ci riusciamo è qualcosa che da grande soddisfa. Altre volte però, nei momenti più “blue”, i limiti

creano dei grandi grattacapi. Che poi saranno la fonte delle successive contentezze laddove i problemi verranno risolti.

Ma andando sullo specifico della sua azienda, sono presenti anche delle collezioni?

La nostra è una rivoluzione, seppur gentile, è pur sempre una rivoluzione. Diciamo che partiamo dal denim e rimaniamo dei rivoluzionari che rispettano i limiti di velocità. Le collezioni ci sono, a base di denim, ma non solo. Infatti ci stiamo evolvendo cercando di sviluppare altre materie, come lana e cotone. I capi sono seasonless, senza stagionalità. Ora stiamo andando verso il genderless, quello che una volta si chiamava unisex.

Diciamo che il fil rouge della nostra collezione è quello di usare solo il già esistente, quindi di riscrivere una nuova storia



prima prodotta e abbandonata. Ci piace dire che noi vediamo dove gli altri non vedono, o meglio, non vedevano. Per fortuna, il sistema moda comincia a venire nella nostra direzione. Ci sentiamo un po' dei surfisti con dietro l'onda che monta e quest'onda comincia ad essere sempre più importante, carica.

A tal proposito, quanto tempo fa siete partiti con questo progetto?

In Italia siamo stati tra i primi a partire con il (re)made in Italy 3 anni fa. Il problema di essere dei precursori è che all'inizio non siamo stati subito capiti dal sistema moda. Soprattutto, in un mondo che è abituato a vendere prodotti che sono fatti in serie, abbiamo avuto le nostre difficoltà ad andare contro alla produzione di massa e far capire che ogni capo ha la sua unicità, che non possono essere tutti uguali.

Sembra che ora le cose vadano meglio, perché il mercato sta arrivando a capire anche il nostro ruolo, che è di rimedio laddove c'è l'eccesso di offerta rispetto alla domanda. Dove c'è iper-produzione industriale.

Nel momento in cui avverrà un riallineamento tra le due parti, domanda e offerta, il nostro compito dovrebbe non cessare, ma sicuramente evolvere in qualcosa di diverso.

Da dove recuperate i capi? E come li lavorate?

Ci sono dei grossi centri di smaltimento in giro per il mondo, noi lavoriamo molto con l'Europa. Ora abbiamo iniziato varie collaborazioni con delle aziende, perché nei magazzini rimangono delle grandi quantità di stock.

Noi siamo partiti rielaborando il vintage, quindi storia già vissuta. Un primo traguardo che abbiamo raggiunto è riuscire a lavorare gli scarti post-industriali, quindi ciò che era stato lasciato per terra dall'industria.

Il modo in cui coloriamo i tessuti è divertente perché prendiamo capi di cotone dismessi, che vengono divisi per colore e sminuzzati in polvere. Questa polvere diventa l'agente colorante. I capi vengono tinti in un bagno d'acqua ed escono

volutamente di tinta non uniforme, per rispecchiare l'unicità del singolo capo.

Questo per noi è il principio di coerenza del nostro brand: utilizzare solo cose che già esistono, non solo con il tessuto ma anche con il colore. La coerenza è un principio che spesso è bistrattato ma che dal punto di vista di business ha ancora un grande valore.

L'idea è quella di riuscire a trovare quella sottile linea che ti permette di rimanere coerenti, di avere un racconto che sia sempre diverso ma che, allo stesso tempo, rispecchi se stesso.

Oggi se qualcuno vuole un vostro capo dove lo trova?

Lo trova online ed in alcuni negozi selezionati. Presto saremo presenti anche all'estero. Stiamo lavorando con energia al post-covid, che da una parte ha accelerato la riconoscibilità della nostra direzione sostenibile, di brand e di marketing. Ma dal punto di vista della vendita, ha sicuramente rallentato.

Dove le piacerebbe portare questo progetto?

Parliamo di riutilizzo, parliamo di applicare dosi di creatività alla pre-esistente creatività. Io lo chiamo un approccio post moderno al design, perché vuol dire ridisegnare e rielaborare ciò che di per sé è un punto di arrivo per qualcun altro. Quindi è un concetto che, secondo noi, può essere trasversale ed andare molto lontano. Può apparire strano ora, ma lo sarà sempre meno in futuro, avrà sempre più risonanza. Non ti nego che ci piacerebbe arrivare a toccare il campo dell'architettura.

Il nome, invece, da dove nasce?

Il nome nasce da kind of blue di Miles Davis, un album Jazz a sua volta rivoluzionario che a me piace moltissimo. Blue of a Kind è la rielaborazione delle stesse parole, mentre il logo è la cancellatura di Kind of blue: torniamo sempre al concetto di decostruzione e ricostruzione. Che è coerente con ciò che facciamo ai nostri prodotti.





5.

L'uomo con gli occhiali della fantasia

Giovanni Bonotto

Ci sono incontri che ti fanno toccare con mano come l'arte possa influenzare l'impresa e come l'impresa possa influenzare l'arte. La percezione che questo processo osmotico di vitalità funziona ed esiste quando si incontra Giovanni Bonotto. È parlando con lui, è visitando la sua azienda, è entrando in relazione con il manifesto "La Fabbrica Lenta" che si può capire solo ciò, che forse accadeva nelle botteghe rinascimentali: la centralità dell'uomo nel creare. Per capire tutto ciò forse occorre una certa sensibilità, oppure un paio di occhiali con il gradiente della fantasia.

Come è nata la storia della Bonotto?

La storia ha inizio nel lontano 1912, quando mio trisnonno crea un'azienda produttrice di cappelli di paglia.

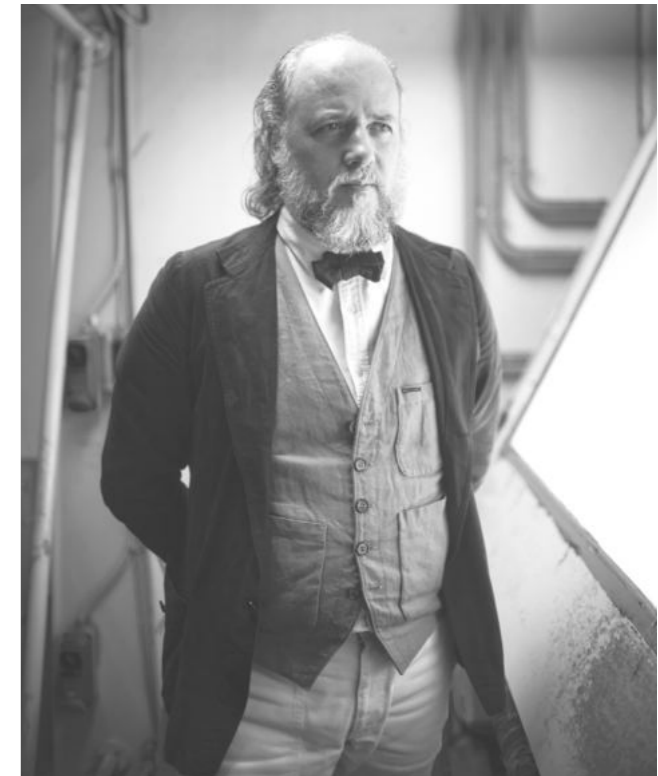
Cinquant'anni più tardi, negli anni '60, questo prodotto artigianale subisce una forte crisi. Ecco che mio padre, dalle ceneri dell'azienda, decide di riconvertirla in una realtà che si dedica all'arte dell'intreccio di filati.

L'arte dell'intreccio dei filati, mio padre l'aveva appresa dal maestro Gaetano Marzotto, a Valdagno, dove all'epoca aveva luogo il Premio internazionale Marzotto, il Nobel italiano dedicato non solo all'arte, ma alle discipline tutte.

L'affluenza di geni e artisti che hanno lasciato il segno nella cultura novecentesca era incredibile. Per mio papà è stata una scuola di incontri di valore inestimabile ed inaspettati.

Io, fin da piccolo, ho cominciato a vivere tutti gli intrecci, i mondi e le realtà ereditate dal Premio Marzotto.

L'azienda e la mia abitazione erano diventati luogo di soggiorno,





incontro e produzione delle arti di moltissimi artisti internazionali, come Emilio Vedova e Alberto Burri. Nei miei ricordi ad esempio, c'è una ragazza giapponese che mi ha fatto conoscere una lingua e una cucina molto lontane da ciò a cui ero abituato. Quella ragazza, era Yoko Ono. Nomi come Merce Cunningham, il grande inventore della danza contemporanea, Jonas Mekas il Leone d'oro che rivoluziona la produzione cinematografica o Carolee Schneemann, una delle maggiori anime del dibattito femminista e sul gender nell'art, hanno fatto sì che nascesse una storia di come l'arte influenza l'impresa e l'impresa influenza l'arte.

E queste arti come hanno influenzato l'azienda Bonotto?

È come se avessimo fatto un baratto. Gli artisti hanno aperto la mentalità a tutti coloro che erano presenti in fabbrica. Hanno impollinato nella Bonotto una speciale sensibilità sul nostro fare. Noi invece, aiutavamo gli artisti nella produzione delle proprie opere. Molti musicisti ad esempio, venivano a catturare i suoni sequenziali della macchina industriale, come John Cage.

Io, di questa contaminazione positiva, me ne sono reso conto solo in un secondo momento, quando ho iniziato a lavorare con mio padre, terminata l'università. Mi sono accorto di quanto vedevo il mondo con gli occhi completamente

“Gli artisti hanno aperto la mentalità a tutti coloro che erano presenti in fabbrica. Hanno impollinato nella Bonotto una speciale sensibilità sul nostro fare”

diversi. Era come se gli artisti mi avessero messo inconsapevolmente gli occhiali della fantasia. Mi avevano cancellato i puri dogmi del fare impresa e della business administration.

Gli artisti hanno lasciato in tutti noi e soprattutto nella cultura delle nostre mani una sensibilità agli adattamenti. Una capacità di reinventare i modelli del fare. Perché, non appena abbiamo capito appieno come si fa un qualcosa, ci mettiamo subito a reimparare qualcosa di nuovo. Questa tendenza a rimodulare il lavoro è in realtà una caratteristica intrinseca nel DNA italo, tipica della bottega rinascimentale. Ci hanno risvegliato, un antico modo di essere italiano.



Qual è la vostra filosofia aziendale? Perché “La Fabbrica Lenta”?

Anche qui, l'arte ci viene in aiuto. All'interno della Fondazione Bonotto, ci sono circa 24.000 opere che ci hanno lasciato gli artisti. Queste opere hanno un ruolo di consiglieri e mentori fondamentali in ciò che facciamo. Abbiamo osservato gli artisti provare e riprovare, ingegnarsi e replicarsi nel loro lavoro. Leonardo Da Vinci tentava di dipingere l'aria, l'indipingibile. Noi tentiamo di tessere l'intessibile.

Per quanto riguarda Fabbrica Lenta, noi cerchiamo di combattere la standardizzazione industriale e i cosiddetti prodotti fotocopiatori, standardizzati. I nostri processi sono affidati a macchinari meccanici, non elettronici, privi di automatismi. Per questo abbiamo recuperato vecchi telai scartati e in disuso. Si ritorna, dunque, all'artigianalità, al lavoro delle mani e del saper fare, tutti aspetti che con la produzione standardizzata vengono abbandonati nel dimenticatoio. Gli automatismi hanno tolto tutte quelle piccole virgole, che costituiscono il carattere qualitativo dei tessuti.

Il lusso di Bonotto è che nella Fabbrica, l'uomo non è solo il sovrintendente del processo produttivo. L'uomo torna al centro della fabbrica, come accadeva nel Rinascimento. Fabbrica Lenta vuole produrre di meno, ma con più valore aggiunto. Per creare quel valore aggiunto, sono necessarie le mani dell'uomo.





Cosa rappresenta la materia per lei?

Io sono un tessitore, quindi posso rispondere in qualità di tessitore. La mia risposta è che la Natura è la Materia. È la fornitrice di materia e la designer più spettacolare del mondo. Bisogna solo esserne affascinati, curiosi e innamorati. Bisogna imparare da lei e dalla sua capacità di adattamento, andando a scovare quelle storie che la natura ci offre e che spesso vengono dimenticate. Infatti, dove ci sono delle situazioni estreme, la natura ha prodotto delle materie incredibili. Come una lepre selvatica nella Terra del Fuoco, che ha adattato il suo corpo alle temperature avverse. O come nella cordigliera della Ande, dove il guanaco ha un pelo particolare per far fronte alle escursioni termiche.

Per questo motivo, c'è una ricerca costante per capire le materie che la natura ci regala.

Quali sono i tessuti che oggi utilizzate maggiormente? In che direzione state andando in termini di materie da utilizzare?

C'è il tema della materia della natura, ma c'è anche il tema della materia dell'intelligenza umana. Sicuramente il concetto della materia cambia con la vita. Ogni epoca ha un concetto di materia diverso, credo che da quanto

è stato scoperto il petrolio, il tessuto artificiale e le fibre sintetiche, è cambiato il mondo. Per questo, circa 8 anni fa abbiamo cominciato ad addentrarci nel mondo del recycling, il tutto documentato dalla patente GRS, Global Recycle Standard. Il processo che utilizziamo è quello di recuperare i rifiuti della plastica, dividerli in famiglie e frantumarli. Dopo che vengono polverizzati, si creando delle farine per fare una pasta. Questa pasta viene messa nel filatoio. Ecco che dai rifiuti, nasce un nuovo filo. Questo processo è stato trasferito anche nei filatoi della seta e della lana. Siamo stati i primi a portare l'immondizia ed il concetto del riciclo nel mondo dell'alta moda. Per questo siamo stati insigniti del riconoscimento Sustainable Producer ai Green Carpet Fashion Awards 2018 della Camera Nazionale della Moda Italiana in collaborazione con Eco-Age.

Ora stiamo lavorando molto sul concetto della biodegradabilità delle fibre dei tessuti, creando una

materia che si autodistrugga e che non vada ad impattare la terra.

La mia speranza è che la materia torni a fare l'attrice protagonista della storia. Perché attualmente, la star è la comunicazione, che ci conduce verso la realtà fast fashion. Il digitale ha fatto sì che i trend camminassero così veloci, che in una settimana un prodotto o un colore, sono già "vecchi". Dobbiamo fare dei passi indietro e tornare in un sentiero in cui è il prodotto a condurre, con la sua identità e la sua storia, non il brand.

Questi occhiali della fantasia li indossa ancora?

È una domanda che mi pongo spesso a cui non so rispondere. Ma credo che già il fatto che mi venga il dubbio se li indosso o meno è un buon segno. Perché il rischio di ricadere nella comfort zone è sempre dietro l'angolo e bisogna rimanere sempre all'erta.



INTERVISTA CON FRANCESCA CESA BIANCHI



LA MATERIA SECONDO LO STUDIO STEFANO BOERI ARCHITETTI

Francesca Cesa Bianchi è una storica collaboratrice dell'architetto Stefano Boeri e proprio dall'inizio di quest'anno è partner dello Studio Stefano Boeri Architetti. Per questo numero di Soul Design dedicato alla materia, ci piaceva sentire dalla sua angolazione di straordinaria professionista, che cosa rappresenta la materia per lei, qual è la filosofia alla base del loro studio, nella scelta dei materiali da utilizzare e soprattutto, quali potrebbero essere i futuri prossimi materiali da impiegare per una progettazione sostenibile.

Per Francesca Cesa Bianchi cosa rappresenta la materia?

Sperimentazione e ricerca, due temi che all'interno dello studio Stefano Boeri Architetti non sono mai mancati e che sono di stimolo per ogni nuovo progetto e sfida.

Com'è cambiato nel corso degli anni il concetto di materia in architettura?

Con il passare degli anni e dei secoli le necessità dell'essere umano sono cambiate e la materia in architettura si è adattata di conseguenza. Non c'è più una materia standard di riferimento, come una volta. La scelta materica si plasma alle necessità all'innovazione tecnologica, alla ricerca di maggiore flessibilità, alle forme e alle dimensioni contemporanee degli edifici e non per ultimo al cambiamento climatico. Le necessità più evidenti, oggi, sono la sostenibilità e l'attenzione nei confronti dell'impronta ecologica, dei consumi e dell'ambiente.

Quali sono i materiali oggi maggiormente utilizzati nel vostro ambito?

In assoluto la materia che contraddistingue lo studio di Stefano Boeri Architetti è quella naturale, quella vivente. La materia vivente ci caratterizza come realtà professionale ed è una spinta continua per la ricerca. Lavorare con gli alberi – arbusti, perenni o erbe – ci porta a delle scelte uniche di progettazione e costruzione. La natura vivente è abitante partecipe degli edifici che ideiamo e ci porta a cercare soluzioni nuove ed efficaci, in relazione con il contesto climatico o urbano in cui interveniamo.

Ci può fare qualche esempio di progetti portati avanti dal vostro studio dove il tema dei materiali innovativi hanno avuto un forte impatto?

Il rapporto tra materia vivente e tecniche costruttive innovative nella progettazione ci ha permesso di

realizzare la Trudo Vertical Forest di Eindhoven, una torre residenziale la cui struttura prefabbricata ha reso l'edificio customizzato e accessibile in social housing. Trudo accoglie esseri umani e abitanti umani e vegetali allo stesso modo del Bosco Verticale di Milano, però con affitti calmierati destinati alle giovani coppie. La crisi tra tecniche costruttive tradizionali e materia vegetale rende la torre innovativa.

Quanta ricerca c'è nella scelta dei materiali, quali sono le vostre principali fonti di ispirazioni?

Come dicevo, la ricerca effettuata all'interno dello studio più che sui materiali innovativi – ricerca che comunque non si arresta mai all'interno di Stefano Boeri Architetti – è quella legata alla customizzazione e alla riduzione di scarti e rifiuti in cantiere, come sappiamo difficili da smaltire. La Trudo Vertical Forest di Eindhoven ne è l'esempio migliore: grazie alla prefabbricazione, in cantiere abbiamo diminuito i costi e accorciato i tempi, rendendo la costruzione molto più sostenibile.

Qual è la filosofia alla base del vostro studio nella scelta dei materiali da utilizzare?

Lavorare con la materia vivente rende ogni progettazione autonoma e differente da quella precedente. Il Bosco Verticale è un'architettura in grado di sintonizzarsi con l'evoluzione delle piante, i loro colori, le forme e i movimenti nell'aria, motivo per cui ogni volta che ne sorge uno nuovo – come sta accadendo a Eindhoven,

Utrecht, Huanggang, Nanjing e Tirana – non è mai uguale a quello precedente bensì un unicum che racconta l'ecosistema naturale in cui si inserisce.

Ci sono materiali ancora poco usati in architettura, ma che potrebbero rappresentare il futuro di una progettazione sostenibile?

Esistono modalità di intervento ancora poco utilizzate, su cui noi cerchiamo di spingere molto. Stefano Boeri Architetti sta sperimentando, per esempio, la nuova abilitazione di edifici tramite materia vegetale. Il retrofitting – così si chiama il tipo di intervento – consiste nel generare nuove facciate verdi per gli edifici esistenti, rendendoli più performanti a livello energetico e migliorando il benessere per le persone che li abitano. Stiamo portando avanti interventi di questo tipo a Prato, per esempio, con il progetto di Prato Urban Jungle, che prevede la riqualificazione di edifici tramite strutture autonome e verdi, che ospitano alberi e arbusti in vasche o rampicanti su strutture a cavi di acciaio.

Un materiale non ancora utilizzato con il quale le piacerebbe sviluppare un progetto?

Direi il legno. Un materiale antico ma che con l'innovazione tecnologica raggiunta ai nostri giorni può risultare ancora più performante. Ad oggi, in studio, è un materiale ancora poco sfruttato, ma rappresenta una vera sfida per i futuri Boschi Verticali. Il desiderio che si lega all'uso del legno è quello di riuscire a realizzare un edificio che sia completamente carbon neutral.



Tre progetti del vostro studio che le piacerebbe condividere, che a suo avviso rappresentano utilizzi diversi di materiali impiegati?

Sarebbero molti di più di tre, per il rapporto tra tecniche costruttive tradizionali e materia vegetale. Di certo la Trudo Vertical Forest di Eindhoven, il Policlinico di Milano e la Stazione di Matera, rispettivamente di interesse per l'uso dei tetti come quinte facciate, il primo adibito a giardino e il secondo dedicato ai pannelli fotovoltaici, che rendono l'edificio pubblico un collettore di energia pulita. E non per ultimo la futura Torre Botanica, rigenerazione di Pirelli 39. Una nuova torre residenziale con 700 mq di vegetazione distribuita sui piani, quasi 3000 mq di pannelli fotovoltaici e componenti strutturali in legno che diminuiranno il carbon footprint dell'intero edificio.



WORK TO TELL



A CURA DI MAURIZIO SCOTTI

Dalla materia, all'arredamento.

Abbiamo chiesto a Maurizio Scotti, socio del Gruppo l'Ambiente e responsabile dei negozi l'Ambiente di Cortina d'Ampezzo e Busche, di raccontarci uno degli ultimi lavori dove la materia ha avuto un ruolo importante. Prima di ciò però, ci piaceva fare un suo piccolo ritratto personale.

La montagna, la natura, le rocce, i sentieri, le valli, questo è il mondo di Maurizio Scotti. Percorrere un sentiero per ore senza vedere la fine. Tempo per pensare, tempo per sorseggiare un sorso d'acqua da un ruscello. La natura è per definizione materia e il rifugio dell'uomo è la casa. Così per Maurizio ogni progetto è una sfida, dove la materia diventa fondamentale e l'ascolto delle esigenze del cliente è la condizione necessaria per un lavoro ben fatto.

I suoi progetti nascono quando indossa uno zaino, un paio di scarponcini e parte

per un'altra avventura, dove i pensieri sono liberi e nascono idee e spunti. Ama lavorare in team, ma la solitudine delle montagne è spesso insostituibile. Vento, pioggia, neve, elementi assolutamente necessari per ispirarsi e credere nelle proprie passioni.

Ogni progetto è una vetta da conquistare, una diversa dall'altra e i materiali naturali del territorio sono i punti cardinali dal quale partire con la progettazione. L'importante è mescolare elementi diversi tra loro e come dice lui "non esiste posto più bello delle Dolomiti, dove il negozio e la materioteca di Cortina rappresentano il cuore del nostro lavoro".

La Materia è spesso al centro dei nostri progetti e una delle realizzazioni più rappresentative è un'abitazione a Sesto in Val Pusteria.





L'obiettivo principale era creare un'abitazione in chiave moderna, mantenendo saldo il legame con il territorio, principio cardine che seguiamo in tutte le nostre realizzazioni. L'identità di una casa è data anche dall'ambiente dove essa si trova. In un mondo sempre più globalizzato, anche l'architettura, il design e l'impatto visivo di una città, di un paese o di un borgo, rischiano di perdere le loro specificità territoriali, culturali e sociali. Se accade ciò, il pericolo è che venga meno anche l'anima di quello stesso luogo.

Siamo partiti dai materiali del luogo e li abbiamo reinterpretati e sviluppati secondo le tendenze di design. Tessuti (lana cotta, pelliccia e cotone filato), legno (abete vecchio e rovere), e pietra (Laminam ardesia e Dolomia) mirano a creare un ambiente caldo e accogliente, in perfetta armonia con il paesaggio circostante. All'aspetto materico si aggiunge la gestione delle forme che

grazie alla loro compenetrazione dialogano tra loro e creano un gioco di volumi.

Il progetto illuminotecnico, composto da luci indirette ed elementi decorativi e scenografici e la cura del dettaglio enfatizzano l'aspetto materico dell'arredamento.

Il progetto per l'outdoor segue gli stessi criteri precedentemente descritti, puntando sulla personalizzazione e sull'unicità come nel caso delle maniglie realizzate con radici lignee raccolte dai torrenti vicini.

Materiali, luci, forme e dettagli sono fondamentali per ricreare ambienti funzionali e sempre originali. Sorprendere chi abita lo spazio e anche chi ne è ospite per un tempo limitato rimane lo scopo principale e il criterio di valutazione più severo per un progetto.





LA MATERIA NELL'ARTE

Arte e materia, materia ed arte, binomio inscindibile.

Uno dei miei artisti preferiti è il grande pittore Alberto Burri, nativo di Città di Castello, grande artista, e grande cultore della teoria “la materia è arte”.



Rosso Plastica, Alberto Burri (1963)



Sacco B, Alberto Burri (1953)

Sono rimasto affascinato dal maestro nel 2005, quando allora dodicenne, poco più di un bambino, mi recai con mio padre alla mostra “Burri, gli artisti e la materia 1945/2004”, alle scuderie del Quirinale di Roma, realizzata per il decennale della morte del grande artista.

L’opera di Alberto Burri è al centro della trasformazione della cultura figurativa europea, a partire dagli anni cinquanta.

Ero piccolo, frequentavo appena la seconda media, ma a vedere le opere del maestro, per le grandi dimensioni e per i materiali utilizzati, mi aprì un mondo per me sconosciuto, ma affascinante, una strada senza ritorno.

Tutta la ricerca di Burri era legata alla materia, il maestro, con fantasia, estro e una maestria unica, la modellava utilizzandola per le sue straordinarie, originali ed uniche opere.



Cretto di Ghibellina, Alberto Burri (1984/89)

Qualche esempio: rosso plastica del 1963.

Nella sua produzione ha lavorato con sacchi, ferri, argilla, legni, muffe, plastiche bruciate, cellox, catrame, ogni opera con risultati superlativi.

La serie più famosa di Burri è quella dei sacchi, utilizzata a partire dagli anni cinquanta.

Il fondo dell’opera era quasi sempre rosso, poi il pittore applicava sulla tela sacchi di iuta di varie dimensioni.

Al tempo le critiche fioccarono, oggi queste opere rappresentano tappe assolute nel panorama artistico internazionale.

Altra serie geniale di Burri sono i cretti.

Sono delle superfici per lo più quadrate o rettangolari coperte di crepe.

Ricordano terre argillose con i tagli tipici dei momenti di siccità.

Per ottenere questi effetti utilizzava dei materiali usati nell’edilizia; un impasto composto da colle, bianco di zinco e terra. Quando i materiali si essiccavano l’effetto è quello straordinario delle opere stesse.

Fascino particolare ha la famosa opera “Il cretto di Ghibellina”, è un’opera di land art realizzata da Burri dal 1984 al 1989.

Impressionanti le dimensioni: una distesa di 80.000 metri quadrati di cemento bianco e detriti vari; per raccontare la storia della città scomparsa con il terremoto; una ricostruzione simbolica della vecchia città di Ghibellina, distrutta dal terremoto del 1968, oltre 1150 vittime ricostruita a 20 chilometri di distanza.

Burri fu impressionato dalla distruzione e decise di compattare i detriti, creando l’opera insuperabile di oggi, a ricordo della tragedia.

Il cretto è un luogo di narrazione e di ricordo, dove esisteva la vita, oggi esiste la memoria.

Gli artisti presenti in questo numero di Soul Design, mi hanno impressionato sia per l’uso della materia che l’utilizzo della natura e la realizzazione di siti all’aria aperta.

La materia fa parte della vita; è vita ed esprime il nostro passato, il nostro presente e il nostro futuro.



Cretto, Alberto Burri



6.

Tutti noi siamo fatti di materia

Vera Bonaventura & Roberto Mainardi

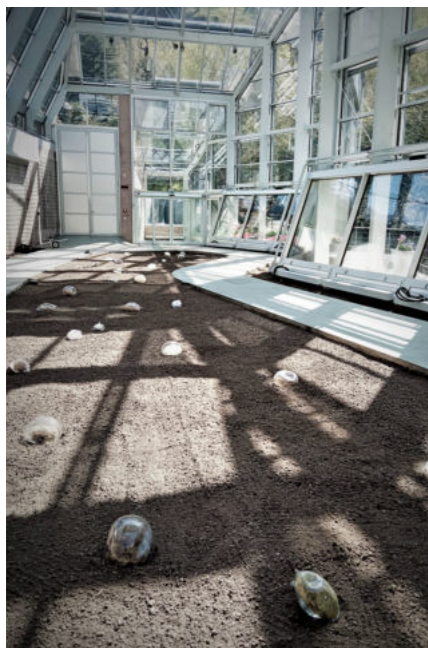
Gli incontri non avvengono mai per caso. La fatalità è solo un termine per attribuire un significato al naturale accadere delle cose. Se poi ci si mette di mezzo l'arte come espressione di un pensiero profondo che possa attivare riflessioni e auspicare cambiamenti d'azione, non c'è nulla di più straordinario. Straordinario è anche l'incontro tra due artisti. Perché è lì dall'incrocio di creatività e spirito critico, che si realizzano le cose più belle. Gli artisti in questione sono Vera Bonaventura e Roberto Mainardi e dalla loro unione artistica è nata Officina Di Due, che è un'officina, ma dove la creatività dà forma al pensiero.

Vera Bonaventura e Roberto Mainardi, altresì noti come "Officina di due, Arte per la Natura". Chi è OD2 e da dove nasce il vostro nome?

Officina di due è un progetto di ensemble delle nostre due personalità. Ci siamo conosciuti tre anni fa, in occasione di una mostra dei dipinti di Vera, quando ancora le nostre modalità d'arte si esprimevano in modo diverso.

Da una parte infatti, c'era una pittrice che utilizzava i pigmenti per esprimersi, mentre dall'altra c'era un uomo con alle spalle un passato più materico, perché proveniente dal mondo della scultura. Entrambi però eravamo accomunati da una forte sensibilità per la botanica, per la vita vegetale ed un amore eterno per la materia naturale. Da quell'incontro ci siamo uniti abbiamo intrapreso un percorso insieme, che ci ha portato ad esplorare vari canali e





linguaggi comunicativi come l'installazione, l'arte del suono, dei video, delle performance, della fotografia, per condividere un tema dall'urgenza impellente, come quella della difesa della natura.

Il nostro nome invece, nasce proprio perché lavoriamo nella vecchia officina appartenente al padre di Roberto. Un luogo che ha portato Roberto già a 10 anni, a scoprire la magia che una materia può creare ed il fascino del realizzare con mano.

Quali sono i materiali che utilizzate?

Il nostro tema è una natura documentata, studiata dal punto di vista scientifico. La nostra ortografia è l'arte minimale, l'arte povera, la Land Art. Il nostro strumento invece è la materia naturale. È il materiale grezzo, come può esserlo una zolla di terra o un seme, che noi raccogliamo così com'è, senza lavorarlo né modificarlo, ma bensì trovandogli una sua collocazione.

Come afferma Richard Long, "l'opera non è collocata in un posto. È il posto stesso che diventa opera". Nel nostro caso, lavorando con la natura, è proprio così. I materiali che compongono il luogo sono gli ingredienti dei nostri processi creativi ed i protagonisti delle storie: all'interno dei nostri progetti artistici c'è una forte relazione tra il messaggio che si vuole comunicare, e lo scenario ambientale locale. Un matrimonio basato sul rispetto reciproco e sul dialogo continuo.

Qual è la vostra interpretazione personale della materia?

Quando utilizziamo la materia, ci sono sempre due componenti principali che entrano in gioco. Da una parte, c'è l'aspetto scientifico, il lato ragionato e studiato, anche riguardo il significato simbolico di quel materiale. C'è sempre un motivo che si cela dietro ogni scelta.

Dall'altra parte invece, c'è la casualità e la fatalità. Spesso utilizziamo materiali e ideiamo opere facendoci guidare dalla natura stessa. Perché come diciamo sempre, "la natura ha già creato tutto, basta solo sedersi e contemplare".

Come è successo per il nostro progetto sulla biodiversità "Seed Bombing", o bombardamento dei semi, realizzato per l'orto botanico di Merano, The Trauttmansdorf Gardens.

Sostanzialmente anche qui la fatalità ha fatto il suo corso, perché lo spunto per le installazioni è arrivato volando. Un anno prima eravamo seduti in giardino e all'interno del diario delle idee, si è posato un seme di gelsomino sulle pagine aperte. Da lì, è nato il progetto ispirato alle "bombe di semi" che è una pratica di riforestazione aerea usata in tutto il mondo, che consiste nello sganciare da degli aeroplani delle bombette di hummus contenenti dei semi. Semi che, in poche ore, riescono ad addentrarsi anche in aree impervie e, alcuni di loro, ad attecchire. È con questo metodo che sono state piantate molte foreste a livello mondiale e ci è talmente piaciuto, che abbiamo cercato un modo che ci desse la possibilità di tradurre questo concetto ecologico, in linguaggio d'arte. E l'abbiamo interpretato attraverso l'installazione, all'interno dei Giardini di sfere di vetro soffiate a mano e riempite con semi di varia origine di piante e graminacee. Seminando nel terreno questi ovuli, abbiamo usato le "bombe per ridare una vita e non distruzione", per riforestare e non per distruggere.

Avete parlato di cambiamento. Quali sono i messaggi che vi sentite di trasmettere?

Crediamo che per poter diffondere un messaggio sia nostro dovere artistico passare da un'arte puramente estetica, che rimane fine a sé stessa, ad un'arte che sia etica, utile, pragmatica. Che proietti delle visioni, che spinga ad informarsi e ad aprire gli occhi su ciò che stiamo vivendo, come l'emergenza ecologica mondiale.

A scuola, i professori ci insegnano che la storia va studiata perché certi errori del passato non vengano più ripetuti in futuro. Sosteniamo che se non attuiamo delle trasformazioni ora, in questo esatto momento, gli attuali disastri si ripeteranno ancora ed ancora, comportando delle conseguenze devastanti. Attraverso le nostre opere noi vogliamo spingere sull'esigenza al cambiamento.

L'anno scorso ad esempio, abbiamo inaugurato un percorso di sette installazioni all'interno del Parco naturale Delta del Po, nell'isola di Albarella. Queste opere di fatto dialogano con sette temi legati alla natura, denunciandone aspetti come la scomparsa degli insetti impollinatori, la fragilità e l'interdipendenza degli





“I materiali che compongono il luogo
sono gli ingredienti dei nostri processi
creativi ed i protagonisti
delle nostre storie”





ecosistemi, l'inaridimento della terra. In sintesi, sono sette installazioni dedicate a sette grandi problematiche. La didascalia affissa, non è la didascalia descrittiva dell'opera che si trova tipicamente affissa, bensì un piccolo estratto di dati scientifici, percentuali e dati raccolti da fonti europee sulla problematica in questione.

Un altro esempio è la nostra prima opera, intitolata "Urlo di Vaia", ad Arte Sella, dove attraverso un'installazione sonora, raccontiamo il disastro accaduto a causa della tempesta Vaia. La materia in questo caso è invisibile, fatta di suono e che da eco a ciò che è successo e a ciò che succederà se nulla mai si muta.

Ciò che cerchiamo di fare è quindi unire ricerca scientifica, informazione ed attualità con l'arte. Troviamo un linguaggio che sia a disposizione di ciò che stiamo vivendo, cercando di diffondere più consapevolezza.

Cos'è che tiene così uniti OD2?

Tutti noi siamo fatti di materia. E ciò che unisce le nostre due materie è, in primis, la nostra sensibilità umana e artistica, che si è trovata per fatalità e ha deciso di continuare insieme. Come quando in una giornata di pioggia, osservando il vetro del finestrino della macchina, accade che due gocce si incontrano e si fondono insieme. Quell'unione, le rende più forti, più consistenti, permettendo loro di scivolare lungo il loro percorso ancora più veloci di quanto una singola goccia poteva fare.

Il secondo filo che ci lega è proprio la nostra necessità di confronto. Perché è condividendo le visioni insieme, che si riesce a raggiungere la profondità, scavando più sotto ancora del mare o navigando più il là dell'orizzonte.



7.

Dare forma a un concetto

Angelo Brugnera

Essere un artista. Non fare l'artista. È quella linea sottile di demarcazione tra ciò che si può fare e ciò che si è. Questa linea si assottiglia ancor di più quando fatta propria la tecnica è il pensiero che guida l'azione. Gestì spontanei in grado di creare opere. Angelo Brugnera è uno di questi. Una persona che ha colto l'essenza nella capacità espressiva di dare forma a un concetto attraverso il marmo. Come tutti gli artisti preferisce che siano le opere a parlare di lui. Perché è così. È cogliendo i frammenti emozionali legati ad ogni singola sua realizzazione che si può capire meglio chi è Angelo Brugnera.

Come si diventa scultore? E nel suo caso, come lo è diventato? Sono due le strade che mi vengono in mente per diventare scultore: o si frequenta la scuola d'arte o, come nel mio caso, lo si diventa già da bambini.

Fin da quando ero piccolo, la mia fantasia superava la realtà. Amavo esplorare i boschi, mi piaceva osservare le piante, i sassi e, in particolare modo, gli insetti. Mi piaceva osservarne le forme, mi affascinava il fatto che volassero.

Più tardi, grazie a mio padre che era marmista di professione, ho avuto l'incontro con il marmo. Ho cominciato a conoscere il profumo di questa materia, la sua polvere, il fango, le consistenze e tutte quelle particolarità e caratteristiche che differenziano una pietra dall'altra, rendendole uniche.

Il vero e proprio ingresso nel mondo artistico è avvenuto quando ho cominciato a frequentare il maestro di scultura Giorgio Igne, che viveva non lontano da me. Infatti, spesso passavo davanti alla casa per ammirare il suo laboratorio a cielo aperto, pieno di statue





fatte in cemento e in bronzo fuori, rimanendone affascinato. Ho cercato più volte di raccogliere il coraggio che avevo e decidermi a suonare quel campanello e andare a conoscere quell'incredibile Maestro.

In realtà sono riuscito a conoscerlo più avanti nel tempo, quando frequentando un corso per artisti, me lo sono ritrovato tra gli insegnanti. Da quel momento mi ha seguito nel percorso, portandomi a fare delle mostre insieme a lui. Così, ho iniziato ufficialmente ad entrare nel mondo dell'arte.

Ci può spiegare come nasce un'idea, che poi si trasforma in un'opera d'arte?

L'opera d'arte nasce sempre da un bisogno. Una necessità di rispondere a delle domande. Anche se poi, paradossalmente, il compito dell'opera d'arte è proprio quello di porre delle domande e non di fornire delle risposte. Queste, devono essere trovate individualmente sia da chi osserva che da chi crea l'opera.

Nel mio caso, le idee nascono stando ad osservare degli elementi, dei soggetti naturali e, nel mentre, mi ascolto. Io non lavoro quasi mai con i modelli, ma bensì faccio un viaggio interiore tra le sensazioni e le domande che la memoria di quell'elemento mi provoca. Da una serie di riflessioni e quesiti che si concatenano gli uni con gli altri ne nasce un'immagine che sarà poi, l'idea per la scultura.

Quest'idea all'inizio è enorme, ma poi bisogna fare i conti con i limiti dimensionali del blocco di marmo che si ha davanti e allora, si rimpicciolisce tutto; la immagino come un'idea grande compressa in un contenitore più piccolo. Comunque non sempre è un fattore negativo perché credo che un'energia grande, quando viene concentrata, può diventare ancora più potente. Alla fine si riduce tutto a questo: i limiti bisogna saperli sfruttare. I limiti bisogna saperli sfruttare.



E che temi toccano le sue opere?

A parer mio, il compito dell'artista è quello di dare forma a un concetto. Senza un concetto da esprimere ed un qualcosa da dire, non si va da nessuna parte. Ci si perde per strada.

I temi che affronto, parlano principalmente della vita organica, della morte, della creazione e genesi.

Dietro tutte le mie sculture c'è poi il concetto del tempo, che è indispensabile per la genesi; senza il tempo, noi non esistiamo.

Le mie sculture infatti, me le immagino sempre in evoluzione.

Non sono mai simmetriche, non c'è mai una parte assomiglia e coincide all'altra. Anzi, ogni volta che scolpisco, devo calcolare un bilanciamento tra tutti gli elementi ed i particolari del soggetto, che non sono mai uniformi ma formano sempre un equilibrio instabile.

Ora veniamo alla materia. Cosa rappresenta per lei il marmo?

Per me il marmo, è quella materia con cui riesco a fare tutto. Riesce a darmi quelle soddisfazioni estetiche e tecniche che cerco, perché con lui non sono in grado di mettermi dei limiti mentali. L'unico ostacolo che a volte sento, sono le dimensioni che si possono raggiungere. Il mio sogno è quello di creare delle opere gigantesche, infatti mi piace pensare che se un'opera l'ho fatta in piccolo, si possa ricrearla anche molto più grande.

Nel mio percorso ho provato a lavorare anche altri elementi, come il metallo ed il legno, ma il problema è che ogni materiale ha il suo potere. E per tirare fuori questo potere, ci si deve lavorare per tanto tempo. Io ormai conosco il marmo e riesco a controllarlo, a guidarlo e a rischiare fino a raggiungere dei





livelli di spessori fini.

Parlando da un punto di vista puramente tecnico, il marmo di Carrara e quello di Lasa, sono quelli che mi permettono di esprimermi per davvero.

Qual è stata la sua prima opera?

La mia prima opera è stata quella da cui mi sono separato più difficilmente. È un'opera dal grande valore affettivo che risale a 25 anni fa, a quando io e mia moglie, appena conosciuti, abbiamo levigato una scultura di bianco Carrara.

È successo poi che, ad un ritrovo di artisti, avevo esposto quell'opera ma senza alcuna finalità di vendita. In realtà, quando a sorpresa mi hanno proposto di comprarla, è stata davvero dura. Se poi ci ripenso a quella prima scultura, si vedevano già alcune delle caratteristiche che mi avrebbero marcato, come la finezza.

Mi è servita come prima lezione perché, con il tempo, ho capito

che le opere dal momento in cui sono finite, non sono più mie. È giusto distaccarsene e lasciare che facciano il loro percorso.

E se le chiedessimo oggi chi è Angelo Brugnera come persona? E che sogno ha nel cassetto?

Oggi potrei dire è un artista che, dopo tanti anni di sacrificio, è riuscito a fare della scultura il suo unico lavoro.

Ora faccio un tipo di vita che mi piace perché mi permette di dedicarmi completamente all'arte. Anche se non posso negare che la difficoltà di essere un artista oggi, è proprio quella di non dover scendere a compromessi per necessità economiche e mantenere sempre la propria identità. Per ora, sono davvero felice di essere riuscito a seguire la mia linea di coerenza.

In realtà poi a livello personale, non sono molto cambiato dall'inizio, anche se dovrei imparare ad adattarmi, trovando il giusto compromesso con questo tipo di mondo. Ma questa è tutta un'altra storia.



LA MATERIA NEL CIBO

Quando pensiamo al connubio tra materia e cibo non possiamo far altro che pensare all'importanza che hanno le materie prime in una cucina d'eccellenza. Si potrebbe affermare che, oltre alla bravura del cuoco che la tratta in prima persona, la materia abbia un ruolo fondamentale nella riuscita di un piatto. Negli ultimi anni si sta dando molta importanza anche al reperimento stesso degli ingredienti, prestando attenzione non solo alla località di provenienza, prediligendo prodotti locali, ma anche alla tipologia di coltivazione, che sia il più possibile ecosostenibile e ad impatto zero sull'ambiente. È il caso del ristorante due stelle Michelin Arnolfo di Colle di Val D'Elsa, in Toscana, dove lo chef afferma che



“la Natura sceglie il menu”. E ancora “Abbiamo sempre prestato attenzione agli approvvigionamenti delle materie prime, scegliendo prodotti provenienti da produttori e allevatori locali, a basso impatto ecologico” affermano i fratelli Maurizio e Sandro Serva, titolari dell'eccellente due stelle Michelin La Trota a Rivodutri.

Degna di menzione è anche l'importanza che il cibo, e in sé la materia, dà alla tradizione delle varie etnie e culture del mondo. È infatti indubbio che alcune pietanze siano caratterizzanti di determinati luoghi, basti pensare al sushi o alla nostrana pizza. Tant'è vero che è stata stilata una lista del patrimonio culturale immateriale UNESCO, nel 2020 compaiono nove cibi che non solo trasmettono tradizione, ma cultura e passione. Tra questi possiamo trovare la birra Belga, il Coucous, il Kimchi piatto tipico coreano, la pizza napoletana e il Lavash, una focaccia originaria del Caucaso meridionale e dell'Asia occidentale. Quante volte ci è capitato di trovarci in un ristorante etnico in Italia e affermare “Non è come mangiarlo lì, non è la stessa cosa”.



Ma la materia può assumere diverse forme, mantenendo però il suo sapore inconfondibile. Oppure può essere plasmata, e abbinata a spezie o erbe che ne esaltano il gusto regalando piatti eccezionali. Negli anni, sta prendendo sempre più piede la cucina molecolare, che si propone di studiare l'aspetto fisico e chimico degli ingredienti all'interno della cucina stessa. Uno dei massimi esponenti è sicuramente lo chef britannico Heston Blumenthal, il quale non ha mai avuto paura di sfidare le norme culinarie, concentrando gran parte del suo tempo sull'indagine scientifica e sulla sperimentazione.

Avendo capito che mangiare riguarda le risposte emotive, Chef Blumenthal iniziò a personalizzare i suoi menu; giocare con le percezioni e i ricordi dei commensali attraverso il gusto, il tatto, la vista, il suono e l'olfatto. Per festeggiare il 25esimo anniversario del suo ristorante The Fat Duck, lo chef Blumenthal ha ideato quattro menu degustazione che variano in base alle stagioni e che hanno come protagonisti i piatti più famosi da lui creati. Uno fra questi è Sound of The Sea in cui il piatto a base di pesce viene servito con una conchiglia dalla quale ascoltare i rumori dell'oceano tramite delle cuffiette, partendo dal presupposto che i suoni possono influenzare il nostro modo di approcciarci al cibo. Un'altra delle sue capacità è sicuramente quella di ingannare i commensali: servendo un gin-tonic di benvenuto

in forma solida, poiché immerso nell'azoto liquido, o un gelato di granchio, con tanto di bastoncino di “cioccolato”; ecco che la materia assume forme a noi note, ma gusti inaspettati.

Lo stesso vale anche per la pasticceria dove emerge Cedric Grolet, pasticcere francese famoso per i suoi dolci a forma di frutto che celano all'interno deliziose ganache e confetture.

Materia e cibo si equivalgono, non si potrebbe parlare di una escludendo l'altro. La materia è ciò che rende il cibo tale, ciò che sta alla base della cucina e del mangiare bene, oltre che sano. La materia prima è in tutto ciò che ci circonda, sta a noi interpretarla, rispettarla, e renderla un piatto eccellente.





8.

Rivisitare i prodotti mantenendone la loro essenza

Paolo Dalla Torre

C'è un luogo che è il perfetto punto d'incontro tra la capacità interpretativa in cucina e uno straordinario senso di ospitalità. Un luogo dove si vuole far stare bene le persone. Attraverso il gusto. Attraverso l'accoglienza. Quando questi due elementi s'incontrano ciò che succede non può che essere il vivere una bella esperienza. Da ricordare. Da condividere. Da rivivere. Per arrivare a tutto ciò occorre uno chef che abbia visione e profondità di campo. Uno chef che sappia ben interpretare il concetto di semplicità. Questo chef esiste. Si chiama Paolo Dalla Torre e lui, insieme a tutto il suo straordinario staff di persone, rendono unica l'esperienza al ristorante Il Pedrocchino.

Qual è l'anima del ristorante Il Pedrocchino?

L'anima del locale è la famiglia. Perché ogni locale, a parer mio, funziona perché all'interno c'è una famiglia che lo fa crescere bene.

Mio papà ha sempre avuto la passione della cucina, diventando con il tempo un punto di riferimento e di ritrovo nel cuore delle persone di Sacile. La frase "nden da Piero del Pedrocchino" era all'ordine del giorno.

Mio padre era un po' come uno "stregone", era colui che faceva accadere le cose e che riusciva a portare le novità culinarie nel paese, come il caviale servito a cucchiaino. Ed è grazie a lui che respiro il mondo della cucina fin da quando sono piccolo. È un uomo che non si è mai arreso, ha sempre avuto quella particolare forza dentro che gli permetteva di non gettare mai la spugna, trasformando le situazioni di difficoltà, in nuove soluzioni.

Poi è sempre una questione di equilibrio. Se da una parte c'era mio



padre, più amante degli eccessi e che puntava alla crescita del locale, dall'altra c'era mia madre, la contabile, colei che faceva tornare tutti i conti.

E lei, quando è entrato ufficialmente all'interno della cucina del Pedrocchino? E cosa è cambiato in questo luogo da quando è arrivato?

È stato nel 2000, un anno di grande cambio di ritmo, in cui è avvenuta la trasformazione del Pedrocchino. Con il nuovo millennio, grazie ad una grossa ristrutturazione, siamo passati da un locale che poteva accogliere una quarantina di coperti, ad un ristorante che ospitava invece duecento persone.

Io ero giovane, fresco da un'esperienza in una realtà stellata in cui eravamo in 14 in cucina per fare 20 coperti. Noi, invece eravamo in 5 persone che dovevano occuparsi di 200 commensali. Era un mondo ancora tutto nuovo, per cui era necessario rimboccarci le maniche. Abbiamo lavorato con turni che partivano con la sveglia alle 4 e mezza della mattina per tagliare le verdure e che duravano fino a notte fonda. Abbiamo dato il massimo delle nostre energie e cercato di fare il meglio che si potevano.

Nel corso degli anni, poi ho cercato di conferire un'identità precisa al Pedrocchino, creando un menù accurato e mettendo i piatti nero su bianco. Abbiamo studiato un sistema che funzionasse alla perfezione come un orologio, che garantisse una linea produttiva sicura, seria e che ci assicurasse una continuità d'uso del prodotto.

Noi abbiamo scelto di specializzarci su un segmento, una materia prima di altissima qualità, ovvero il pesce. Una materia che, come chef, mi permette di mantenerla nella sua purezza, senza troppa elaborazione. Infatti, la



Gnocco di patate cabrette, accompagnato da rape rosse, una foglia d'oro 22 carati, latte fermentato, aneto e caviale Beluga

filosofia del Pedrocchino è rivisitare i prodotti mantenendone sempre la loro essenza.

Si dice che la semplicità è il concetto più difficile da interpretare.

Non posso che essere d'accordo.

Se però da una parte, abbiamo mantenuto la cucina il più semplice possibile, dall'altra ho cercato di dare quel qualcosa in più attraverso la forma ed il modo in cui si presentiamo i piatti. Per cui, ho cominciato ad ingegnarmi, servendo le pietanze su piatti fatti di forme e materiali diversi, come legno, intrecci in metallo, vetro, alla ricerca di costanti novità. Bisogna sempre trovare un sistema di modernità, per servire la qualità.

E chi viene al Pedrocchino, cosa può trovare?

Chi viene qui, trova un ambiente caldo che profuma di casa, dove il cuore è l'ospitalità e il sorriso. Un luogo dove, si può dialogare tra le persone e ritrovare la serenità, dove si può incontrare la poesia del cibo e i prodotti di qualità.

Io credo che l'amore per un locale da parte di un cliente venga scaturito sì dalla cucina, ma anche dal servizio in sala. Chi è in prima linea a contatto con il cliente, sa entrare nel cuore delle persone. Sa trasmettere loro quel calore che solo la cucina può dare.

Il compito della ristorazione è quello di far dimenticare i pensieri che una persona aveva prima di varcare la soglia del ristorante. Proprio per questo motivo, il nostro nuovo e recente pay-off è "Il Pedrocchino, cibo e ospitalità". Vogliamo trasmettere il piacere di respirare un luogo come il nostro, perché in fin dei conti, siamo tutti qui solo di passaggio e dobbiamo star bene, godendoci tutti i momenti.

Lei tratta principalmente il pesce. Cosa rappresenta per lei questa materia prima?

Il pesce è una materia che, anche dopo 23 anni trascorsi lavorando in cucina, non smette mai di stupirmi, di affascinarmi e soprattutto di appassionarmi. È un protagonista che ha bisogno di esser rispettato e a capito fondo. Personalmente, il pesce rappresenta un'inesauribile fonte di scoperta. Studiandolo ogni sera, non solo lo riscopro continuamente, ma capisco sempre di più anche me stesso come chef.

Inoltre, cerco sempre di confrontarmi con chi, come me, tratta questa materia ogni giorno. Ed è attraverso il dialogo



e lo scambio di opinioni con pescatori e colleghi, che ne approfondisco questa conoscenza.

Quando tratto questa materia con le mie mani, la sento completamente mia. Con gli occhi, riesco a dialogarci, mentre con la mia mente, grazie al profumo del mare ed i colori di uno scorfano rosso fuoco, una gallinella arancione vivo con le sue zebraure azzurre o l'arcobaleno della coda della mazzancolle viva, riesco a spaziare nel mondo della fantasia.

E come nasce l'idea di un piatto? Come si arriva a trovare un giusto equilibrio tra le materie?

Tutti i dettagli del pesce mi fanno partire la giornata lavorativa con il sorriso e l'entusiasmo di chi ama ciò che fa. Le opportunità creative che scaturiscono da queste emozioni sono indescrivibili. L'idea del piatto nasce sempre da una catena di pensieri, visioni e stati d'animo.

Trovo ispirazione guardando il mare, un quadro, sfogliando



Cremoso ghiacciato alla pesca, basilico, champagne e cardamomo

una rivista prima di addormentarmi.

Una volta avuta l'idea, si passa alla poi fase di sviluppo. Prima preparo uno schizzo con la forma del piatto, gli ingredienti e la loro possibile disposizione.

La seconda fase è l'effettiva realizzazione e sperimentazione dell'idea nel piatto, cercando di bilanciare acidità e sapidità, le dolcezze con i contrasti di temperature e di cotture. Nella caccia all'equilibrio perfetto, si aggiunge e si toglie, si alza e si abbassa la quantità di un ingrediente, fino a trovare il compromesso perfetto. L'assaggio finale viene effettuato da tutta la squadra all'interno della cucina e, a volte, lo faccio assaggiare a qualche cliente abituale.

Dopodiché, se ad opinione di tutti va bene, viene inserito nel menù.

Lei parla di un sistema. Ci può spiegare meglio cosa intende?

Parlo di un sistema di lavoro che permetta a noi cuochi di respirare un clima di tranquillità in cucina. Perché solo quando c'è la sicurezza di una reperibilità continua del prodotto, della sua quantità e della qualità allora si lavora in modo sereno.

Negli anni, insieme ai miei collaboratori, ho cercato di studiare una metodologia di lavoro ed una serie di procedure che permettano alla cucina di funzionare anche nei momenti in cui è sottoposta in situazione di forte stress. Abbiamo sviluppato un metodo che segua i principi dell'arte della pasticceria, in cui precisione, cura dei dettagli e schematicità sono tutto.

E per avere la certezza di una qualità del prodotto, abbiamo cercato personalmente tutti i nostri fornitori, trovando i giusti selezionatori di cui ci fidiamo ciecamente.



Orata in sashimi disidratata, mango, maracuja e wasabi



Controlliamo la materia prima in tutti i processi, dalla delicata fase di trasporto del prodotto, alla sua cura non appena arriva in cucina. Il momento di cura, rappresenta proprio il nucleo della qualità e del sapore del cibo.

Il mio obiettivo è l'affinamento di questo sistema, implementandolo con nuove idee ed opinioni di chi effettivamente con questo metodo ci lavora ogni giorno. Perché avvenga c'è bisogno di grandi bracci destri, della squadra e soprattutto, della fiducia reciproca. Durante il percorso, mi sono circondato di persone che mi hanno accompagnato in momenti molto difficili, aiutandomi a superarli e non posso

che esserne grato. Per questo investiamo sulle persone e sul loro star bene e sulla loro formazione; puntiamo molto su chi tiene a ciò che fa.

Se dovesse scegliere il suo piatto, quale sarebbe?

Dico sempre che il piatto che mi piace di più, devo ancora inventarlo. Perché ogni volta che penso di aver trovato il mio piatto perfetto, finisco per cambiarlo con quello nuovo.

Al momento posso dire è uno gnocco di patate cabrette, accompagnato da rape rosse, una foglia d'oro 22 carati, latte fermentato, aneto e caviale Beluga.



9.

Perché il buon vino si fa in vigna

Lorenzo Palla

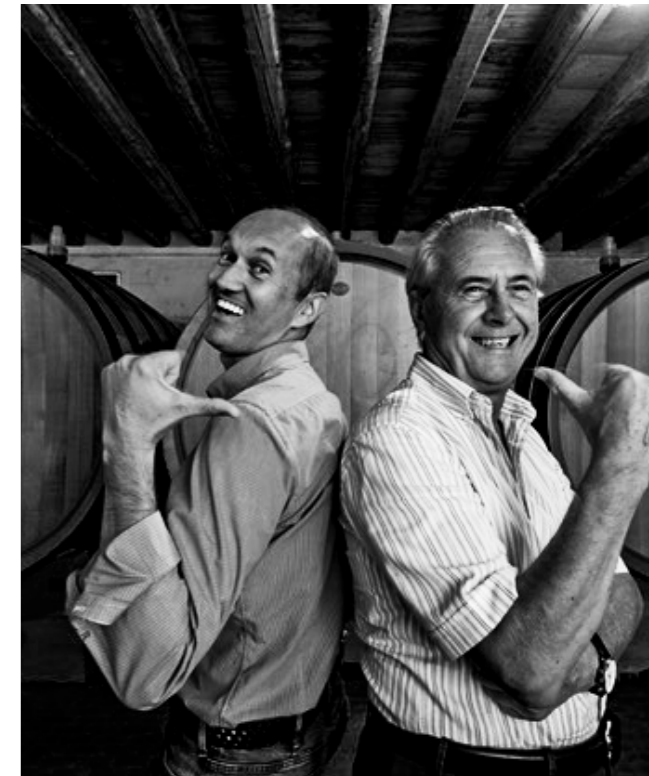
La questione non è essere degli “eretici”, ma di aver ben chiaro cosa si vuol fare e come. È una questione di principi, di coerenza e di amore verso il proprio territorio. Già perché come le grandi storie qui ci sono dei protagonisti e uno straordinario luogo dove questa storia è nata e soprattutto si evolve, sempre con quell’attenzione, quel rispetto, dato dal prendersi cura di ciò che madre natura è in grado di donare. Il territorio in questione si chiama Venegazzù. Il titolo della storia è il nome di una storica cantina com’è Loredan Gasparini e la voce narrante è quella del suo titolare: Lorenzo Palla.

Ci troviamo alle pendici del Montello e nel cuore del trevigiano, precisamente a Venegazzù a Volpago del Montello. Cosa rappresenta il territorio di Venegazzù per lei?

Ci troviamo in una zona dove il vino è sempre stato di casa e la sua terra ha una grande tradizione di produzione vinicola da raccontare. Sembra che già quasi che il nome Venegazzù, sia auto esplicativo e che voglia suggerirci “vignigazzù”, un luogo pieno di vigne.

Se dovessi definirlo, direi che Venegazzù è la sintesi di una perfetta integrazione tra la terra, il vigneto e la produzione. Rappresenta un legame storico e soprattutto, unico. A confermarcelo sono proprio le prime testimonianze di produzione del vino, presenti nell’Archivio di Stato di Treviso, che risalgono al lontano 1300.

In questo territorio sono emerse delle peculiarità uniche che l’hanno portato a diventare la realtà che per prima ha realizzato dei tagli di Cabernet Merlot in Italia e quindi uno dei primi esempi del taglio cosiddetto bordolese, una tradizione che arriva dalla Francia. A partire dal ‘700, grazie a Napoleone arrivano molte varietà





francesi. Qui si è riuscita a radicare perfettamente la produzione del Merlot, che è un'uva internazionale, presente in tutto il mondo ma diciamo che qui nel Montello ha trovato un luogo ideale di sviluppo. Dopodiché è arrivato il Cabernet, il Cabernet Sauvignon e il Malbec che hanno completato il taglio tipico della zona del bordolese, un taglio che ha trovato perfetta integrazione con il territorio.

Come è nata questa cantina e cosa ha rappresentato per il territorio?

Dobbiamo fare un bel viaggio indietro nel tempo. Questo territorio ha sempre attratto molte persone, a partire da una famiglia di mercanti trevigiana di nome Spineda i quali, avendo colto le grandi potenzialità della zona, hanno iniziato ad investire forze sulla valorizzazione del territorio. È per mano loro che è stata fondata anche questa cantina e costruita, nel 1750, una splendida villa Palladiana. Dopodiché, per motivi

di parentela, la palla è passata in mano alla famiglia Loredan Gasparini, noti per la loro nobile origine veneziana che ha fatto la storia della Repubblica, con 3 dogi.

Uno degli ultimi discendenti della famiglia, Piero Loredan, un grande viaggiatore, nota che Bordeaux è un territorio che aveva elementi e caratteristiche molto affini al nostro. Decide così di sperimentare queste varietà su questo territorio, ed ecco come è nato il primo taglio bordolese. Da quel momento la cantina ha cominciato ad essere sempre più riconosciuta in giro per il mondo. Fino al 1972, quando il Conte decide di vendere a mio papà, Giancarlo Palla, che aveva già un'altra cantina in un'altra zona della Provincia di Treviso, ma riesce a vendere la sua cantina precedente e acquistare questa. Gli ultimi 50 anni di storia di Loredan Gasparini sono quelli legati alla mia famiglia, una storia ricca di novità, caratterizzata da una tradizione e da una filosofia produttiva incentrata sul rispetto di questo nostro luogo.

E qui si arriva alla materia. Che materia si riesce a coltivare in queste zone?

È una materia dal carattere e un'identità decisamente superiore rispetto a quella che si può ottenere da altre zone, sebbene limitrofe. La nostra è una terra molto fertile, con buone caratteristiche.

Poi, però, ovviamente è l'uomo che deve fare la sua parte, avendone cura e rispetto assoluto. Perché nonostante la vite sia una pianta molto resistente, per fare la differenza ed arrivare a produrre una materia di qualità, devono intervenire le persone. In fin dei conti se ci pensiamo, la pianta lavora per produrre frutta, per replicarsi e per rimanersi in vita, mentre è l'uomo cerca di concentrare il frutto per portare in cantina dell'uva buona per produrre un vino particolare.

Cosa vuol dire lavorare con una materia che è la materia di madre natura? Qual è il vostro approccio?

Secondo me significa responsabilità, perché si mette mano su una materia che necessita di essere trattata con riguardo e delicatezza. Lavorare con madre natura, significa aver a che fare con una materia prima che bisogna accudire continuamente,

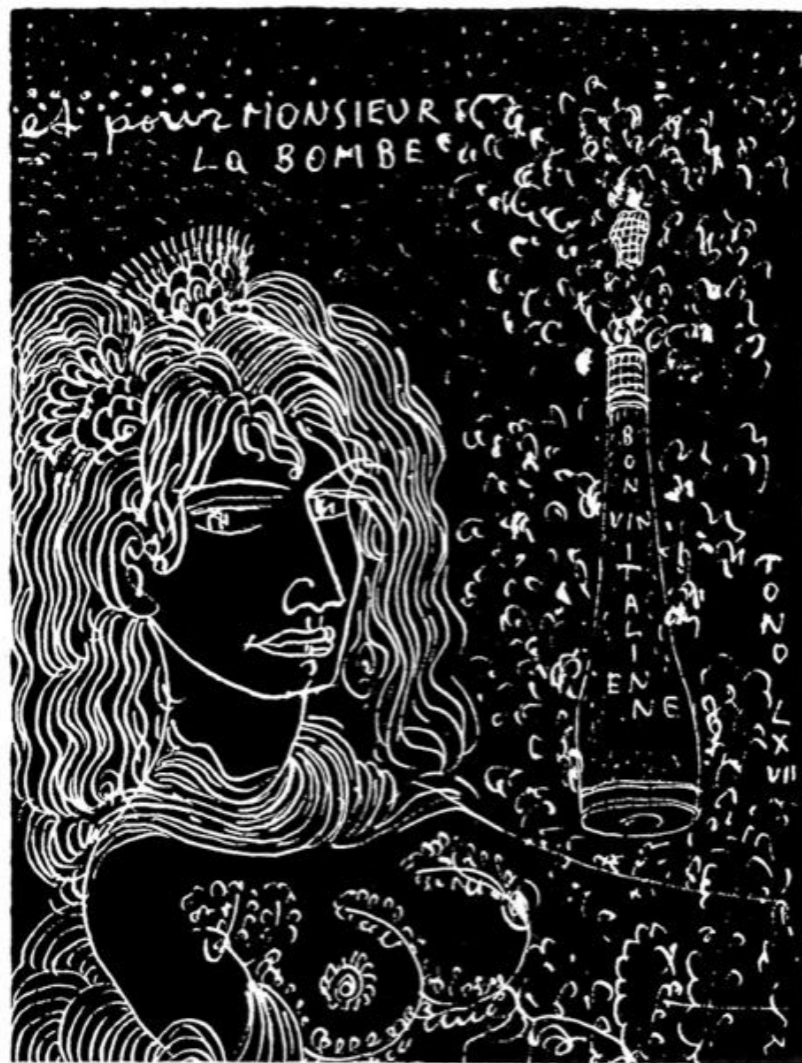
senza eccezioni, avendo una grossa componente di stagionalità. La vendemmia è infatti il punto di arrivo finale, quella che tutti conoscono. Ma bisogna curare la campagna e le piante tutti i giorni dell'anno, senza se e senza ma. In particolar modo il momento più delicato è quando le piante sono piccole perché bisogna seguire le barbatelle in modo da portarle a superare quel periodo delicato che, una volta superato, porta la pianta ad essere autonoma. Sono proprio come delle bambine che devono crescere.

Il nostro approccio è quello di essere attenti a tutto ciò che si fa in campagna, perché molte lavorazioni sono manuali o meccanizzate, ma è l'uomo che ha il compito fondamentale. È la sua cura e la sua passione che fanno ottenere un risultato. Proprio per questo, gran parte del nostro personale è dedicato proprio al lavoro in vigneto. Perché il buon vino, si fa in vigna.

Cosa ha significato, per voi, compiere la scelta una viticoltura biologica?

È una scelta che per noi è stata naturale, soprattutto per sensibilità personale. Ora tutto il mondo si muove in questa direzione, ma in realtà, noi abbiamo iniziato tanti anni fa,





rendendoci conto che molti prodotti non facevano bene alla salute. È come quando si legge il bugiardino di una medicina. Quando si legge una pagina piena di controindicazioni e segnali di rischio, bisogna fare i conti non solo con il bene di chi beve il vino ma anche di chi tratta la pianta. Viene quindi naturale abbandonare una strada, anche se più semplice, se si possono trovare medicine alternative. Si sposa una filosofia diversa. Poi c'è sempre l'altro lato della medaglia. Si va incontro ad una viticoltura di tipologia diversa, si abbassano le rese e si è più esposti al rischio di malattia della pianta.

Tornando alla materia. Si parte dalla materia prima per arrivare ad un prodotto finito che è quello che si va a degustare. A suo avviso come si dovrebbe degustare?

Io sono sempre a ricordare che il vino è un alimento. Una materia che ingeriamo e non è una medicina per qualche rimedio. Ormai è puramente edonistica la funzione del vino. Ogni consumatore può sviluppare una sensibilità, un gusto, delle preferenze alle tantissime tipologie di vino. Queste preferenze creano una propria identità di consumatore, anzi di degustatore. Sicuramente, i corsi aiutano a diventare più tecnici, a raffinare il

palato e a conoscere di più i vini che si degustano. Perché dietro ad ogni vino, c'è una storia, una passione e un carattere diverso.

E qual è l'identità dei vostri vini? Qual è il vostro vino di rappresentanza?

Noi produciamo 5 vini rossi, rigorosamente all'interno dei nostri vitigni storici. Quindi lavoriamo solo Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc, Merlot e Malbec. Questa è la nostra identità.

Anche nel vino ci sono le mode, ma secondo me, è molto importante riuscire a mantenere il nostro carattere. Dagli anni '70 lavoriamo tanto anche con la glera, il vitigno a bacca bianca alla base del prosecco. Qui ci siamo divertiti a sperimentare soluzioni diverse, lavorare sulle singole vigne e vedere le differenze tra le produzioni. Provare

piccole innovazioni, ma sempre restando all'interno dei vitigni che sono stati coltivati da nella nostra zona.

Rimanendo sui rossi, il vostro vino di rappresentanza?

A mio avviso il vino che ci rappresenta di più è proprio il primo vino che l'azienda ha prodotto, quindi il "Venegazzù della casa" perché era proprio "della casa". A mio avviso è il vino che esprime e racconta il territorio di Venegazzù. È la nostra espressione, la nostra bandiera, il nostro carattere. Noi però veniamo riconosciuti per una riserva che si chiama Capo di Stato, una selezione che viene fatta su una vigna degli anni '40. Il pregio non è tanto l'annata di questo vigneto, ma la varietà di piante impiegate: sono piante che sono state salvate e che rimangono gli unici esempi sopravvissuti. Il vino che ne viene ricavato è un piccolo museo. la varietà di piante impiegate: piante che



sono state salvate e rimangono l'unico esempio sopravvissuto. Quindi questo vino viene ricavato è un piccolo museo.

Sappiamo che anche l'etichetta del famoso Capo di Stato racconta una bella storia. Ce la può raccontare?

Siamo a Venezia, nel 1967. Il Presidente De Gaulle e la moglie, in visita per la Biennale, si trovano a cena all'Hotel Gritti, dove viene servito un Venegazzù rosso. Il Presidente lo elogia pubblicamente a gran voce, pensando fosse un grande Bordeaux: invece era un vino della zona.

Da quel momento, tutta la stampa scrive di questo prodotto e le persone cominciano a chiedere del vino del "Capo di Stato". Ecco come è nato il nome.

L'etichetta viene commissionata al noto pittore padovano Antonio Zancanaro, detto Tono, che a sorpresa realizza due

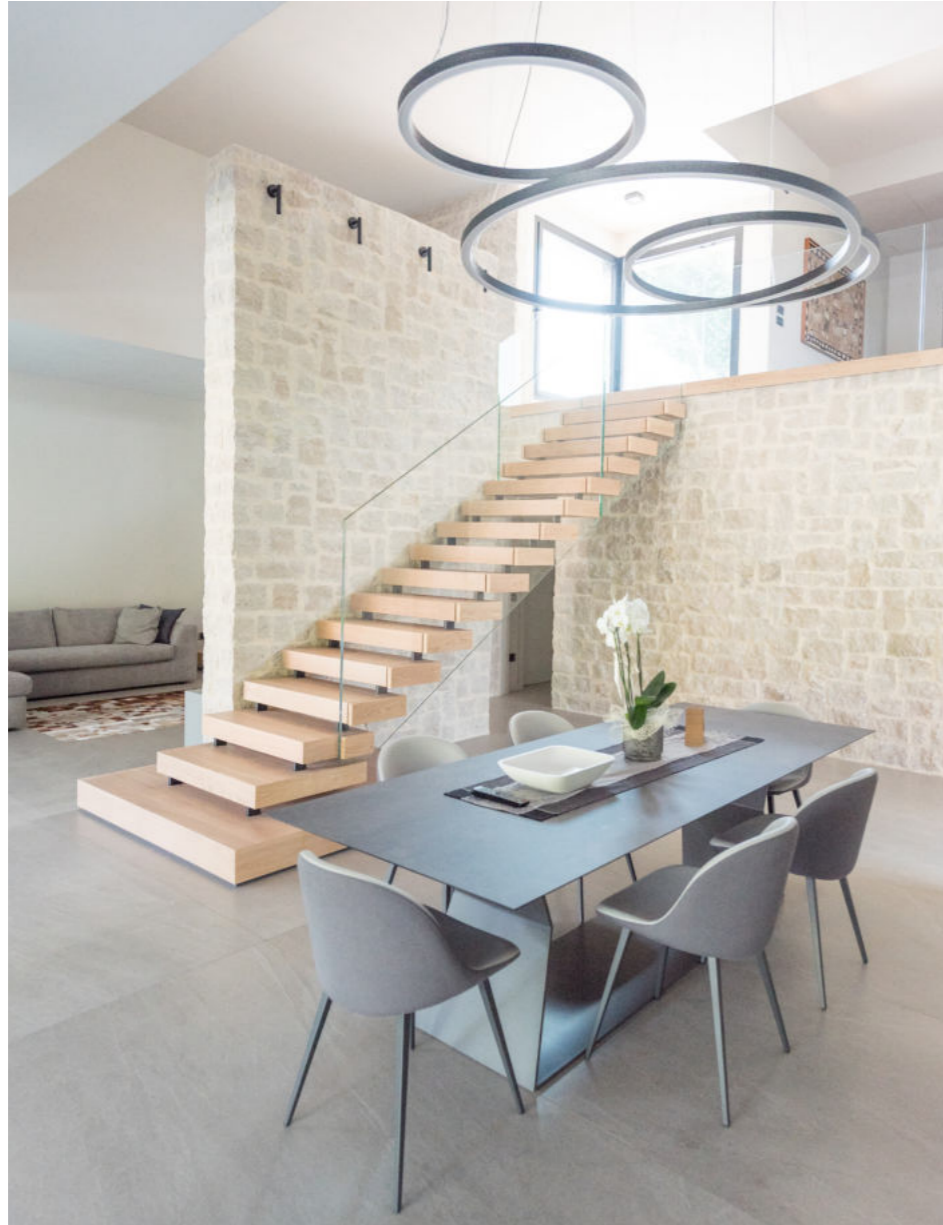
etichette, che andavano ad esprimere la duplice anima maschile e femminile che lui sentiva nell'essenza di quel vino. Una "Lei" ed un "Lui". Poi, nel corso degli anni, il vino ha continuato ad essere prodotto con la sola etichetta del "Lui" riservando la "Lei" a particolari occasioni. In realtà, da allora si è sempre mantenuta la piccola tradizione di mandare in regalo al Presidente francese la confezione delle due bottiglie.

Cosa le piacerebbe che diventasse l'azienda?

Noi siamo già soddisfatti di riuscire a mantenere tutta la nostra produzione senza comprare uve ed il cerchio si chiude. Naturalmente, aspiriamo ad avere più valorizzazione dei nostri vini ed è ciò per cui lavoriamo giorno per giorno. Il nostro sogno è quello di riuscire a far riconoscere sempre di più il valore di Venegazzù.



WORK TO TELL



A CURA DI MARCO FURLAN

Il benessere passa dalla sua progettazione

Si fa un gran parlare di benessere. Oggi più che mai, abbiamo bisogno di luoghi che ci permettano di rigenerarci. Spazi di relax. Ambienti che ci regalino piacevoli momenti personali. Il benessere è uno stato mentale, ma passa pure dalla realizzazione di sogni. Già proprio così. Come Floormix all'interno del Gruppo l'Ambiente siamo specializzati nei rivestimenti in ceramica e nell'arredo bagno, ma ci piace maggiormente definirci come dei professionisti che si occupano della progettazione proprio di spazi di benessere.

Pensando a quale lavoro fosse più indicato da raccontare in questo numero di Soul Design dedicato alla materia, ci è venuto in mente una recente abitazione privata che abbiamo realizzato a Pordenone. È stato un po' come costruire lo storyboard di un bellissimo film, caratterizzato da un lungo piano sequenza che ci ha portato a fare un cambio di scena tra

l'esterno e l'interno senza mai perdere però la caratterizzazione e la preziosità di questo canovaccio.

Mantenendo la metafora cinematografica e ragionando per scene, questo nostro film si apre con una soggettiva su una piscina della quale ci siamo occupati dell'intera impermeabilizzazione interna definendo tutti i particolari tecnici in ogni loro minimo dettaglio. È così che abbiamo individuato un rivestimento interno con gres porcellanato con un formato 120x120 e uno spessore di 5 mm. Anche per il bordo perimetrale abbiamo utilizzato lo stesso rivestimento però in questo caso con un formato 60x120, uno spessore di 20 mm e il tutto unito a 45° gradi, cosa non così banale e scontata.

La seconda scena è quella che ci accompagna delicatamente dalla dimensione esterna a quella interna.





L'elemento di congiunzione è il portico esterno, che anch'esso riprende il gres porcellanato a pavimento del formato 120x60 e dello spessore di 5 mm, che continua poi nella pavimentazione interna. Una continuità di stile che permette di mantenere la stessa intensità emotiva di un racconto che ha nel benessere il suo filo conduttore.

Nell'ultima scena di questo nostro film, ci siamo divertiti nell'interpretare i tre bagni di questa abitazione da sogno. Nel bagno padronale abbiamo previsto una doccia con quello che chiamiamo percorso benessere emozionale, rivestito in gres decorativo bianco 100x300 con uno spessore 3 mm nelle pareti, mentre il volume interno doccia con gres antracite formato 120x260. Inoltre abbiamo inserito un mobile in coordinato in legno come il pavimento della camera, top in Corian e una rubinetteria di forma rettangolare, con termoarredi in coordinato con il gres antracite. Nel bagno ospiti, top in gres in coordinato con il pavimento, rubinetto in acciaio inox decorativo, parete in pietra rigata in coordinato con la parete esterna in roccia, lavabo in Corian. Infine nel

bagno reparto notte, abbiamo previsto un pavimento in legno, un rivestimento in gres 120x260 spessore 5 mm, con mobile in coordinato in legno e top lavandino in Corian. In questo film dedicato al benessere non poteva mancare il giusto finale. Nella zona 1° piano abbiamo previsto il pavimento in prefinito e la scala con tutti i dettagli della zona giorno sono realizzati nella stessa essenza per dare continuità al progetto.

Come titoli di coda ci piace citare due cose. La prima: tutti i materiali in gres della piscina, porticato esterno, marciapiede, garage, zona giorno, bagno ospiti e bagno al piano 1° sono della stessa serie e colore e il formato e la superficie più o meno materica che contraddistingue le zone dove sono state utilizzate. La seconda e ancor più importante indicazione invece riguarda la collaborazione con il cliente, l'architetto, l'impresa, l'arredatore e il direttore lavori è stata indispensabile per la buona riuscita di questo progetto finale.

Il benessere passa dalla sua progettazione.





SOUL DESIGN

Postcards

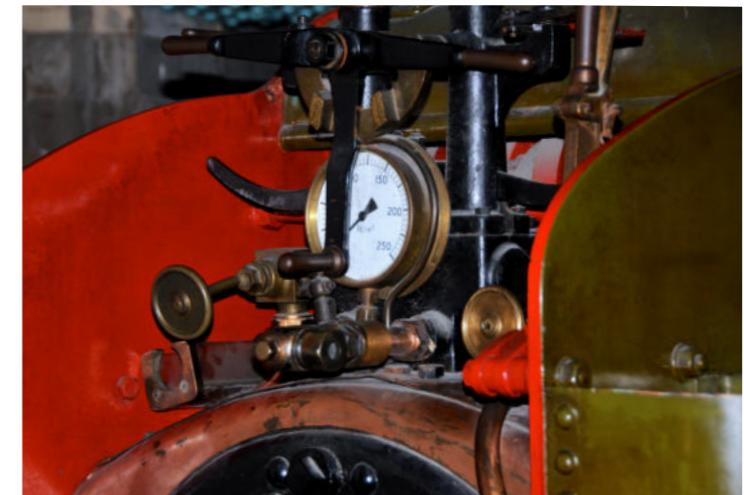
materie dal mondo



C
A
S
A
B
L
A
N
C
A

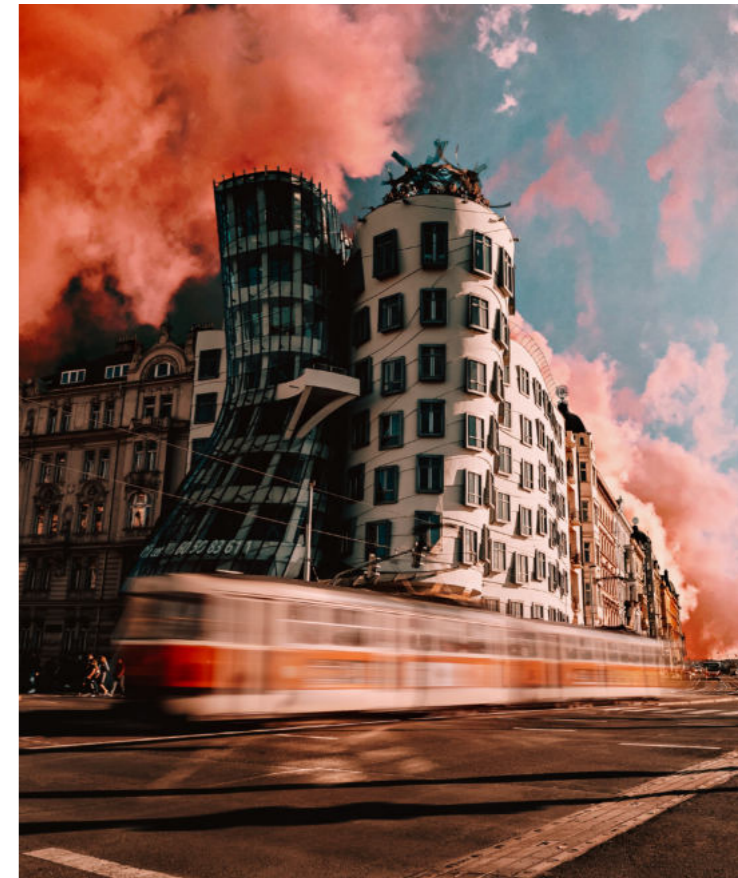
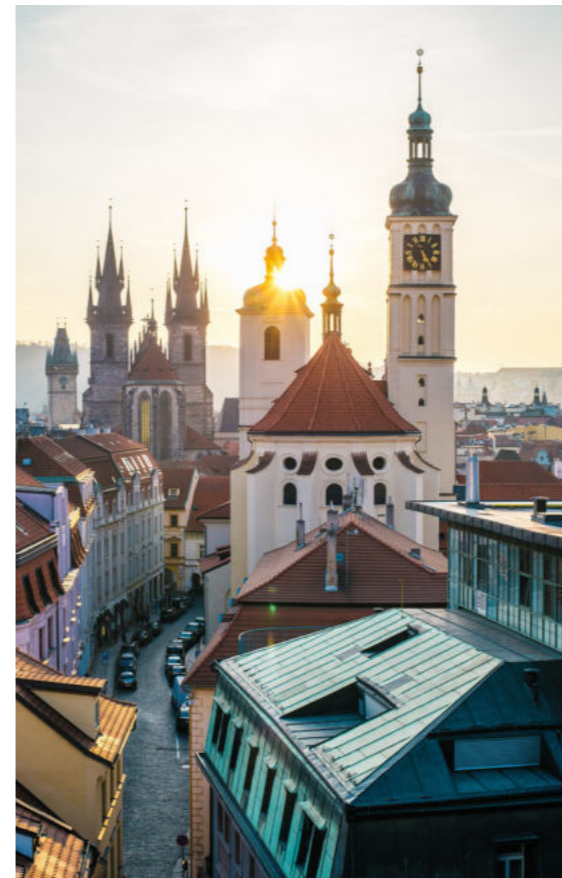


D
U
B
L
I
N
O

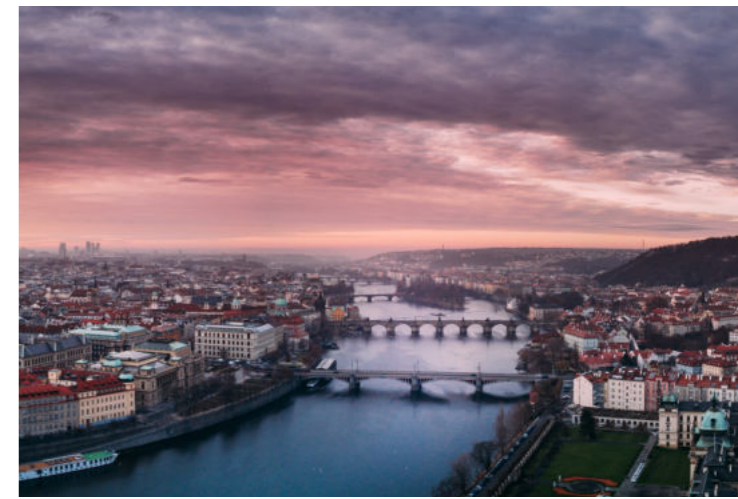


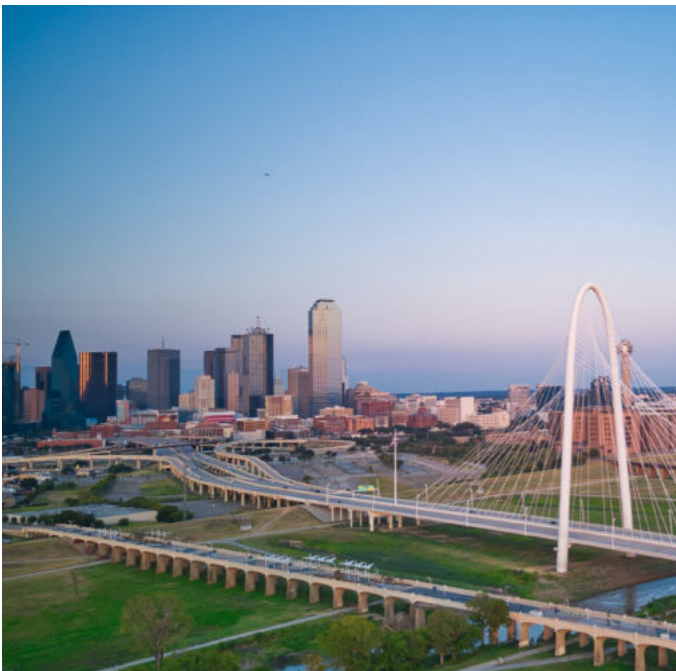
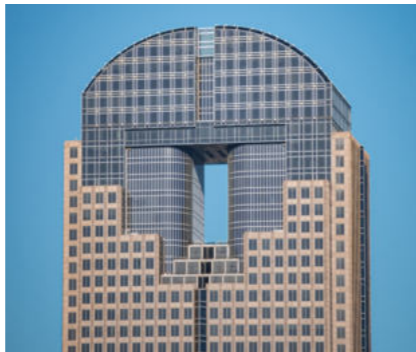
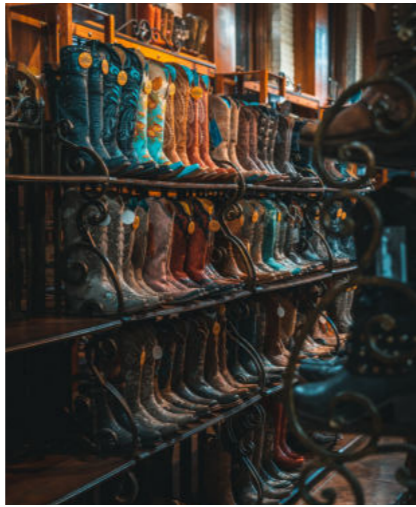


P
E
C
H
I
N
O



P
R
A
G
A





D
A
L
L
A
S



V
E
N
E
Z
I
A



CREDITS

Concept

Perissinotto & Bettini Associati

Art Director

Enrico Perissinotto

Responsabile Editoriale

Andrea Bettini

Redazione

Gian Luca Perissinotto

Enrico Perissinotto

Sara Dehbi

Gaia Gracis

Angela Pavan



SEDE LEGALE

Headquarters
L'AMBIENTE SRL
31045 **MOTTA DI LIVENZA TV**
Via Lazio, 12
T. +39 0422 768806
F. +39 0422 768591
info@lambiente.it
www.lambiente.it

SHOWROOM

showrooms



31045 **MOTTA DI LIVENZA TV**
Via Pordenone 27
T. +39 0422 863768
F. +39 0422 764037
info@lambiente.it

31043 **CORTINA D'AMPEZZO BL**
Corso Italia 147
T. +39 0436 861854
C. +39 338 2604549
cortina@lambiente.it

33170 **PORDENONE PN**
Via Oberdan 30
T. +39 0434 520329
F. +39 0434 520329
pordenone@lambiente.it

32020 **BUSCHE DI CESIOMAGGIORE BL**
Via Nazionale 12
T. +39 0439 390232
F. +39 0439 390232
feltre@lambiente.it

SHOWROOMS

showrooms



30027 **SAN DONÀ DI PIAVE VE**
Via Cesare Battisti 44
T. +39 0421 331313
F. +39 0421 340498
info@lambiente piu.it



30173 **MESTRE VE**
Via Forte Marghera 87/D
T. +39 041 959032
F. +39 041 959032
info@lambientelab.it



31047 **PONTE DI PIAVE TV**
Via Europa 1
T. +39 0422 857979
F. +39 0422 859514
info@lambienteup.it

LOGISTICA MAGAZZINO

Warehouse Logistics
31045 **MOTTA DI LIVENZA TV**
Via Lazio 12
T. +39 0422 863308
F. +39 0422 761964
magazzino@lambiente.it
comunicazioni@lambiente.it

UFFICIO ESTERO

Export Department
31045 **MOTTA DI LIVENZA TV**
Via Pordenone 27
T. +39 0422 863003
F. +39 0422 764037
sales@lambiente.it



UFFICIO CONTRACT

Contract Department
31045 **MOTTA DI LIVENZA TV**
Via Lazio 12
T. +39 0422 863772
F. +39 0422 761964
info@archimededecontract.it

SHOWROOM CONTRACT

Contract Showroom
31045 **MOTTA DI LIVENZA TV**
Via Callalta Capoluogo 12



31045 **MOTTA DI LIVENZA TV**
via Marche 2/A
T. +39 0422 765677
F. + 39 0422 861676
info@floormix.it
www.floormix.it

SOUL DESIGN
è un progetto editoriale
promosso da:

 **L'ambiente**

 **ARCHIMEDE**
CONTRACT

 **FLOORMIX**
ceramiche arredobagno