

ECLETTICI E CONNESSI

Il mondo del design si arricchisce di **cinque nuovi marchi italiani**. In comune hanno un rapporto virtuoso tra **artigianato** e **industria** e uno stile innovativo e riconoscibile. Lavorano con l'apporto creativo di **importanti studi**, puntano al mercato internazionale e ai **canali online**

di Valentina Croci

Fucina nasce dalle maestranze cinquantennali di Lidi, azienda brianzola della carpenteria metallica. La prima collezione, Digest, è disegnata da Sam Hecht e Kim Colin, Pauline Deltour, Jun Yasumoto e Maddalena Casadei, art director del brand. Ad accomunarli è la ricerca dell'essenziale e un'elegante pacatezza. La collezione fa sparire giunti e bulloni ricercando una leggera robustezza, lontana dall'estetica che solitamente connota gli arredi in metallo.

Maddalena Casadei, qual è l'aspetto più innovativo del brand? Negli ultimi anni si sono viste nascere diverse realtà legate ai metalli. Abbiamo perciò deciso di allontanarci da un aspetto industriale: niente viti a vista o bulloni, ma processi di saldatura, cerniere e strutture in tensione non visibili. I pezzi sono saldati e lucidati in modo così perfetto da apparire monolitici. Giocano sul contrasto tra pesantezza del materiale e leggerezza visiva. Abbiamo scelto di lavorare solo con il ferro, trattandolo come un metallo pregiato. I designer con cui abbiamo lavorato, accomunati da un approccio da industrial designer puro, hanno sposato la visione.

Quali saranno i canali di distribuzione? Come e-commerce siamo su Artemest e stiamo trattando con rivenditori esteri. Fucina sarà nello store TwentyTwentyOne durante la London Design Week. Perché sono prodotti che, solo se visti dal vero, possono arrivare con tutta la loro qualità e unicità.

Dalla collezione Digest di Fucina, la serie Piatto di Sam Hecht e Kim Colin. I tavoli sono in lamiera d'acciaio piena con piani verticali lucidi che si intersecano con le superfici orizzontali, creando l'illusione ottica che ci siano due sole gambe. Identità del brand a cura di Studio Vedèt, foto di Miro Zagnoli.



A sinistra, la lampada da terra Stick, disegnata da Cino Zucchi, gioca con il contrasto tra le due emissioni di luce: indiretta e diffusa; indiretta e riflessa. Entrambe regolabili nell'intensità. Sopra, la famiglia Equilibrio di Michele De Lucchi, con diffusore in vetro soffiato opalino e struttura in acciaio. Nell'immagine grande, la lampada Etoile firmata da Daniela Puppa, nella versione da parete, è alimentata da batterie ed è quindi senza fili. Foto di Marco Menghi.

Firmamento Milano è la startup di Carlo Guglielmi, che porta nel marchio la sua cinquantennale esperienza nel settore illuminotecnico. Con l'apporto creativo di dodici importanti studi di architettura internazionali, l'azienda propone una proposta discreta ma al contempo autorevole, alla ricerca della qualità e di un rapporto virtuoso tra artigianato e industria.

Carlo Guglielmi, perché questa start-up? Sono stato più volte sollecitato a rientrare nel mondo dell'illuminazione ma, non volendo farmi carico di situazioni pregresse, ho deciso di dar vita a una nuova società da me completamente controllata, in cui posso dar campo alle mie convinzioni senza condizionamenti. Ho voluto richiamare Milano nel nome perché per me significa saper studiare, conoscere, ricercare e sperimentare, saper fare, cambiare e rischiare. **Come ha selezionato i progettisti?** Ho sentito opportuno ripercorrere le tappe fondanti del sistema design in Italia, costituite da un propositivo rapporto tra i grandi professionisti dell'architettura degli anni '60 a Milano e le piccole-medie imprese che caratterizzano il tessuto industriale. I prodotti sono il risultato di straordinarie capacità creative e produttive, tali da essere collocati sul mercato attraverso un selezionato numero di rivenditori qualificati, una novantina in Italia. Riteniamo che i nostri prodotti debbano essere proposti e spiegati, per tanto non venderemo online.

DesignING
PROJECT

