

The Good Life

BUSINESS | CULTURA | DESIGN | ARCHITETTURA | MODA | VIAGGI | LIFESTYLE | N° 46 APRILE-MAGGIO 2023 | BIMESTRALE | 9 €

La prima rivista ibrida business & lifestyle

SFIDE GLOBALI

Good Design
SGUARDI INCROCIATI
TRA ORIENTE
E OCCIDENTE

Mega City
VIAGGIO A SEUL,
LA METROPOLI PIU'
CREATIVA DEL FAR EAST

Good Match
TESTA A TESTA:
IL DRAGONE CINESE
E L'ELEFANTE INDIANO

Good Mind
KENGO KUMA,
LUCA GUADAGNINO
E SOU FUJIMOTO

Extremely addictive



Ritorno al Sud



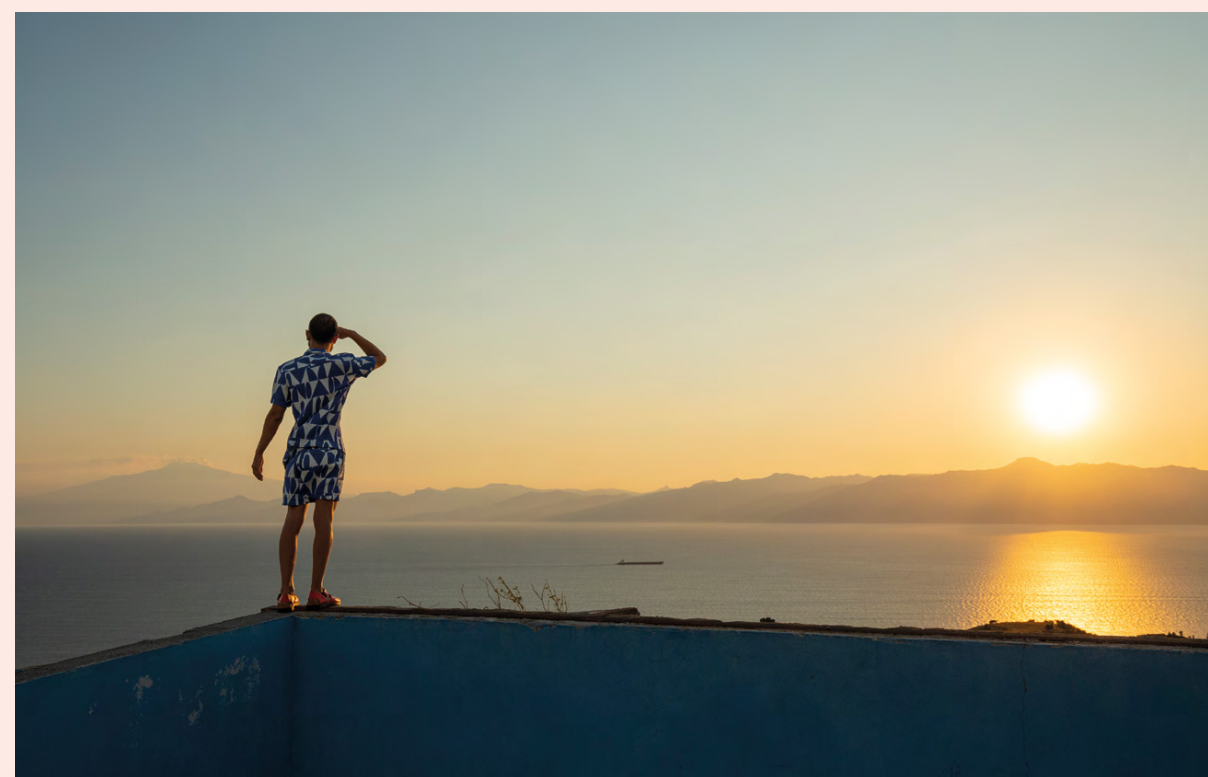
Quando le radici chiamano

Storie di designer cittadini del mondo che hanno smesso di essere affetti dall'ossessione del nuovo.

di Federica Sala

Diventa evidente che il modello è cambiato quando ci accorgiamo che, intorno a noi, si moltiplicano le storie di chi ha scelto strade diverse. Hanno viaggiato, vissuto in giro per il mondo e nelle grandi metropoli, ma alla fine hanno sentito il richiamo del ritorno. Non tanto del sangue, ma sicuramente delle origini e della tradizione. E guardando queste vite da lontano, per evidenziarne i tratti comuni, si vince che alla base di tutte c'è finalmente una generazione non più marcata dall'ossessione del nuovo, dall'irrefrenabile bisogno di aprire nuovi territori, di segnarli con qualcosa di inedito. In modo completamente diverso dai loro predecessori, questi creativi hanno guardato indietro e hanno visto un potenziale, invece che un mondo da abbandonare, come invece è successo a chi li ha preceduti. A questi progettisti, forgiati dal tanto famigerato *design mindset* (quell'attitudine mentale che permette al designer di smontare e rimontare il mondo circostante da un punto di vista diverso), interessa il concetto di trasformazione.

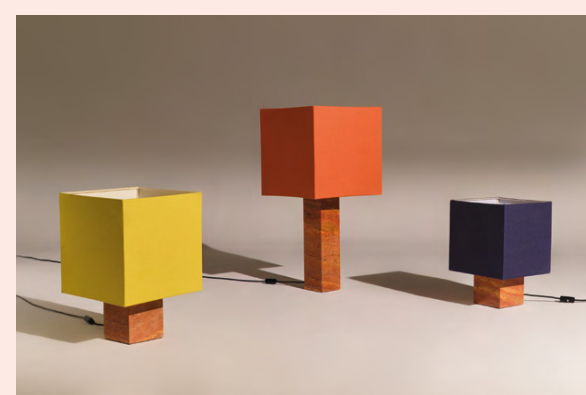
Questo approccio, che traspare chiaramente nel lessico stesso che usano, mostra come anni di educazione alla sostenibilità siano entrati nelle loro cellule modificando alla radice le loro sinapsi. Questi ragazzi pensano a come non buttare via le cose: non solo le materie prime, ma soprattutto saperi e competenze. Per loro, il vecchio non è più quel



1



2



3



4

pesante fardello muffito che era per le generazioni precedenti: per loro è materia viva da trasformare.

Riccardo Cavaciocchi, per esempio, è il fondatore di Paper Factor, un'azienda assai originale fondata tra New York e Lecce che ha saputo trasformare in prodotto industriale, destinato all'edilizia, la lavorazione artigianale della cartapesta. Non pugliese ma veneto, Riccardo cresce a Lecce dove si è trasferita la famiglia. Qui lavora la mamma, che fa la restauratrice e che fonda il Centro Restauro Materiale Cartaceo, basato sull'invenzione di un composito di cellulosa e microfibrina che usa per riportare ai fasti originali i soffitti

delle chiese (come il capolavoro barocco di Santa Chiara) ignara di aver creato un nuovo materiale di cui il figlio Riccardo, anni dopo, sarebbe addirittura riuscito a brevettare il processo produttivo. La verità è che all'epoca non lo poteva immaginare neanche Riccardo, laurea in Architettura a Firenze, gioventù a zozzo in diverse città olandesi, e poi l'assoluta Barcellona, dove apre il suo primo studio, presto sostituita da Lisbona. Praticamente un Interrail vivente.

Finché salpa per gli Stati Uniti, destinazione la Grande Mela, dove resta nove anni e dove fonda, a Brooklyn, Paper Factor, azienda di rivestimenti per superfici

abitative che impiega su scala industriale e architettonica un materiale artigianale come la cartapesta. Il passato che diventa un nuovo presente. È dall'America, è in Puglia che Riccardo ritorna, ed è qui che ha base il suo laboratorio aziendale.

Stessa regione, stessa città anche per Francesca De Giorgi, architetto, milanese d'adozione, il cui ritorno alle origini è stato oggetto di un passaggio graduale. Figlia di un architetto e di una ceramista, Francesca cresce nella Bottega del Paralume della famiglia materna: un laboratorio artigianale, creato dalla nonna, che realizza paralumi in tessuto per abat-jour. E sono certa che, mentre leggete, la mente vi rimanda a tutti quei romanzi della metà del Novecento in cui il boom economico imprime una svolta decisiva alla nascita della borghesia italiana.

È proprio per sfatare quell'apparenza polverosa che Francesca inizia a intervenire sull'immagine del laboratorio di famiglia: grafica, parole, fotografie. E questo innesca nuovamente l'incanto infantile per quel mondo a perdere. Nasce quindi Servomuto, marchio milanese fondato da Francesca assieme ad Alessandro Poli, che applica un design contemporaneo a tecniche di produzione artigianale. In questo cammino verso il "back to Sud" l'applicazione progettuale del designer si avvale di una produzione artigianale dislocata, con la quale mantiene ancora le distanze. Come se ci fosse un mondo nuovo e un mondo vecchio, quest'ultimo ancora relegato nella posizione di mero fornitore. Qui si compie l'ultimo passo: si chiude, per Francesca, l'esperienza con Servomuto e si apre quella di Nassi, nuovo marchio di paralumi contemporanei, creato per la bottega familiare, che la riporta in pianta stabile a Lecce. Nassi è Francesca, la sua storia, il cognome di sua nonna, tre generazioni di donne intrecciate da chilometri di rafia, tessuto, seta, fibra di bambù etc. Si avverte tutto questo Sud che è tornato leggero ma prepotente nel suo disegno, che poi è un non disegno; si sente la luce che filtra dalle persiane, si sente la porosità della pietra, si sente la terra calda e asciutta e la poesia del paesaggio; ma si sente anche il razionalismo dell'architettura moderna, i riferimenti internazionali

e la volontà di raccontare un piccolo mondo nuovo.

Il rapporto lavorativo con il nonno, il falegname Saverio Zamigna, è anche alla base del ritorno a Reggio Calabria di uno dei designer che meglio rappresentano questa capacità di volgere al presente il proprio passato arcaico: Antonio Aricò. Studi

Si sente la terra calda
e la poesia del paesaggio.

giramondo tra Australia, Scozia, Andalusia e Milano, e una lunga attività come industrial designer per marchi come Barilla, Alessi, Bialetti, Seletti fino alla svolta. Qualità di pensiero prima ancora che di vita, qualità di rapporti come base per un processo creativo che non può prescindere dal territorio e dal suo sostrato culturale: storie, materiali, lavorazioni.

Nascono pezzi dalla narrativa unica, capaci di riassumere in sé secoli di letteratura popolare, di tradizioni e riti che svelano l'anima etnografica del designer. Più in là ancora si spinge Giuseppe Arezzi, che nel 2020 lascia Parigi per tornare nell'originaria Ragusa Ibla, in Sicilia, la provincia più a sud d'Italia. Qui dà vita, insieme con Margherita Ratti, editrice francese di *It's Great Design*, a una collezione chiamata Neo Rurale e dedicata al paradosso del territorio, che vive di terra pur a pochi chilometri dal mare. E la semplice spontaneità del suo lavoro, che ha radici antiche ma non scade mai nella nostalgia, ha saputo fondere in modo semplice e immediato – ma profondamente ricco di senso – un aspetto contemporaneo a gesti rituali rurali. Non a caso la sua sedia *Manic*, realizzata con manici di attrezzi da giardino, è recentemente entrata nella prestigiosa collezione del Vitra Design Museum.



5



6



7



8

1. E 2. ANTONIO ARICÒ (1) E UNO DEI PEZZI DELLA SUA NUOVA COLLEZIONE IN TERRACOTTA *MAGNA GRAECIA* PER SELETTI (2).
3. E 4. LAMPADE DISEGNATE DA FRANCESCA DE GIORGI (4) PER NASSI.

S. COSTANTINO (1) - A. MUSCATELLO (2) - F. FLORIANI (3) - M. CARNEMOLLA (7 E 8)

5. E 6. RICCARDO CAVACIOCCI NEL LABORATORIO DI PAPER FACTOR A LECCE.
7. E 8. GIUSEPPE AREZZI CON LA PANCA CONTENITORE *TRAMOGGIA* E LA SEDIA *MANIC* PROGETTATA CON ELEMENTI DI UTENSILI DA GIARDINO.