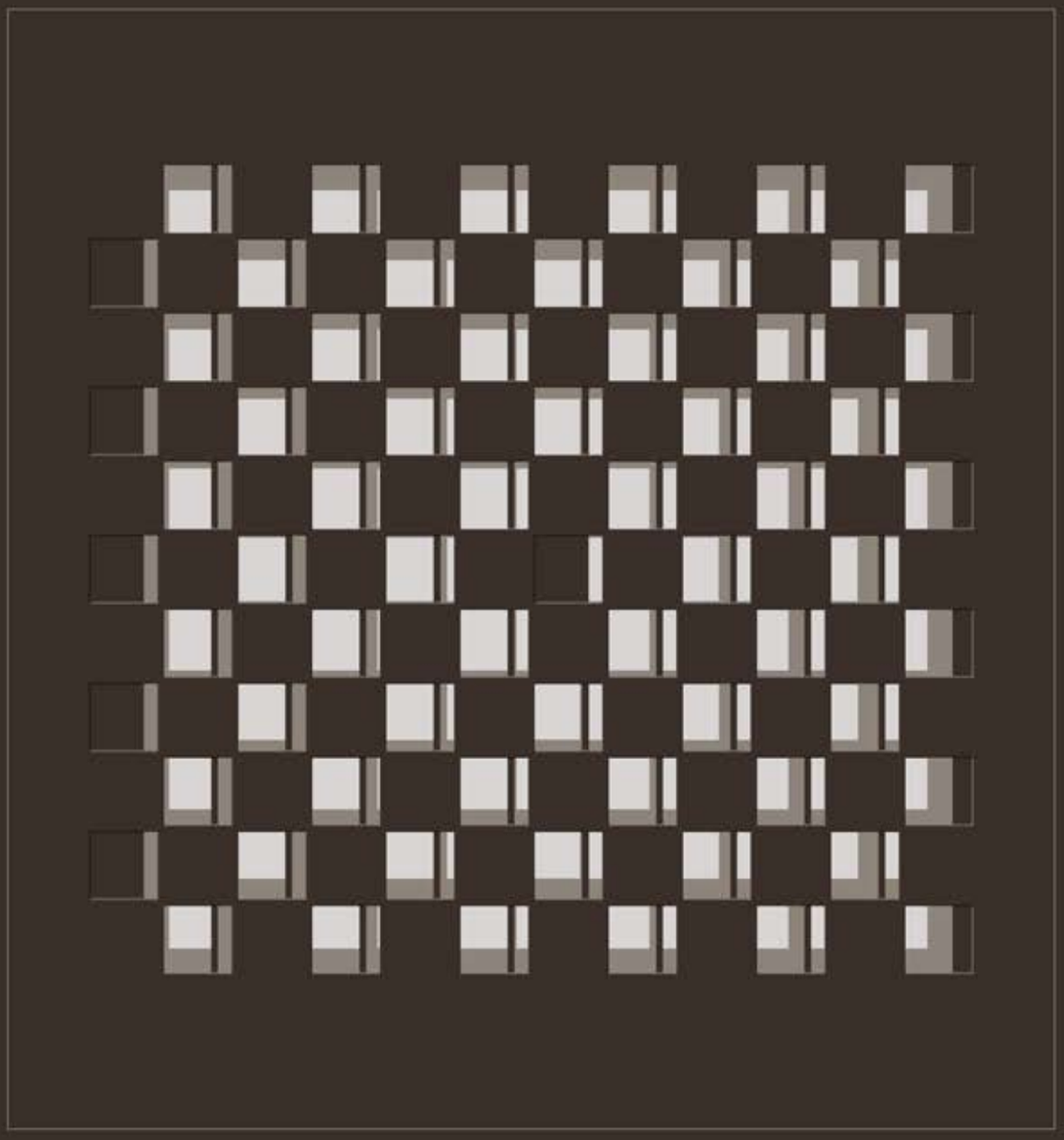
OBJECT TO PROJECT

GIORGETTI DESIGN SINCE 1898



Electa

OBJECT TO PROJECT

GIORGETTI DESIGN SINCE 1898

Edited by Francesca Molteni and Cristiana Colli

Electa

GIORGETTI

OBJECT TO PROJECT

Edited by
Francesca Molteni
and Cristiana Colli

Supervising editor
Roberta Busnelli

Editorial coordination
Giorgetti Marketing Office

Texts
Alberto Bassi
Antonio Calabrò
Cristiana Colli
Luca De Biase
Paolo Fabbri
Fulvio Irace
Philip Jodidio
Francesca Molteni

Graphic project
Dario Zannier

Special photo shooting
Max Zambelli

Photos
Gabriele Basilico
Marco Beck Peccoz
Sergio Chimenti
Rodolfo Facchini
Matteo Piazza
Francesco Radino
Armando Rebatto
Salvati e Salvati
Alberto Tagliabue
Dario Zannier

Translations
Maka Language Consulting

Cover Concept
Chi Wing Lo

© 2018 Mondadori Electa S.p.A.
Milan
All rights reserved

First edition: April 2018

www.electa.it

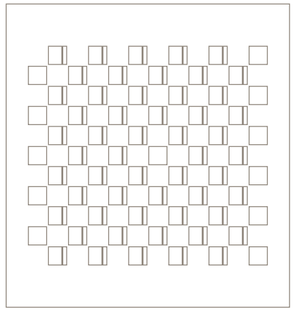
Thanks for sharing
his memories to
Carlo Giorgetti

Thanks for the conversations to
Giovanni Antona Traversi
Felice Asnaghi
Marco Ferreri
Italo Lupi

Thanks for the interviews
to the Giorgetti designers
Umberto Asnago
Carlo Colombo
Roberto Lazzeroni
Ludovica + Roberto Palomba
Massimo Scolari
Chi Wing Lo

And to
Tony Chambers
Wallpaper* Magazine
Alexey Dorozhkin
Elle Decoration Russia

Thanks also to the Giorgetti
Production and R&D Departments
Davide Busnelli
Fabio Busnelli
Clemente Casirati



The Cabinet of Memories

The Cabinet of Memories is specially designed and made to commemorate the 120th anniversary of the founding of Giorgetti. Since 1898, the growth of Giorgetti from a wood workshop in Meda to a renowned international furniture brand has been a fascinating evolution driven by dedication, refinement and reinvention. To capture these, the 120 precious compartments of the cabinet signify the 120 years of continuing pursuit of excellence in design and craftsmanship. Integrating the long established artistry of woodworking and the latest technological know-how, the Cabinet of Memories proposes a genre of cabinet-making that infuses function with poetry inviting everyone of us to deposit our own dear moments in life, our milestones and achievements. Like how we cherish this 120th anniversary, it is the recollections that enable us to reflect upon our past and to build an enduring momentum and confidence to propel our hope and dream forward.

Lo scrigno delle memorie è stato disegnato e realizzato in occasione della celebrazione del 120° anniversario di Giorgetti. Sin dalla nascita dell'azienda nel 1898, la scalata di Giorgetti – da semplice laboratorio di falegnameria a Meda a famoso marchio di arredamento rinomato in tutto il mondo – rappresenta un affascinante percorso evolutivo frutto di grande dedizione, ricercatezza e capacità di reinvenzione. Rispecchiando perfettamente tali valori, lo scrigno presenta ben 120 preziosi scomparti, un tributo ai 120 anni di continua ricerca dell'eccellenza nel design e nell'artigianalità. Coniugando l'antica arte della lavorazione del legno con le ultime tecnologie e know-how, lo scrigno delle memorie propone un genere di ebanisteria dove la funzionalità si sposa con la poesia, invitando ciascuno di noi a custodire, al suo interno, i momenti migliori e le tappe fondamentali della nostra vita, oltre ai nostri successi. Proprio come questo 120° anniversario occupa un posto speciale nei nostri cuori, sono i ricordi che ci consentono di riflettere sul nostro passato, traendo la forza e la sicurezza necessarie per portare avanti i nostri sogni e le nostre speranze. //

Chi Wing Lo
Architect, designer

CONTENTS

Via Manzoni 20 Meda Italia *Giovanni del Vecchio* 10

1. Italian manufacturing traditions 15

Tradition *Paolo Fabbri* 18

The places and italian manufacturing processes admired throughout the world *Antonio Calabrò* 19

Faithful to the era *Interview with Tony Chambers* 27

Antiques of the future *Interview with Alexey Dorozhkin* 32

History 36

1. I CONTESTI PRODUTTIVI ITALIANI 42

2. The landscape 47

Multiplicity *Paolo Fabbri* 50

Meda, a capital in miniature *Cristiana Colli* 51

Artisan workshops and rail tracks *A conversation with Felice Asnaghi* 55

Once upon a time in America *Interview with Carlo Giorgetti* 58

2. IL PAESAGGIO 64

3. Intelligent hands and machinery at work 67

Apprentice and maestro *Paolo Fabbri* 70

Differently unique *Alberto Bassi* 71

Pioneering technicians *Interview with Clemente Casirati* 77

CAD Generation *Interview with Davide and Fabio* 82

3. MANI PENSIERI E MACCHINE AL LAVORO 88

The factory and the territory. An italian model *Fulvio Irace* 95

La fabbrica e il territorio. Un modello italiano 102

4. Timeless creations 105

A classic *Paolo Fabbri* 108

An ace up his sleeve *A conversation with Italo Lupi* 109

Pure, the essence in a chair *A conversation with Umberto Asnago* 113

Iconic products 115

4. CREAZIONI SENZA TEMPO 139

5. Culture is vision 141

Bain-marie *Paolo Fabbri* 144

Of wood and exhibitions *A conversation with Marco Ferreri* 145

Exhibits and catalogues archive 149

5. CULTURA È VISIONE 154

6. Form and function. Quality, passion, detail 157

Prototype *Paolo Fabbri* 160

Impressive joints *Interview with Massimo Scolari* 161

If you design a chair, you meet the world *Interview with Chi Wing Lo* 166

Fine jewellery *Interview with Carlo Colombo* 170

Feeling at home *Interview with Roberto Lazzeroni* 174

Immediate fit *Interview with Ludovica + Roberto Palomba* 178

6. FORMA E FUNZIONE. QUALITÀ, PASSIONE, DETTAGLI 185

7. Ecosystems and new artisan craftsmanship 191

Autograph/Allograph *Paolo Fabbri* 194

Ecosystems of the future *Luca De Biase* 195

From object to project *Cristiana Colli* 199

7. ECOSISTEMI E NUOVA ARTIGIANIA 200

Everlasting wood *Philip Jodidio* 205

Legno per sempre 208

8. Glossary 211

Iconic *Paolo Fabbri* 214

Our words 215

8. GLOSSARIO 225

Appendix 230

VIA MANZONI 20 MEDA ITALIA

by GIOVANNI del VECCHIO
CEO, Giorgetti

Guiding a company with Giorgetti's history is first and foremost an enormous responsibility: 120 years of the responsibility of matrices, the wealth of knowledge incorporated in production processes and iconic pieces; 120 years of daily life in a region and community, working to construct value; 120 years of history, places, streets, pieces and projects. After all, the region plays a fundamental role at this company – a rare example of longevity and the capacity for continuous renewal. Meda, a hub with a cultured, authoritative convent, a villa, marked by the aesthetic and cultural influence of Napoleonic France, and, moreover, a railway that provided mobility and transport, and which today perhaps is being called upon to redesign its role as useful infrastructure. Meda is a community which has guided style trends for decades. In its hundred-year dialogue with discerning clients – sometimes religious, sometimes secular – it has fostered our awareness of the things which surround us. Above all, the unceasing innovative experimentation of its technical departments has combined the eye of the entrepreneur and that of the designer in highly-symbolic, useful pieces. An astute chemistry, permanence over the centuries, where know-how merges with style and design to create iconic pieces. The centuries-old cultural background of the region is complemented by the clear-cut cultural influence of a company that focuses on people, the vital, indispensable driving force of continuing development. The professional community at *Via Manzoni 20* is therefore proud to be the point of contact between the Brianza furniture district, Milan and the world. The hub of a design, professional and manufacturing net-

work, a community grown over the years, but nonetheless motivated by a constantly-nurtured image of identity that revolves around creating beauty. Reinventing tradition with mindfulness, expertise and passion, ever ready to accept different insights and stimuli that are even – and especially – outside one's comfort zone, shaped by technical knowledge and familiar faces and mindsets. Both local and international from the outset, with pieces that appeared in America as early as the 1920s, it has been a custodian of memories, with an impressive archive of evidence, history and iconography, central to the evaluation process today. Interpreting the wishes of discerning customers who demand top quality, craftsmanship and attention to detail. But more than anything else, Giorgetti's is a story of exceptional human capital, of wonderfully daring achievements, the virtuosity of wood from around the globe, a sense of nature tamed by design, thanks to insight, the expertise of skilled hands, and efficient innovative technology that facilitates even more creativity. A fine example of Italian manufacturing, led by the visionary and cosmopolitan Carlo Giorgetti, who imprinted identity and recognition on a business that was a shared, lifelong project. Today, alongside other traits but with the same spirit and audacity, we are conscious and deeply respectful of this responsibility. We remain consistent, building upon our original roots with a mission that exceeds our objective to broaden our environment, and our ability to interpret and design space. So, new life is breathed into style and the yearning to create beauty is regenerated by the community at Via Manzoni – a community which for 120 years has been accessible to people the world over, above all to the tastes and aspirations of their era. //

Guidare un'azienda con la storia di Giorgetti è prima di tutto un tema di responsabilità: 120 anni sono la responsabilità delle matrici, il deposito di conoscenza incorporata nei processi produttivi e nelle icone di prodotto; 120 anni è il futuro quotidiano di un territorio e una comunità al lavoro per la costruzione del valore; 120 anni di storie, di luoghi e di strade, di oggetti e progetti. Perché il territorio ha un ruolo fondamentale in questa azienda, caso raro di longevità e di capacità di rinnovamento. A Meda, la capitale con un monastero colto e potente e poi una villa segnata dalle influenze estetiche e culturali della Francia napoleonica, e ancora una ferrovia che ha offerto transito e mobilità e che forse oggi è chiamata a ridisegnare la sua vocazione di infrastruttura utile. A Meda, la comunità capace di indirizzare per decenni i trend dello stile e che dalla sua centenaria abitudine al dialogo con una committenza esigente – ora religiosa ora laica – ha saputo coltivare l'attenzione per le cose del mondo, ma soprattutto la sperimentazione nell'innovazione incessante degli uffici tecnici, capaci di incorporare in oggetti ad alto valore simbolico e d'uso, lo sguardo dell'imprenditore e quello del progettista. Una chimica fine, una permanenza nei secoli, dove il saper fare diventa stile, progetto, icona. Ma all'humus culturale di un territorio sedimentato nei secoli, si affianca l'influenza culturale specifica di un'azienda dove l'uomo resta il centro, il motore vitale, indispensabile, di questo sviluppo continuo. Così la comunità professionale di *via Manzoni 20* è il punto di contatto orgoglioso tra il distretto del mobile brianzolo, Milano e il mondo. Il centro di un network progettuale, professionale e produttivo, una comunità che cresce negli anni, ma che resta animata da una visione identitaria, costantemente coltivata,

tutta protesa alla creazione del bello, che rinnova la tradizione con consapevolezza, competenza e passione, pronta incessantemente ad accogliere intuizioni e stimoli diversi, anche e soprattutto dall'esterno della propria *comfort zone* fatta di conoscenze tecniche, facce e pensieri conosciuti. Locale e internazionale per vocazione sin dalle origini, con le sue produzioni che arrivavano in America già negli anni '20 del secolo scorso, custode delle memorie – con un imponente archivio di segni, storie e iconografie oggi al centro di un processo di valorizzazione – interprete di desideri che chiedono qualità, sartorialità e cura, Giorgetti è quindi soprattutto la storia di uno straordinario capitale umano; è la meraviglia delle sue ardite realizzazioni; è il virtuosismo di un planetario ligneo che trattiene la natura addomesticata dal progetto, grazie al pensiero, alla conoscenza delle mani, all'efficienza delle tecnologie più innovative che permettono di liberare ancora di più la creatività. Esempio di quella manifattura italiana, guidata da uomini visionari e cosmopoliti come Carlo Giorgetti, che ha impresso identità e riconoscibilità a una storia d'impresa che è stata un progetto di vita condiviso. Oggi, con altra proprietà ma con lo stesso spirito e la stessa audacia, consci e profondamente rispettosi di questa responsabilità, siamo chiamati a mantenere la coerenza e il nutrimento alle nostre radici originarie con una missione che supera l'oggetto per allargarsi all'ambiente, alla capacità di pensare e disegnare lo spazio. Così si rigenera lo stile, e si rinnova quel desiderio di creazione del bello che dalle mani della comunità di via Manzoni si apre da 120 anni ai cittadini del mondo e soprattutto al gusto e ai desideri del proprio tempo. //

1

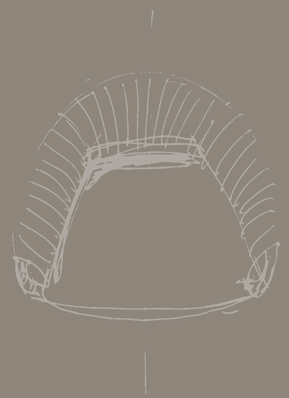
Italian manufacturing traditions

TRADITION

One of the major issues today is how to define tradition – posited as tradition or traditional practices. There is a curious idea that tradition is immutable. However, all traditions are partly reinvented, revisited and therefore enhanced. Most of the things we see around us are considered traditional, provided that their classicism has been reinvented to a certain extent. Traditions, on the other hand, are not just things that are there but also things that might be there, that are incorporated, virtual, as it were. Contact with other cultures persuades us to revise certain ideas that were not there before. As a result, our Italian culture must be open to other cultures, not towards globalisation, to uniformity, but to multiplicity. Multiplicity that is achieved not just by comparison or fusion, but by creating a concept of virtuality already present in our traditions. //

PAOLO FABBRI

Director, CiSS (International Centre for Science and Semiotics)
University of Urbino



THE PLACES AND ITALIAN MANUFACTURING PROCESSES ADMIRED THROUGHOUT THE WORLD

by ANTONIO CALABRÒ

The Italian industrial landscape, the factory as a cognitive agency, a community of people, relevance and values. Made in Italy history and traditions are based on age-old expertise, manual dexterity and digital innovation.

When an Italian company celebrates 120 years, they look ahead to the future with an ability to anticipate and adapt to the Zeitgeist and changing markets, the ability to deal with protracted, challenging competition, and continue to prosper. Inherent in these changes is financial accelerator effect and burn rate. A transformative industry and, indeed, is itself transformed, and a conscious agent of change, which goes hand in hand with and supports the process of building value, both for itself and for the community in question. 120 years of intelligent manufacturing in a historic Italian region – Meda, Brianza – illustrating their ability to make beautiful pieces admired throughout the world, to quote the compelling words of a great historian such as Carlo Maria Cipolla.

We are the second highest-ranked manufacturing country in Europe, after Germany, due to international Made in Italy excellence in several manufacturing industries – furnishings, clothing and food but also mechanical, chemical and rubber – together with the ability to use machinery to make machines. Industry 4.0 is merely a way of controlling traditional manufacturing processes with big data, files and tablets. It is digital updating of our incredible Italian manufacturing capacity, the mainstay of an industry rooted in regions which, using various mechanisms, have learned over the years to design and create beauty in manufacturing. Solid wood, which in artisan crafted joinery and cabinet making has always been fashioned using traditional tools, can now be produced using digital processes and automatic high precision machinery, with the final details finished using age-old skills.

Alongside industrial processes, Italy's greatest strength lies in the tailor-made precision which defines and finishes the piece and gives a final exquisite touch. Artisan craftsmanship made competitive by the digital aspect. We are at the forefront of a radical transformation which presents historical factories as centres of interest, influence and sharing of space, safeguarding and merging living and manufacturing processes. Substituting, optimising and transforming the signs and conventions of past activities with the endless intellectual energy which drives goals and markets worldwide.

This, then, is the economic and anthropological landscape of recognised and respected medium-sized Italian companies on the global markets; a niche market of excellence combining distinctive factors – innovation, investment and growth which ultimately create competitive advantage both for the company and the Italian community.

In this metamorphosis, the conventions and modalities of incremental innovation are transformed. Traditional regional forms, in the factories, in prototype makers and local supply chains offered intrinsic, but never fully catalogued, and therefore poorly transmissible, expertise. The old artisan craftsmen opened stores, exchanged and disseminated knowledge and expertise. This mechanism has now been expedited and expanded by the digital aspect. Whilst maintaining osmosis, the master continues to be the teacher, big data, cloud computing, digital networks have become the repositories of knowledge. However, intelligence that knows how to disseminate expertise and create innovation is needed to meet this challenge

An obvious reference is a quotation by Gustav Mahler who brought a radical new approach to music at the beginning of the twentieth century: "Tradition is not the worship of ashes but the preservation of fire." An Italian company that remains competitive in the market is one that understands how to "preserve fire", how to maintain traditional innovation, whilst understanding that innovation is not technology but rather a window onto the world, a concept.

The cognitive capital in the legacy of Italian industrial districts epitomises our great national heritage of across-the-board, specialist skills. The entrepreneurial heritage of individual success stories is surpassed to create a general paradigm, particularly useful in the future.

The furniture district in Brianza is one of the most significant examples of this embedded knowledge, epitomising the custom of developing a particular aspect of industry, in this case, beauty. "Beautiful" products. From a "beautiful factory".

Cutting the wood following the pencilled design. Sawmill.

Taglio del legno seguendo il disegno a matita. Reparto segheria.

Historically, Italians knew, and still know, how to build "beautiful factories" where it is a pleasure to work and exchange knowledge, skills and experiences. "Beautiful factories" in communities which manufacture excellent products. Workplaces that in every phase promulgate quality and beauty as competitive advantages – in transformation and machining operations, in manufacturing and every aspect of services.

Italian manufacturing not only possesses an extraordinary legacy and an eminent role today, but an illustrious future. The future of the Italian economy lies in its manufacturing allied with digital transformation processes, the factory, focused, genuine expertise unafraid to *get their hands dirty*, and also excellent related services: finance, marketing and heritage, logistics and strategic market relations.

This "return to the factory" is the mainstay of Italian companies, an Italian business that in a contextual aspect is based on and has attracted expertise, a window onto the world and of the world, relational systems. This forms the basis for building and sharing transformation and competitiveness.

The districts have played a fundamental role in our history. If today, we think of meta-districts, supply chains and transnational supply chains that look to the rest of the world, it is vital to consider and appreciate a very Italian characteristic: the extraordinary ability to create bespoke details.

Italians are renowned for bringing together the *art* of manufacturing expertise and the creative finesse of a great culture. It is a heritage entrenched in the factory or neo-factory. If you like, a place of skillful industrial expertise where objects are *handcrafted* and now also created using digital intelligence.

But the factory is also a community of people and values. For generations, Italians have learned in the factories the conventions of rights and duties, the pleasure of a job well done, and open, cooperative relationships. The factory is an inclusive place that, in the best cases and there are many, has imbued the regions with a sense of community and culture. This is a lesson that comes from the foremost Italian entrepreneurs (Olivetti, Pirelli...) still prevalent today, linked to the challenge of a new narrative, storytelling skills primarily aimed at its partners, regions, schools and universities.

The narrative is first of all being aware of a process that continually, innovatively has the expertise to take solid wood and turn it into an extraordinary product, worthy of selling on the most discerning markets or exhibiting in a museum, even at the MoMA in New York. //

Antonio Calabrò is Director of the Pirelli Foundation and Vice President of Assolombarda.

Copy lathe in operation (detail). Manufacturing Department.

Lavorazione della macchina tornio copia (dettaglio). Reparto produttivo.

***Previous pages:* hot water and steam drying plant c.1920, still in operation. Having undergone preliminary shaping, the pieces of wood undergo a scrupulous drying process. *Opposite:* steam ironing the fabric puts the final touch to a Progetti armchair (Centro Ricerche Giorgetti design, 1987). Manufacturing Department.**

Pagine precedenti: impianto di essiccazione del 1920 circa, ancora funzionante ad acqua calda e vapore (dettaglio). Qui i pezzi di legno, che hanno subito una prima sbozzatura, vengono sottoposti a un accurato trattamento di essicazione. *A fianco:* fase di stiratura a vapore su tessuto per dare il tocco finale alla poltroncina Progetti (design Centro Ricerche Giorgetti, 1987). Reparto produttivo.

FAITHFUL TO THE ERA

Interview with TONY CHAMBERS

Brand & Content Director, Wallpaper* Magazine

Wallpaper – a visual narrative, focused on design. How do you accomplish this task?*
For 21 years, Wallpaper* has flown the flag for design. Above all, ours is a visual narrative. Naturally, this is hugely important because I think that pictures and visual communication grab your attention first and foremost, especially today.

What, then, is the merit of handcrafted design pieces by Italian architects and designers?
Artisan design is extremely important, both for Wallpaper* and for the Italian design industry. Naturally, I think we should be faithful to the present and embrace innovation – machines, computers, robots, artificial intelligence – but I believe that touch and a hands-on connection is more important than ever. Co-existence of digital and artisan craftsmanship is essential.

The contest nowadays is between artisan craftsmanship and technology. Which will be the winner?
Both, the best always survives. I think it is very rare, if not impossible, that new technology kills off the old. The old one has to adapt, and the best in the field will survive. Any challenge to established practices cannot help but improve things. The co-existence of analogue and digital, and the people, brands and companies which make that connection work smoothly is really exciting. These are the real winners.

What do you think design-conscious consumers are looking for when they decide to buy something?
Design enthusiasts and art lovers are looking for a combination of traditional artisan and contemporary craftsmanship. No one really wants to live in the past. I believe everyone wants to recognise and encompass the past but with a contemporary feel, and live in the present. I think that a piece which echoes the past is created to last for many generations.

Does anyone look for a more abstract side in pieces? What do people look for when they decide to purchase a piece for their own house?
We want furnishings that perform a function properly, which are pleasant to touch and feel, but also pleasing to the eye. We want something that reveals ourselves, and reflects our tastes and status. But I believe that today, more than ever, consumers and design enthusiasts are interested in the provenance of pieces, how they are created, and how these pieces influence society and the world In general. I believe the current approach to design is much more measured and considered.

Turning to artisan craftsmanship, Brianza is an area where there is no shortage of companies and industries with long-standing traditions. What happened in this region?
I think Brianza is unique in Italy, in Europe, perhaps even in the world in how it expanded over many years, with traditional furnishings and artisan craftsmanship, in wood and other materials. It flourished, and then developed even more rapidly in the post-war period. It still maintains a leading position as the world capital in the furnishings industry. This is why it is always a pleasure to visit, because you feel that something is happening here, furnishings are designed and made here. Manufacturing is at its very heart. Long live Brianza!

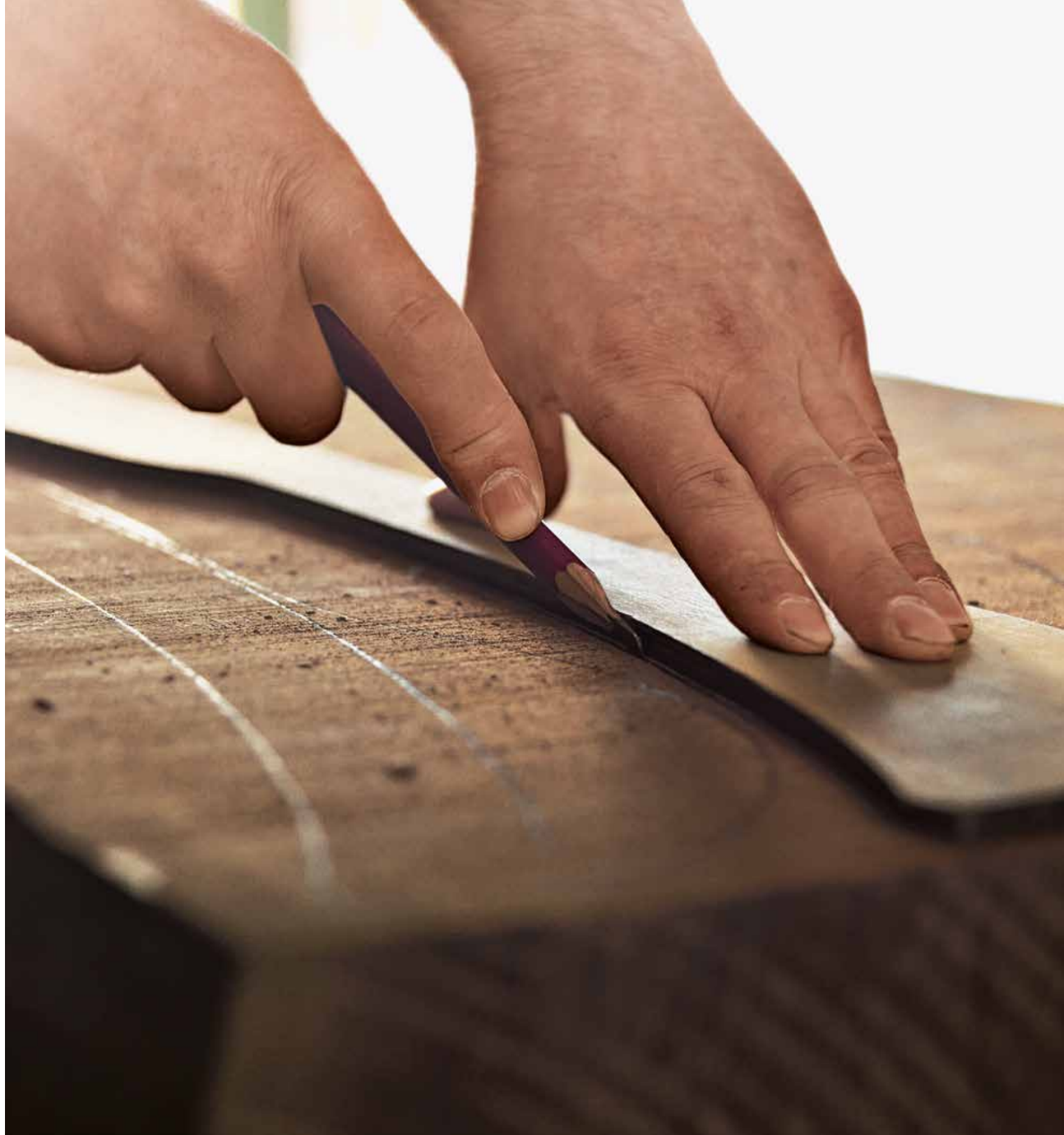
You spoke about wood. Is it a contemporary material?
Wood is definitely a contemporary material, superb, perhaps my favourite. It exudes warmth, and can be used in so many ways, for different effects. It is multi-faceted. I also think it gives us a real link with nature. It will be with us for ever.

Giorgetti is a case study in point. Celebrating its 120th anniversary this year, uniquely it has had a presence in the American market since 1920.
Giorgetti is unique. 120 years in business is a quite a record. Making its mark in the United States so early is also unparalleled. Succeeding in conquering the United States but having its roots in the Italian market is extraordinary, and maintains a balance between local and global.

Is it possible for a company that turns 120 to be contemporary and innovative?
Having 120 years of history behind a company does not negate being contemporary. Experience provides the best solutions and skills to meet today's challenges - both economic and aesthetic - and changes in tastes. I believe longevity and experience offer the expertise to keep abreast of the times and be truly contemporary. This is the beauty of Giorgetti, because it clearly maintains a link to the past, in respect of aesthetics, but is also contemporary, focusing on the present and future. //

Wood planks being marked by hand using a plywood template, prior to cutting. Sawmill.

Tavole di legno segnate a mano con l'utilizzo delle dime, i modelli in cartonlegno, prima di procedere al taglio. Reparto segheria.



"ARO" GAMBA POST. DX-SX
"ARO" GAMBA POST. SX-DX

ANTIQUES OF THE FUTURE

Interview with ALEXEY DOROZHKIN
Editor in-chief, Elle Decoration Russia

What do Russian architects and designers bring to artisan handcrafted pieces and to Italian companies specialising in high-quality artisan pieces?
A handcrafted piece is what makes an interior unique, a designer piece. It is the essence of our very being. When you have that sensation of artisan craftsmanship, you can feel the person who made it. This is what people want in their homes because nobody wants to live in a world of machines. Nowadays we have a new minimalism. People say it is very technology-led. That is true, but I believe that in this new, sophisticated minimalism, behind the process, behind the furnishings, you have carefully curated artisan materials. This is why it feels meaningful. You feel comfortable when you touch the piece and you are conscious that it was made by man.

Are Italian design companies still the most sought after?
The diversity of Italian companies means that, despite ultra-contemporary and incredibly sophisticated technology, you are aware of the families who have worked for these companies for generations. It is the human face of business. You can see the work has been done in the same way for generations, you feel its power and see how people appreciate it. It is a combination of technology and people's expertise over hundreds of years input into that technology.

This year Giorgetti is celebrating its 120th anniversary. The company, which originated in Meda, has had a presence in the United States since 1920. Is this type of company unique in the market?
The Italian furniture industry has always been unique. It is central to the furniture industry worldwide, because nowhere else can you find such discerning, family-run businesses as in Italy. A sense of responsibility makes all the difference. Giorgetti pieces are manufactured but are all different and have distinctive individuality. When I met Carlo Giorgetti for the first time 8 years ago, for the first interview, I was almost afraid. What could I ask the man who has given hundreds of interviews previously and who has worked in the industry for 60 years? Yet, when he started to tell me about the early manufacturing process, his travels, or selecting a material, I understood he was central to the manufacturing process. People like him, who have known the manufacturing process since they were children, who witnessed the first pieces 50/60 years ago, style transitions, creation of designs, and who brought the industry to the world, are historical figures, almost patriarchs. These are the people who make Italian manufacturing unique.

Previous pages: **CNC machine (numerical control machine). Manufacturing Department.**
Opposite: **manufacturing process (detail).**

Pagine precedenti:
macchina CNC (macchina a controllo numerico). Reparto produttivo.
A fianco: un dettaglio della lavorazione.

Stacked rough planks with metal anti-breakage strapping (detail).

Tavole grezze accatastate con reggette metalliche antirottura (dettaglio).

What makes a high-quality design a unique piece, almost a work of art?
Design is an art form, but useful art I would say, and only useful pieces can be called design pieces. At the same time, there are two different manufacturing methods: mass market production which can be really well designed but designed to be mass produced, and pieces that are not mass-produced but unique, although they may be reproduced giving rise to thousands of copies. These copies are the "antiques of the future", timeless.

Is wood still a contemporary material?
Wood is a contemporary material, since the technology and manufacturing process have changed, as has the craftsman's knowledge of wood. If we take Giorgetti furniture, for example, the pieces seem like they are from another planet, but are in wood and at first glance you wonder how this is possible. Then, we understand that it is man's knowledge of the structural and mechanical behaviour of wood in various shapes, his ability to foresee how it will turn out. Can wood today seem like metal? Of course. Can it seem like steel? Of course. It can be rough or ultra smooth. Wood is a link to our past, to our roots. //

1898

Luigi Giorgetti founds a little shop in Meda, in the heart of Brianza, with about 8 workers.

Luigi Giorgetti fonda una piccola bottega a Meda, nel cuore della Brianza, con circa 8 operai.

1920

Starts to export semi-finished carved products in the US market, boasting a standard production system.

Inizia a esportare nel mercato statunitense semilavorati intagliati, perfezionando sistemi di produzione standardizzati.

1960

Begins the production and exportation of finished products.

Avvia la produzione e l'esportazione di prodotti finiti.

1970

Launch of the first modern collection: **Gazebo**. Giorgetti starts an important process of industrialisation and manufacturing innovation.

Lancio della prima collezione moderna: **Gazebo**. Giorgetti avvia un importante processo di industrializzazione e innovazione produttiva.

1975

Launch of the **Gallery** collection, inspired by models of the early 1900s, but with modern lines. The national and international distribution is consolidated.

Lancio della collezione **Gallery**, ispirata alla modellistica del primo Novecento, ma con linee moderne. Si consolida la distribuzione nazionale e internazionale.

1980

Strengthens its presence in Europe by opening two branches. Giorgetti confronts for the first time design: the **Matrix** brand is born, characterised by highly innovative graphics.

Rafforza la presenza in Europa aprendo due filiali. Primo confronto con il design: nasce il marchio **Matrix**, dalla grafica altamente innovativa.

1987

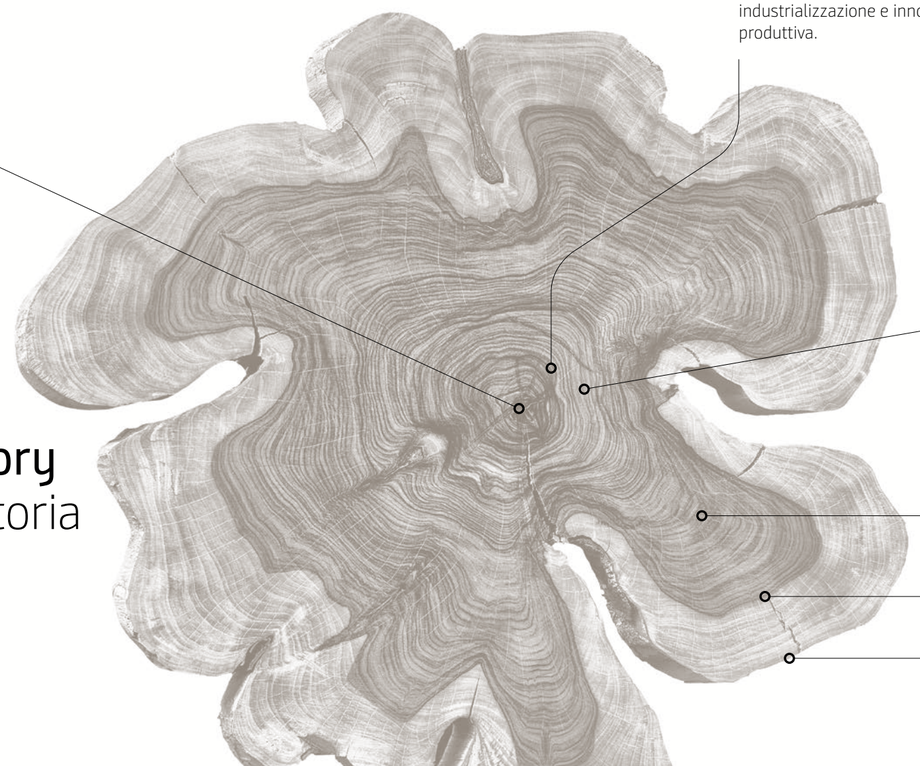
The Centro Ricerche Giorgetti creates the **Progetti** collection, the iconic series of armchairs and sofas with a unique handle in **pau ferro** wood, inspired by an antique walking stick.

Il Centro Ricerche Giorgetti dà vita alla collezione **Progetti**, l'iconica serie di poltrone e divani con un particolare bracciolo in legno di **pau ferro**, nato dall'idea di un antico bastone da passeggio.

1990

The true turning point happens. Giorgetti starts to collaborate with architects, city planners, intellectuals who have never designed furniture before.

Avviene la vera svolta stilistica. Giorgetti inizia a collaborare con architetti, urbanisti, intellettuali che non hanno mai disegnato mobili.



History
La storia

2000s

The Giorgetti unique and immediately identifiable style is recognised on an international level. These years see the birth of products that especially fit executive offices, exclusive solutions and contract projects.

Lo stile unico e immediatamente identificabile di Giorgetti è riconosciuto a livello internazionale. Nascono prodotti adatti a uffici executive, soluzioni esclusive e progetti contract.

2006

Rea bed, design Chi Wing Lo, wins the **Wallpaper* Design Award** for the **"Best Bed 2005"** category.

Il letto **Rea**, design Chi Wing Lo, vince il **Wallpaper* Design Award** per la categoria **"Best Bed 2005"**.

2011

Launch of the **Atelier** project: the first one in Milan. Other 8 Ateliers have been opened in Anversa, Mumbai, Singapore, Kiev, Jakarta, Rome, Florence, and Guangzhou.

Lancio del progetto **Atelier**: il primo a Milano. Altri 8 Atelier sono stati aperti ad Anversa, Mumbai, Singapore, Kiev, Jakarta, Roma, Firenze, Guangzhou.

2013

Ping screen, design Design MVW, receives the title as **"Best Furniture"** for the **Edida** award (Elle Deco International Design Awards), selected by Elle Decoration China.

Il paravento **Ping**, design Design MVW, riceve il titolo **"Best Furniture"** per il premio **Edida** (Elle Deco International Design Awards), scelto da Elle Decoration China.

2014

Yang chest of drawers, design Design MVW, wins the **Wallpaper* Design Award** as **"Best Vanity Unit 2013"**.

La cassettiera **Yang**, design Design MVW, vince il **Wallpaper* Design Award** come **"Best Vanity Unit 2013"**.

2015

The share capital of Giorgetti has been 100% purchased from the private equity fund **Progressio**.

Il capitale sociale di Giorgetti viene acquistato per il 100% dal fondo di private equity **Progressio**.

2016

The first kitchen designed by Giorgetti, the **GK.01**, and **Giorgetti Atmosphere**, the first collection of furnishing accessories, were presented at the Salone del Mobile, Milan.

The kitchen **GK.01** receives the title as **"Best Kitchen"** for the **Edida** award (Elle Deco International Design Awards), selected by Elle Decoration China.

Giorgetti presenta al Salone del Mobile di Milano la prima cucina, **GK.01**, e la prima collezione di accessori, **Giorgetti Atmosphere**.

La cucina **GK.01** riceve il titolo **"Best Kitchen"** per il premio **Edida** (Elle Deco International Design Awards), scelto da Elle Decoration China.

2017/01

The first outdoor collection designed by Giorgetti, **Open-air**, is presented at the IMM Cologne fair.

Giorgetti presenta la prima collezione outdoor **Open-air** alla fiera IMM di Colonia.

2017/02

Bar Tender set from the Giorgetti Atmosphere collection is named as **"Best Colada Parlour"** by Wallpaper*.

Drive sofa wins the **Wallpaper* Design Award 2017** in the category **"Best Landing Pad"**.

Il set **Bar Tender** della collezione Giorgetti Atmosphere è stato nominato **"Best Colada Parlour"** da Wallpaper*.

Il divano **Drive** vince il **Wallpaper* Design Award 2017** nella categoria **"Best Landing Pad"**.

2017/03

Apsara collection receives the title as **"Choice of the year"** for the **Edida** award (Elle Deco International Design Awards), selected by Elle Decoration Russia and the title as **"Best Outdoor"** selected by Elle Decoration China.

La collezione **Apsara** riceve il titolo **"Choice of the year"** per il premio **Edida** (Elle Deco International Design Awards), scelto da Elle Decoration Russia, e il titolo **"Best Outdoor"**, scelto da Elle Decoration China.

1

I contesti produttivi italiani

TRADIZIONE
di PAOLO FABBRI

Uno dei grandi temi oggi è come si definisce la tradizione – oggetto di tradizione o pratica tradizionale. Si ha la stranissima idea che la tradizione sia fissa. Tutte le tradizioni, invece, sono in parte reinventate, risignificate e quindi approfondite nel loro senso. La maggior parte delle cose che vediamo intorno a noi vengono, in qualche misura, considerate tradizionali, purché si reinventi un po' la loro classicità. Le tradizioni, invece, non sono fatte solo di cose che ci sono, ma anche di cose che potevano esserci, che sono incluse e, per così dire, virtuali. L'incontro con altre culture ci persuade ad attualizzare certe possibilità che non c'erano prima. Quindi la nostra cultura, italiana, deve essere aperta alle altre culture, non nella direzione della globalizzazione, dell'uniformità, ma di una molteplicità. Molteplicità che si ottiene non solo nel confronto, nel fusion, ma anche nella realizzazione di alcune virtualità che erano già presenti nella nostra tradizione. //

Paolo Fabbri è direttore del CiSS, Centro internazionale
di Scienze Semiotiche, Università di Urbino

I LUOGHI E I PROCESSI DELLA MANIFATTURA ITALIANA CHE PIACE AL MONDO
di ANTONIO CALABRÒ

Il paesaggio industriale italiano, la fabbrica come agenzia cognitiva è una comunità di persone, significati, valori. Storia e storie di un Made in Italy fatto di sapienza antica, manualità del gesto e innovazione digitale.

Quando un'azienda italiana celebra 120 anni, il pensiero è al futuro, alla capacità di leggere e interpretare lo spirito del tempo e le trasformazioni dei mercati, all'abilità di fronteggiare una competizione lunga e difficile per continuare a creare ricchezza. Nel cambiamento c'è la velocità della finanza che brucia se stessa e c'è il passo dell'industria che trasforma e viene trasformata, che agisce come attore consapevole del cambiamento, che accompagna e sostiene i processi di costruzione del valore, per sé e per le sue comunità di riferimento. 120 anni di manifattura intelligente in uno storico distretto italiano – Meda, Brianza – sono la rappresentazione di quella capacità di fare cose belle che piacciono al mondo, per usare le efficaci parole di sintesi di un grande storico come Carlo Maria Cipolla.

Siamo il secondo paese manifatturiero in Europa dopo la Germania, grazie a un'eccellenza internazionale del Made in Italy in parecchi settori di produzione – arredamento, abbigliamento, alimentare ma anche meccanica, chimica, gomma – e all'abilità di fare macchine per mezzo di macchine. Industry 4.0 altro non è che un modo per governare diversamente con big data, file, tablet, i processi manifatturieri tradizionali: è un'attualizzazione per via digitale della straordinaria capacità manifatturiera italiana, il punto di forza di un'industria radicata nei territori che nel tempo ha imparato a pensare e a tradurre, con meccanismi diversi, la bellezza nel fare. Il massello, che si è sempre lavorato con gli strumenti tradizionali nelle falegnamerie ed ebanisterie di altissimo artigianato, ora può essere lavorato con disegni impostati da elaborazioni digitali, con macchine automatiche che rifiniscono poi il dettaglio con antica sapienza.

Il punto di forza italiano resta il lavoro su misura, come se, accanto al lavoro industriale di definizione e rifinitura del pezzo ci fosse l'ultimo prezioso tocco: è l'artigianato reso competitivo dalle dimensioni digitali. Siamo di fronte a trasformazioni radicali che presentano gli opifici storici come soggetti di interessanti contaminazioni e coabitazioni, presidi che mantengono la capacità del saper fare al tempo del saper essere, tra i segni e le forme di funzioni passate – sostituite, ottimizzate o trasformate – e l'incessante produzione di energia intellettuale, che muove desideri e mercati di tutto il mondo.

È il paesaggio economico e antropologico delle medie imprese italiane riconoscibili e rispettate sui mercati globali delle nicchie di eccellenza accomunate da elementi distintivi – la capacità di innovare, investire, crescere, in definitiva creare vantaggio competitivo per sé e per la comunità nazionale.

In questa metamorfosi si trasformano anche le forme e le modalità dell'innovazione incrementale conosciuta nelle forme distrettuali classiche, che aveva nelle fabbriche, nei prototipisti e nelle filiere locali un know-how intrinseco mai completamente codificato – e quindi poco trasmissibile. I vecchi artigiani facevano bottega, scambiavano e trasmettevano conoscenze e competenze. Questo meccanismo viene adesso facilitato e ampliato dalla dimensione digitale: si mantiene lo scambio osmotico, il maestro continua a fare il maestro, ma i big data, il cloud computing, le reti digitali diventano grandi depositi di sapere. Per reggere la sfida servono però intelligenze che sappiano trasmettere quel sapere e creare sapere nuovo.

Vale sempre, come riferimento, una straordinaria sintesi di Gustav Mahler, che ha innovato radicalmente la musica d'inizio del Novecento: "Tradizione non è custodire le ceneri, ma coltivare il fuoco". L'impresa italiana, quella che sta sui mercati in modo competitivo, è proprio quella che ha capito come continuare a "coltivare il fuoco", come mantenere la tradizione dell'innovazione, ben sapendo che l'innovazione non è una tecnologia, ma è uno sguardo sul mondo, è un linguaggio.

La storia dei distretti industriali italiani è uno stock cognitivo che rappresenta un grande patrimonio nazionale di conoscenza trasversale oltre che specialistica, un'eredità imprenditoriale che contiene singole storie di successo e le supera, facendone paradigma generale, memoria utile per il futuro.

Il distretto del mobile in Brianza è un esempio tra i più significativi di questa conoscenza stratificata, dell'abitudine a sviluppare la dimensione particolare dell'industria che è la bellezza. Prodotti "belli". In una "fabbrica bella".

Gli italiani storicamente hanno saputo e sanno ancora costruire "fabbriche belle" in cui è piacevole andare a lavorare, scambiare conoscenze, competenze, relazioni; "fabbriche belle" di comunità nelle quali produrre manufatti d'eccellenza; luoghi del lavoro dove esprimere in ogni fase – nella trasformazione e nei processi di lavorazione, nella produzione, nei servizi e nella loro rappresentazione – la qualità e la bellezza come vantaggi competitivi.

La manifattura italiana non ha solo una straordinaria storia e un presente importante, ma un grandissimo futuro. Il futuro dell'economia italiana è la sua manifattura dentro i processi della trasformazione digitale, la fabbrica, la conoscenza diretta e autentica, "sporcarsi le mani" per fare bene anche i servizi correlati: finanza, comunicazione e cultura, logistica, relazioni con i mercati.

Il "ritorno alla fabbrica" è il punto di forza dell'impresa italiana, un'impresa di territorio che nella dimensione contestuale ha radicato e attratto conoscenze, sguardi sul mondo e del mondo, sistemi di relazione. E su questo ha costruito e condiviso trasformazioni e competitività.

I distretti sono stati una parte fondamentale della nostra storia. E se oggi ragioniamo di meta-distretti, supply chain, catene di fornitura transnazionali che guardano al resto del mondo, non va dimenticata una caratteristica molto italiana, da valorizzare: la straordinaria capacità di definizione del dettaglio su misura.

Gli italiani sono grandissimi nel mettere insieme la *téchne* della competenza manifatturiera con lo sguardo creativo della grande cultura. È un patrimonio che si radica nella fabbrica o neo-fabbrica che dir si voglia, comunque il luogo di alta sapienza industriale in cui gli oggetti si "manu-fanno", con le mani e adesso anche con l'intelligenza digitale.

Ma la fabbrica è pure una comunità di soggetti e valori. Gli italiani per generazioni hanno imparato nelle fabbriche la cultura dei diritti e dei doveri, il piacere del fare bene, il sistema delle relazioni aperte e dialettiche. La fabbrica è un luogo inclusivo che, nei casi migliori, e sono tanti, ha innervato i territori con il senso e la cultura di comunità. E questa è una lezione che viene dai migliori imprenditori italiani (gli Olivetti, i Pirelli...) ed è ancora molto attuale, legata alla sfida di una narrazione nuova, capacità di racconto innanzitutto ai propri collaboratori, ai territori di riferimento, alle scuole, alle università.

Raccontare è prima di tutto assumere consapevolezza di quel processo che in modalità incessanti e innovative sa prendere un massello e farne un prodotto straordinario, degno di stare sui mercati più sofisticati e perché no?, in una mostra e in museo, anche al MoMA a New York. //

Antonio Calabrò è direttore della Fondazione Pirelli
e vicepresidente di Assolombarda.

FEDELI AL PROPRIO TEMPO
Intervista a TONY CHAMBERS
Brand & Content Director, Wallpaper* Magazine

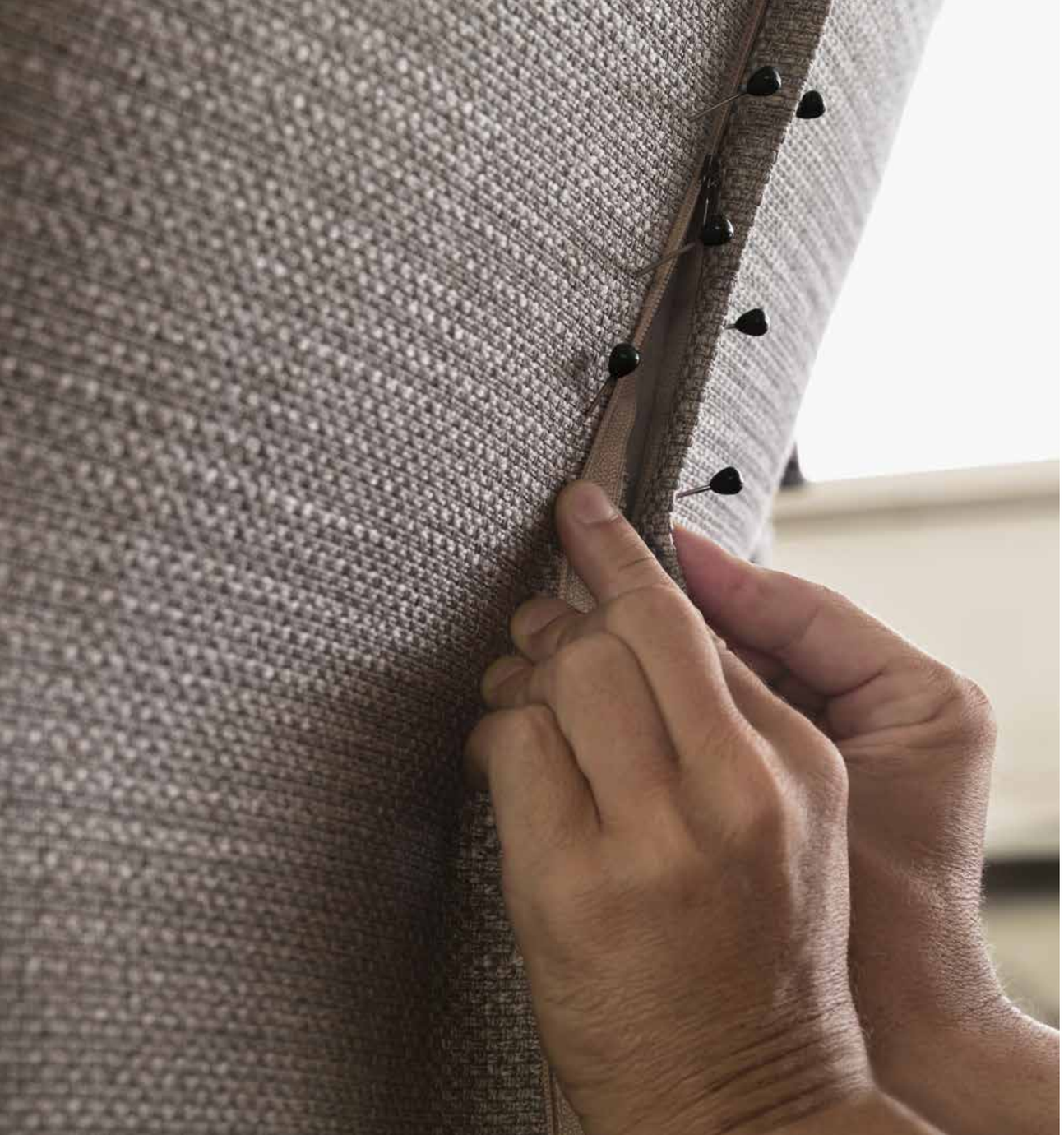
Wallpaper* racconta storie, parla di design. Come assolve a questo compito?
Wallpaper* è una bandiera del design da 21 anni. Il nostro è uno storytelling soprattutto visuale, che è molto importante, naturalmente, perché credo che, in particolar modo oggi, siano immagini e comunicazione visiva ad attrarre prima di tutto l'attenzione.

Qual è il valore dei pezzi artigianali di design realizzati da architetti e designer italiani?
Il design artigianale è molto importante, sia per Wallpaper* sia per l'industria italiana del design. Credo, naturalmente, che dobbiamo essere fedeli al tempo in cui viviamo e abbracciare modernità, macchine, computer, robot, intelligenza artificiale, ma penso che quel tocco e quella connessione con la mano siano importanti, ora più che mai: il connubio digitale-artigianale è fondamentale.

Oggi la sfida è artigianalità contro tecnologia. Chi vince?
Vincono entrambe, il migliore sopravvive sempre. Credo sia molto raro, se non impossibile, che una nuova tecnologia ne uccida una vecchia: quella vecchia deve adattarsi, e la migliore in quel campo sopravvive. Qualunque sfida alle pratiche consolidate non fa altro che migliorare le cose. È davvero entusiasmante la connessione tra analogico e digitale, e le persone, i brand, le aziende, che fanno funzionare quel legame in maniera armoniosa, sono loro i veri vincitori.

Previous pages:
stitching the lining, Arabella chair (designed by Carlo Giorgetti and Massimo Scolari, 2010). Manufacturing department.

Pagine precedenti:
fase di cucitura della fodera, poltrona Arabella (design Carlo Giorgetti e Massimo Scolari, 2010). Reparto produttivo.



Covering the lining with fabric, Arabella chair (designed by Carlo Giorgetti and Massimo Scolari, 2010). Manufacturing Department.

Fase di rivestimento della fodera in tessuto, poltrona Arabella (design Carlo Giorgetti e Massimo Scolari, 2010). Reparto produttivo.

Cosa pensa che cerchino gli appassionati di design quando decidono di acquistare un prodotto?
Gli amanti del design, gli appassionati d'arte cercano una connessione tra artigianalità, realizzata in maniera tradizionale, e contemporaneità. Nessuno vuole davvero vivere nel passato, credo che tutti vogliano conoscere il passato e comprenderlo, ma anche sentirsi contemporanei e vivere nel presente. Penso che un oggetto con un riflesso nel passato possa durare nel tempo, per molte generazioni.

Qualcuno cerca il lato intangibile degli oggetti? Cosa cercano le persone quando decidono di avere in casa propria un oggetto?
Vogliamo un mobile che assolva alla sua funzione in maniera adeguata, che sia piacevole da toccare e sentire, ma anche piacevole all'occhio. Vogliamo qualcosa che parli di noi, che rifletta il nostro gusto e la nostra posizione. Ma credo anche che, oggi più che mai, il consumatore e l'amante del design siano interessati alla provenienza degli oggetti, a come sono realizzati, e a come questi oggetti influenzano la società, e il mondo in generale. Credo che l'approccio attuale al consumo di design sia molto più ponderato e riflessivo.

Tornando all'artigianalità, il distretto della Brianza è un territorio ricco di aziende, di industrie con una tradizione. Cos'è accaduto in quel territorio?
Credo che la Brianza sia una realtà unica in Italia, in Europa, forse anche nel mondo, per come è cresciuta nel corso di moltissimi anni, con la sua tradizione di mobilifici, di artigiani, con il legno e altri materiali. È fiorita, e poi si è sviluppata ancora di più, e più rapidamente, nel dopoguerra. Tuttora, mantiene una posizione primaria come capitale mondiale del settore del mobile. Per questo è sempre un piacere visitarla, perché si sente che qui accade qualcosa, qui vengono disegnati e realizzati mobili, la produzione è il suo cuore pulsante. Lunga vita alla Brianza!

Ha citato il legno, è un materiale contemporaneo?
Il legno è decisamente un materiale contemporaneo, meraviglioso, forse il mio preferito. Ha calore, può essere trattato in tante forme con effetti diversi, è poliedrico. Credo ci dia una vera connessione con la natura. Rimarrà con noi per sempre.

Giorgetti è un case study, quest'anno festeggia il suo 120° anniversario ed è presente sul mercato statunitense sin dal 1920, un caso abbastanza unico.
Giorgetti è unica, 120 anni di attività sono una lunga storia. Anche lasciare il segno negli Stati Uniti così presto è unico. È straordinario riuscire a conquistare gli Stati Uniti, ma avere le proprie radici nel mercato italiano, mantenendo l'equilibrio tra locale e globale.

È possibile essere contemporanei e innovativi per un'azienda che compie 120 anni?
Avere 120 anni di storia alle spalle, non significa non poter essere contemporanei, ma avere esperienza, quell'esperienza che ti fornisce gli strumenti e le abilità migliori per andare avanti tra le sfide – sia economiche sia estetiche – e i cambiamenti di gusto. Credo che la longevità e l'esperienza siano il miglior bagaglio per essere al passo con i tempi e rimanere davvero contemporanei: questo è il bello di ciò che Giorgetti fa, perché tiene chiaramente un piede nel passato con la sua estetica, ma è anche contemporaneo, incentrato sull'ora e sul domani. //

ANTICHITÀ DEL FUTURO

Intervista a ALEXEY DOROZHKIN
Editor in-chief, Elle Decoration Russia

Qual è il valore che gli architetti e i designer russi danno ai pezzi artigianali e alle aziende italiane ad alta artigianalità?
Il pezzo artigianale è ciò che rende unici gli interni, il progetto, è vicino a noi esseri umani. Quando c'è la sensazione di artigianalità, si sente la persona che l'ha realizzato. Ecco che cosa vogliono le persone nelle loro case, perché nessuno vuole vivere in un mondo di macchine. Oggi c'è un nuovo minimalismo. Qualcuno dice che è molto tecnologico, è vero, ma nel nuovo minimalismo molto raffinato si avverte che dietro al processo, dietro al mobile, c'è una selezione artigianale del materiale, una partecipazione. Per questo lo si sente molto vicino. Ci si sente a proprio agio, sicuri, si tocca l'oggetto e si capisce che è stato fatto da un uomo.

Le aziende italiane di design sono ancora le più ricercate?
La diversità nelle aziende italiane è che, nonostante le tecnologie super contemporanee e incredibilmente raffinate, si sente che ci sono famiglie e generazioni che hanno lavorato per queste aziende. È il volto umano del business: si vede che il lavoro è stato fatto nello stesso modo per generazioni, se ne sente il potere, e le persone lo apprezzano. È un misto di tecnologia e centinaia di anni di passato che le persone mettono nella tecnologia.

Quest'anno Giorgetti compie 120 anni. Un'azienda nata a Meda e presente fin dal 1920 negli States. Questo tipo di aziende sono uniche sul mercato?
L'industria italiana del mobile è qualcosa di assolutamente unico. È l'anima dell'industria del mobile nel mondo, perché da nessun'altra parte si può trovare un'attività precisa e di stampo famigliare come in Italia. È il senso di responsabilità, la differenza. I prodotti Giorgetti sono industriali ma sono tutti diversi e hanno uno specifico carattere. Quando ho incontrato Carlo Giorgetti per la prima volta 8

anni fa, per la prima intervista, avevo quasi timore: cosa mai potrò chiedere a un uomo che ha concesso centinaia di interviste e lavora nel settore da 60 anni? Eppure, quando ha iniziato a raccontarmi della prima volta che è entrato in produzione, dei suoi viaggi, o della selezione di un'essenza, ho capito che è stato l'anima della produzione. Persone come lui, che conoscono i processi fin da bambini, che hanno visto i primi pezzi 50/60 anni fa, la transizione degli stili, la nascita del design, che hanno portato l'industria nel mondo, sono personaggi storici, quasi patriarchi, rendono unica la produzione italiana.

Il design di alta qualità assomiglia quasi al pezzo unico, si avvicina all'arte?

Il design è un'arte, ma è un'arte utile direi, e solo i pezzi utili possono essere chiamati pezzi di design. Allo stesso tempo, ci sono anche due modi diversi di produrre: la produzione per il mercato di massa, che può essere davvero ben disegnata e progettata per essere di massa, e pezzi che non sono di massa, ma unici, sebbene possano essere riprodotti in migliaia di copie. Queste copie sono "le antichità del futuro", senza tempo.

Il legno è ancora un materiale contemporaneo?

Il legno è un materiale contemporaneo, perché sono cambiati la tecnologia, il processo e la conoscenza che l'operaio ha del legno. Guardiamo i pezzi firmati Giorgetti, sembrano pezzi arrivati dallo spazio, ma sono in legno e a prima vista non si capisce come sia possibile. Però, poi si capisce che è la conoscenza umana del comportamento del legno, in questa o quella forma, la capacità di anticipare come sarà. È possibile che oggi il legno sembri metallo? Certo. Può sembrare acciaio? Certo. Può essere ruvido, può essere super morbido. Il legno ha un legame con il nostro passato, con le nostre radici. //

2

The landscape

MULTIPLICITY

Globalisation has been linked to uniformity. I prefer the term *universalisation*. The quality of Italian manufacturing is multiplicity which does not mean uniform. It is a distinctive feature of our culture. For example, consider the Italian language which nowadays is increasingly studied, becoming widespread in Latin America and North America, not for its morphological, semantic or literary qualities, but because it is associated with a general lifestyle. The issue, therefore, is plurality not of products but of a lifestyle, exported via items that add meaning to that lifestyle. The other issue is hospitality. Tourism imports people, commerce exports objects. When we welcome overseas visitors, there is a kind of meaning enhancement, enriching the place. Therefore, to some extent, the objects we send around the world may be given new meaning. //

PAOLO FABBRI

MEDA, A CAPITAL IN MINIATURE

by CRISTIANA COLLI

Benedictine convent, neoclassical villa, a myriad of influences on taste and style. The political and cultural power of Milan, and the Visconti and Sforza families, French sovereignty imposed by the Napoleonic army, the essence of the place, and the hard-working community's rural traditions and artisan crafts.

An enduring capital.

The thousand-year history of Meda is inextricably linked to the Benedictine convent of St. Vittore, founded in the Carolingian period, around the year 830, by Aimone and Vermondo of the Manfredingi family to honour a vow made to the Virgin Mary.

Historical sources attribute the origin of this act of devotion to Code 509, safeguarded in the Trivulziana Library, Milan, which recounts the curious legend of the Counts of Turbigo who were miraculously saved during a hunt.

Following suppression on 29 May 1798, by Cisalpine Republic decree, of the prosperous convent, with important feudal rights in Meda, Cabiate, Novedrate and Cimnago, the nuns were expelled and its assets sold at auction. The new owner, Giovanni Guiseppe Maunier, a wealthy merchant from Marseilles, asked Leopoldo Pollack, an architectural student from Piermarini already working in Milan on the construction of the Villa Reale, to transform the building into a neoclassical residence. The Antona Traversi family have owned the property since 1836. Villa Antona Traversi is a vast building with formal neoclassical features, traces of the ancient convent, and adjacent the church of St. Vittore. This intact Renaissance gem was constructed in 1520 and contains a series of frescoes by Bernardino Luini and his school, an altarpiece by Giovanni Battista Crespi, called the Cerano, two frescoes attributed to Giulio Campi and Lamentation over the Dead Christ, comprising nine wooden statues by an unknown artist sometime between the 15th and 16th centuries.

A long series of rooms leads eventually to the spectacular Sala degli Angeli, with its vaulted ceiling painted by Gian Mauro della Rovere at the beginning of the 16th century. The octagon and Sala delle Maschere contain refined neoclassical decoration dating from Napoleonic times with painted faux panelled ceilings and ornamental motifs inspired by Roman theatre. Many religious artefacts have been lost over time and its transformation into a secular, patrician villa introduced anti-clerical symbols connected with the French Revolution and Enlightenment.

Over the centuries, Meda remained a small, economic, cultural and political-diplomatic capital. Founded originally as a cluster of houses around the convent, Meda would develop into a structured community, noted for its economic function – including the famous market and the furniture district – political networks and ties. It came under the influence of Milan, dominated by the aristocratic Visconti and Sforza families, and hosted eminent meetings such as that in 1476 between Emperor Maximilian of Hapsburg and the Duke of Milan, Ludovico il Moro.

The villa and the region are very closely connected, with its high position on a hill overlooking the village – says Giovanni Antona Traversi, descended from the family who has owned the villa since 1836 – Historically, Meda developed around the convent to the extent that the Roman castrum indicates the first settlements were present in around 1000. The city's historical conflicts between the Medesi and the Abbess who exercised stringent 'dominus-loci' powers – a system of feudal and ecclesiastical rights – would end only in 1252. The convent, in addition to being the political and administrative centre, was the main economic power in Meda, due to its vast land resources which the majority of local inhabitants depended on, or rented, since the enterprising population was routinely engaged in agricultural work or small artisan businesses. In addition, for furnishings, the Napoleonic army relied on the expertise of local craftsmen and carpenters whose woodworking skills demonstrated their exceptional proficiency in the use of these materials. Ample historical documents show how, even by the 14th or 15th century, in addition to agricultural work, the city had developed artisan trades which were fully established by the end of the 19th century when Meda had become a point of reference for its widespread industry. The great furniture entrepreneurs and supply chains established in the area during the 1900s originated from the region's traditional occupations and expertise, and were able to preempt industrialisation with the economic vigour of a solid, dynamic, working population." //

Villa Antona Traversi, Meda. The villa was originally the site of the San Vittore Benedictine convent, founded around the year 830. Its main function was as the political, administrative and economic centre for the Meda district.

Villa Antona Traversi, Meda. In origine la villa era la sede del monastero benedettino di San Vittore, fondato intorno all'anno 830, che svolgeva il ruolo di principale attore politico, amministrativo ed economico del comune di Meda.

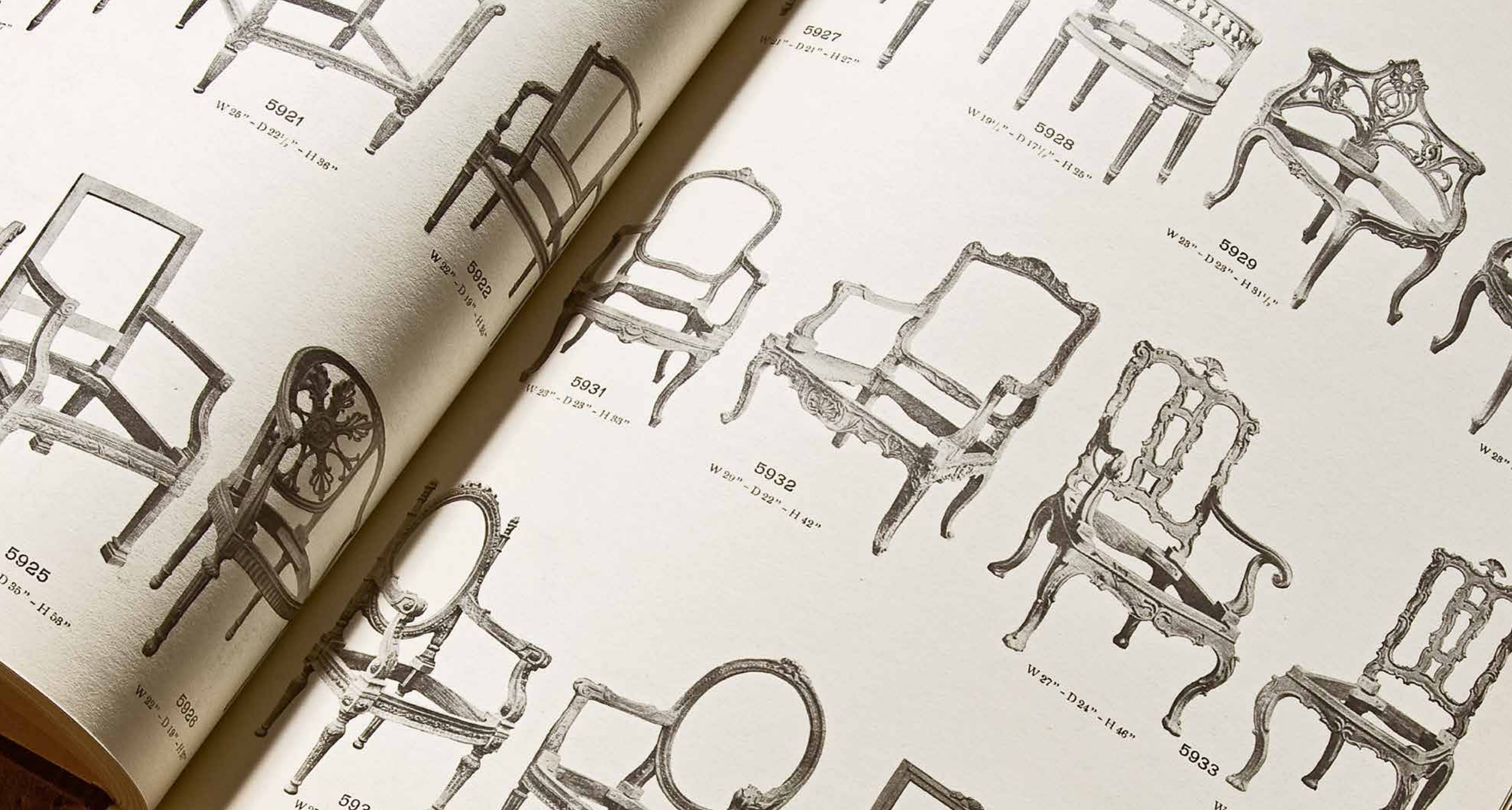
ARTISAN WORKSHOPS AND RAIL TRACKS

From a conversation with FELICE ASNAGHI
Historian

At the end of the nineteenth century, the Giorgetti family court was located in via Manzoni which is where the company originated, launched by Giulio and his son Luigi who are remembered for their humanity, meticulous attention to manufacturing procedures and generosity to people. At that time, the courts also housed dozens of studios, which were places for exchanging skills, models of coexistence between people and activities, micro-communities and *ante litteram* supply chains. Later, some of the studios developed into industries, the city expanded and the industrial landscape was established. Historically, many factors contributed to the formation of this commerce. The presence of the convent, around which artisan studios providing furnishings, furniture, equipment originated, together with the arrival of the French who introduced a new culture of furnishings. At that point, Meda would have had workers able to make furniture in the new style, and thus the furniture industry began to develop.

The Ferrovie Nord railway station, built between 1870 and 1880, was also highly significant. The infrastructure would be essential for transporting logs, handling finished and semi-finished products and for organising imports and exports.

If, in Meda's history, there have been many excellent furnishings-related industries, the only one which has been a constant for 120 years and which has never ceased promoting local craftsmanship and industry is Giorgetti. Theirs is an undisputed record, not just within Italy. //


5921
W 25" - D 22½" - H 36"
5922
W 22" - D 19" - H 34"
5927
W 21" - D 21" - H 27"
5928
W 19½" - D 17½" - H 25"
5929
W 23" - D 23" - H 31½"
5931
W 23" - D 23" - H 33"
5932
W 20" - D 22" - H 42"
5925
D 35" - H 53"
5926
W 22" - D 19" - H
W 27" - D 24" - H 46"
5933

ONCE UPON A TIME IN AMERICA

Interview with CARLO GIORGETTI
President, Giorgetti till 2015, nephew of the founder Luigi Giorgetti

How did Giorgetti begin?
It was started by my grandfather Luigi, who was working at Salda in Meda, a very important company. He was in charge of purchasing timber. After a while, he set up his own business, with 3 artisan craftsmen, immediately after the Great War, and thus Giorgetti came into being with just 4 people. They started making poplar frames for sofas which were then brought to Milan for upholstering in via Santa Marta. Giorgetti was the first exporter of Louis XIV, Louis XV and Louis XVI style products to the United States, which became very popular in America. They made a good living, then the third generation arrived – me and my cousin. I didn't want to study. I was a bit wild and rebelled against authority. Things weren't easy between me and my father, who was strong-willed. After various vicissitudes, at 19 years old, my destiny was decided for me. My father passed away and I started to work. At the same time, I enrolled at night school in Milan – Al Castello – I had always loved design. It was a very serious school, with sculpture and architecture. I left at 7 in the evening and returned at midnight and meanwhile I was working with my uncles. It was a constant struggle, a generation clash. I didn't like what we were doing, and secretly I drew little designs. Wood was the material I wanted to use. I wanted to switch style, make it more mine, more suited to the times.

What did you decide to do?
I started from scratch. I watched the Molteni, Cassina... but I didn't want to do what they were doing. I wanted to make something that would carry my ideas forward, but I realised I needed designers who had never designed furniture before. Like those in the past, who were also painters, sculptors, artists, authors – everything! I was searching for someone like that.

Who did you find?
Massimo Scolari. In 1981, I was friendly with Mario Bellini. He told me about an architect who was involved in a project with the Triennale, who had an extraordinary way with wood, and who had never designed furniture. We arranged to meet, but it took me two years to convince him. I knew that the company needed a different direction, and I needed someone who could convey all this. Scolari told me that he would only do this job if he had *carte blanche*. I accepted, as long as the company's basic premise was maintained, i.e. not betraying what had gone before, but bringing out something different.

Previous pages: **Giorgetti catalogue, 1920, aimed at the American market.** ***Opposite:*** **early 1900-style furniture designs, scale 1:1 (detail).**

Pagine precedenti: Catalogo Giorgetti, 1920, destinato al mercato americano.
A fianco: disegni di mobili in stile, primi '900, in scala 1:1 (dettaglio).

Machine tool used during manufacture to give a bamboo-effect, as on the Gazebo collection, 1970.

Macchina utensile per la lavorazione del legno con effetto bambù per la produzione della collezione Gazebo, 1970.

What was Giorgetti's unique selling proposition? The ability to work with wood?
When I joined the company, they made traditional pieces that I didn't like, almost all of it by hand. So Casirati, an exceptional craftsman with a fine brain, and I invented machines that didn't exist up till then, and started to manufacture armchairs that were until then made by hand. This was at the time of my first trips to America when my competitors were making 10-12 chairs at a time. I returned from that first trip with an order for 2,000. In North Carolina, where the major industries had relocated, furniture was produced but not chairs and armchairs. They were too difficult to make. I did the designs, sent them, and then they sent them back with small alterations. I made the models and sent them to their representative in New Jersey. We loaded the chairs on a van and went around North Carolina, almost door to door, it was fantastic!

You also got to see America during that time?
It was my university. I was curious, a dreamer. I went to those big industries with so many employees and, when it came to the price, I made 50 cents in the dollar less, but I asked to see the factory and it was crazy, I learned everything from those visits. What I saw, I tried to bring back here, on a reduced scale.

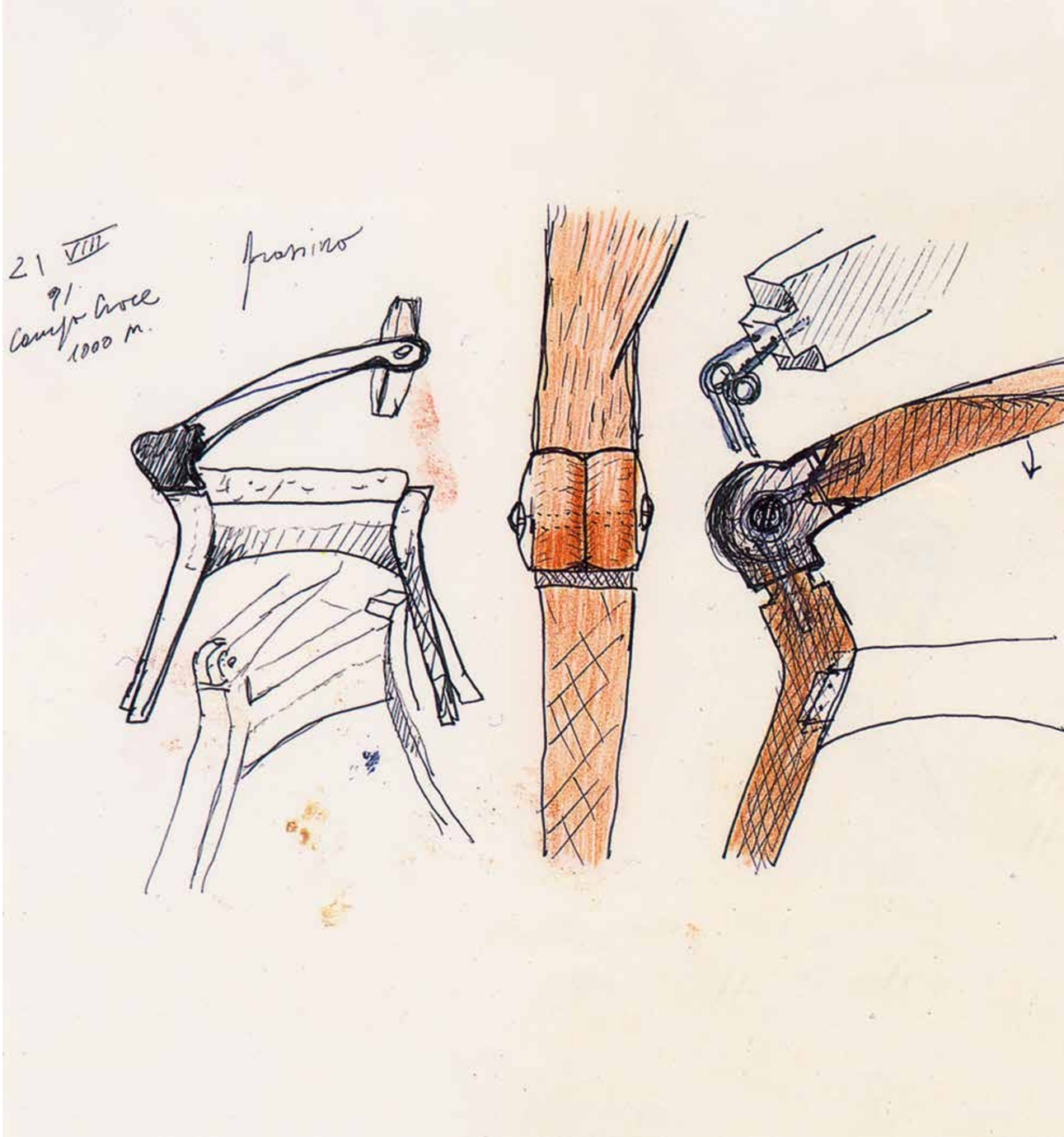
When did the real change come?
The turning point was in 1982-83 with Scolari. I was lucky, because at that time it was very tough, not an economic crisis, but a crisis of ideas. Our motto has always been "we do not have to produce furniture, we have to produce ideas". We must be different. That crisis proved me right, and Scolari's new pieces were an enormous success at the Salone del Mobile.

What was the first machine you built?
The tenon, a boom, with a great mechanic from Seveso called Balestrini. We made so many machines! We weren't engineers, but that man was exceptional. I confided in him, we talked. So many innovations! When I first started going to America and I saw what they did with machines, I realised that we had to mechanise not just the manufacturing process but also transporting the pieces.

Was the transition from traditional to modern furniture?
Yes, but it was still not what I wanted. Although we produced different pieces, they said Giorgetti were *making hybrids*. This has always annoyed me a little. At that point, Scolari brought over a Luxembourg urban planner, Léon Krier, who was a private consultant to the Prince of Wales in the UK. The requirement, as ever, was never having designed furniture. When I called him, he told me that he was an architect, but because Scolari was there, he wanted to try. We decided the first project would be a table. The design arrived – it was a disaster, so I invited him to see the prototype. We made two of them, the first to his design – a ham – the second with my proportions... He preferred mine, and that was how our collaboration began. I then asked Scolari to find an Asiatic designer, and Chi Wing Lo arrived, a phenomenon.

What do you think are Giorgetti's iconic pieces which will go down in history and be remembered?
The Progetti. It came into being one evening around midnight. I was collecting sticks and my eye was drawn to one with a certain shape. I stopped, turned back, grabbed a pencil, and a chair came into being. Since I adored pau ferro – I brought it first from Brazil – at half past midnight Progetti came into being, I gave it to the technical department and I asked them to create it. The secret, the key feature is the figure of the wood, polished with the lacquered part underneath. That is everything. Then, there is Arabella. It drove me crazy. I took maybe 10 years because I wanted the piece to follow the frame rather than the frame moving. One evening, I was looking at a woman's magazine, a beautiful woman and a corset – I don't know if I was more taken with the woman or the corset! We resolved everything with harmonic steel. I asked Scolari if he wanted it to be his design, but in the end we both took responsibility.

What do you remember about your colleagues, the other furniture entrepreneurs?
I remember Piero Busnelli, who said to me one day: "I envy you. Yes, because you have been able to create your own style!" He was the only one who ever said that to me. //



Sketch of the spring mechanism used on the Spring armchair (designed by Massimo Scolari, 1992).

Schizzo del meccanismo a molle della poltroncina Spring (design Massimo Scolari, 1992).

2

Il paesaggio

MOLTEPLICITÀ

di PAOLO FABBRI

Globalizzazione è stata identificata con uniformità. Preferisco la parola *universalizzazione*. La qualità della produzione italiana è la molteplicità, e moltiplicare non significa uniformare. È una particolarità della nostra cultura. Si pensi, per esempio, alla lingua italiana, oggi sempre più studiata, scelta e diffusa, in America Latina o nel Nord America, non per le sue qualità morfologiche, semantiche o letterarie, ma perché associata a un generale stile di vita. Il tema, quindi, è la molteplicità non di prodotti, ma di stili di vita, esportati attraverso gli oggetti che prendono senso dentro uno stile di vita. L'altro tema è l'accoglienza. Il turismo importa persone, il commercio esporta oggetti. E quando noi accogliamo persone straniere, c'è una sorta di approfondimento di significato, un arricchimento sul posto. Gli oggetti che facciamo circolare per il mondo, quindi, hanno in qualche misura la possibilità di essere risignificati. //

MEDA PICCOLA CAPITALE

di CRISTIANA COLLI

Il monastero benedettino, la villa neoclassica, le tante influenze sul gusto e lo stile. Il potere politico e culturale di Milano, dei Visconti e degli Sforza; la sensibilità francese imposta dalle truppe napoleoniche; lo spirito del luogo, le tradizioni contadine e le vocazioni artigianali di una comunità operosa.

Capitale nel tempo.

La storia millenaria di Meda ha origine dal monastero benedettino femminile di San Vittore, fondato in epoca carolingia, intorno all'anno 830, da Aimone e Vermondo della stirpe dei Manfredingi per sciogliere un voto fatto alla Vergine.

Le fonti storiche rimandano al codice 509, conservato nella Biblioteca Trivulziana di Milano, nel quale si racconta la storia di un misterioso e miracoloso salvataggio dei conti di Turbigo, avvenuto durante una partita di caccia, che sarebbe all'origine dell'atto di devozione.

Il monastero – che nasce ricco e con importanti diritti feudali su Meda, Cabiate, Novedrate e Cimnago – verrà soppresso il 29 maggio 1798 da un decreto della Repubblica Cisalpina, le monache espulse e i beni venduti all'asta. Il nuovo proprietario – Giovanni Giuseppe Maunier, un ricco mercante di Marsiglia – deciderà di chiamare l'architetto Leopoldo Pollack – discepolo di Piermarini e già attivo a Milano nella costruzione della Villa Reale – per trasformare l'edificio in una dimora neoclassica. Dal 1836 la famiglia Antona Traversi possiede questa proprietà. Villa Antona Traversi è un edificio vasto con identità formali neoclassiche, tracce dell'antico monastero e della chiesa di San Vittore, un gioiello rinascimentale intatto edificato nel 1520 con un ciclo di affreschi di Bernardino Luini e della sua scuola, una pala d'altare di Giovan Battista Crespi detto il Cerano, due affreschi attribuiti a Giulio Campi, e un Compianto sul Cristo Morto, composto da nove statue lignee di autore ignoto e dalla datazione incerta, compresa tra il XV e XVI secolo.

Una lunga sequenza di sale giunge infine alla spettacolare Sala degli Angeli, con la volta dipinta da Gian Mauro della Rovere all'inizio del '500 che si somma alle raffinate decorazioni neoclassiche del periodo napoleonico nell'ottagono e nella Sala delle Maschere, con una volta dipinta a finti cassettoni e motivi ornamentali ispirati al teatro romano. Nel tempo si sono persi molti elementi religiosi, e la trasformazione in villa patrizia e laica presenta anche simboli anticlericali, legati alla rivoluzione francese e all'illuminismo.

Meda si manterrà nei secoli una piccola capitale – economica, culturale, politico-diplomatica. Nata come agglomerato di case intorno al monastero diverrà una comunità strutturata, un centro riconosciuto per le funzioni economiche – dal famoso mercato fino al distretto del mobile; per le reti e le vicinanze politiche – entra nell'orbita di Milano con le dominazioni signorili dei Visconti e degli Sforza e ospita incontri importanti come quello del 1476 tra l'imperatore Massimiliano d'Asburgo e il duca di Milano Ludovico il Moro.

"Il legame della villa col territorio è molto stretto, a partire dalla posizione alta sulla collina che domina l'abitato – racconta Giovanni Antona Traversi, discendente della famiglia che possiede la villa dal 1836 – Meda storicamente si sviluppa intorno al monastero, tanto che il castrum mostra i primi insediamenti già intorno al 1000. La storia della città, le lotte tra i medesi e la badessa che esercitava poteri molto stringenti con il cosiddetto 'dominus loci' – il sistema dei diritti feudali ed ecclesiastici – finirà soltanto nel 1252. Il monastero, oltre che attore politico e amministrativo fu il principale attore economico di Meda, per le dimensioni vaste della proprietà terriera che rendeva la gran parte degli abitanti dipendenti o affittuari, per l'alternanza tra attività agricole e piccole attività artigianali, per l'antropologia abituata al lavoro e all'intraprendenza del fare. Tanto che le truppe napoleoniche potranno attingere, per i loro arredi, alle competenze di artigiani e falegnami già molto abili nelle lavorazioni lignee, con una sensibilità spiccata nell'uso dei materiali. La ricca documentazione storica mostra come accanto all'attività agricola, la città – già dal '300 e '400 – avesse sviluppato un'attività artigianale che avrà piena maturazione a fine '800 quando Meda diventa città di riferimento con un'attività industriale diffusa. I grandi imprenditori dell'arredamento, e le filiere che ne costituiscono il distretto durante il 1900, nascono dalle vocazioni e specializzazioni di un territorio che aveva sedimentato nelle sue matrici culture e saperi, e ha saputo anticipare i processi di industrializzazione con la vivacità economica di un'antropologia solida, dinamica, operosa." //

BOTTEGHE E BINARI

Da una conversazione con FELICE ASNAGHI
Storico

La corte della famiglia Giorgetti alla fine dell'800 è in via Manzoni, sono gli albori dell'azienda nata intorno a Giulio e al figlio Luigi di cui si ricorda l'umanità, l'attenzione ai sistemi di lavorazione, i rapporti generosi con le persone. A quel tempo le corti potevano ospitare anche decine di botteghe, erano luoghi di scambio delle competenze, un modello di convivenza tra le persone e le attività, micro comunità e filiere ante litteram. Poi alcune botteghe diventano industrie, la città si sviluppa e si definisce il paesaggio industriale. Molti elementi concorrono storicamente a definire questi assetti. La presenza del monastero, intorno al quale nascono le botteghe artigiane che forniscono infissi, mobili, attrezzature, e l'arrivo dei francesi che introducono a una nuova cultura dell'arredamento; in quella fase Meda avrà le maestranze pronte per realizzare i mobili con quello stile, e dare così avvio allo sviluppo dell'industria del mobile.

Di grande importanza sarà anche la stazione con le Ferrovie Nord, costruita tra il 1870 e il 1880: quell'infrastruttura sarà fondamentale per il transito dei tronchi, la movimentazione del prodotto finito e dei semilavorati, per organizzare importazioni ed esportazioni.

Se nella storia del distretto medese sono tante le esperienze eccellenti legate al mobile, l'unica che per 120 anni è stata una realtà forte e non ha mai smesso di favorire l'artigianato e l'industria locale è la Giorgetti, il suo è un primato non solo del territorio. //

C'ERA UNA VOLTA IN AMERICA

Intervista a CARLO GIORGETTI
Presidente Giorgetti fino al 2015, nipote del fondatore
Luigi Giorgetti

Come nasce la Giorgetti?

Da mio nonno Luigi, lavorava alla Salda di Meda, un'azienda molto importante, era l'addetto agli acquisti del legname. Dopo un certo periodo si è messo in proprio, con 3 artigiani, erano in 4, subito dopo la Grande Guerra, così è nata la Giorgetti. Hanno iniziato facendo i fusti dei salotti in pioppo che portavano a Milano per le imbottiture, in via Santa Marta. Giorgetti è stata la prima a esportare negli Stati Uniti con i prodotti in stile, Luigi XIV, Luigi XV, Luigi XVI che in America erano molto richiesti. Hanno fatto un buon lavoro, poi è arrivata la terza generazione – io e mio cugino. Io non volevo studiare, ero un po' selvaggio, mi ribellavo agli ordini perentori. Non è stato facile con mio padre, era un uomo di ferro. Dopo varie vicissitudini, a 19 anni il destino ha deciso per me, mio padre è mancato e io ho iniziato a lavorare. Contemporaneamente mi sono iscritto a una scuola serale a Milano – Al Castello – mi è sempre piaciuto il disegno, era una scuola molto seria, c'era scultura, architettura: partivo alle 7 di sera e ritornavo a mezzanotte e intanto lavoravo con gli zii, era una lotta continua, uno scontro tra generazioni. Non mi piaceva quello che facevamo, e di nascosto facevo dei disegnini, il legno era la materia che volevo usare, volevo cambiare stile, renderlo più mio, più consono ai tempi.

Cosa ha scelto di fare?

Ho cominciato da capo. Guardavo la Molteni, Cassina... Però non volevo fare quello che facevano loro, volevo fare qualcosa che proseguisse la mia idea, ma ho capito che avevo bisogno di architetti che non avessero mai disegnato mobili. Come quelli del passato che erano anche pittori, scultori, artisti, scrivevano libri, erano tutto! Io cercavo qualcosa del genere.

E chi ha incontrato?

Massimo Scolari. Era il 1981, ero abbastanza amico di Mario Bellini, lui mi racconta di questo architetto impegnato in un progetto con la Triennale, che lavorava il legno in maniera straordinaria, e in più non aveva mai disegnato mobili. Abbiamo organizzato l'incontro, ho impiegato 2 anni per convincerlo. Sapevo che l'azienda aveva bisogno di una cultura diversa, e avevo bisogno di qualcuno che fosse capace di trasmettere tutto questo. Scolari mi disse che poteva fare questo lavoro solo se avesse avuto carta bianca, io accettai a patto che si mantenesse il fil rouge dell'azienda, cioè non tradire quello che si era fatto, per far venir fuori qualcosa di diverso.

Cosa aveva Giorgetti di unico, la capacità di lavorare il legno?

Quando sono entrato si facevano oggetti in stile che a me non piacevano, fatti quasi tutti a mano. Così io e Casirati, un artigiano eccezionale con la testa fina, abbiamo inventato delle macchine che non c'erano, e cominciato a fare meccanicamente delle poltrone che prima si facevano a mano. Sono gli anni dei primi viaggi in America, qui i miei concorrenti facevano 10-12 poltrone per volta, io dal primo viaggio sono tornato con un ordine di 2000 poltrone. In North Carolina, dove si erano trasferite le grosse industrie, si producevano mobili ma non sedie e poltrone, erano troppo difficili da

fare. Io facevo i disegni, li mandavo, loro me li rimandavano con piccole modifiche, facevo i modelli, li mandavo al loro rappresentante nel New Jersey, mettevamo le poltrone su un van, facevamo il giro in North Carolina, quasi porta a porta, era bellissimo!

Ha conosciuto anche l'America in quegli anni?
È stata la mia università. Ero curioso, un sognatore, andavo in quelle grandi industrie con tante persone e quando si trattava il prezzo facevo 50 centesimi di dollaro in meno ma chiedevo di vedere lo stabilimento, e impazzivo, ho imparato tutto da quelle visite. Quello che ho visto, in scala ridotta, ho cercato di portarlo qui.

Quando arriva il vero cambiamento?
Nel 1982-83 con Scolari, quella è la svolta totale. Ho avuto fortuna, perché in quel periodo c'è stata una crisi molto dura, non economica, una crisi di idee. Il motto è sempre stato "noi non dobbiamo produrre mobili, dobbiamo produrre idee", dobbiamo essere diversi. Quella crisi mi ha dato ragione, e i pezzi nuovi di Scolari al Salone del Mobile furono un enorme successo.

Qual è la prima macchina che ha costruito?
Il tenone, un boom, con un meccanico bravo di Seveso che si chiamava Balestrini. Ne abbiamo fatte tante di macchine! Non eravamo ingegneri, ma quell'uomo era eccezionale, io mi confidavo con lui, parlavamo, quante innovazioni! Quando ho cominciato ad andare in America e vedevo cosa facevano con le macchine ho capito che dovevamo occuparci non solo delle lavorazioni ma anche di come trasportare i pezzi.

Il passaggio è stato dal mobile in stile al mobile moderno?
Sì, ma non era ancora quello che volevo, nonostante producessimo pezzi diversi si diceva che la Giorgetti "fa cose ibride". Questo mi ha sempre dato un po' fastidio. A quel punto Scolari porta un urbanista lussemburghese, Léon Krier, consulente privato del principe Carlo d'Inghilterra. Il requisito, come sempre, era non aver disegnato mobili, quando lo chiamai mi disse che si occupava di città ma siccome c'era Scolari voleva provarci. Si decise che il primo progetto sarebbe stato un tavolo, arriva il disegno, una cosa disastrosa, io allora lo invito a vedere il prototipo. Ne facciamo due, il primo fedele al suo disegno – una specie di prosciutto – il secondo con le mie proporzioni... il mio gli era piaciuto di più, così comincia la nostra collaborazione. Poi chiedo a Scolari di trovare un progettista di cultura asiatica, e arriva Chi Wing Lo, un fenomeno.

Quali sono secondo lei i pezzi-icona che saranno ricordati nella storia della Giorgetti?
La Progetti. È nata una sera, era circa mezzanotte, io facevo la raccolta di bastoni, e l'occhio va su una certa forma. Mi fermo, torno indietro, prendo la matita, e vien fuori una poltrona. E siccome ero innamorato del pau ferro – l'ho portato io per primo dal Brasile – a mezzanotte e mezza è nata la Progetti, l'ho portata su, l'ho data all'ufficio tecnico e l'ho fatta realizzare. Il segreto, il punto vincente è quella pipetta di legno, lucidata con la parte laccata sotto. Lì c'è tutto. E poi Arabella. Mi ha fatto impazzire, ho impiegato forse 10 anni perché volevo che fosse il pezzo a seguire il corpo e non il corpo che si deve muovere. Una sera vedo una rivista femminile, belle donne e un corpetto – non so se sia stata la bella donna o il corpetto! Si è risolto tutto con l'acciaio armonico. Ho chiesto a Scolari se voleva firmarla lui, alla fine l'abbiamo firmata insieme.

Che ricordo ha dei suoi colleghi, gli altri imprenditori del mobile?
Mi ricordo Piero Busnelli, che un giorno mi dice: "Sono geloso di te. Sì, perché tu sei stato capace di fare uno stile tuo!". L'unico che me lo ha detto è stato lui. //

3

Intelligent hands and machinery at work

APPRENTICE AND MAESTRO

As far as disseminating knowledge is concerned, differentiating between information and training is fundamental. Information requires the maximum amount of space possible in order to be distributed in the shortest possible time. It requires, in some ways, a very brief item, with the maximum dissemination possible, in a very short time. How about training? The exact opposite. An enclosed, very intimate space is required, to focus on transmitting knowledge over an extended period. It is knowing how to be, how one has to behave, as well as know-how, i.e. what one should know to be able to do something. Pure information is the transmission of something that is already known, training requires another kind of skill. In a, let's say, hierarchical relationship there is the process: "I have the know-how, you do not, therefore look at what I am doing, take from what I am doing". In short, it requires research, which demonstrates that it is know-how, not just knowing how to be. It is the amount of correctable errors that defines the relationship between apprentice and maestro. //

PAOLO FABBRI

DIFFERENTLY UNIQUE

by ALBERTO BASSI

The regional dimension, the design system and identity. Made in Italy and future challenges.

Historically, Brianza furniture has been part of the economic system of industrial districts in Italy which have been home to domestic manufacturing since the post-war years. Development grew in parallel with commercial competition between individuals and vertically with links between companies which integrated certain production areas. In Italy, there was a constant push towards enterprising initiative and, at the same time, practical relationships promoted manufacturing and expertise. It is what is described in English as a *commons economy* complete with sharing and supply chains. "The district" was a community of companies which built and updated functional tools to maintain the system, in a virtuous cycle of cooperation/competition. Districts also instigated a stable relationship between entrepreneurship and design culture, with expertise based on societal change. Taken as a whole, this means designing, constructing and communicating differently. The local capital, districts and Italian companies formed human capital which later became economic and social capital. The Italian design system has positioned the product as immediately recognisable and has embedded brand identity in manufacturing, marketing and sales, in how it is presented to the public, in magazines that present its qualities, in museums that position these narratives within a critical, meaningful construct and in the awards given in recognition. The system includes professional expertise, means of presentation, marketing, photography, magazines and exhibitions. The system is the Milan Triennale, the Compasso d'Oro, quality magazines, professional networks and the Salone del Mobile. Italy was the first to establish such a system, one that encompasses intellectual, manufacturing and cultural aspects, as well as design and communication.

Giorgetti's story, including its relationship with the architect Massimo Scolari, is one of an enlightened entrepreneur who grasped the need to construct identity in a changing global market, based on uniqueness – a sophisticated, recognisable product and, by association, the company. In this manner, Giorgetti developed cultural positioning campaigns, and curated publications and exhibitions devoted to design and to the great Italian designers, such as Corradino D'Ascanio – renowned for the Vespa and also helicopters. Vespa's long track record on Via Montenapoleone next to the Valentino store determined the way to introduce Giorgetti. Not only was its furniture different, but so was its marketing and the concept of a world within the Italian design system. All this was possible thanks to its connection with Italy and the quality and expertise of its technical department, where ideas became solutions and insights clearly came to fruition. In general, the ability to bring an idea as well as inspired design to the market and turn it into a product, for Italian companies, was handed down from an entrepreneurial culture and the ability and expertise of technical studios. Today, the issue is how to maintain manufacturing know-how – unsurprisingly designers come to Italy from all over the world to produce what cannot be made in their own country – and how to invest in training and prioritizing employee expertise at all levels, both executive and creative. In a knowledge-based society, this ability must be reimagined in light of new circumstances, taking markets and perception, society and design into consideration. The sharing economy shifts the focus from product to service, but it also raises many questions. A manufacturing company should concentrate on the deep-seated aspects of Made in Italy identity to understand what is vitally important and what is expendable in this changed environment. Experimental, visionary ideas are needed, as visionary as Giorgetti's, which means taking the market's specific requirements into account and anticipating and pre-empting issues in this new framework. Recognising specific expertise is essential, be it in training, companies, or research and development, beginning with the specifics of the Italian model – flexible production, medium and small runs, versatility in changing products and production methods. In a more demanding society, attentive to sustainability, details and service, the greatest challenge is social responsibility.

An Italian company must work on increasingly better products, the result of research and a measuring up to new societal conditions. The transformation of new communication means, distribution channels and information technology, including the internet of things, brings complexity that leaves no room for shortcuts. Innovative, automated planning and production systems are not required for older products; they are new for new things. The armrest of the Progetti collection is the result of traditional manufacturing expertise, interpreted through the skill of the technical department which creates the project. However, that kind of solution can only exist within a cultural, design and entrepreneurial system of a certain type. Recreating it digitally would be a falsity; it has no meaning! The burning issue is: what to do with these new tools? How does the company address new systems, new technologies and new sensitivities? The current dimension is that in which design, together with the entrepreneur, amplify meaning for products, systems and services. It is still linked to the figure of the designer, the one who addresses problems and provides solutions. But certain innovations of a technological nature move the role of companies and designers to the construction of meaning, *sense making*, i.e. what people need, experimenting with other routes for Italian industry. Value systems are determined in relation to the ability to be differently unique, to explore paths that provide answers to the latest requirements and conditions. In the future, companies and designers will require an effective mind-set, over and above manufacturing, since the construction of value results from the ability to combine elements which are not easily quantifiable or detectable – hidden wisdom that lies within manufacturing know-how – alongside formal and transmissible knowledge systems. So-called new market niches are such because people and requirements, relationships with goods, products and meanings are different. In this process of cognizance, the history of the company, its *archives*, such as individual expertise and the Italian collective process, is the history of the work and innovation that feeds virtuous systems reflecting identity, the past, the present and the future. //

Alberto Bassi, historian and design critic, is Professor at the Iuav University, Venice.

Previous page: **CNC machine (numerical control machine) (detail).** ***Opposite:*** **shaping using CNC machine. Manufacturing Department.**

Pagina precedente: Macchina CNC (macchina a controllo numerico) (dettaglio). *A fianco:* fase di sagomatura con macchina CNC. Reparto produttivo.

PIONEERING TECHNICIANS

Interview with CLEMENTE CASIRATI
Manager, R&D Department, Giorgetti (2006-2015)

How old were you when you started working for Giorgetti?
It was 1972, I was not yet sixteen years old. I started as an apprentice in the prototype workshop. I actually did all the apprentice work and learned from scratch how to make all the seats, chairs, armchairs. One of my first teachers was Franco Pozzi, an all-round artist. He taught me how to do sketches, watercolours, perspectives, to make templates – a bit like the drawings they now do by computer. I also attended a technical drawing school to complete my training. Practicals were during the daytime with the company and I learned technical drawing theory at night school, the IPSIA in Lissone. This dual path was essential for my training.

Why was learning technical drawing important and why Lissone?
There were many artisan workshops in Lissone that were making furnishings, custom-made furniture. Instead, in Meda, there were only companies which were manufacturing mass-produced products, even if they were classics. Finally, there was a more artistic school in Cantù. In the region, these schools supported companies, craftsmen and furniture makers, providing continuity to their work. Technical design was very important for learning the basics, building a piece of furniture, and for the quality of the product itself.

When you started at Giorgetti, what were you doing?
Giorgetti was recognised worldwide for the quality of its work, in particular for woodworking and attention to innovation. In the '70s, it had already decided on a new direction, with the production of the Gazebo collection, which was very successful also in terms of quantity. Mr. Carlo Giorgetti, together with the technicians of the time, such as my father Angelo, a toolmaker, decided to change artisan craftsmanship by inventing machines and systems that previously didn't exist. The technicians of the time were pioneers. They had to invent everything; there were no computer programs. They only had their brains, their genius. They are the ones who really shaped the history of the company because they were at the forefront of technological development.

What is Giorgetti's concept of quality?
Giorgetti quality is in-depth knowledge about wood, expertise in working with it, paying almost obsessive attention to the technical and aesthetic details, experimental manufacturing, impossible for others, and then the intrinsic quality of the piece. Giorgetti quality is also, and above all, what you don't see.

What were the radical developments in Giorgetti products during the '70s?
The Gazebo and Gallery collections marked a new direction. It was a courageous decision, not shared by everyone at the time because it called into question established production. In actual fact, it led to the company's further growth. It was important to become involved with people from outside the world of design. I am thinking, for example, about Massimo Scolari, and one piece in particular, the Spring, a radically different, innovative piece that even now is unequalled. One which pushed us beyond our boundaries because we were asking the wood to fulfil a function which would not have worked. Instead, Professor Scolari's stubbornness galvanised us to look for new solutions.

Alongside Massimo Scolari, which other designers contributed to product development?
With Chi Wing Lo's Eon and Nyn, we began to explore the field of mechanics. The furniture was not merely 99% wood. Eon, in particular, has a concealed mechanism that allows you to open a series of cantilevered drawers. We were able to create superior quality pieces, unique pieces, with concealed mechanisms.

What about Progetti?
With Progetti the exceptional insight was to revisit something that was already there, with a perspective which looked to the future, not so much technical, but design insight.

Previous page: **plywood templates.**
Opposite: **rasp, age-old tool used for coarsely roughing, shaping, planing, and smoothing wood or other hard material (detail).**

Pagina precedente: dime, i modelli in cartonlegno.
A fianco: raspa, attrezzo di origini antichissime, utilizzato per sbozzare, sgrossare, raschiare e levigare il legno e materiali duri (dettaglio).

Was there another breakthrough in the history of the company?
The next advance was probably a few years ago, by beginning to collaborate with other designers. The architects Carlo Colombo, Roberto Lazzeroni and Rossella Pugliatti together with Marijana Radovic and Marco Bonelli's Studio m²atelier provided fresh impetus. The experience enabled us to look at designs with extra confidence, to find technical solutions. On the other hand, designers have always put us to the test, to overcome the latest difficulties. I am thinking, for example, about the Hug armchair by the designer Rossella Pugliatti. Rapid prototyping and 3D printing enabled us to create a scale model and so understand the difficulties involved in coupling the upholstered part to the wood part. Combining technology and expertise enabled us to go ahead and achieve a result in less time.

Was technology also important in manufacturing?
In recent years, the company has invested in the latest generation 5-axis CNC machines. Today, with just one machine, you can do what used to need six different machines. My father would have been very excited to see what technology has allowed us to achieve over the years. He taught me enthusiasm, never to give up when faced with difficulties and passion for what you do.

What do you think are the challenges for the Research & Development Centre in the immediate future?
New technology and virtual technology in the furniture industry will be useful to develop further details that will enhance our products and they will add to the value of the piece itself. However, wood must maintain its characteristics. It is essential to still use pencil and paper, to put technical solutions down on paper and then check them by computer.

You stopped working with Giorgetti in 2015 on the grounds of age. Do you have any regrets?
I was fortunate enough to work for a sound company. We have trod a long road together – my father for 30 years and myself for 40/43. For over 70 years of the company's 120, the Casirati family, Angelo and Clemente, have travelled this path together. Carlo Giorgetti gave me a book on the history of the company with this dedication: "For you, Clemente, my thanks for the journey we shared together." //

CAD GENERATION

Interview with DAVIDE AND FABIO
Davide Busnelli, Prototype Developer, 38 years
Fabio Busnelli, CNC machines Technical Manager, 31 years

Why did you start working for Giorgetti and doing what?

Davide I had been working for a small company and came to Giorgetti 17 years ago because it was like a family. It seemed to be very positive for my professional development. For 6 years I have worked in the technical department for research and development. I develop prototypes.

Fabio I was born in Meda and have worked for Giorgetti for 12 years. I attended a professional woodworking-furniture school in Cantù and they hired me after an internship. Currently, I am the CNC machines technical manager. For someone from Meda, Giorgetti is synonymous with excellence, quality and design.

What has altered with the development of new technology?

Davide Previously, many products were developed by hand and therefore with different skills, now the computer, CAD/CAM and, for manufacturing, CNC machines are used a lot. And everything is much quicker.

Fabio Wood is a beautiful, living material. I am passionate about it and found my way into numerical control. With the advent of this technology, you can do more complex work in greater quantities. Using these machines, the results are infinite. They are so efficient, down to tenths of a millimetre. Absolute precision on Giorgetti products where we require superb quality and which must be standardised.

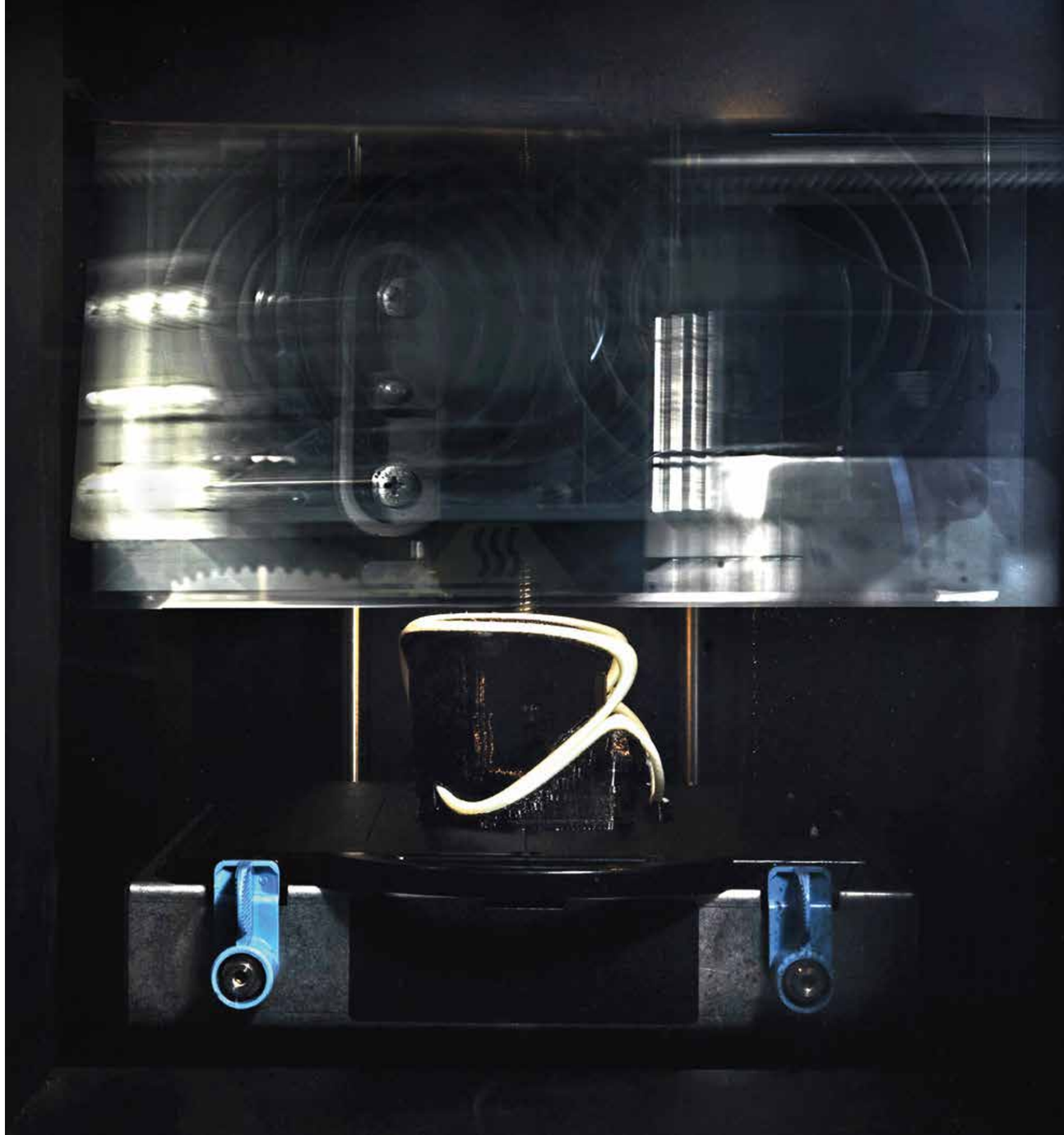
What is the most difficult part of your work?

Davide Being able to satisfy the designers who, year after year, design increasingly attractive products for the public, but which are also more difficult to make, because we are working with wood. It is a material that cannot be manipulated 100% and that must be taken into account.

Fabio Our product lines comes from our in-house studio and from designers who collaborate with the company. Giorgetti pieces are high design. The shapes are infinite, so you need to be able to work with the materials, whilst respecting the original design. We have to invent subforms to be able to work particular, and at times very complex, details on the pieces.

3D printer (detail) for the Hug armchair (designed by Rossella Pugliatti, 2013).

Stampante 3D (dettaglio) per il modello della poltrona Hug (design Rossella Pugliatti, 2013).



What does wood mean to you?

Davide I came from a family of artisan cabinet makers. Right from being very young, I grew up with the culture of wood which, in inverted commas, "is my life". It is the only material I know how to work with, which gives me great satisfaction, because there is something concealed within the plant, which we try to bring out.

Fabio Wood tells a story, with its grain and colours – fantastic things that only wood has. Metals don't reveals the same things that wood does. It is an ancient material, that's true, but it is also the material of the future, our future.

Are there some pieces that mean more to you and why?

Davide There are lots. Move and Nora, for example, because these products changed the way we make prototypes by using modern CAD and CNC machines. I look at these products and I'm very happy to make them. We have got to a point many others have not been able to.

Fabio There have been so many products over the years. I'm thinking about Progetti because it's exactly my age and is still very popular today because of its unique look. Or the Spring armchair, very Giorgetti. The product's common denominator is the large amount of exposed wood that the customer can see and the sophisticated lines, not found on the market. No other product is the same.

How would you describe Giorgetti design?

Davide I think it is so stylish. Unmistakable woodworking style, and contemporary design. Giorgetti is exceptional within the industry, maintaining its craftsmanship.

Fabio It is definitely excellence in design, modern but not obvious. It has a special classic look, I don't know how else to describe it. Unique seems too obvious, I would say it is a modern classic.

Is there a product or machine you would like to buy?

Davide A product I would love to have? A beautiful rocking chair!

Fabio My Ferrari that I already own, it's down in the workshop! //

3

Mani pensieri e macchine al lavoro

ALLIEVO E MAESTRO

di PAOLO FABBRI

Per quanto riguarda la trasmissione del sapere, è fondamentale la distinzione tra l'informazione e la formazione. L'informazione ha bisogno del massimo di spazio possibile da raggiungere nel minimo di tempo. Ci vuole, in qualche modo, un'informazione molto breve, che abbia il massimo di diffusione possibile, in un tempo brevissimo. Cos'è la formazione? È esattamente il contrario. È necessario uno spazio chiuso, molto raccolto, all'interno del quale, per lungo tempo, sia possibile stare insieme per trasmettere un sapere, che è un saper essere, cioè come si deve essere, e un saper fare, cioè quello che si deve saper fare. L'informazione pura è trasmissione di qualcosa che si sa già, la formazione domanda un altro tipo di competenze. Domanda una relazione, diciamo, gerarchica: "Io so, tu non sai, guarda come faccio, ruba quello che sto facendo". Bisogna, insomma, fare ricerca, il che dimostra che ci vuole un saper fare, non solo un saper essere. È la quantità di errori correggibili che definisce la relazione di allievo e maestro. //

DIVERSAMENTE UNICI

di ALBERTO BASSI

La dimensione distrettuale, il sistema del design, l'identità. Il Made in Italy alla sfida del futuro.

Il mobile brianzolo si colloca storicamente nel sistema economico dei distretti industriali che ha rappresentato l'Italia produttiva dal dopoguerra. Lo sviluppo agiva in orizzontale con una proficua concorrenza tra i soggetti, e in verticale con relazioni fra imprese che integravano parti della produzione. Sul territorio c'era uno stimolo costante all'iniziativa e, allo stesso tempo, le relazioni funzionali sviluppavano lavorazioni e competenze. È quello che gli anglosassoni definiscono "sistema economico dei commons", della messa in condivisione, sono le filiere. Il distretto era una comunità di aziende, che costruivano e aggiornavano gli strumenti funzionali per l'affermazione del sistema, in una virtuosa cooperazione/competizione. Ma i distretti hanno anche attivato una relazione stabile tra l'imprenditoria e la cultura del progetto, con la dimensione delle competenze che intercetta il cambiamento della società. Questo significa progettare, costruire e comunicare diversamente. Il capitale territoriale, i distretti e le imprese italiane formavano un capitale umano che diventava poi capitale economico e capitale sociale. Il sistema del design italiano ha saputo collocare il prodotto dentro una complessiva riconoscibilità, ha incorporato l'identità dell'impresa nella produzione, comunicazione, vendita, nello stile di rappresentazione al pubblico, nelle riviste che raccontano le caratteristiche, nei musei che posizionano queste storie dentro una costruzione critica e di senso, nei premi che le riconoscono. Il sistema sono le competenze professionali, i modi della rappresentazione, della comunicazione, i fotografi, le riviste, le mostre. Il sistema è la Triennale di Milano, il Compasso d'Oro, le riviste di buona qualità, le reti professionali, il Salone del Mobile. L'Italia per prima ha definito questo sistema che include la dimensione intellettuale, produttiva e culturale, quella del progetto e della comunicazione. La storia di Giorgetti – anche per il dialogo con l'architetto Massimo Scolari – è quella di un imprenditore illuminato che ha colto la necessità di costruire un'identità nella trasformazione del mercato globale, basata su fattori di unicità – il prodotto colto e riconoscibile e con esso l'azienda. Così ha sviluppato iniziative di posizionamento culturale, curato pubblicazioni, fatto mostre dedicate al progetto e ai grandi progettisti italiani, come Corradino D'Ascanio – noto per la Vespa ma anche per gli elicotteri. La Vespa da record lungo via Montenapoleone di fianco al negozio di Valentino indicava una modalità di far conoscere Giorgetti: non solo i mobili erano diversi, ma il modo di parlare di sé, la sua idea di mondo dentro il sistema del design italiano.

Tutto questo si poteva fare per i legami col territorio, e per la qualità e capacità dell'ufficio tecnico, dove le idee diventavano soluzioni e le intuizioni venivano concretamente praticate. In generale, la capacità di portare non solo un'idea di mercato ma un'ispirazione alta, e di farla diventare prodotto, per le aziende italiane è passata dalla cultura degli imprenditori e dalla capacità e competenza degli uffici tecnici. La questione aperta oggi è quella di capire come mantenere la capacità di fare – non a caso i designer di tutto il mondo vengono in Italia per produrre quello che nei loro paesi non riescono a fare – e come investire con percorsi di formazione e valorizzazione delle maestranze a tutti i livelli – esecutivi e creativi. Nella società della conoscenza queste abilità vanno ripensate alla luce di nuove condizioni, rispetto ai mercati e alle sensibilità, alla società e al progetto; la stessa sharing economy – che sposta l'attenzione dal prodotto al servizio – apre molti interrogativi. L'impresa manifatturiera dovrà mettere a fuoco gli elementi identitari profondi del Made in Italy per capire cosa si mantiene vitale, e cosa può essere ancora speso in un contesto mutato. Servono pensieri visionari, come visionarie erano le idee di Giorgetti: che vuol dire tenere conto delle necessità concrete del mercato, ma anche saperle anticipare, o saper leggere gli elementi delle nuove condizioni, sperimentando. Essenziale è il riconoscimento delle competenze specifiche – nella formazione, nelle imprese, nella dimensione della ricerca e sviluppo. A partire dalle peculiarità del modello italiano – produzione flessibile, dimensione di media e piccola tiratura, versatilità nel cambiare prodotto e modalità produttiva. Ma in una società più esigente, attenta alla sostenibilità, alla cura, al servizio, la sfida più grande è quella della responsabilità sociale. L'impresa italiana dovrà lavorare su un prodotto sempre migliore, che arriva come esito di una ricerca e un confronto con le nuove condizioni della società. La trasformazione delle nuove tecnologie comunicative, distributive, informative, fino all'*internet of things* porta una complessità che non ammette scorciatoie. Gli innovativi sistemi di progettazione e produzione automatizzata non servono per fare una cosa vecchia, sono nuovi per cose nuove. Il bracciolo della Progetti è l'esito di una capacità di fare tradizionale, che passa attraverso la competenza di un ufficio tecnico che crea il prodotto. Ma quel tipo di soluzione sta dentro un sistema culturale, progettuale, imprenditoriale di un certo tipo, rifarlo in maniera digitale è un falso, non ha nessun significato! Il tema è: cosa ci faccio con i nuovi strumenti? Come si confronta l'impresa con i nuovi sistemi, le nuove tecnologie, le nuove sensibilità? La dimensione attuale è quella in cui il designer, insieme all'imprenditore, costruisce significati per prodotti, sistemi e servizi. Si è ancora molto legati alla figura del designer, colui che affronta problemi e fornisce soluzioni, ma certe innovazioni di natura tecnologica spostano il ruolo delle imprese e dei progettisti alla costruzione di senso, *sense making*, vale a dire ragionare di quello che serve alle persone, sperimentando altri percorsi per l'industria italiana.

I sistemi valoriali si determinano in relazione alla capacità di essere diversamente unici, di avere esplorato strade che forniscono risposte a nuove necessità e condizioni. In futuro alle imprese e ai progettisti sarà richiesta un'efficace capacità di pensiero, prima ancora del fare, poiché la costruzione del valore è frutto di quella capacità combinatoria tra gli elementi non facilmente quantificabili né rilevabili – il sapere incognito che sta dentro il saper fare – accanto ai sistemi di conoscenza formale e trasmissibile. Le cosiddette nuove nicchie di mercato sono tali perché le persone e le esigenze, i rapporti con le merci, i prodotti, i significati sono diversi. In questo processo di consapevolezza il racconto dell'impresa, dei suoi *archive*, come esperienza individuale e come processo collettivo dei territori, è storia del lavoro e dell'innovazione che può alimentare meccanismi virtuosi di riflessione sull'identità, sul passato, il presente e il futuro. //

Alberto Bassi, storico e critico del design, è professore all'Università Iuav di Venezia.

TECNICI PIONIERI

Intervista a CLEMENTE CASIRATI

Responsabile Ufficio R&S Giorgetti (2006-2015)

Quando è entrato in Giorgetti, quanti anni aveva?

Nel 1972, non ero ancora sedicenne, sono entrato come apprendista operaio nel laboratorio prototipi, facevo a tutti gli effetti il garzone, e lì ho cominciato ad assimilare le prime nozioni per costruire da zero sedute, sedie, poltrone. Uno dei primi maestri è stato Franco Pozzi, un artista a tutto tondo. Mi ha insegnato a fare gli schizzi, gli acquerelli, le prospettive, a realizzare le dime – un po' come i disegni che adesso fanno al computer. Frequentavo anche, per perfezionare la mia formazione, una scuola di disegno tecnico. La pratica diurna era in azienda, le basi teoriche del disegno tecnico le imparavo alla scuola serale, l'IPSIA di Lissone. Questo doppio percorso è stato fondamentale per la mia formazione.

Perché era importante imparare il disegno tecnico e perché questa scuola proprio a Lissone?

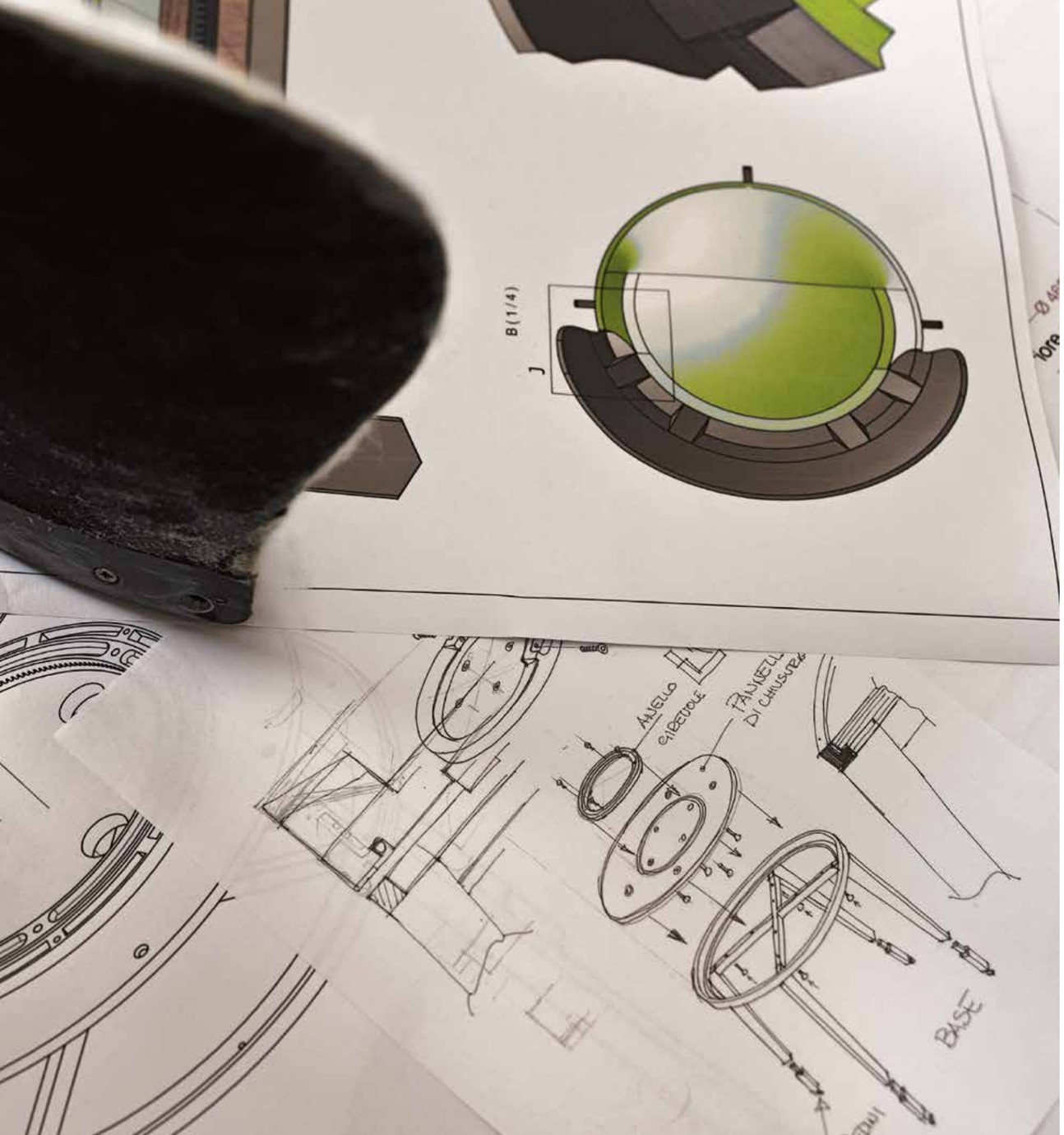
A Lissone c'erano molte botteghe artigiane che realizzavano l'arredo, il mobile su misura. A Meda, invece, c'erano aziende che producevano prodotti di serie, anche se classici. A Cantù, infine, c'era una scuola di indirizzo più artistico. Sul territorio queste scuole erano di supporto alle aziende, agli artigiani, ai mobilieri, per dare continuità alla loro attività. Il disegno tecnico è importantissimo per imparare le basi per costruire un mobile, per la qualità stessa del prodotto.

Quando lei è entrato in azienda, cosa stava succedendo?

Giorgetti era riconosciuta a livello mondiale per la qualità del prodotto, in particolare per la lavorazione del legno, e per l'attenzione all'innovazione. Negli anni '70 cominciava già a intraprendere un nuovo percorso, era iniziata la produzione della linea Gazebo, un successo importante anche a livello di numeri. Il signor Carlo Giorgetti, insieme ai tecnici dell'epoca, come mio padre Angelo, attrezzista, ha pensato di cambiare il modo di produrre artigianale, inventandosi macchine, sistemi che non c'erano. I tecnici dell'epoca erano pionieri, dovevano inventarsi tutto, non c'erano i programmi computerizzati, avevano a disposizione solo la loro testa, il loro genio. Sono loro che hanno fatto veramente la storia dell'azienda, perché hanno dato il primo "la" all'evoluzione tecnologica.

Che cos'è la qualità Giorgetti?

La qualità Giorgetti è la profonda conoscenza della materia legno, saperla lavorare curando i dettagli tecnici ed estetici in maniera maniacale, sperimentando lavorazioni per altri impossibili, e poi la qualità intrinseca del pezzo. La qualità Giorgetti è anche e soprattutto quello che non vedi.



Quali sono stati i salti evolutivi dei prodotti Giorgetti, dagli anni '70?

Abbiamo iniziato un percorso nuovo con le collezioni Gazebo e Gallery. Una scelta coraggiosa e non condivisa da tutti, all'epoca, perché metteva in discussione una produzione consolidata. In realtà, questa scelta ha portato una crescita ulteriore dell'azienda. È stato poi importante confrontarsi con figure esterne al mondo del design. Penso, per esempio, al professor Massimo Scolari e cito un pezzo particolare, la Spring, un prodotto diverso e innovativo, che ancora adesso non ha eguali e ci ha portato a spingerci oltre il nostro sapere, perché abbiamo sollecitato il legno a delle funzioni che per noi non avrebbe sostenuto. Invece la caparbietà del professor Scolari ci ha stimolato a cercare soluzioni nuove.

Insieme a Massimo Scolari, quali altri architetti hanno contribuito all'evoluzione del prodotto?

Con Eon e Nyn di Chi Wing Lo, abbiamo cominciato a esplorare il campo della meccanica, il mobile non era solo fatto al 99% di legno. Eon, in particolare, ha una struttura meccanica che non si vede ma che permette di aprire totalmente a sbalzo una serie di cassetti. Siamo riusciti a realizzare pezzi anche in quel senso unici, inserendo meccaniche nascoste che potessero dare una qualità superiore.

E la Progetti?

L'intuizione forte qui è stata la rivisitazione di qualche cosa che c'era già, con una prospettiva proiettata al futuro, non tanto un'intuizione tecnica, ma di prodotto.

C'è stato un altro salto evolutivo nella storia dell'azienda?

Il passaggio successivo probabilmente è stato qualche anno fa, quando hanno cominciato a collaborare altri designer, Carlo Colombo, Roberto Lazzeroni, Rossella Pugliatti, lo studio m²atelier di Marijana Radovic e Marco Bonelli. L'esperienza ci permetteva di affrontare i progetti con alcune sicurezze in più, per trovare le soluzioni tecniche. Per contro, questi architetti ci hanno messo sempre alla prova, per superare nuove difficoltà. Penso, per esempio, alla poltrona Hug dell'architetto Rossella Pugliatti. La prototipazione veloce, la stampa 3D ci hanno permesso di creare un modellino e capire così la difficoltà di accoppiamento della parte imbottita con la parte in legno. Quindi la tecnologia al servizio della sapienza ha permesso di fare quest'ulteriore passo e ottenere un risultato in meno tempo.

La tecnologia è stata importante anche per la produzione?

In questi anni l'azienda si è attrezzata con le nuove generazioni di macchine a controllo numerico a 5 assi. Oggi con un'unica macchina si riesce a fare quello che prima si faceva con sei macchine diverse. Vedere quello che nel tempo la tecnologia ha permesso di ottenere sarebbe stato entusiasmante anche per mio padre, che mi ha insegnato la curiosità, il non arrendersi davanti alle difficoltà e la passione per quello che si fa.

Quali sono secondo lei le sfide di un centro ricerca&sviluppo nel prossimo futuro?

Le nuove tecnologie e il virtuale, nel settore del mobile, saranno utili per sviluppare alcuni dettagli che arricchiranno ulteriormente il prodotto, e saranno un valore aggiunto del pezzo stesso. La materia legno deve però mantenere inalterate le sue caratteristiche ed è fondamentale usare ancora la matita e il foglio, per buttare giù sulla carta le soluzioni tecniche e poi verificarle con il computer.

Dal 2015 non collabora più con Giorgetti per raggiunti limiti di età. Ha qualche rimpianto?

Ho avuto la fortuna di lavorare in un'azienda sana e fare insieme un lungo percorso – 30 anni mio padre e 40/43 io. Più di 70 anni in 120 dell'azienda, i Casirati, Angelo e Clemente, li hanno percorsi. Carlo Giorgetti mi ha regalato un libro sulla storia dell'azienda, con questa dedica: "A te, Clemente, il mio grazie per il percorso che abbiamo condiviso insieme". //

GENERAZIONE CAD

Intervista a DAVIDE E FABIO

Davide Busnelli, prototipista, 38 anni

Fabio Busnelli, responsabile tecnico macchine CNC, 31 anni

Perché siete entrati in Giorgetti e con quale compito?

Davide Arrivavo da una piccola ditta e ho scelto Giorgetti 17 anni fa perché l'ambiente era familiare, mi sembrava un'esperienza positiva per la mia crescita professionale. Da 6 anni collaboro con l'ufficio tecnico per la ricerca e sviluppo, sono un prototipista.

Fabio Sono nato a Meda e lavoro in Giorgetti da 12 anni. Sono arrivato tramite la scuola professionale per il legno-arredo di Cantù, mi hanno assunto dopo uno stage. Oggi sono responsabile tecnico delle macchine a controllo numerico. Per un medese, Giorgetti è l'eccellenza, la qualità e il design.

Cos'è cambiato con lo sviluppo delle nuove tecnologie?

Davide Prima si sviluppavano molti prodotti a mano, quindi con capacità diverse, adesso si usa molto il computer, il CAD/CAM e, in collaborazione con la produzione, anche le macchine a controllo numerico. È tutto molto più veloce.

Fabio Il legno è un bellissimo materiale, sempre vivo, mi sono appassionato e ho trovato la mia strada nel controllo numerico. Con l'avvento di queste tecnologie, si riescono a fare lavorazioni più

complesse su grandi numeri. Non c'è limite all'utilizzo e al risultato, con queste macchine. C'è efficienza, si parla di decimi di millimetro, una precisione perfetta per i prodotti Giorgetti, che necessitano di una qualità molto alta e devono essere standardizzati.

Qual è la parte più difficile del vostro lavoro?

Davide Riuscire a soddisfare gli architetti che, anno dopo anno, propongono prodotti sempre più accattivanti per il pubblico, ma anche più difficili da realizzare, perché lavoriamo il legno. È un materiale che non ha la possibilità di essere manipolato al 100%, bisogna tenerne conto.

Fabio Le linee dei nostri prodotti derivano da uno studio interno e dagli architetti che collaborano con l'azienda. I prodotti Giorgetti sono di alto design, non c'è limite alle forme, quindi bisogna riuscire a lavorare i materiali, rispettando il disegno originale. Dobbiamo inventarci delle sotto-forme per riuscire a lavorare i particolari, a volte molto complessi, dei prodotti.

Che cosa rappresenta per voi il legno?

Davide Arrivo da una famiglia di artigiani falegnami. Sono cresciuto fin da piccolo con la cultura del legno, che tra virgolette "è la mia vita". È l'unico materiale che so lavorare, che dà soddisfazioni perché da una pianta nasce qualcosa che è nascosto al suo interno, e noi siamo capaci di ritirarlo fuori.

Fabio Il legno racconta una storia, ha le venature, i colori, cose fantastiche che solo il legno ha. I materiali metallici non raccontano le stesse cose che racconta il legno. È un materiale molto antico, è vero, però è anche il materiale del futuro, è il nostro futuro.

Ci sono dei prodotti per voi più significativi e perché?

Davide Ce ne sono tanti. Dal Move alla Nora, per esempio, perché con questi prodotti abbiamo cambiato il senso di realizzare il prototipo, sfruttando molto il CAD, la modernità e le macchine a controllo numerico. Guardo questi prodotti e sono contento di farli. Siamo arrivati, forse, dove tanti altri non riescono ancora ad arrivare.

Fabio Nella storia ci sono tanti prodotti, penso alla serie Progetti perché ha esattamente la mia età, ed è ancora tutt'oggi molto richiesta per la sua unicità, o alla poltroncina Spring, un prodotto molto Giorgetti. Questi prodotti hanno un denominatore comune che è la grande quantità di legno a vista che il cliente può vedere e le linee ricercate, che non si trovano sul mercato. Nessun prodotto gli somiglia.

Come definireste il design Giorgetti?

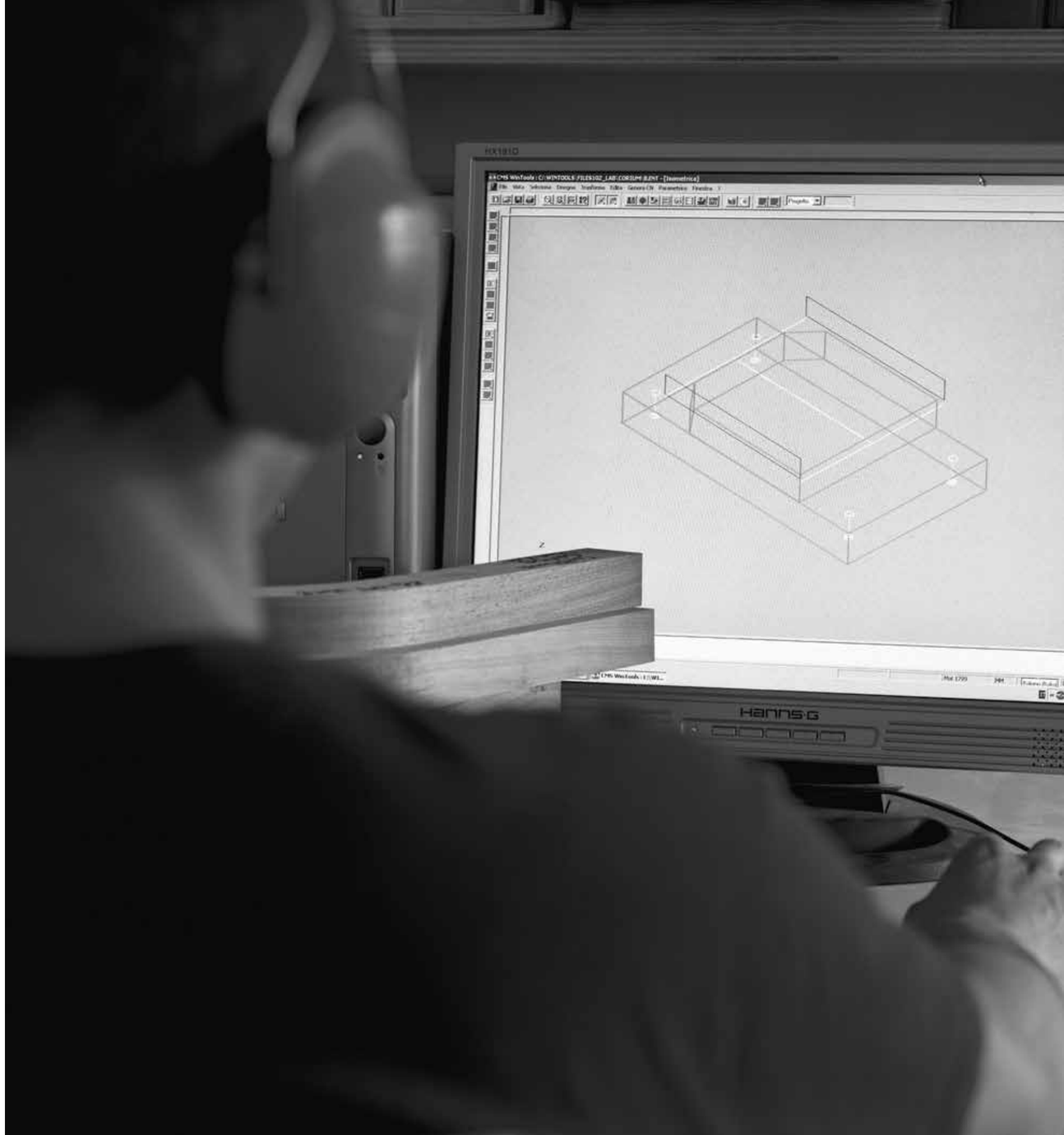
Davide Per me ha tanto stile. È uno stile inconfondibile nella lavorazione del legno, un design contemporaneo. Giorgetti è brava a essere industria, mantenendo la sua artigianalità.

Fabio È sicuramente un design d'eccellenza, un design moderno ma non scontato. Ha una sua classicità molto particolare, non saprei come altro definirlo. Unico mi sembra scontato, è un classico moderno.

Un prodotto o un macchinario che vorreste acquistare?

Davide Un prodotto che mi piacerebbe avere? Una bella sedia a dondolo!

Fabio La mia Ferrari ce l'ho già, è giù in laboratorio! //



Programming the CNC machine (numerical control machine). Manufacturing Department.

Programmazione della macchina CNC (macchina a controllo numerico). Reparto produttivo.

Interior, Villa Antona Traversi, Meda.

Interno, Villa Antona Traversi, Meda.

THE FACTORY AND THE TERRITORY AN ITALIAN MODEL

by FULVIO IRACE

Figures, sales and statistics record the success of a business, but at Giorgetti they don't just describe a company which has been clocking up milestones for 120 years, they also evoke an image of Italian product quality which is recognised in the added value of an ongoing tradition in handmade goods, and backed up by a global distribution network with 80% of production destined for foreign markets, and an important presence in Asia and the Pacific. These statistics tell a story which hit the century mark a while ago and whose epicentre – as with much of the Italian miracle linked to the furniture industry – is still a driving force today in a busy but suburban area of Italy known as Meda. This small town in Brianza still figures as the engine of the Italian province which got the country going, maintaining ethics and work aesthetics based on the values of a bygone era, which could be seen as outdated if it weren't for the fact that current events seem to attribute the success of an unrivalled way of understanding industry to such values.

Arriving in Meda after crossing a landscape which alternates between glimpses of original farmland and a skyline of factories, warehouses and industrial sheds, means finding the key to a problem lost in capitalism theories and unbridled globalisation. Theories which tried to make us believe that the brains of the financial markets could eradicate the role of machinery, making production knowledge accessory, if not superfluous. Theories which, by supporting practices such as offshoring or outsourcing production, nurtured the belief that there is no need for real factories, those hives of activity where knowledge, machinery and raw materials come together on a daily basis, like iron filings in a magnetic field.

Arriving in Meda also means stepping backstage in a grand theatre of craftsmanship, where the stage is split around the cities of the world, with more than 500 stores in 115 countries. These include monobrand stores and ateliers in Ho Chi Minh, Köln, Milan, Mexico City, London, Singapore, Houston, Guangzhou, to name but a few, not to mention the catalogues, newsletters, graphic designs and exhibitions providing a virtual showcase of Made in Italy products from around the world.

Basically everything starts in Meda, where it all started for Luigi Giorgetti in 1898 when he opened a small shop with about 8 workers, a figure which soon turned into 40, all producing classic furniture appreciated for its finesse and precision carving. Success started with skilled hands that knew how to create stylish pieces, and recognised the characteristics of materials and potential in that crucial period when, in Italy too, industry couldn't help but modernise long-established trades and crafts.

Old black and white photographs show design and carving workshops where workers seem surprised by the intrusion of the photographer, and look bemused at the thought of being part of history. These workshops were more basic than fully-fledged joinery workshops. Bit by bit manual practices were assisted with the help of early machines with engines running on heavy oil, and then electric motors.

Meda is an archive of company commitment and fragments of everyday lives and stories. Benefits for workers and their training, investment, and the measurable signs of increasing economic stability marked the passage of time, which became more frenetic as the business expanded and, even as early as the 1920s, meant a decisive increase in business with America, where not only was unskilled labour exported through emigration, but also skill and expertise. *Giorgetti Luigi Fu Giulio. Meda. Milano. Fabbrica di Mobili e Sediame d'Arte* contains the title page of the first catalogue for export. On the coarse ink-filled pages the frames of chairs, armchairs and decorative frames speak volumes. The idea of perfecting standard production systems for carved features developed from semi-finished carved products, and continued into the 1960s when the export of finished products commenced. Each individual item and component, be it a chair leg, arm or curve, became part of a combined manual-automatic system – with the skeleton or frame forming the starting point for developing the style. Designing was still some way off, but it was already in practice when organising piece-by-piece assembly.

An archive is a priority for accessing the secrets of success, the key to understanding and appreciating the reasons and its vitality, even today. Of course the archive is also accompanied by images – photographs and glass plates – capturing a group of creations that increases in size and has more specialist features. Two-dimensional archives are joined by three-dimensional archives – especially the wood archive containing the templates used on the old machines and the samples for products no longer in production, exhibited in homage to the great economic achievement that took place.

Polishing the frame, Swing armchair (designed by Carlo Colombo, 2015). Manufacturing Department.

Fase di lucidatura della struttura, poltrona Swing (design Carlo Colombo, 2015). Reparto produttivo.

Another part of the archive is the collection of wood used and elements of the matrices used in cutting-edge CNC machines which, alongside wooden off-the-shelf parts marked with initials and catalogue numbers, help to reconstruct the product's history, or rather its entire essence, the true secret of technical skill and expertise that is anything but lost. On the contrary, it's alive and well, just in a different format more in line with today's production environment.

A tour round the factory setup is essential for understanding the Italian way of doing things. There is the unmistakable blend of past and future, providing glimpses of landscape, its changing moods and its terminology, which is still tied to the terms used for ancient work tools. These are also exhibited in technical rooms in memory of a story that should serve as an example and stimulus for action, and include the *Ul martel di Bulet* (blister hammer), *Ul Rüschin* (scraper), *La Pianuza d'Incaster* (joint plane), *Ul Gira Dechin* (crank handle drill), *La Piana Scanada-Driza* (straight concave plane) and *UL Voltireau* (thin-bladed saw).

Exotic names with traditional terms that maintain the guttural sounds of the Brianza dialect, so as not to forget who you are and where you're from, because here the territory isn't just a brand. It's a background made of blood and sweat, ambition and drive, and an obsession with anything that's perfect because it's beautiful and it works.

Because here the "ma"' isn't more important than the "territory", as in the famous novel by Michel Houellebecq, whose character, the artist Jed Martin, created his work starting with the paper from the Michelin guide, believing it to be more interesting than the real thing.

The Meda factory is the heart of an area that can't be channelled into an abstract graphical representation. It's the factory's universe which represents it, with concrete objects and people, and a brief tour inside its walls is the essential ticket for penetrating this world. Every department, every room, every nook and cranny is part of the theatre of living memory – each environment is like a character on stage with their own role to play.

It's no coincidence that the journey starts from the timber shed, the buildings marking the entrance. These rural open-air storage areas are where the timber ages, just like good cheese. The wood is stacked in piles to rest the grain, which is essential for solid wood products, during a process that leaves no room for cover-ups and the slightest imperfection can be disastrous. As a result, 20% of the timber is discarded during processing, which can increase to 50% in some cases and certain processes (e.g. the joint between the desktop and the leg on the Erasmo desk). The extensive wood catalogue is reassuringly antiquated, similar to an exotic array of coloured spices. The range includes Italian walnut (which lasts forever) with its unmistakeable golden brown colour, European ash with its straight flexible and strong grain that makes it ideal for curves, Asian rosewood used for cabinet-making, Slovenian maple which expresses nuance perfectly with its subtlety, and the extremely hard Brazilian pau ferro, which is as precious as ebony and takes its name from its resemblance to the rugged

CNC machine (numerical control machine) (detail). Manufacturing Department.

Macchina CNC (macchina a controllo numerico) (dettaglio). Reparto produttivo.

reddish shades of iron, not to mention glossy eucalyptus, delicate American cherry, light Slovenian beech, and of course, polished ebony from Africa and Indonesia.

They rest in this area waiting for the next phase in the sawmill, where planks ready for use are sawed by hand with the relevant template. The production chain is long however and requires time and patience. Before reaching the joinery department the rough cuts of wood stay in the dryer to prevent swelling, cracks and instability due to changes in humidity levels. Basically grain movement has to be stabilised, so the planks can be turned into tables, armchairs etc.

The basic structure of the furniture is created in the sawmill, with roughly cut legs, arms, shafts, tops etc. Manual and automatic operations now work in harmony – routing, moulding, turning, drilling and profiling operations are facilitated by CNC machinery, which is essential for perfecting finished parts and the quality of handmade items, which will be further honed and finished, and checked many times before final delivery. Woodworkers use their hands and eyes to continually check that everything is satisfactory. There is no room for imperfections and everything has to measure up to the Made and Manufactured in Italy promise. Finally, choosing the style is part of this consistent approach. Having only dabbled in "modern" in the 1970s, post-modern made its debut in the 1980s. Massimo Scolari and Léon Krier, with their craft skills and cabinet-making tradition, joined in the game to "rediscover tradition" and view the "past as your friend", not by descending into the arena of eclecticism though, but by consistently taking the line of timeless classicism.

An idea turned into something material and something material is expressed in an idea, coming full circle but keeping an open mind about balancing things out in future. In reality everything has to change, so wood is safeguarded and the Italian ideal doesn't dry up in the anachronism of rigid loyalty. //

Fulvio Irace is Full Professor, School of Design, Politecnico di Milano.

Leather cutting machine. Manufacturing Department.

Macchina per il taglio della pelle. Reparto produttivo.

LA FABBRICA E IL TERRITORIO UN MODELLO ITALIANO

di FULVIO IRACE

Numeri, fatturati, statistiche registrano il successo di un'impresa commerciale: ma quelli di Giorgetti non solo parlano di un'azienda che da 120 anni non ha smesso di macinare traguardi, ma evocano anche l'immagine di una "qualità" del prodotto italiano che si riconosce nel valore aggiunto di una mai sopita tradizione del fatto a mano e si sostiene sulla realtà di una rete distribuita nella dimensione globale, consolidata da una produzione rivolta per l'80% ai mercati esteri, con una importante presenza nell'area asiatica e del Pacifico. Raccontano una saga che ha staccato da un pezzo il tagliando del secolo e il cui epicentro – come larga parte del miracolo italiano legato all'industria del mobile – conduce ancor oggi in un affollato ma periferico angolo d'Italia, Meda: il piccolo centro brianzolo che ancora si ostina a candidarsi a motore rotante di quella provincia d'Italia che ha fatto correre il Paese, affermando un'etica e un'estetica del lavoro fondate sui valori di un Tempo che si vorrebbe definire antico se non si fosse smentiti da un'attualità che a tali valori sembra tributare il successo di una ineguagliabile maniera di intendere l'industria.

Arrivare a Meda dopo aver attraversato un territorio che alterna a sprazzi dell'originario paesaggio agricolo lo skyline orizzontale di fabbriche, depositi e capannoni, significa ritrovare il bandolo di una matassa che si era persa nelle teorie del capitalismo finanziario e nelle conseguenze della globalizzazione selvaggia: quelle teorie, cioè, che hanno provato a farci credere che l'algoritmo dei mercati finanziari potesse dematerializzare il rullo delle macchine, rendendo accessoria, se non superflua, la sapienza produttiva. Quelle, ancora, che predicando pratiche come la delocalizzazione o l'outsourcing della filiera produttiva, hanno fomentato la credenza nella superfluità della fabbrica reale, quell'eccitante recinto di un luogo e di uno spazio specifico, dove saperi, macchine e materie prime si confrontano ogni giorno, come limature di ferro in un campo magnetico.

Arrivare a Meda significa inoltre andare nel backstage del gran teatro del fare artigiano, il cui palcoscenico si diffonde nelle tante platee disseminate nelle città del globo: negli oltre 500 punti vendita in 115 paesi; negli store monobrand e gli atelier a Ho Chi Minh, a Köln, a Milano, a Mexico City, a Londra, a Singapore, a Houston o a Guangzhou, tanto per citarne alcuni, ma anche nei cataloghi, nelle newsletter, nella grafica, nelle mostre che integrano sul piano virtuale tutte le più svariate vetrine che compongono la geografia degli avamposti del "manufactured in Italy".

Bisogna dunque partire da Meda, dove tutto è partito per l'intuito di Luigi Giorgetti che nel 1898 fonda una piccola bottega con circa 8 operai che presto diventano più di 40, tutti addetti alla produzione di mobili in stile classico che si distinguono (e vengono apprezzati) per la finezza e l'accuratezza degli intagli. Ancora una volta si parte dalla mano, la mano sapiente che sa indirizzare il lavoro del disegno ma anche riconoscere la realtà dei materiali e delle loro prestazioni in quel decisivo scorcio di tempo in cui anche in Italia l'industria si profila come orizzonte ineludibile per il traghetto dell'artigianato nella modernità.

Le testimonianze fotografiche di quella preistoria ci tramandano, in pastosi bianco&nero, le immagini dei laboratori di disegno e intaglio dove gli stessi operai appaiono sorpresi dall'incursione del fotografo, increduli o divertiti all'idea di passare alla storia. Laboratori più simili a officine che a falegnamerie, giacché, un po' alla volta, le mani vengono assistite dalle prime macchine con motori a olio pesante e poi da piccoli motori elettrici.

Vero e proprio santuario alla devozione aziendale, l'Archivio di Meda conserva e custodisce frammenti di storie quotidiane: le provvidenze per gli operai e le loro qualifiche, gli investimenti e le tracce contabili di una sempre più consistente stabilità economica: segnano il passaggio del tempo che diventa sempre più frenetico con l'ingrandirsi dell'attività che, già nei primi anni '20, segna il saldo attivo nei rapporti commerciali con l'America, dove ormai non si esporta più solo la mano d'opera dell'emigrazione, ma quella qualificata dell'esportazione. "Giorgetti Luigi Fu Giulio. Meda. Milano. Fabbrica di Mobili e Sediame d'Arte" recita il frontespizio del primo catalogo per l'esportazione: nella grana grossa delle pagine seppiate, l'ossatura di sedie, poltrone, cornici decorative snocciola l'alfabeto di parole pronte per l'uso. Sono i semilavorati intagliati da cui si svilupperà l'idea di perfezionare sistemi di produzione standardizzati per preservare la peculiarità dell'intaglio, fino a quando, negli anni '60 si avvierà l'esportazione di veri e propri prodotti finiti. Ogni singolo pezzo, ogni singola componente – una gamba, un bracciolo, una curva ecc. – entra a far parte di un sistema combinatorio fondato sul binomio mano-macchina: lo scheletro, l'ossatura, è il punto di partenza per l'applicazione di un disegno strutturale. Il design è ancora lontano, ma nei fatti è già praticato nella razionalizzazione del montaggio, dell'assemblaggio paziente pezzo per pezzo.

L'Archivio è il dispositivo privilegiato per accedere al segreto di un successo, la chiave di volta per penetrare e apprezzare le sue ragioni e la sua vitalità ancora oggi. Perché all'Archivio di carta si aggiunge quello delle Immagini – le fotografie e le delicate lastre di vetro – radiografie parlanti di una famiglia di creazioni che diventa sempre più numerosa e specializzata. Agli Archivi bidimensionali si aggiungono ancora quelli tridimensionali: l'Archivio ligneo innanzitutto, che custodisce le "dime", cioè le forme che venivano impiegate nella lavorazione su macchine di vecchia generazione e i campioni di riferimento di tutti i prodotti non più in produzione, esposti come ex-voto devozionali di arti e membrature, a grato ricordo del miracolo ottenuto.

Del dispositivo Archivio fanno parte anche la "biblioteca" delle essenze di legno impiegate e i sottopezzi delle controforme usate nelle macchine a controllo numerico di ultima generazione, che, insieme agli ordinati scaffali di "pezzi" di legno marcati da sigle e numeri di catalogo, aiutano a ricomporre l'archeologia del prodotto, anzi la sua osteologica, il vero segreto di un patrimonio di tecniche e conoscenze tutt'altro che estinto, ma anzi vivo e operante anche se in modalità diverse, più consone ai tempi e ai temi della manifattura d'oggi.

Il *petit tour* nel recinto di fabbrica è infatti indispensabile per comprendere la peculiarità del "modo italiano": quell'inconfondibile miscela di futuro che odora di passato, che porta in ogni suo passaggio le scorie del territorio, i suoi umori, le sue parole che ancora restano fissate nella nomenclatura degli antichi strumenti di lavoro, anche questi esposti a vista nelle stanze dell'Ufficio Tecnico a memento di una storia che deve servire d'esempio e di stimolo per l'azione. "Ul martel di bulet" (il martello a bolle), "ul rüschin" (il raschiatore), "la pianuza d'incaster" (la pialla per incastri), "ul gira dechin" (la punta per forare una mattonella), "la piana scanada-driza" (la pialla concava diritta) o "ul voltireau" (la sega con lama sottile)...

Nomi esotici come sigle alchemiche che conservano nella pronuncia i suoni gutturali della parlata di Brianza, per non dimenticare da dove si viene e soprattutto dove si è: perché il territorio qui non è solo un brand, ma una matrice fatta di sangue e di sudore, di ambizioni e di volontà, di ossessione per tutto ciò che è perfetto in quanto è bello e funziona.

Perché qui la "carta" non è più importante del "territorio", come nel famoso romanzo di Michel Houellebecq, dove il protagonista, l'artista Jed Martin, elabora le sue opere a partire dalle carte della guida Michelin, ritenendo la rappresentazione più interessante del reale.

Lo stabilimento di Meda è l'epicentro di un territorio che non si può sublimare nell'astrazione della sua rappresentazione grafica: è invece l'universo della fabbrica a rappresentarlo nella sua concretezza d'uomini e di cose e il *petit tour* dentro le sue mura è il viatico indispensabile per penetrare nel suo mondo. Ogni reparto, ogni stanza, ogni recesso fa parte di un teatrino della memoria attiva: qui ogni ambiente è come un personaggio in scena, chiamato a rappresentare attivamente il proprio ruolo.

Non a caso si comincia dal portico dei legnami, i capannoni che segnano l'ingresso. Rustiche tettoie all'aria aperta dove il legno si stagiona come il formaggio: tavole grezze accatastate per il salutare riposo delle fibre, indispensabile per essere usate a massello, in una lavorazione cioè che non lascia spazio a camuffamenti e dove ogni imperfezione può risultare fatale. Per questo la percentuale del legno scartato durante la lavorazione è del 20%: che in taluni casi e per ta-

lune lavorazioni (la giunzione tra il piano e la gamba della scrivania Erasmo, ad esempio) diventa anche del 50%. Il variegato catalogo delle essenze ha un che di confortevolmente arcaico, simile a un colorato carico di spezie esotiche: il noce nazionale (dalla durata eterna) dall'inconfondibile colore bruno dorato; il frassino europeo dalla fibratura dritta flessibile e resistente che lo rende ideale per le curvature; il palissandro asiatico da usare per l'ebanisteria; l'acero di Slovenia che per la sua raffinatezza assorbe alla perfezione le *nuances* più diverse; il pau ferro del Brasile, durissimo e prezioso come l'ebano, che prende il nome dalla sua somiglianza all'aspro rossiccio del ferro. Ma anche l'eucalipto lucente, il delicato ciliegio americano, il faggio chiaro di Slovenia e, naturalmente, l'ebano levigato dell'Africa e dell'Indonesia.

Riposano qui, in attesa del passo successivo, che avviene nella segheria dove le tavole pronte per l'uso vengono segnate a mano con la dima per essere tagliate. Ma la filiera è lunga e chiede tempi lenti: prima del passaggio in falegnameria, i pezzi di legno sbozzati sostano nell'essiccatoio per evitare problemi di rigonfiamenti, crepature e instabilità in presenza di variazioni del tasso di umidità ambientale. Bisogna, infatti, stabilizzare il movimento delle fibre perché le tavole possano diventare sedie, tavoli, poltrone ecc.

In segheria si realizza l'anatomia del mobile, si sbozzano gambe, braccioli, fusti, piani ecc... Qui mano e macchina procedono in sintonia: contornature, modanature, torniture, forature e sagomature sono assistite da macchine a controllo numerico, preludio indispensabile alla perfezione del pezzo finito, alla qualità del manufatto, che sarà ulteriormente lavorato, levigato e più volte controllato prima della consegna finale. Il controllo dell'occhio e della mano dell'operaio è costante e vigile: non ammette imperfezioni, affinché tutto risulti all'altezza della promessa del Made and Manufactured in Italy. Appartiene a questa coerenza infine la scelta dello "stile": avendo sino agli anni '70 sfiorato soltanto il "moderno", negli anni '80 debutta nel postmoderno. Complici Massimo Scolari e Léon Krier, abilità manifatturiera e tradizione ebanistica rientrano nel gioco della "tradizione ritrovata" e del "passato come amico". Non scendendo però nell'arena dell'eclettismo storicista, ma attestandosi coerentemente sulla linea di un classicismo atemporale.

L'idea diventa materia e la materia si esprime nell'idea. Il cerchio si chiude: ma è pronto a riaprirsi per equilibri futuri. Tutto deve cambiare, infatti, perché l'essenza si preservi e l'idea italiana non si inaridisca nell'anacronismo di un'immobile fedeltà. //

Fulvio Irace è professore ordinario, Scuola del Design, Politecnico di Milano.

4

Timeless creations

A CLASSIC

"A classic is an object, a concept, a perception, an effect that has never finished saying what it has to say", as Italo Calvino said. It is a metaphorical way of saying that a classic has a concept of virtuality that can always be developed, as it were. An interesting example is poetry. If you move a syllable, it's gone. A sign that there are a number of internal organisational properties – rhyme, prosody – that will be exposed to subsequent interpretation, which discover within it things that the author possibly had not intended. Let's put it like this, when a piece carries these properties, within a structure of form and significance, it is more "intelligent" than its author. Investing in significance does not reduce the piece to what it was, but makes it a classic, as it were. This predisposition to create future memory is the main feature of a classic piece. Which simply means that there is the possibility of looking at it and discovering the properties that are carried within its internal structure. We believe that a piece carries the memory of its time and its author. Not true. A well-constructed piece is a repository of future memory. //

PAOLO FABBRI

AN ACE UP HIS SLEEVE

From a conversation with ITALO LUPI
Architect, graphic designer, art director

I got to know Giorgetti in the good old days, the years when the discipline of design was established, the foundation years. This was the early 1980s. I was proudly and enthusiastically working with 3 very dear friends, Jonathan De Pas, Donato D'Urbino and Paolo Lomazzi. We worked together as a team. For example, for BBB Bonacina, they designed the furniture and I designed the logo with the B divided in 3, to signify the bond between the 3 Bonacina siblings. We used to go to Brianza, to Meda, and stay for a long time, talking, enjoying lunch together. The Bonacina siblings had asked Gino Finizio, an architect who was teaching at the Politecnico di Milano, to handle marketing and design. Through him, I discovered that Giorgetti wanted to stop manufacturing traditional furniture and introduce something new.

Carlo Giorgetti had returned from Brazil, bringing with him two Italian designers, Paolo and Adriano Suman, father and son, who were designing unusual furniture, the exact opposite of Giorgetti's considerable catalogue. I had looked at this catalogue carefully, because it was wonderful, bound, with hundreds of pieces that evoked a semblance of the antique. In the catalogue, there was such a plethora of detailed descriptions, all the details to create the furniture, that I was surprised they called me. Giorgetti, however, had an ace up his sleeve. He was making furniture whose angular design suggested the avant-garde, reminiscent, let's say, of the works of Depero. I was delighted to be able to contribute to a company that wanted to try to go in a new direction, to break away.

The degree of freedom was immense, superb, vast. I designed a catalogue whose artistry – if I say so myself – consisted of using slightly unusual, geometric, zebra-like designs on the cover with photographs inside of the Russian avant-garde, at the time of the revolution. The furniture itself was eye-catching, with products that were not on the market at the time, that perhaps never had been, now being confidently promoted by the company.

I then created a few full-page advertisements. One of them featured a young man, my son, and his girlfriend, whom I photographed while they were pushing some furniture on wheels. I also created other adverts with pictures of painters and designers from the 1700s, where I extrapolated very specific physiognomies, printed in negative, using background colours which, I think on the whole, conferred a sense of absolute freshness and innovation.

Carlo Giorgetti was quick, intelligent, and had the ability to grasp things. He really wanted to start something new that would make him stand out from the immense catalogue of work that had fascinated me. Like all catalogues it had a seriality, a controlled way of showing things that was also memorable and charming, a kind of non-botanical *Linnaeus*, with furniture. I think he was fascinated by these two unknown designers from Brazil, and also Massimo Morozzi, who had designed a series of modular chairs, with each piece – legs, seat, backrest – in different colours. It was a total break from what had been produced until then. //

Matrix collection catalogue, graphic design by Italo Lupi, 1980.

Catalogo della collezione Matrix, progetto grafico a cura di Italo Lupi, 1980.

PURE, THE ESSENCE IN A CHAIR

From a conversation with UMBERTO ASNAGO
Manager, R&D Department, Giorgetti (1968-2006), designer

Progetti is Giorgetti – a signature, symbolic, iconic piece. Pure is the bare frame, the exposed shape, the raw materials. And then there is pau ferro – exotic and durable – immediately identifiable.

Progetti, admired and celebrated worldwide, and the evolving Progetti Pure, launched in 2017 in a *strictly limited edition* to celebrate its 30 year anniversary. The solid wood frame – *fusto* in Italian dialect – is left on view to highlight the painstaking care taken over the entire product, both what you can see and what you cannot, the superb curvature and manufacturing techniques, the loving, meticulous production process. The key feature of both is the sophisticated, exotic pau ferro armrest, which makes the chair inimitable. Pure brings the original iconic piece completely up to date, based on the simple concept of removing upholstery to accentuate the solid wood frame, the brand's signature manufacturing feature, maintaining quality without the chair being any less comfortable. The concept was to draw attention to the details, to highlight the construction, with no impact on contours or comfort. The first thought was suspended leather, easily attached with bolts, independent of the frame. The double layer, completely smooth leather – a key feature – has slightly curved, parallel stitching which follows the line of the chair and frame, like the seams of a dress, creating inherent softness in the pocket-like construction, whilst the metal core ensures stability. The result is perfect, problem-free back and forth movement, similar to a hammock. Thus, a dialogue is created between the two raw materials, wood and leather. When Progetti was launched, the concept was to manufacture something comfortable, with removable upholstery, for everyone's use, bearing in mind the pieces are aimed at people and their wellbeing, not artistry or an aesthetic whim. This is what was achieved, with a unique feature – solid wood pau ferro armrests – innovative manufacturing that has now gone down in history. This is Giorgetti, whose designs and brand identity are instantly recognised and recognisable worldwide. //

Progetti Pure armchair (designed by Umberto Asnago, 2017) (detail), produced in a limited edition for the 30th anniversary of the Progetti collection (Centro Ricerche Giorgetti design, 1987).

Poltrona Progetti Pure (design Umberto Asnago, 2017) (dettaglio), prodotta in edizione limitata in occasione del 30° anniversario della collezione Progetti (design Centro Ricerche Giorgetti, 1987).

Iconic products
Prodotti icona

Progetti

1987
Design Centro Ricerche Giorgetti

"I was collecting sticks and one evening, among 50 sticks, my eye was drawn to one with a certain shape. I stopped, turned back, grabbed a pencil, and a chair came into being. It's actually true that a design can start from nothing... a barely glimpsed shadow. And then there's famous, exquisite pau ferro, I brought it first from Brazil, I said: 'I will use pau ferro on this'. At half past midnight Progetti came into being. The secret lies in the elegant shape of the wood, reminiscent of the handle of an antique walking stick. That is everything."

"Facevo la raccolta di bastoni, e una sera, tra 50 bastoni, l'occhio cade su uno che aveva una certa forma. Mi fermo, torno indietro, prendo la matita, viene fuori una poltrona. È proprio vero che un prodotto nasce da un nulla... un'ombra intravista. E siccome c'è il famoso pau ferro, molto bello, l'ho portato io per primo dal Brasile, ho detto: 'Qui metto il pau ferro'. A mezzanotte e mezza è nata la Progetti. Il segreto è la pipetta di legno che ricorda il manico di un antico bastone. E da lì viene fuori tutto."

Carlo Giorgetti

Spring

1992
Design Massimo Scolari

"The concept of Spring was to create a solid, comfortable wooden chair but with a concealed mechanism which allows the armrest-backrest system to flex and rotate, which at first glance seems impossible. A double spring was inserted under the armrests' 'knees' to successfully resolve this challenging design. More than 28 years after its launch, Spring still manages to arouse interest in design enthusiasts."

"L'idea della Spring è stata quella di realizzare una solida e comoda poltroncina in legno, ma con un meccanismo nascosto in grado di dare al sistema braccioli-schienale una flessione e rotazione a prima vista impossibile. L'inserimento di una doppia molla nelle 'ginocchia' dei braccioli ha risolto con successo questo impegnativo progetto. Dopo più di 28 anni dalla sua realizzazione, la Spring riesce ancora a suscitare curiosità negli estimatori del design di idee".

Massimo Scolari

Oli

1995
Design Chi Wing Lo

"Whole, entire, complete, or Oli. This is the etymology or root of the Greek word *olos*. Synthesis, order, simplicity, functionality, a design rooted in the desire to create a functional ambience, void of disorder and everyday objects. This is the incalculable potential of multi-faceted, Oli modules with diverse and flexible construction options. When cabinets stop being just cabinets, they become bricks, walls, home, architecture..."

"Tutto-unito-insieme, ovvero Oli. Questo il significato della radice della parola greca *olos*. Sintesi, ordine, semplicità, funzionalità: un progetto che identifico con l'aspirazione a creare un ambiente razionale, purificato dal disordine e dagli oggetti di uso quotidiano, in cui le infinite potenzialità dei moduli Oli, come in un gioco di costruzioni, diventano reali e molteplici. Quando i mobili smettono di essere unicamente dei contenitori, si trasformano in mattoni, pareti, casa e architettura..."

Chi Wing Lo

Nyn

1995
Design Chi Wing Lo

"A receptacle tends to remain unused, a treasure destined to become a burden, the contents necessarily constrained. If a cabinet is a personal stronghold it does not need to be closed. Its clearly-defined capacity is naturally impervious to the excess created by our wealth. I do not imply complete exclusion, I am more interested in condensing the past to make room for the future."

"Un ricettacolo tende a rimanere inutilizzato, un tesoro destinato a diventare un peso; il contenuto viene necessariamente costretto. Se una cassettiera diventa una roccaforte personale non ha bisogno di essere chiusa; grazie al suo ben definito dominio offre una resistenza naturale all'eccesso che scaturisce dalla nostra ricchezza. Con questo non voglio implicare un'esclusione completa, ho maggiormente interesse a condensare il passato per lasciar spazio al futuro."

Chi Wing Lo

Erasmo

2009
Design Massimo Scolari

"The concept behind the design is very simple. I wanted to create a perfectly symmetrical working surface, with welcoming lines and drawers on one side only, without the severity of traditional desks. A desk offering the option of working on either side equally, which thereby renders its shape and function even lighter. The hilarious confrontation between Napaloni and Hynkel in Chaplin's film *The Great Dictator* gave me the idea of reducing to a minimum the implicit contentiousness of a desk with manager behind and employee in front. A sinuous, fold-away courtesy panel integrates perfectly into Erasmo's curves. The working surface, in the shape of a leaf or fish, flows sculpturally into the single leg in the shape of a papyrus stem."

"L'idea di questo progetto è molto semplice. Volevo creare un piano di lavoro perfettamente simmetrico, con delle linee accoglienti e senza le durezze delle scrivanie tradizionali con i cassetti solo da un lato. Una scrivania che offrisse la possibilità di operare indifferentemente su due lati e che in tal modo rendesse anche più leggera la sua forma e la sua funzione. È stato l'esilarante confronto tra Napoloni e Hinkel nel film *Il grande dittatore* di Chaplin che mi ha suggerito di ridurre al minimo l'aggressività implicita in una scrivania con un capo dietro e un sottomesso davanti. Un sinuoso *courtesy panel*, ripiegabile a scomparsa, si integra perfettamente con le curvature di Erasmo. Il piano di lavoro, che ricorda una foglia o un pesce, confluisce plasticamente nell'unica gamba che ha la forma dello stelo di papiro."

Massimo Scolari

Arabella

2010
Design Carlo Giorgetti
and Massimo Scolari

"The design started with an eureka moment. One day, flipping through a magazine, a sinuous corset caught my eye. I suddenly realised that this powerfully seductive garment tends to follow your curves. I thought this same characteristic function could be used for a chair. Corsets are made of a flexible material made rigid by stays inserted into fabric or leather channels. It was really these stays that gave me the idea for developing the first prototype. Why Arabella? Woman is the main theme of this design, a feminine identity that is venerated by the soft, enveloping lines of the chair."

"Il prodotto inizia con un'intuizione. Così accadde quel giorno quando, sfogliando una rivista, il mio sguardo si soffermò su un sinuoso corsetto. Improvvisamente mi resi conto che questo strumento di potere seduttivo tende a seguire le curve. Pensai che la stessa caratteristica avrebbe dovuto averla una poltrona. I corsetti sono costituiti di un materiale flessibile reso rigido da stecche inserite in canaletti di stoffa o di pelle. Proprio queste stecche mi diedero l'input per sviluppare il primo prototipo. Perché Arabella? È la donna il filo conduttore di questo prodotto, la femminilità che viene consacrata dalla linea morbida e avvolgente della poltrona."

Carlo Giorgetti

Mobius

2011
Design Umberto Asnago

"The idea came from the desire to create a series of leather chairs, which flexed with daily use without falling apart, and which enveloped your body shape and thus became personal and unique. In the end a person needs to sit in a chair. When I see the work of some interior designers who present you with a chair and, just to make it strange, they make it with one leg and invent a back story... that is not us. It is far easier to create something strange rather than something beautiful and usable."

"L'idea è nata dal desiderio di realizzare una serie di poltrone in cuoio, che si deformassero con l'utilizzo quotidiano ma senza deteriorarsi, avvolgendo le forme del corpo e divenendo così delle sedute personalizzate e uniche. Alla fine una persona su una sedia ci si deve sedere. Quando vedo i progetti di alcuni architetti che ti presentano una sedia tanto per farla strana, te la fanno con una gamba sola e ti inventano le storie... non ci siamo. È più facile fare una cosa stranissima che una cosa bella e utilizzabile."

Umberto Asnago

Oro

2012
Design Chi Wing Lo

"Oro, from the Greek word ΟΡΩ, meaning to look, to see. In Latin, Oro also means gold. The dresser inspires self-awareness through its lit reflection and the tidy classification of one's private and precious collections of personal belongings as though they are valuable like gold. The enduring relationship between people and furniture, one that always reciprocates in care, invites tidiness and understands one another's secret."

"Oro, dal greco ΟΡΩ: vedo, osservo. In latino la parola oro assume già il significato che ha in italiano. La credenza ispira sicurezza grazie al riflesso luminoso e alla classificazione ordinata dei propri effetti personali, preziosi quanto l'oro. Il rapporto duraturo tra la persona e il mobile, un rapporto di accudimento reciproco, invita all'ordine e alla comprensione dei segreti dell'altro."

Chi Wing Lo

Hug

2013
Design Rossella Pugliatti

"The concept behind HUG is a narrative
and that narrative is space.
Space is a mind-set,
the mind-set of design.
Design is a script,
the script, a signature.
The signature, timelessness.
The piece."

"L'idea di HUG è un racconto
e il racconto è spazio.
Lo spazio è pensiero,
il pensiero è disegno,
il disegno è scrittura,
la scrittura; segno.
Il segno la permanenza.
L'oggetto."

Rossella Pugliatti

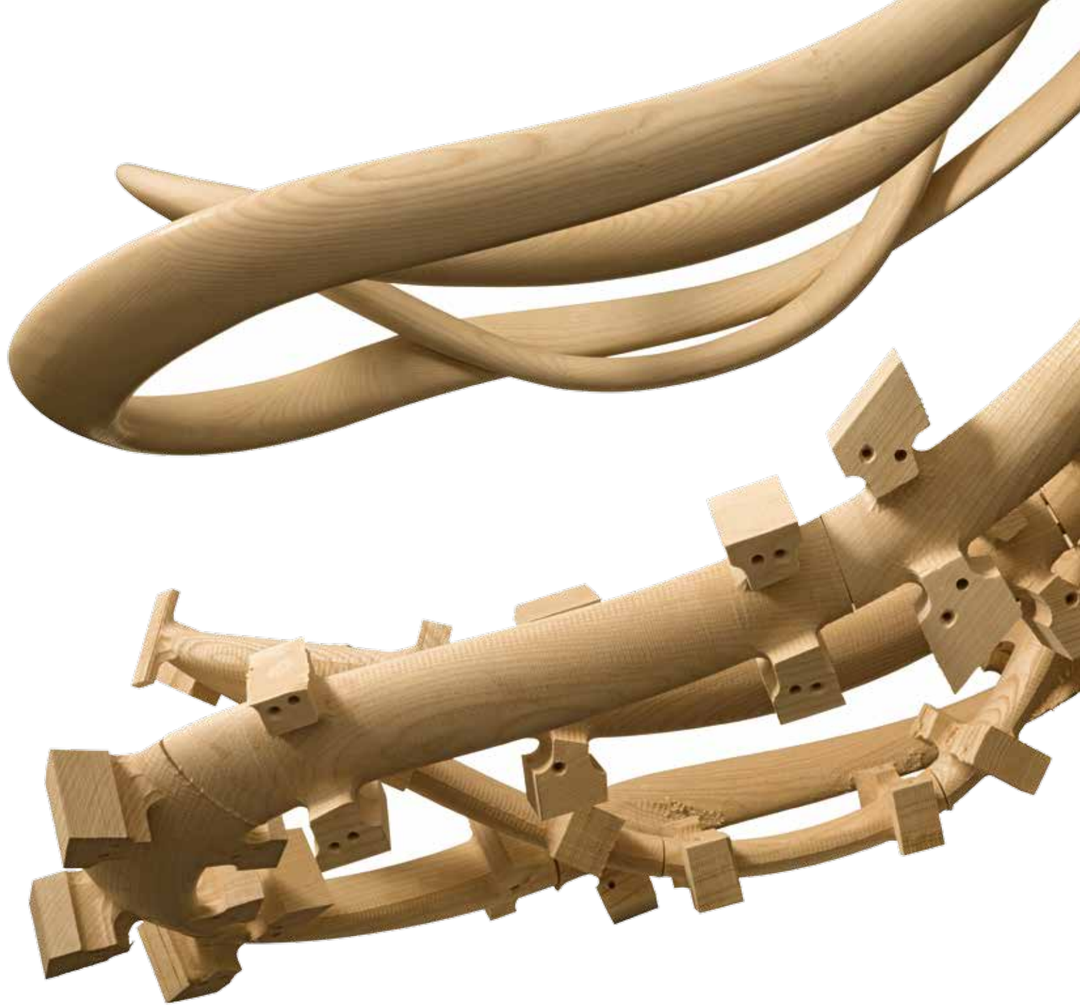
Move

2014
Design Rossella Pugliatti

"The narrative of MOVE is a concept
and that concept is imagination.
Imagination is the blueprint,
and that blueprint is the line.
The line has meaning,
and that meaning is music.
The music, the time.
The design."

"Il racconto di MOVE è un'idea
e l'idea è immaginazione.
L'immaginazione è traccia,
la traccia è linea,
la linea è senso,
il senso; musica.
La musica il tempo.
Il progetto."

Rossella Pugliatti



Norah

2015
Design m²atelier

"Elegant, simple, playful, light, tinny but strong and with personality. Ballet dancer, that is not static but always looks like she will start moving. Her legs makes her always be in a movement, it seams that she will rotate any time. Curvy, feminine and we love her being so perfect but at the same time asymmetrical. She could easily stay alone and be more sculptural or in harmony with other Norahs creating a sophisticated composition."

"Elegante, semplice, divertente, snella, leggera ma solida, con una forte personalità. Una ballerina classica, che non è statica ma sembra sempre sul punto di iniziare a muoversi. Le gambe sono sempre in movimento, sembra che da un momento all'altro farà una piroetta. Sinuosa, femminile... ci piace perché è così perfetta ma allo stesso tempo asimmetrica. Sta bene isolata, con atteggiamento scultoreo, ma si inserisce armonicamente anche in altre composizioni Norah creando ambienti raffinati."

Marijana Radovic
and Marco Bonelli

4

Creazioni senza tempo

IL CLASSICO

di PAOLO FABBRI

"Un classico è un oggetto, un concetto, un percetto, un affetto che non ha mai finito di dire quel che ha da dire", diceva Italo Calvino. È un modo metaforico per dire che il classico contiene delle virtualità di significazione che possono essere sempre, per così dire, sviluppate. Un esempio molto curioso è l'oggetto poetico. Se si sposta una sillaba, non c'è più. Segno che esistono una serie di proprietà interne di organizzazione – le rime, la prosodia – che hanno la qualità di essere esposte a interpretazioni successive, che ritrovano all'interno di questo oggetto cose che apparentemente l'autore non aveva messo. L'oggetto prodotto, quando ha queste proprietà, diciamo così, interne di organizzazione formale e anche di significazione, è più intelligente del suo autore. Gli investimenti di significazione non riducono l'oggetto a quello che era, ma ne fanno, per così dire, un classico. La suscettibilità di creare memoria futura è il tratto principale del classico. Il che vuol dire, semplicemente, che ci sarà la possibilità di riguardarlo e di trovare le proprietà che sono dovute alla sua interna organizzazione. Noi pensiamo che un oggetto abbia la memoria del suo tempo e del suo autore. Non è vero. Un oggetto ben costruito è un dispositivo di futura memoria. //

UN ASSO NELLA MANICA

Da una conversazione con ITALO LUPI
Architetto, graphic designer, art director

Il mio incontro con Giorgetti è avvenuto in tempi belli, anni di fondazione della disciplina del design, anni in divenire. Erano i primi anni '80, lavoravo con orgoglio ed entusiasmo con 3 amici molto cari, Jonathan De Pas, Donato D'Urbino e Paolo Lomazzi. Era un lavoro corale. Per BBB Bonacina, per esempio, loro progettavano mobili e io disegnavo un marchio con la B spezzata in 3 parti, a significare l'unione dei 3 fratelli Bonacina. Si andava in Brianza, a Meda, si stava lì a lungo, si chiacchierava, si pranzava. Per occuparsi del marketing e del design, i Bonacina avevano chiamato l'architetto Gino Finizio, che insegnava al Politecnico. Così, da lui, ho saputo che Giorgetti voleva abbandonare la tradizione, tipica della loro produzione, e cominciare qualcosa di nuovo. Carlo Giorgetti era tornato dal Brasile portando con sé due designer italiani, Paolo e Adriano Suman, padre e figlio, che disegnavano mobili strani, l'esatto contrario del grande catalogo Giorgetti. Avevo guardato questo catalogo con attenzione, perché era meraviglioso, rilegato, con centinaia di pezzi che evocavano l'antico. Nel catalogo, però, c'era una dovizia tale di descrizioni del particolare, della somma dei particolari per comporre i mobili, che mi sono sorpreso che chiamassero proprio me. Giorgetti, invece, aveva un asso nella manica, stava realizzando alcuni mobili che avevano, nella loro geometria così spigolosa, un richiamo alle avanguardie e un ricordo, per così dire, delle opere di Depero. Mi affascinava poter dare un contributo a un'azienda che voleva tentare una strada nuova, di rottura. Il grado di libertà è stato molto grande, bello, ampio. E ho potuto progettare un catalogo la cui bellezza – se così si può dire – consisteva nell'utilizzare, in un modo un po' strano, i disegni geometrici di una zebra in copertina e, all'interno, alcune fotografie dell'avanguardia russa, del tempo della Rivoluzione. I mobili in sé avevano un loro fascino, richiamavano prodotti che non erano sul mercato allora, che forse non c'erano mai stati e venivano promossi dall'azienda con grande convinzione.

Ho realizzato poi alcune pagine pubblicitarie. Una di queste aveva come protagonista un giovane ragazzo, mio figlio, insieme alla sua fidanzata, che ho fotografato mentre spingevano questi mobili su ruote. Poi ho fatto altre pagine, con immagini di pittori e disegnatori del '700, in cui avevo estrapolato fisionomie particolarissime, stampate in negativo, utilizzando alcuni colori di fondo che riuscivano a dare nell'insieme, così mi pare, l'idea di una novità assoluta.

Carlo Giorgetti aveva una sua rapidità, intelligenza, una capacità di comprendere le cose, voleva veramente cominciare qualcosa di nuovo che lo distinguesse dal grande catalogo che mi aveva molto affascinato – come tutti i cataloghi, aveva una serialità, un modo di esporre le cose in modo regolare, pieno di ricordi, di fascino, una specie di *Linnaeus* non botanico ma mobiliere. Credo sia stato molto affascinato da questa vicenda di due designer sconosciuti, arrivati dal Brasile, e poi da Massimo Morozzi, che aveva progettato una serie di sedie componibili, con ogni pezzo – gambe, sedile, schienale – di colori differenti. Erano una rottura totale con quello che si produceva allora. //

PURE, L'ESSENZA IN UNA SEDIA

Da una conversazione con UMBERTO ASNAGO

Responsabile Ufficio R&S Giorgetti (1968-2006), designer

Progetti è il segno, il simbolo, l'icona. Pure è il corpo nudo, la forma esposta, i materiali primari. E poi c'è il pau ferro – esotico e resistente – identitario.

La Progetti, ammirata e celebrata in tutto il mondo, e la Progetti Pure, la sua evoluzione, nata nel 2017, *strictly limited edition*, per celebrare i suoi 30 anni di vita. La struttura in legno massiccio – il fusto in gergo – messa a nudo per raccontare la cura per tutto il prodotto, quello che si vede e quello che non si vede, la ricchezza dei tagli e delle lavorazioni, l'amore e la cura del fare. Entrambe hanno il bracciolino in pau ferro – un'essenza molto ricercata, esotica – che le ha rese inimitabili. La Pure, nata per valorizzare un'icona, poggia su un'idea semplice, quella di togliere il rivestimento per mettere in evidenza il legno massiccio, una caratteristica produttiva dell'azienda, senza perdere la comodità e la qualità della seduta. L'idea è stata quella di mostrare tutti i dettagli, i particolari di costruzione senza interferire sulla linea e la comodità. Il pensiero è andato al cuoio, utilizzato in sospensione, applicato in maniera facile, con bulloni, staccato dalla struttura. Il cuoio doppiato – una particolarità – realizzato senza stampi e con cuciture leggermente curve e parallele che seguono la seduta e la forma del corpo come un vestito per ottenere la morbidezza, e una sorta di sacca con un'anima in metallo per garantire la stabilità. Il risultato è un movimento perfetto, avanti e indietro senza problemi, simile a un'amaca. Così è nato il dialogo tra due materiali primari, il legno e il cuoio. Quando è nata la Progetti l'idea era di fare qualcosa che fosse comodo, svestibile e utilizzabile da tutti, ricordando sempre che gli oggetti sono per le persone e il loro benessere, non per qualche virtuosismo o capriccio estetico. Questo è stato fatto, con un dettaglio unico – il bracciolo in pau ferro – e una scelta produttiva che è storia – l'utilizzo del legno massiccio. Questo è Giorgetti, identità produttiva e formale riconosciuta e riconoscibile nel mondo. //

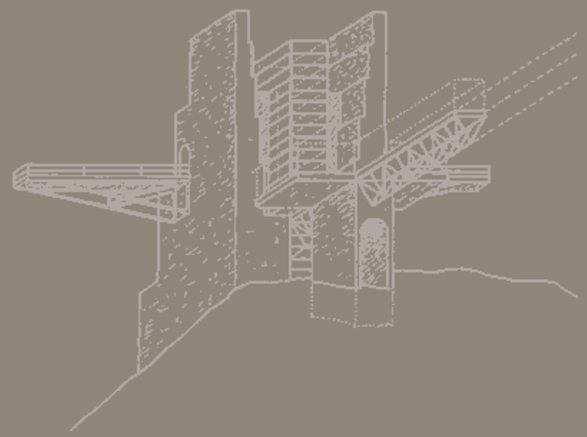
5

Culture is vision

BAIN-MARIE

A mythical-ritualistic dimension in our culture which preempts and can be improved by science, to some extent, is due to our distinctive cultural presence. Nowadays, for example, there is a tendency to bring science into the kitchen, based on processing the world's materials and compatibility of these materials with ourselves, which are part of the world, i.e. alchemy. Alchemy is not merely the search for gold, it is a reflection on substances in the world and their transmutation. One very simple example to illustrate this theory of cooking as contemporary alchemy is the bain-marie, a mediation between heat and water, two fundamental elements in our perception of the world. Bain-marie means that you have heat then there is a tool – the bowl called "bastardella" – then water, then a small pot – called "polsonetto" – in which you put whatever you wish to protect from the intense heat. Cooking today requires extraordinary expertise, know-how, handling the world's materials in an original, inventive manner, with tools that seem to be much more similar to those used in alchemy. //

PAOLO FABBRI



LK
73

OF WOOD AND EXHIBITIONS

From a conversation with MARCO FERRERI
Architect, designer

Object trouvé, memorabilia, ideas in book form, temporary exhibitions, wonderful pieces. Pencils and cutlery, aeroplanes, flying machines and templates.

Materials both reassure us and pose questions. Wood was perhaps man's first raw material used for pirogues, houses on stilts, spear handles, carved axes tied with who knows what. Wood is archetypal, a technological material unparalleled in its evolution, traces of which are found in so many reminiscences. My memory of Giorgetti is a beautiful story about wood. Like all Brianza companies at that time, the company *was* the person who ran it, Carluccio with his wonderful insight. Like all extraordinary furniture makers, he had typical impulsive reactions, sometimes positive sometimes negative, but perhaps were in the wood industry guide. With unprecedented insight, he involved designers such as Scolari, Chi Wing Lo, Krier... exhibitions of simple everyday objects were added to that vibrant mix. It happened like this: I used to go to small collectors' markets and buy items. These carefully curated collections and *librini* (small books) no longer in print but still sought after grew to become classics.

There were bookmarks, pencils, cutlery – we had also written to all the airlines which were happy to send us their travel kits. The collecting, sourcing and presenting process – editorial and exhibition – was interesting, really cutting-edge, very contemporary. The staging was modular, made to travel – over 150 itineraries – pre-wired, the most appropriate woods were used with fantastic quality craftsmanship. Planned itinerancy is a good way of respecting the environment, in the sense that something well made – as well as demonstrating its intrinsic quality – can be used over and over again, because it has value and respects life and the world. These were minor collections, things that everyone has at home, maybe in a drawer, a way of appreciating our surroundings, drawing attention to it, and making people understand that small design processes offer a vision of the world, another perspective.

The message was also seized on by Giorgetti dealers, they loved it and were proud of these exhibitions. The last exhibition in Montenapoleone – on the *meder*, the templates used to join cut, shaped pieces together to form a piece of furniture, a chair, a sofa – was almost an installation, with cardboard and multi-layer templates suspended to construct a path, a cave, under the high-pile white wool carpet. You could smell the basement, the damp, the wood, it was a way of uniting history and odours so as not to forget them. Giorgetti projects were unusual but they were a vision of the world, a variation on quality and mindset, by charismatic personalities such as Scolari who had enormous freedom to shape the company. He and Carluccio are well understood and accepted, the one proposing the other accepting, few art directors have had Scolari's freedom. Just think of an incredible chair by Massimo Morozzi, something that no other company in Brianza would ever have made. Brilliant and beautiful, crazy from a construction point of view. Matrix, even the name was ahead of its time, well before the film. //

Massimo Scolari, *Porta per città di mare*, oil on canvas, 1979.

Massimo Scolari, *Porta per città di mare*, olio su tela, 1979.

Giorgetti exhibitions: "Bookmarks" (1995), "Pencils" (1996), "Cutlery" (1997), part of a cultural promotion to highlight "minor arts". Curated by Marco Ferreri.

Mostre Giorgetti: "Segnalibro" (1995), "Matite" (1996), "Posate" (1997), parte del programma di promozione culturale per la valorizzazione delle "arti minori". A cura di Marco Ferreri.

EXHIBITS AND CATALOGUES ARCHIVE

All the exhibitions travelled in Italy and abroad, hosted in cultural centres and shops which distribute the Giorgetti collection worldwide.

Bookmarks, 1995
Exhibition and catalogue (Corraini Editore) curated by Marco Ferreri

"This small book is the first in a series of publications. It coincides with the first exhibition organized by Giorgetti dedicated to daily objects, generally relegated to to the category of minor arts. [...] Everyday objects for professional or personal use, parts of the arts and crafts. [...] When ideally suited to their function, they pose an aesthetic quality devoid of any superfluousness. Almost any human act needs instruments or small tools, even reading, the most ethereal of activities. [...] The bookmark sustains our interruptions or pauses, our postponements or changes of mind. A furniture manufacturer's interest should not appear so strange. The table and chair, although common objects are also those most closely connected to reading and study. In addition, the roots of furniture design lie in true culture because it is there that ideas are formed and it is also there that every decision that goes beyond transient consumerism finds a fitting place."

From *Bookmarks*, Forward, p. 7.

Pencils, 1996
Exhibition and catalogue (Corraini Editore) curated by Marco Ferreri

"The exhibition and catalogue *Pencils* is part of a project to promote the minor arts, which began in 1995 with the exhibition and catalogue *Bookmarks*. [...] Our hope is to interest those who see the pencil as beautiful yet functional, a concept still at the heart of contemporary design today, a field in which Giorgetti is a leader. Catalogue and exhibition are a means to express our appreciation to the large number of collectors that now exist and offer them a chance to show the fruits of their hard work to a wider public. This includes newcomers sensitive to the beauty of an object of everyday use, but that which is almost unfailingly produced with astonishing precision and care."

From *Pencils*, Preface, p. 7.

Cutlery, 1997

Exhibition and catalogue (Corraini Editore) curated by Marco Ferreri

"The exhibition dealing with *Cutlery* is the third event promoted by Giorgetti as part of the cultural program and follows *Bookmarks* and *Pencils*. [...] In relation to their function, there is no doubt that they are all very similar in shape, but *design* differentiates them amazingly thanks to the creativity, poetry and expertise of the designers and the manufacturers. And Giorgetti relates to this philosophy by keeping design within the limits of the truly innovative research, the same that applies to the furniture that is so highly acknowledged throughout the world."

From *Cutlery*, Introduction, p. 7.

1898/1998. Centenary, 1998

Exhibition and catalogue (Giorgetti) curated by Massimo Scolari

"A hundred years ago, Luigi Giorgetti founded, in Meda, a company whose fortunes have been guided, ever since, by his descendants. We are particularly proud of being the heirs of a family with strong ties to an extraordinary and centuries-old cabinet-making tradition, born in Brianza so long ago. Thanks to this tradition, techniques and skills were made available and [...] made possible the creation of the most famous contributions ever made to the history of Italian furniture. [...] We would like, however, to offer a tribute [...] dedicated to all those who have worked with us, in the past and present, in both good times and bad."

From *1898/1998. Centenary*, Introduction, p. 5.

Giorgetti showroom, Milan. Installation created for the Company's centenary using templates in plywood, 1998. Curated by Massimo Scolari.

Showroom Giorgetti, Milano. Allestimento creato in occasione del centenario dell'azienda e realizzato con le dime, i modelli in cartonlegno, 1998. A cura di Massimo Scolari.

Giorgetti exhibition: "The Flying Machines of Corradino D'Ascanio", 1999. Curated by Alberto Bassi and Marco Mulazzani.

Mostra Giorgetti: "Le macchine volanti di Corradino D'Ascanio", 1999. A cura di Alberto Bassi e Marco Mulazzani.

Memory and Design, 1999
Exhibition and catalogue (Giorgetti) curated by Massimo Scolari

"We are delighted that Léon Krier, Chi Wing Lo and Massimo Scolari accepted our invitation to exhibit their 'paintings' on this occasion. And not only because of the topic they present, but also because given the circumstances we would like to emphasize our interest in the artistic values that Krier, Lo and Scolari were able to bring so joyfully to their furniture designs."

From *Memory and Design*, Introduction, p. 5.

The Flying Machines of Corradino D'Ascanio, 1999
Exhibition and catalogue (Electa/Giorgetti) curated by Alberto Bassi and Marco Mulazzani. Concept by Massimo Scolari

"The exhibition is part of a program entitled *Mostre Giorgetti*, which began with exhibitions of small useful objects like bookmarks, flatware and pencils. These exhibitions helped to acquaint the large audience with a neglected zone of material culture, full of its own particular originality. Beginning in 1999 the program takes the level of the exhibitions to one of in-depth historical-scientific investigation, focusing on [...] the field of technical inventions in industrial design. This focus on the work of inventors is a way of prompting the design world to come to terms with high standards, and to establish a critical distance with respect to the redundant, commercial character of many contemporary objects. But at the same time, it also means a return to the decorum of truthfulness in design reasoning: real invention."

From *The Flying Machines of Corradino D'Ascanio*, Introduction, p. 5.

5

Cultura è visione

BAGNOMARIA
di PAOLO FABBRI

C'è una dimensione mitico-rituale della nostra cultura, che in qualche misura anticipa e può essere rielaborata dalla scienza, ma è dovuta alle nostre presenze culturali diverse. Oggi, per esempio, c'è una tendenza a rendere più scientifica la cucina, la cui base è il grande trattamento delle materie del mondo e della compatibilità delle materie del mondo col nostro organismo che del mondo fa parte, cioè l'alchimia. L'alchimia non è soltanto la ricerca dell'oro, è una riflessione sulle sostanze del mondo e sulla loro trasmutazione. Un esempio molto semplice, per illustrare questa tesi della cucina come alchimia contemporanea, è il bagnomaria, una mediazione tra il fuoco e l'acqua, due elementi fondamentali della nostra percezione del mondo. Bagnomaria vuol dire che c'è il fuoco, poi c'è uno strumento – chiamato "bastardella" –, poi c'è l'acqua, poi c'è un nuovo strumento – chiamato "polsonetto" – al cui interno si può mettere qualsiasi cosa abbia bisogno di mediare la violenza del fuoco. La cucina è oggi quella competenza straordinaria di un saper fare, di trattare le materie del mondo in una maniera originale, inventiva, con strumenti che sembrano davvero molto più simili agli alambicchi della vecchia cultura alchemica. //

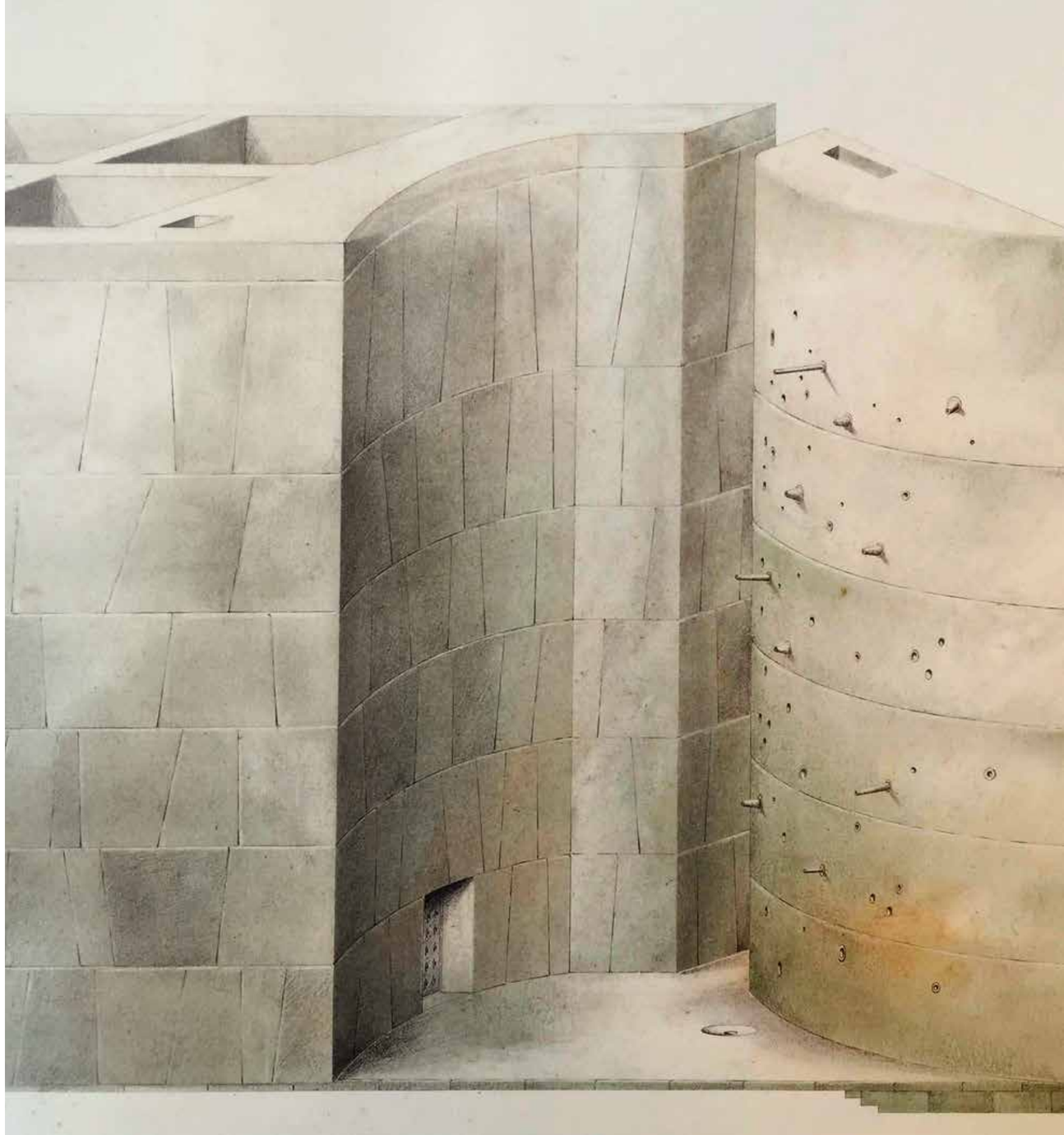
DEL LEGNO E DEL MOSTRARE
Da una conversazione con MARCO FERRERI
Architetto, designer

Object trouvé, memorabilia, idee in forma di libro, mostre in transito, oggetti delle meraviglie. Le matite e le posate, gli aeroplani le macchine volanti e le dime.

I materiali ci rassicurano e ci interrogano. Il legno è forse il primo con cui si confronta l'uomo – le piroghe, la casa sulle palafitte, il manico delle lance, l'amigdala scolpita legata con chissà cosa. Il legno è un archetipo e nella sua straordinaria evoluzione è un materiale molto tecnologico, con una memoria che si ritrova in tante tracce. La mia con Giorgetti è una bella storia di legno. Come le aziende brianzole del tempo, l'azienda era la persona che la guidava, il Carluccio con le sue meravigliose intuizioni, e come tutti gli straordinari cavalieri del mobile, con gli scatti tipici che potevano essere positivi, negativi ma forse erano nel manuale del buon industriale del legno. La sua intuizione straordinaria fu quella di coinvolgere progettisti come Scolari, Chi Wing Lo, Krier... in quel contesto vivace si collocano le mostre su oggetti molto semplici del quotidiano. Funzionava così: io andavo nei mercatini da piccoli collezionisti e acquistavo gli oggetti, nascevano raccolte molto belle che sono diventate dei classici, e librini non più editati ma ancora ricercati. Erano segnalibri, matite, posate – avevamo anche scritto a tutte le compagnie aeree che sono state ben felici di mandarci i loro set da viaggio. Era interessante il processo di raccolta, selezione e rappresentazione – editoriale ed espositiva – davvero molto avanti, molto contemporaneo. Gli allestimenti erano tutti componibili, fatti per viaggiare – oltre 150 itineranze – già cablati; venivano utilizzati i legni più adatti con una qualità esecutiva fantastica. Prevedere l'itineranza è un modo bello di considerare l'ambiente, nel senso che una cosa fatta bene – oltre a dimostrare la qualità intrinseca – può essere usata tante volte perché ha valore e rispetto nei confronti della vita e del mondo. Erano collezioni minori, cose che tutti hanno in casa, magari in un cassetto, un dispositivo per riconoscere quello che ci circonda, sollecitare un'attenzione, e far capire che una piccola operazione progettuale restituisce una visione del mondo, un'altra prospettiva. Il messaggio fu colto anche dai rivenditori Giorgetti, ci tenevano, erano orgogliosi di avere queste esposizioni. L'ultima mostra – quella sui meder, le dime che servivano per unire i pezzi tagliati sagomati e montati insieme che diventano mobile, sedia, divano – fu quasi un'installazione, con le dime in cartone e multi-strato appese a costruire un percorso, una grotta, sotto la moquette di lana bianca pelo lungo in Montenapoleone. Si sentiva l'odore di cantina, di umido, di legno, era un modo di tenere insieme la storia e gli odori per non dimenticarli. Queste iniziative di Giorgetti erano strane ma erano una visione del mondo, una declinazione della qualità e del pensiero, anche di personalità carismatiche come Scolari che ha potuto strutturare l'azienda con grande libertà. Lui e Carluccio si sono intesi e capiti, l'uno a proporre l'altro ad accettare, pochi art director hanno avuto le libertà di Scolari. Basta pensare a una sedia fantastica di Massimo Morozzi, una cosa che nessun'altra azienda della Brianza avrebbe mai fatto. Geniale e bellissima, una follia dal punto di vista costruttivo. Matrix anche il nome era avanti, ben prima del film. //

Chi Wing Lo, *One of the five fountains for Piraios, Athens*, watercolour, 1997. Work exhibited at the "Memory and Design" exhibition held at the Giorgetti showroom, Milan, 1999.

Chi Wing Lo, *One of the five fountains for Piraios, Athens*, acquerello, 1997. Opera esposta in occasione della mostra "Memoria e Progetto" tenutasi presso lo showroom Giorgetti, Milano, 1999.



REGESTO MOSTRE E CATALOGHI

Tutte le mostre hanno viaggiato in Italia e all'estero, presso centri di cultura e negozi che distribuiscono la collezione Giorgetti nel mondo.

Segnalibro, 1995

Mostra e catalogo (Corraini Editore) a cura di Marco Ferreri

"Con questo volume la Giorgetti inizia una serie di mostre e pubblicazioni dedicate agli oggetti d'uso che normalmente sono relegati nell'ambito delle 'arti minori'. [...] Oggetti d'uso quotidiano personale e per le varie attività professionali, per le 'arti e mestieri' appunto. Oggetti [...] che nella migliore adeguatezza alla loro funzione esprimono anche una tensione estetica, priva di inutili stilismi. In realtà quasi ogni fare umano necessita di strumenti, di piccoli attrezzi; essi sono presenti anche nella più eterea delle attività, la lettura. [...] Il segnalibro puntella le nostre interruzioni o le riflessioni, i nostri rinvii o i ripensamenti. Non sembri quindi strano questo interessamento da parte di chi produce mobili. La sedia e il tavolo sono gli oggetti di più comune produzione ma anche i più legati all'attività di studio e di lettura. Ma non solo. Il disegno dei mobili ha nella vera cultura il suo più sicuro fondamento; perché da essa scaturiscono le idee e in essa trova la sua adeguatezza ogni soluzione che non si ponga come effimero consumismo."

Da *Segnalibro*, Premessa, p. 7.

Matite, 1996

Mostra e catalogo (Corraini Editore) a cura di Marco Ferreri

"Con la mostra e il catalogo *Matite* continua il programma di promozione culturale per la valorizzazione delle 'arti minori' che abbiamo avviato nel 1995 con la mostra e il catalogo *Segnalibro*. [...] Gli esemplari selezionati per queste mostre si propongono di fornire un'informazione accurata a chi li apprezza in quanto oggetti connotati da una creatività estetica e funzionale che li avvicina al design contemporaneo, settore nel quale si esplica l'attività della Giorgetti. È anche un modo per esprimere apprezzamento nei confronti dei numerosi collezionisti e offrire loro l'opportunità di far conoscere i tesori delle proprie ricchezze a un pubblico più vasto, formato da neofiti sensibili alla bellezza di oggetti d'uso quasi sempre realizzati con straordinaria perizia."

Da *Matite*, Premessa, p. 7.

Posate, 1997

Mostra e catalogo (Corraini Editore) a cura di Marco Ferreri

"Posate è la terza mostra che la Giorgetti promuove nell'ambito del suo programma istituzionale a carattere culturale. Si aggiunge a *Segnalibro* e *Matite*. [...] In rapporto alla loro funzione questi strumenti dovrebbero essere racchiusi in forme simili, mentre *il disegno* li differenzia sorprendentemente grazie alla creatività, alla poetica e alla perizia di chi li progetta e realizza. Una filosofia a cui si ispira la Giorgetti mantenendo la progettazione entro i binari di una ricerca autenticamente innovativa che si realizza in mobili apprezzati in tutto il mondo."

Da *Posate*, Premessa, p. 7.

1898/1998. Centenario, 1998

Mostra e catalogo (Giorgetti) a cura di Massimo Scolari

"Cento anni fa Luigi Giorgetti fondava a Meda questa azienda che da allora è sempre stata guidata dai suoi diretti discendenti. Noi siamo particolarmente orgogliosi di essere gli eredi di una famiglia legata a quella straordinaria e secolare tradizione ebanistica nata in Brianza tanto tempo fa, perché proprio grazie a questa tradizione si sono rese disponibili tecniche e saperi che [...] hanno permesso la realizzazione dei più famosi contributi alla storia del mobile italiano. [...] Ma vogliamo comunque lasciare una testimonianza [...] che dedichiamo a tutti coloro che hanno lavorato con noi, nel passato e nel presente, nei momenti tristi e in quelli felici."

Da *1898/1998. Centenario*, Premessa, p. 5.

Memoria e progetto, 1999

Mostra e catalogo (Giorgetti) a cura di Massimo Scolari

"Siamo particolarmente contenti che Léon Krier, Chi Wing Lo e Massimo Scolari abbiano accettato di esporre le loro "opere pittoriche" in questa occasione. Non solo per il tema che ci propongono, ma anche perché in questa circostanza noi desideriamo sottolineare l'interesse della nostra azienda per quelle valenze artistiche che Krier, Lo e Scolari hanno saputo portare così felicemente nella progettazione dei mobili."

Da *Memoria e progetto*, Premessa, p. 5.

Le macchine volanti di Corradino D'Ascanio, 1999

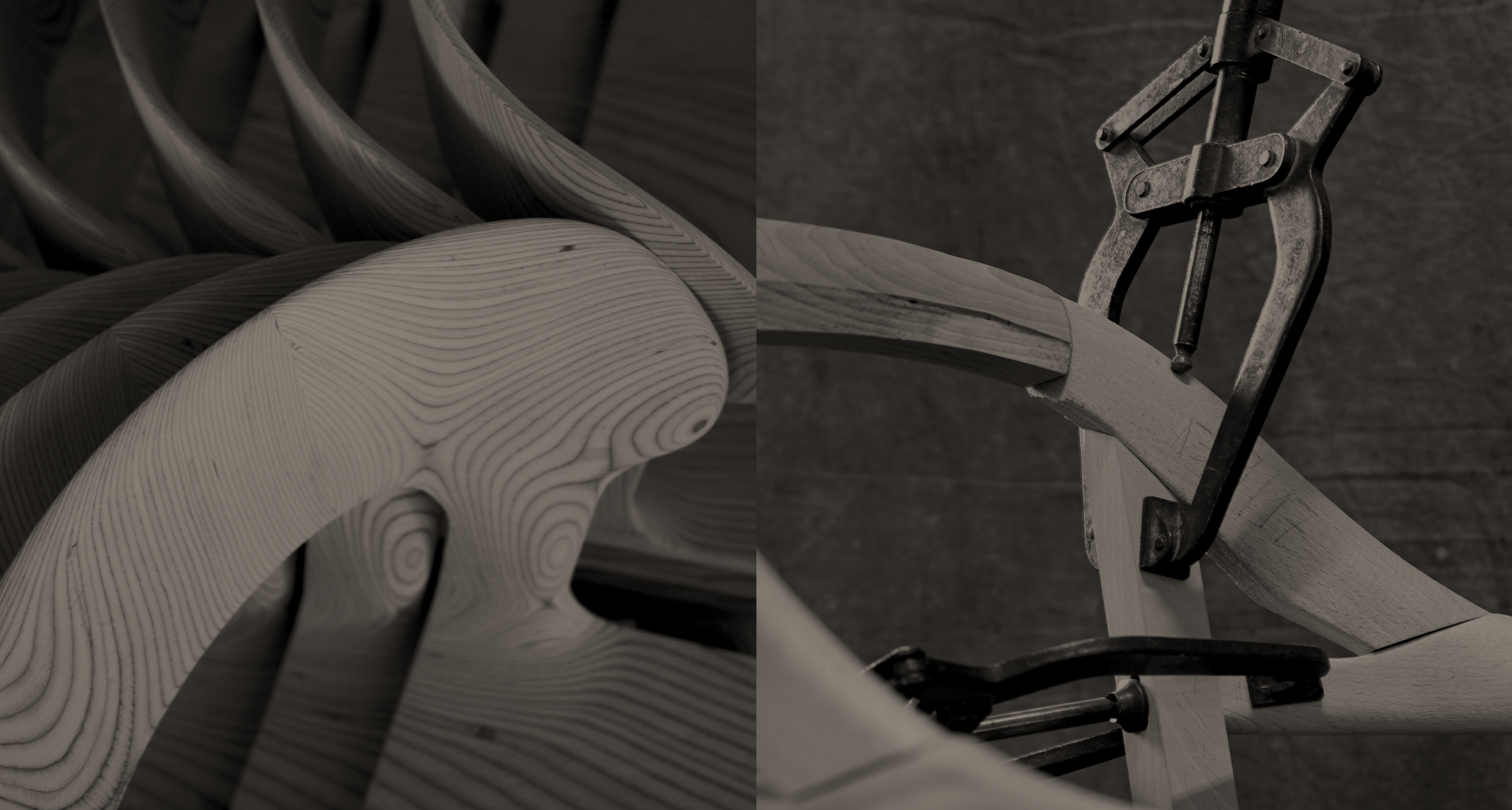
Mostra e catalogo (Electa/Giorgetti) a cura di Alberto Bassi e Marco Mulazzani. Ideazione di Massimo Scolari

"La mostra si inserisce in un programma denominato *Mostre Giorgetti* iniziato con delle esposizioni di oggetti d'uso di piccole dimensioni come segnalibri, posate e matite. Queste mostre hanno avvicinato il grande pubblico a una cultura materiale trascurata, ma non certo priva di originalità. A partire dal 1999 questo programma porta il livello della proposta espositiva ad un maggior approfondimento storico-scientifico e individua il campo di indagine in un settore [...] l'invenzione tecnica nel campo del disegno per l'industria. Proporre l'operato degli inventori significa riportare il design a confrontarsi con standard elevati e a stabilire una distanza critica con la ripetitività commerciale di molti oggetti contemporanei; ma nello stesso tempo significa anche restituire alle ragioni del design il contegno della verità: l'invenzione."

Da *Le macchine volanti di Corradino D'Ascanio*, Premessa, p. 5.

6

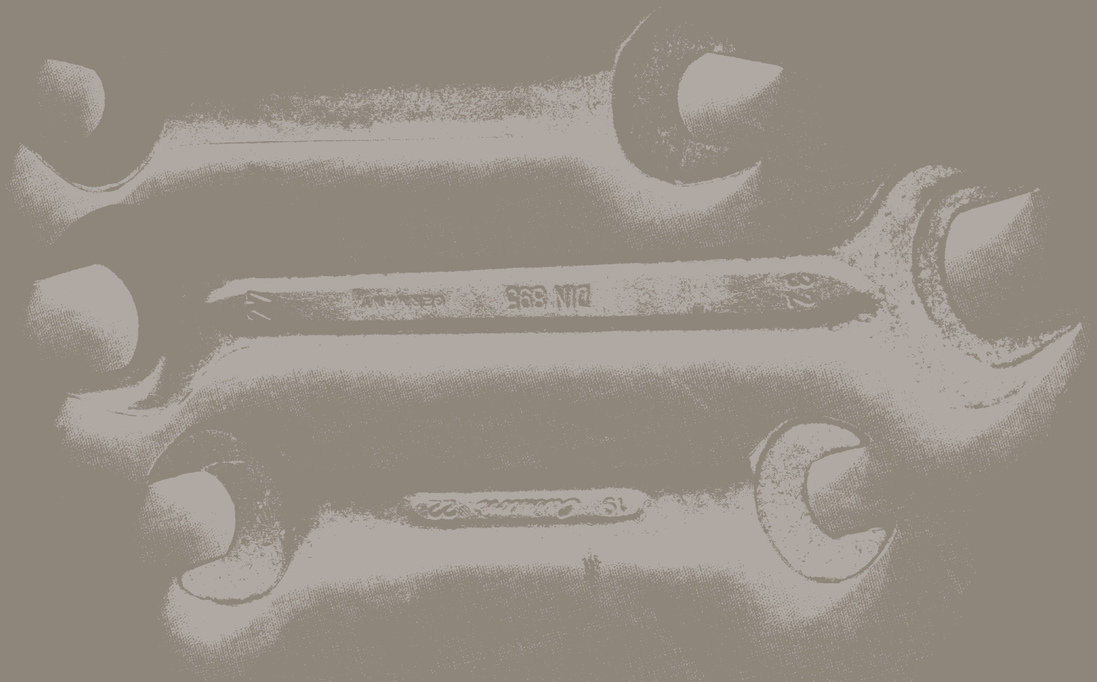
Form and function. Quality, passion, detail



PROTOTYPE

Today we are obsessed with truth. What interests us, however, from the point of view of significance, is not true or false, but right or wrong. This is why it is so important that errors are corrected. Since, if we start from the point of view of right or wrong, we understand how, when teaching, the real maestro is one who teaches where there are errors, not where there is true or false. The Americans, for example, say *right or wrong* rather than *true or false*. Hence the decisive role of the narrative in the activity and also what I call the example. In research disciplines, and also in creating objects, it is very important to have models and use them creatively. I think teaching about models and prototypes is very important. It enables us to differentiate between fixed teaching, between those who say: "This is the model you need to follow", and those who say instead: "This is the model and, starting with this, can you see how it can be improved". In teaching there are those who demand and sanction the exact model and those who, instead, offer models – think of improvised jazz – the opportunity to create different options. //

PAOLO FABBRI



IMPRESSIVE JOINTS

Interview with MASSIMO SCOLARI

How did your relationship with Giorgetti begin?
By chance. I had been invited by Mario Bellini to create an installation for "Progetto Domestico" at the Triennale in 1986. I had a close relationship with Giorgetti when I did my Arca di Noè completely in wood, and a few years later he asked me to work with his company. I was teaching at Harvard and had no experience in design, so at first I said no. Then Giorgetti convinced me – so much so that the first pieces were classic, almost Biedermeier and Impero-like. Later, my contact with extraordinary employees who taught me so much was my training as a designer.

Which pieces are you most fond of?
From the more than 50 that I designed over a 25-year period, I would say the Zeno and Erasmo desks, and the Spring armchair. For the design concept, technical innovation and creative flair, outside of commissions.

What qualities set Giorgetti apart?
Their extraordinary technical expertise with wood – in the joints, always impressive – but also innovation in connection with other materials such as brass, steel, bronze, plastic, glass... With remarkable willingness and diligence in respect of exceptionally difficult designs, such as Spring.

Why was Spring so technically challenging?
The Spring chair is all wood, with a concealed mechanism that enables it to flex. It's absolutely amazing. The seat appears completely rigid but can move and the backrest tilts, adjusting to the angle of your posture. It wasn't easy to create a spring system concealed in a wooden box to enable this movement.

How has woodworking changed?
New lines and materials other than wood were introduced starting in 1989, significant also in terms of conferring modernity to a piece. Wood tends to have a traditional appearance but, in general, the item, whatever the material, should stand the test of time as well as fashion, and reconnect to traditional Italian cabinet-making designs. A kind of *slow design* linked to innovative ideas, with a combination of materials, where innovation also lies in the dialogue between diverse things.

How has your career developed?
I have created objects which are considered art, and I owe everything to painting which led to me exhibiting all over the world. That led to design, installations and teaching. I have always combined the theoretical aspect – important for a designer or an architect – with design without ever going into the profession. With regard to design, I was particularly interested in translating ideas simply into furniture and objects.

What is the correlation between a drawing and a piece?
There is a place where ideas can constantly be explored, and that is the drawing board. No other system transfers an idea so directly onto a tangible medium as the pencil. It just isn't the same using a computer.

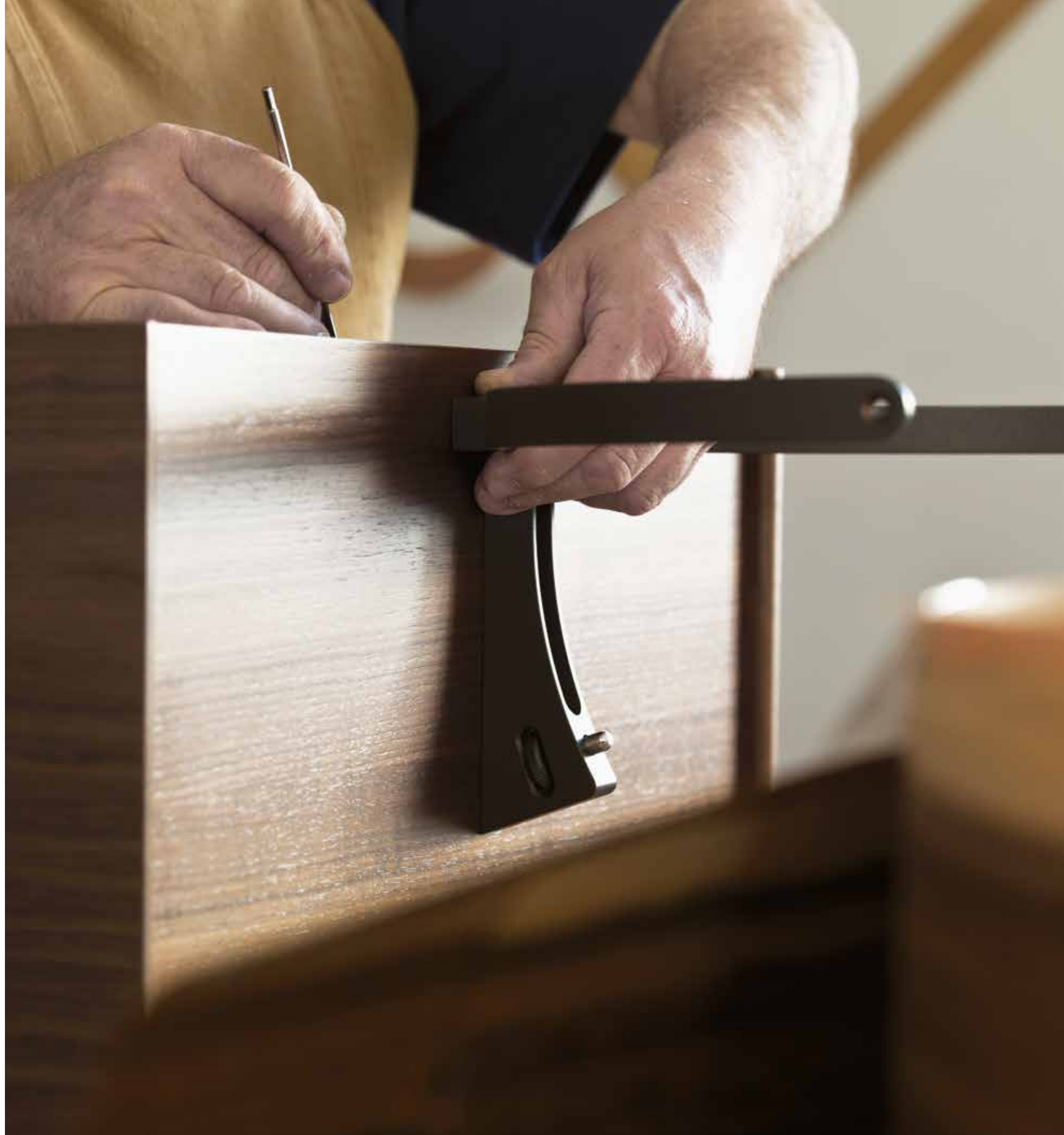
How do you link an idea, form and technology?
Technology is important in defining form, but the crux is figurative research, the ability to reproduce it which is also a way of comprehending it. This has been lacking in architectural faculties for the last 30 years and has caused a crisis in training Italian architects, unlike the Architectural Association in London which has always favoured figurative experimentation. The critical mass that produces the object or design must necessarily come from familiarity and the ability to explore figurative fields to the point of creating a consistent poetic faculty that produces architecture, poetry, narrative literature and painting.

Why did you decide to involve Léon Krier and Chi Wing Lo?
Léon Krier, then architect to the Prince of Wales, and Chi Wing Lo, my student and assistant at Harvard, were both quite talented at constructing original, authentic and even ethical figurative foundations. This principle, originating from design, is fundamental; objects cannot be made without an idea or a real need.

How do you perceive this quality?
Compared to architecture, objects are distinctive. They embrace the body, engendering physical contact. Why is Danish design interesting? Because its origin is joinery, cabinet-making based on anthropometry. Some architects think you can sit on an architectural model. That's not so.

Assembly process, Oro furniture (designed by Chi Wing Lo, 2012). Manufacturing Department.

Fase di montaggio, mobile Oro (design Chi Wing Lo, 2012). Reparto produttivo.



What is your relationship with your clients like?
Communicating with the client is always difficult, especially if backgrounds and personal histories differ. I came from the university... I spoke about this once with Vico Magistretti, and he told me: "You know, the important thing is to sit down at a table, talk to the head of the prototype department, the salesman, the president, the head of the administration office... just talk, talk and talk some more. Incorporate their ideas, bring them in on the project without spoiling it, and understand their needs." He was right. You have to uphold your own ideas but you must understand that there is another rationale beyond the pure idea and poetic licence. Learning to put the world of art, figuration and poetry in relation to practical production and sales issues is part of the school of life. As happened with the Renaissance painters. The other party's demands and difficulties are springboards for creative, original solutions. //

Massimo Scolari graduated in Architecture from the Politecnico di Milano in 1969. He began designing furniture for Giorgetti in 1989. He has held the role of Visiting Professor at several overseas universities, and his work has been exhibited in Europe, Japan, Russia and the USA. He currently lives in Venice, Italy.

IF YOU DESIGN A CHAIR, YOU MEET THE WORLD

Interview with CHI WING LO

Your approach to design: process or product?
Design is an accumulating process meaning that time is very important. We develop one piece of furniture, then another which complements the first, and then a third which complements the first and second, and builds on what came before. Therefore, the collection develops over time with a kind of uniqueness, continuity and consistency. That's what is really unique about Giorgetti.

How and when did your collaboration with Giorgetti begin?
It goes back 25 or 26 years. I'm an architect, designer, sculptor and I also create small pieces. I studied at Harvard and have now lived in Europe for some time. One day, in 1993, my teacher called me and asked if I had ever thought about designing furniture. I replied that I had never done so and wouldn't know where to start. "No problem, you are exactly what we are looking for" he said, and that was my introduction to Giorgetti. The collaboration has continued since then.

Which pieces are you most fond of?
I have designed 43 or 44 collections for Giorgetti, and each one comprises many pieces, so I have created perhaps 100 or 200 over the last 26 years. Some are important because of their significance, such as the Oli system. When I was designing Oli, my wife said "Who's going to buy all these parts? It is so different." Since its launch in 1995 Oli has never gone out of production and is still selling well today, some pieces are made every day. I think it all started from an idea of permanence, timelessness, a piece of furniture which can last one year or 20 years is rather encouraging. And then there is the Eon sideboard and Lia chest of drawers. I am trying to pinpoint what they mean to me, what the trend was, the main current, their identity.

What happens in the creative process?
With each step I move a step forward, there are no shortcuts. Good work takes time, energy, imagination, faith, trust, persistence and a commitment to finding joy and happiness in doing it. The work I have done for Giorgetti has that kind of love and pleasure towards furniture that becomes part of us, which goes beyond architecture, interior design and sculpture. A piece you can touch sustains you. It becomes a place of mediation between the designer and the person. It has a human quality.

Why is Giorgetti unique?
The tradition of working with wood. There is generosity, expertise and conviction in the company's long tradition. There is a long working heritage which creates progress and gives the idea of valuing design. Giorgetti believes in this kind of innovation to move forward. But its absolutely unique aspect right from the beginning – the 70s and 80s – was not to follow trends but to create product identity and a relationship with designers. Giorgetti built on this unique direction in Italian design, which means being consistent without repeating yourself.

How are these experiences interlaced with your professional career?
After I stopped teaching in America, I moved to Europe. I was looking for a different kind of cultural and historical context. The different scale offers stimulus and possibilities. When you design a building you meet the client, engineers maybe, but if you design a chair, you will meet everyone in the world. Designing furniture allows you to expose yourself and meet many people who want to see what you are capable of and put you to the test. This has helped me design everything now, architecture, interiors, furniture, objects, sculpture. Now it's all coming together, my work is compact with an underlying clarity in the design.

How would you describe your profession?
Design is all about love – love for humanity and everything around you. All art has that element, otherwise I don't know what it is for. Designing is communicating a message to the rest of the world. It is a common language.
Design is not totally artistic because it has a function. It helps you to live better, more comfortably and to feel at ease with yourself and others. I think that this has to be out of love, out of humanity, or you don't do it.

What challenges does design pose?
In Italy, design is part of the creative process where the piece goes through a lot of tests in different aspects – technical, safety, function, marketing, price, technologies, ecology.
All kinds of aspects need to come together but the design requires something more, something very fundamental. First and foremost a chair is part of the space. It should be comfortable, in relation to body dimensions. It should make you feel dignified and not diminish your status.
For me, I think design is very demanding in that aspect. Design has a great responsibility to the public, rather than being subjective. It should help people to live better, to live more comfortably. //

Chi Wing Lo received his Degree in Architecture from Harvard University. Since 1995 his furniture designs have helped to shape the direction of Giorgetti. He served as a Visiting Critic in different universities abroad. He's integrating architecture, interior and furniture design for worldwide projects.

FINE JEWELLERY

Interview with CARLO COLOMBO

How would you describe Italian design?
Design, food and fashion, in other words, the Italy admired throughout the world is the legacy that has been ours for centuries. Italian style is in the minds and thoughts of those designers who, in the way they work, convey the heritage, details, materials, coalescence and, above all, the uniqueness you dream of, and which makes all the difference.

How did you discover Giorgetti?
It was a remarkable meeting. It was at a conference in Kuala Lumpur, Malaysia which Carlo Giorgetti also attended. Our paths crossed but we went our separate ways. Then we met again in Italy and the idea of collaborating sprang from there. At the beginning I didn't feel ready. I couldn't see any connection but when we met again I accepted the challenge and wanted to contribute to the company's DNA. The collaboration came about first and foremost because of the human connection, because Carlo Giorgetti is an extraordinary person. Four years on, the catalogue features at least 30 different pieces – sofas, tables, chairs, armchairs, accessories, beds – products that mark, I believe, a turning point aimed at a younger, more contemporary market presence, whilst remaining true to Giorgetti style. As a designer, being able to present your own image while respecting the company's identity is the greatest thing.

What is the defining ethos?
Artisan craftsmanship, the materials, being passionate about the work and the design element of the piece are the things that together create a forever piece. I come from an artisan family and grew up among wood shavings. So, my relationship with Giorgetti is very straightforward, compared to those companies which manufacture more standardised products. We start with the design, a hand-drawn sketch and from this move on to technical drawings and the prototype. The fantastic Research Centre means young people are ready to accept advice and impossible challenges. You never hear the word "no". You can attempt something and work on it to find a solution. The pieces in the catalogue, even after many years, are always current because they are signature pieces, developed by four hands, the designer's and the company's.

Previous page: **rough planks stacked under the large, well-ventilated covered areas. Planks are naturally seasoned in this area, for a period of time varying between six months and one year.** ***Opposite:*** **wood planks marked out by hand. Sawmill.**

Pagina precedente: tavole grezze accatastate sotto grandi portici areati. Qui le tavole subiscono un primo processo di stagionatura naturale, per un periodo variabile da sei mesi a un anno. *A fianco:* tavole di legno segnate a mano. Reparto segheria.

What are your favourite pieces?
From the 30 designs, definitely the first ones, the first collection – the bed and the Vittoria sofa collection, where leather and fabric take on soft, sinuous, elegant shapes. The Town project that was created in two seconds flat, with flexible volumes which adapt to different functions, and, finally, Drive, a new generation, padded sofa, with well-defined pieces.

What does it mean to work with "noble" materials – wood, leather, fabric?
It is like experimenting with fine jewellery! With noble, elegant and sophisticated materials, you can free the imagination even while respecting the exacting nature of a formal piece. In this phase of reviving tradition, designing for the Giorgetti brand offers all those passionate about details and materials, a whole range of fundamental elements to convey values and sophisticated elegance.

How is the role of the architect changing?
A globalised, interconnected world has changed the architect's role and work – which is more dynamic, less sedentary, more versatile and flexible. I decided to be an architect because I've always been passionate about beauty. Elegance and sophistication intrigue me. So I enrolled at the Institute of Art, then studied architecture, after which I realised I wanted to be a designer too.

How important is it to collaborate with a company such as Giorgetti?
Collaborations shape us and determine our destiny. They confirm our intuitions and foresight. I am passionate about the work. Otherwise if you weren't, where would the energy come from to advance, create, draw, travel, understand or discover? And to listen, a priceless trait for a designer or architect. This also obliges us to compare the talent and creativity the world offers. Then we experience the humility that brings growth, awareness and strength, and reminds us that learning is an endless, continuing process. //

Carlo Colombo graduated in Architecture from the Politecnico di Milano in 1993. In addition to designing furnishings, he also works in strategy and marketing. Today, his studio is involved in large-scale designs all over the world.

FEELING AT HOME

Interview with ROBERTO LAZZERONI

You studied and lived in Florence in the 60s and 70s when the Italian Radical Design movement sprang up. How has that experience affected your work as a designer?
In my profession and also my life, because I cannot distinguish between the two, there has been seriousness and intellectual honesty, in a world mostly directed towards consumption and profit. I always try to establish a close relationship and involvement with companies. When I come here, to Giorgetti, I feel at home. I have a great working relationship with the guys in the technical department, and also great interaction. We are on a par, everyone has to give their opinion. This attitude goes back to the purity of that period, and to how we wanted to be. There is always that reference, involuntary, but somehow part of how I work which transpires in my projects. I call it sentimental design, something which references the sentiment, let's say a reminder.

How did your collaboration with Giorgetti begin?
I have known Giorgetti for many years but had never worked with them. Then, I did a very important project for a Chinese client, an interior design, where there was also an executive office. We thought that Giorgetti would be just the right company to make it happen, and everything started from there. It was the summer of 2013. The following year I designed some new pieces for them that we presented at Salone del Mobile. It worked very well, because I was convinced that the company and I somehow were as one, a part of me.

Why did you choose this company?
Giorgetti is a significant driving force within the industry. It has the extraordinary craftsmanship to work with all materials, but above all wood, my preferred material. We found each other and became like brothers – as one. My family had a company that produced classic furniture. When I come to Meda it takes me back to my boyhood again.

Shoehorn prototype process, Oro furniture (designed by Chi Wing Lo, 2012). Prototype department.

Fase di prototipazione calzascarpe, mobile Oro (design Chi Wing Lo, 2012). Reparto prototipi.

Polishing process, leg and top of the Erasmo desk (designed by Massimo Scolari, 2009). Manufacturing Department.

Fase di lucidatura, raccordo gamba-piano della scrivania Erasmo (design Massimo Scolari, 2009). Reparto produttivo.

Do the pieces you design evoke the ambience of the 50s?
My items have an empathy, they are part of your world, they take you back. There is an affinity with them; they are made to be touched, looked at, but also touched. This is possible due to the wood – if they were made of steel it would be much more difficult. The Ibla chair is one of the pieces I am most fond of. Made in exceedingly light sections of solid wood, with the sinuous shapes supporting the seat. This clearly references the 50s, but reimagined in a completely current design. The Memos table, is the chair's little brother because it was designed as a companion piece. The chair is light and feminine, and the table is robust and masculine. Gordon, the first project for Giorgetti, brought together a series of "signs" that define the company's philosophy. //

Roberto Lazzeroni studied Art and Architecture in Florence. He considers interior design a fundamental discipline in the approach to product design. Currently, he is working on a number of fronts, art direction, interior and contract design.

IMMEDIATE FIT

Interview with LUDOVICA + ROBERTO PALOMBA

How did your relationship with Giorgetti begin?

Roberto It was an immediate fit, we got on really, really well right from the beginning. Giorgetti was looking for new people to widen the scope of the brand. Coincidentally, we started from there... and recognised a kindred spirit.

Ludovica Let's say, it was natural affinity? You are in a certain situation and you feel at home with the people, context, technicians. It is a cohesive and motivated company. When there is empathy, projects with more depth are created.

What are you working on at the moment?

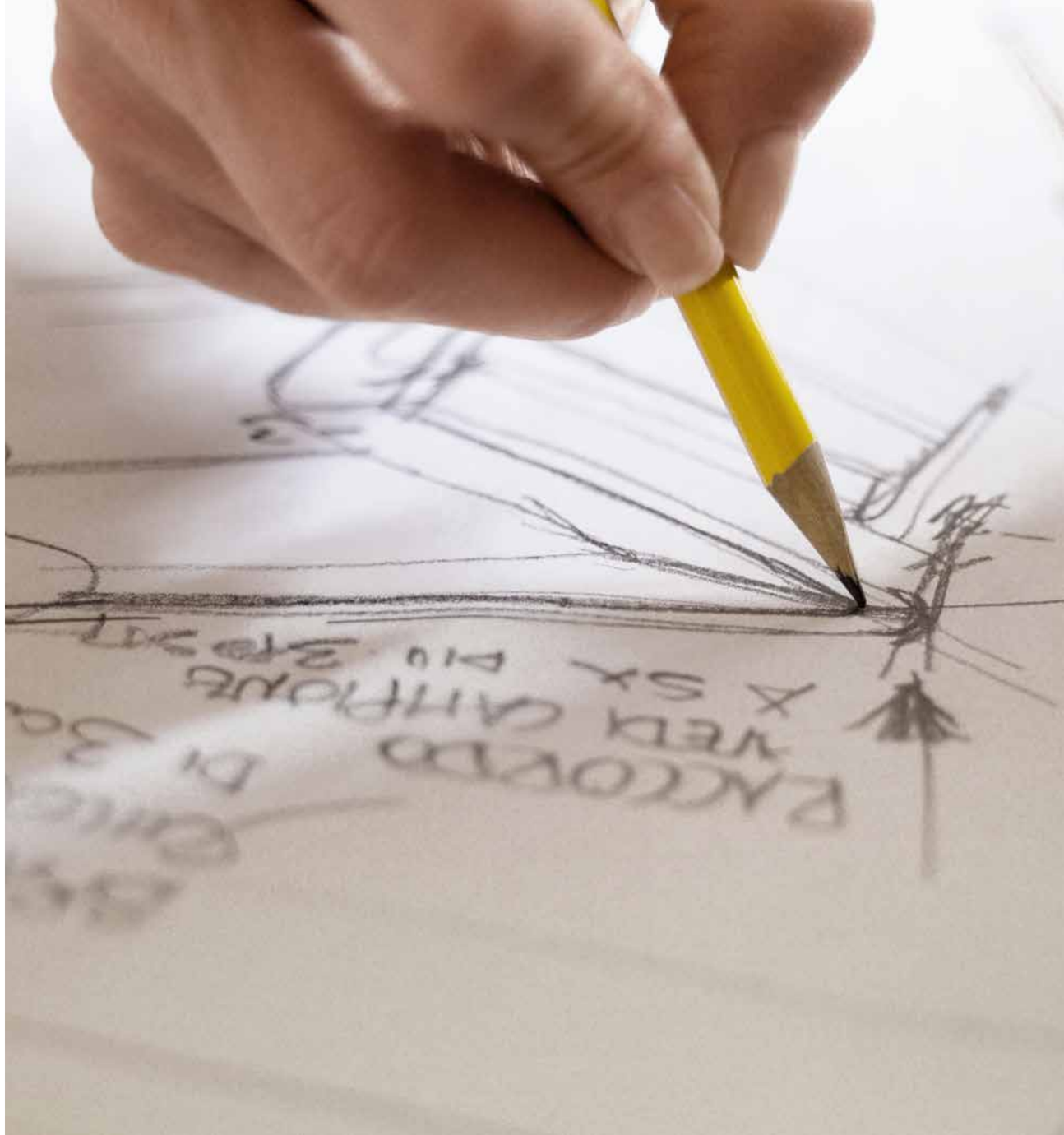
Roberto Very different yet very similar pieces. The most important project is the Apsara outdoor collection. Designed in one way and developed in a completely different one. It's great when a potential project in your head becomes a reality. Behind Giorgetti is a craftsmanship attitude towards a project, the artisan aspect. We were looking for driftwood almost, smoothed by the sea and sand. We wanted to include romantic elements, with a sensuality and flexibility that only a company like this is able to achieve. Then there is a small armchair and collection of poufs plus small tables that fit together, a series of cuttlefish bones, redolent of the sea.

Ludovica The company has sensitivity and respect for the dreams and vision of others, and makes themselves available to create the collection. The results are self-evident, distinct products, beautiful, sensual materials. Fantastic results.

Why the outdoors at this particular time?

Roberto Developing into new markets where the outdoors is very important. Many designers have started to do architectural projects and they need products for these projects. A virtuous circle that has both generated and developed the sector.

Ludovica Outdoors is a space for living, like a dress we live in, a house we inhabit, an exterior, a chair, a ski slope. There are no limits, markets exist. When a person has imagination, a market opens up and suddenly a new way of living is discovered. Everywhere is inhabited, colonized, we have taken over this planet, so we should at least try to do it in the kindest possible way.



Bonding a chair back with the aid of clamps, Spring armchair (designed by Massimo Scolari, 1992). Manufacturing Department.

Fase di incollaggio con l'aiuto di morsetti, schienale della poltroncina Spring (design Massimo Scolari, 1992). Reparto produttivo.

What makes Giorgetti unique today?

Roberto Definitely the people. We were impressed by the people. The company is committed to quality – in relationships, product development, respecting ideas, and has the ability to make the design in every sense, from marketing to the smallest detail. Everything is aimed at creating quality. At Giorgetti you feel part of something. Hard work but scarcely any pressure, which promotes unrestrained, spontaneous creativity.

Ludovica Absolute quality in respect of creativity, technical aspects, marketing, and the products. There is also the pleasure of working, enjoying what you do, something that should never be taken for granted. Then there is its unique vision, the decision to operate in markets where others do not – a high-end specific market, with a certain kind of discernment.

What did you bring to the company?

Roberto An eagerness not limited to a shape or style, and the freedom to express ourselves. We brought ourselves. We were eager to become involved, try different fabrics, move things forward; we did it personally and physically. That is possible here, and it's very rare.

Ludovica Our enthusiasm, which is obvious in the designs, in dynamic, sensual products. This entire perspective is evident in the products. We brought the way we design, simplification and subtraction, a concept of less is more, aimed at only what is essential.

Why did you choose this type of work?

Ludovica Creativity is expressed in many different ways. In addition to designing, I write poetry and he paints wonderfully.

Roberto I wanted to do something that was to do with making. At university, studying architecture, one day I went into the wrong classroom and there was a man talking about his design, it was Vico Magistretti and he was talking about the Selene chair. I was fascinated and I knew then what I really wanted to do. We are architects before designers, we need space.

What was the first project you did together?

Roberto Glass vases. Our first day at work was in Murano. It was winter, the water bus was empty, a mist hung over the lagoon at dawn. It seemed like a Piranesi etching. We started in a kiln next to a bakery that was churning out bread. We looked at each other and said: "Will it always be like this?" When you are young, and see your prototype for the first time, it's unforgettable. It is so emotional that I couldn't imagine doing anything else.

Ludovica That first day we made a very simple piece, a cylindrical vase with clean lines, the first project which embodied subtraction. We didn't know it then, but our path was mapped out. It's incredible how you're true to yourself from the start. You're not sure but you'll understand in the future, if you're given the chance to express yourself.

What is it like working together as a couple?

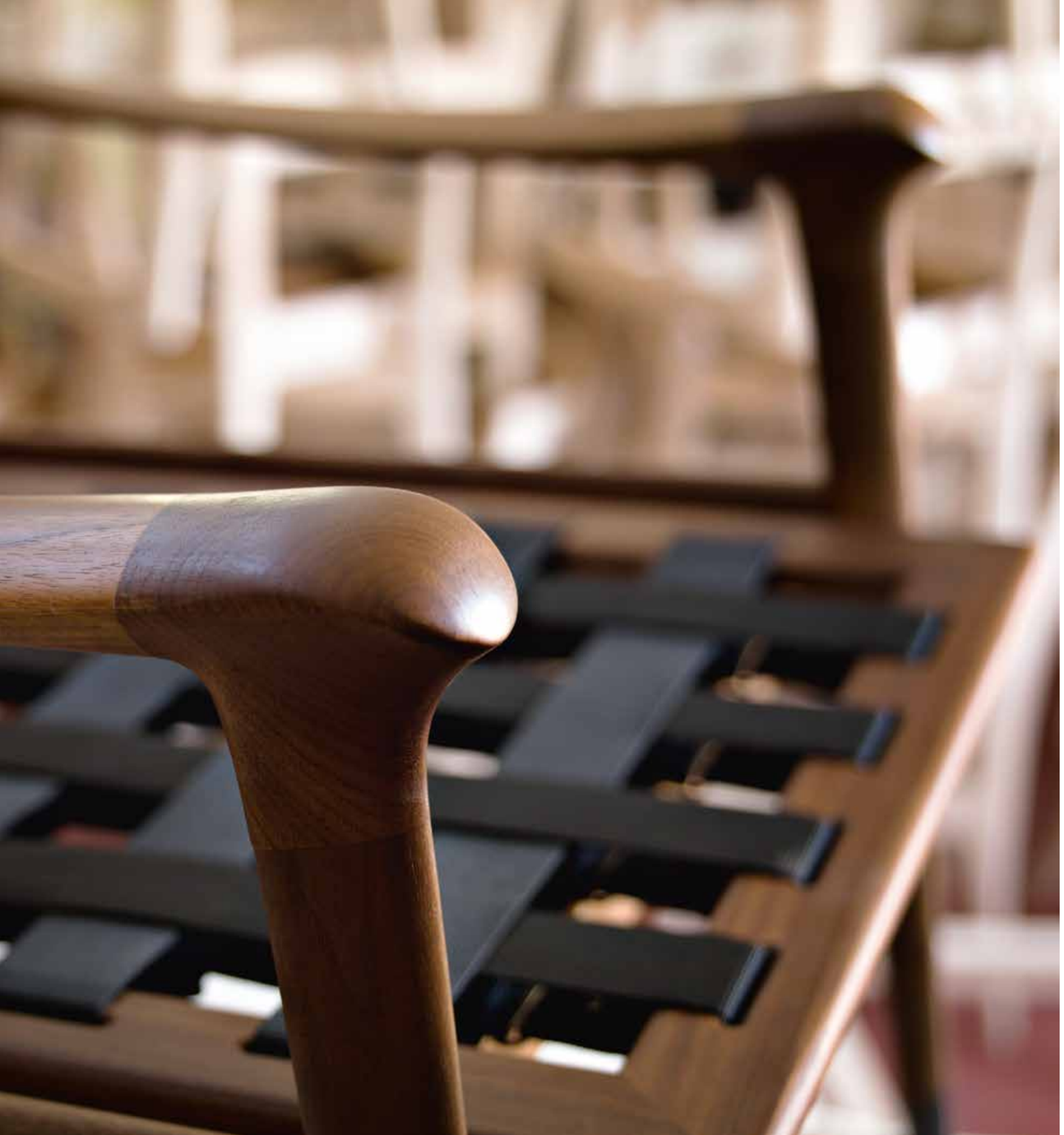
Ludovica Constant creativity helps our relationship to evolve in a different way every day. We are both very enthusiastic. When we smoked, we had a coffee ritual every evening. We used to sit in the kitchen – the only place we were allowed to smoke – with huge mugs of American coffee and smoke like two reprobates. Just talking, that was where it took off. Many things started out in that smoky kitchen.

Roberto The problem is that when an idea you were searching for comes and you can't share it, maybe for practical or logistical reasons, you feel you must share it and get really impatient. I need to speak to you right now... yes, those times create the greatest friction. //

Ludovica + Roberto Palomba, architects, living and working in Milan. They founded Palomba Serafini Associati in 1994. They design architecture and design exhibitions worldwide.

Upholstering a chair with leather. Manufacturing Department. *Following page:* Denny chair (designed by Laura Silvestrini, 2011) (detail).

Fase di rivestimento in pelle di una seduta. Reparto produttivo. *Pagina successiva:* poltrona Denny (design Laura Silvestrini, 2011) (dettaglio).



6

Forma e funzione. Qualità, passione, dettagli

PROTOTIPO
di PAOLO FABBRI

Oggi siamo ossessionati dal problema della verità. Quello che interessa, invece, da un punto di vista della significazione, non è il vero e il falso, ma l'esatto o lo sbagliato. Ecco perché è così importante che ci sia correzione dell'errore. Perché, se si parte dal punto di vista dell'esatto e dello sbagliato, si capisce come, nell'insegnamento delle pratiche, il vero maestro è colui che insegna dove ci sono degli errori, non dove c'è il vero o il falso. Gli americani, per esempio, dicono *right or wrong*, non dicono *true or false*. Di qui il ruolo decisivo del racconto nelle azioni, e anche di quello che io chiamo l'esempio. Nelle discipline di ricerca, ma anche nelle attività creative degli oggetti, è molto importante avere modelli e applicarli in modo creativo. L'insegnamento per modelli, o per prototipi, mi sembra molto importante. Ci consente di fare una distinzione interessante tra l'insegnamento fisso, tra chi dice: "Questo è il modello da eseguire", e chi dice, invece: "Questo è il modello, e a partire da lì, vedi come puoi realizzarlo nel modo migliore". Nell'insegnamento ci sono coloro che richiedono e sanzionano una corrispondenza al modello, e coloro che, invece, offrono modelli – pensiamo al free jazz – e possibilità di realizzazioni diverse. //

INCASTRI SORPRENDENTI
Intervista a MASSIMO SCOLARI

Come nasce il rapporto con Giorgetti?
Casualmente, nel 1986 ero stato invitato da Mario Bellini a realizzare un'installazione per "Progetto Domestico" alla Triennale. Per la mia Arca di Noè tutta di legno si era creata una relazione stretta con Giorgetti che qualche anno dopo mi chiese di collaborare con la sua azienda. Io insegnavo ad Harvard e non avevo nessun tipo di competenza sul design per cui all'inizio dissi di no, ma poi Giorgetti mi convinse, tanto che le prime cose avevano uno stile classico, quasi Biedermeier e Impero. In seguito, dal contatto con maestranze straordinarie, da cui ho imparato moltissimo, è avvenuta la mia formazione di designer.

A quali oggetti è più legato?
Tra gli oltre 50 che ho disegnato nell'arco di 25 anni direi lo scrittoio Zeno, la poltroncina Spring e la scrivania Erasmo. Per l'idea del designer e l'innovazione tecnica e la capacità di realizzazione, al di là dei brevetti.

Quali sono i caratteri distintivi di Giorgetti?
La straordinaria capacità tecnica di lavorare il legno – negli incastri, qualcosa di sorprendente – ma anche di accettare innovazioni legate ad altri materiali come ottone, acciaio, bronzo, plastica, vetro... Con la grande disponibilità e attenzione per realizzazioni difficilissime, come la Spring.

Qual è la sfida tecnica della Spring?
È una sedia totalmente in legno con un meccanismo nascosto che permette di molleggiarla – una cosa impensabile, una seggiola che sembra assolutamente rigida e invece può spostare e ruotare il poggiaschiena per adattarsi all'inclinazione della postura. Realizzare un sistema di molle coperto da una scatola di legno che permettesse questo movimento non è stato facile.

Com'è cambiata la lavorazione del legno?
A partire dal 1989 sono state introdotte nuove linee e materiali oltre al legno, importanti anche per connotare la modernità di un pezzo. Il legno tende ad apparire come un oggetto tradizionale ma in generale l'oggetto, quale che sia il materiale, dovrebbe reggere nel tempo oltre la moda, per riconnettersi alla tradizione ebanistica del design italiano. Una sorta di *slow design* legato a idee innovative, con accostamento di materiali, dove la novità sta anche nel dialogo tra cose distanti.

Come ha sviluppato la sua professione?
Ho realizzato oggetti considerati arte, e devo tutto all'attività pittorica che mi ha portato a fare mostre un po' in tutto il mondo: da lì hanno avuto origine il design, le installazioni e l'insegnamento. Ho sempre mischiato l'aspetto teorico – importante per un designer o un architetto – con la progettazione senza tuttavia entrare mai nella professione. Del design mi ha interessato la traduzione delle idee solo disegnate in mobili e oggetti.

Qual è lo scambio tra il disegno e l'oggetto?
Esiste un luogo dove le idee possono essere continuamente esplorate che è il foglio da disegno, ed esiste la matita che trasferisce un'idea direttamente su un supporto materiale. Non esiste nessun altro sistema. Col computer non è la stessa cosa.

Come si legano idea forma e tecnica?
Le tecniche sono importanti nella definizione della forma, però il nucleo fondamentale è la ricerca figurativa, la capacità di riprodurre la realtà che è anche un modo di conoscerla. La massa critica

che produce l'oggetto o il progetto deve venire per forza da una frequentazione e una capacità di esplorare i campi figurativi, fino a creare una poetica consistente che produce l'architettura, la poesia, la narrativa, la pittura.

Come decise di coinvolgere Léon Krier e Chi Wing Lo?
Léon Krier – allora architetto del Principe di Galles – e Chi Wing Lo – mio allievo e assistente ad Harvard – avevano la grande capacità di costruire un nucleo figurativo originale, autentico, e anche etico. Questa forma di verità che nasce dal disegno era fondamentale, non si possono fare oggetti senza un'idea o una vera necessità.

Come si percepisce questa qualità?
Gli oggetti hanno una particolarità rispetto all'architettura, accolgono il corpo, prevedono il contatto fisico. Perché il design danese è interessante? Perché la sua origine è la falegnameria, l'ebanisteria che ha studiato l'antropometria. Certi architetti pensano che ci si possa sedere su un modellino di architettura. Non è così.

Che rapporto ha con la committenza?
Il dialogo con il committente è sempre difficile, specialmente se le provenienze e le storie personali sono diverse, io venivo dall'università... Di questo una volta parlai con Vico Magistretti, lui mi disse: "Sai, la cosa importante è sedersi a un tavolo, parlare con il capo dell'ufficio prototipi, con il commerciale, con il presidente, con il capo dell'ufficio amministrativo, parlare, parlare e parlare, continuare a recepire le loro idee, portarle nel progetto senza deformarlo, per riuscire a capire quali sono le loro necessità". Aveva ragione. Si devono difendere le proprie idee ma occorre comprendere che ci sono altre ragioni oltre la purezza dell'idea e della poetica. Imparare a porre il mondo dell'arte, della figurazione e della poetica di fronte alle questioni pratiche della produzione e della vendita, è una scuola di vita. Come accadeva ai pittori del Rinascimento. Le difficoltà e le richieste della controparte, in verità, sono leve per soluzioni creative e originali. //

Massimo Scolari si laurea in architettura al Politecnico di Milano nel 1969. Dal 1989 progetta mobili per Giorgetti. È stato Visiting Professor in varie università straniere. Ha esposto in Europa, Giappone, Russia e Stati Uniti. Vive a Venezia.

SE DISEGNI UNA SEDIA, INCONTRI IL MONDO
Intervista a CHI WING LO

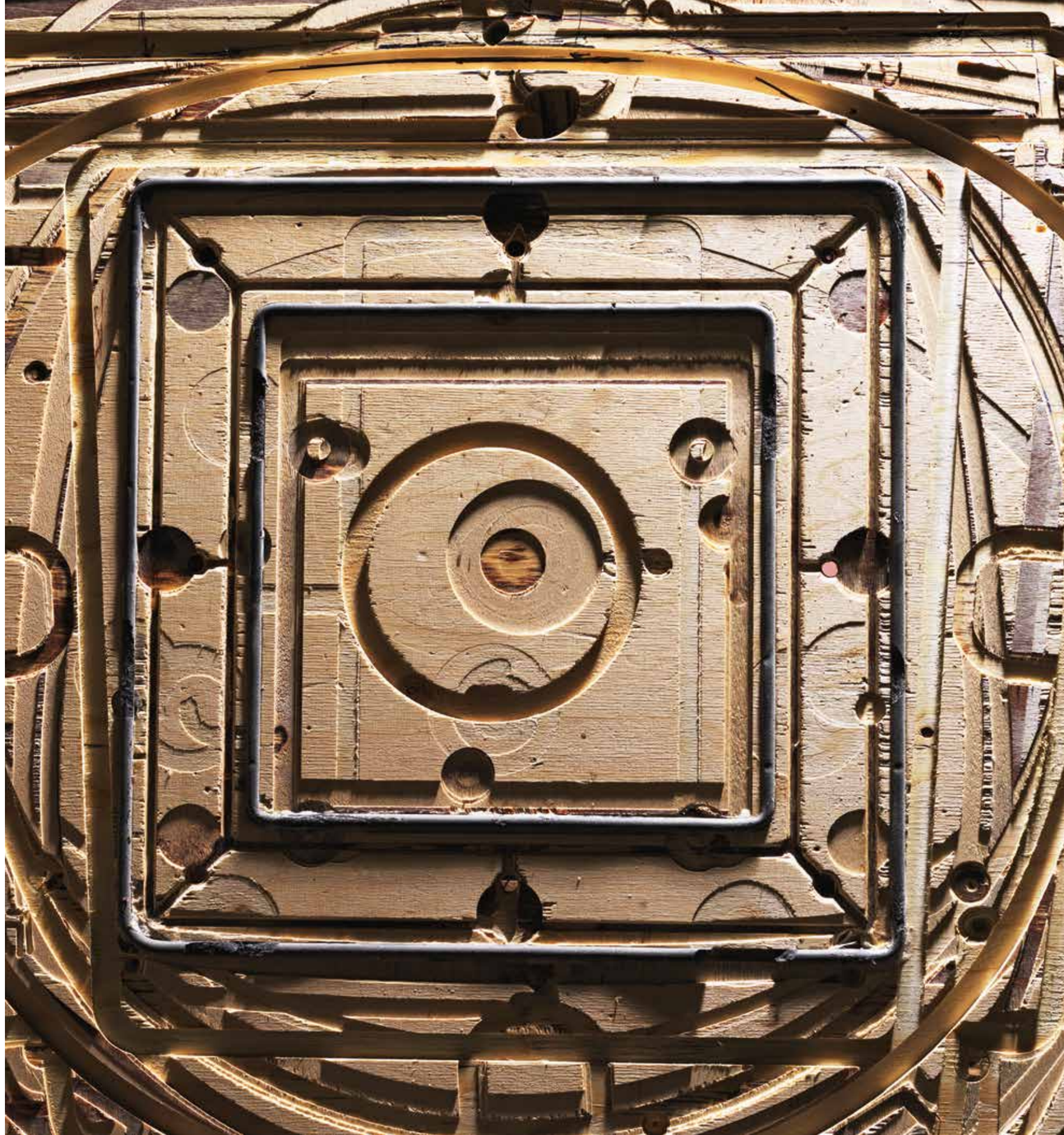
La sua idea di design: processo o prodotto?
Il design è un processo di accumulo dove il tempo è molto importante. Noi sviluppiamo un mobile, poi un altro pezzo che si integra, e un terzo che completa il primo e il secondo che ricorda quello che è venuto prima. Così, nel tempo, nasce una collezione che ha un tocco di unicità, continuità e coerenza. In questo sta l'unicità di Giorgetti.

Quando e come ha iniziato questa collaborazione?
Dobbiamo risalire a 25 o 26 anni fa. Sono un architetto, designer, scultore, e realizzo anche piccoli oggetti. Ho studiato ad Harvard e da molto tempo vivo in Europa. Un giorno, era il 1993, il mio professore mi chiama e mi chiede se ho mai pensato di progettare mobili. Io rispondo che non ho mai avuto esperienze del genere e che non saprei da dove partire. "Nessun problema, è esattamente quello che stiamo cercando", così sono stato presentato a Giorgetti. La collaborazione dura da allora.

A quali prodotti è più affezionato?
Ho disegnato 43 o 44 collezioni per Giorgetti, e ognuna è composta da molti pezzi, perciò, ho realizzato forse 100, 200 oggetti in questi 26 anni. Alcuni sono importanti per il significato, come il sistema Oli. Mentre lo progettavo mia moglie si chiedeva "Chi comprerà tutte queste parti? È così particolare". Da quando è stato lanciato nel 1995, Oli non è mai uscito di produzione e vende tutt'oggi, ogni giorno se ne produce qualche pezzo. Credo sia partito tutto dalla permanenza, dall'idea di eternità, un mobile può durare un anno o 20 anni, e questo è piuttosto incoraggiante. E poi il buffet Eon e il mobiletto Lia. Cerco di capire che significato hanno per me, quale tendenza trattengono, quale corrente principale, quale identità.

Come avviene il processo di creazione?
Ogni passo è un passo avanti, non ci sono scorciatoie. Per fare un buon lavoro servono tempo, energia, immaginazione, fede, fiducia, insistenza, impegno a provare gioia e felicità nel farlo. Il lavoro per Giorgetti è caratterizzato dall'amore e dal piacere per i mobili che diventano parte di noi, al di là degli interessi per l'architettura, l'interior design, la scultura. L'oggetto che tocchi e ti sostiene diventa uno spazio di mediazione tra il progettista e la persona, assume una qualità umana.

Qual è l'unicità di Giorgetti?
La lavorazione del legno. C'è generosità, competenza e convinzione nella lunga tradizione dell'azienda: c'è il patrimonio di un lavoro lungo che si trasmette, e questo genera il progresso, l'idea di valore del design. Giorgetti persegue questo tipo di innovazione, per andare sempre più avanti. Ma la sua caratteristica assolutamente unica – sin dall'inizio, anni '70 e '80 – è stata quella di non seguire le tendenze per creare un sistema identitario di prodotto e di relazione con i designer. Giorgetti ha seguito una direzione unica nel design italiano, che significa essere coerenti senza ripetersi.



CNC machine (numerical control machine) subframe counterforms.

Sottopezzo controforme della macchina CNC (macchina a controllo numerico).

Come si intrecciano le esperienze nella sua storia professionale?
Dopo aver smesso di insegnare in America mi sono trasferito in Europa, cercavo un contesto culturale e storico diverso. La diversa scala offre stimoli e possibilità, quando progetti un edificio incontri il cliente, gli ingegneri forse, ma se disegni una sedia, incontri tutti nel mondo. Disegnare mobili ti permette di esporti e incontrare molte persone che vogliono vedere le tue capacità e metterti alla prova. Mi ha aiutato il fatto di progettare di tutto, architettura, interni, mobili, accessori, sculture, ora tutto mi è chiaro, il lavoro è compatto, con una chiarezza di fondo dentro il progetto.

Come definirebbe la sua professione?
Il design è una questione d'amore – per l'umanità e per quello che ci circonda. Tutta l'arte è accomunata da quell'elemento, altrimenti non saprei proprio a cosa possa servire. Progettare è trasmettere un messaggio al resto del mondo, è parlare una lingua comune. Il design non è totalmente artistico, perché ha anche elementi funzionali, aiuta a vivere meglio, più comodamente, ad avere agio per sé e per gli altri. Credo che questo debba venire dall'amore, dall'umanità, oppure non riesci a farlo.

Che sfide pone il design?
In Italia, la progettazione è parte del processo di realizzazione nel quale il prodotto si sottopone a tutti i test di verifica dei diversi aspetti – tecnica, sicurezza, funzionalità, posizionamento commerciale, prezzo, tecnologie, ecologia. Tutti i diversi aspetti si devono integrare, ma in più il design richiede qualcosa di assolutamente fondamentale. Una sedia, prima di tutto è parte dello spazio, deve essere comoda, in linea con le dimensioni del corpo, deve farti sentire dignitoso e non sminuire il tuo stato. Per questo il design è molto impegnativo, e ha una responsabilità grande verso il pubblico, non è qualcosa di soggettivo, deve, nei limiti, aiutare a vivere meglio, più comodamente. //

Chi Wing Lo si è laureato in architettura all'Università di Harvard. Dal 1995 ha contribuito a indirizzare Giorgetti verso nuove prospettive. È Visiting Critic in diverse università all'estero. Integra architettura, design di mobili e d'interni per progetti in tutto il mondo.

ALTA GIOIELLERIA
Intervista a CARLO COLOMBO

Come si può raccontare il design italiano?
Design, food e fashion, ossia l'Italia che piace al mondo, è il valore di una storia che ci appartiene da secoli. L'italianità è nello sguardo e nel pensiero di quei designer che nel modo di lavorare portano la cultura, i dettagli, le materie, le combinazioni e soprattutto quel di più, unico, che fa sognare, e fa la differenza.

Come ha conosciuto Giorgetti?
Fu un incontro molto divertente. Mi trovavo per una conferenza a Kuala Lumpur, in Malesia, e nella stessa occasione c'era anche Carlo Giorgetti: ci siamo incrociati ma i nostri viaggi si sono divisi, poi ci siamo rivisti in Italia ed è nata l'idea di collaborare. All'inizio non mi sentivo pronto, non vedevo sintonie, ma quando ci siamo ritrovati ho accettato la sfida e cercato di dare il mio contributo nel rispetto del dna dell'azienda. È nata una collaborazione prima di tutto umana perché Carlo Giorgetti è una persona straordinaria. Dopo quattro anni ci sono in catalogo almeno 30 pezzi diversi – divani, tavoli, sedie, poltrone, complementi, letti – prodotti che segnano, credo, una svolta verso un modo più giovane e contemporaneo di presentarsi sul mercato pur restando nello stile Giorgetti. Come designer riuscire a rappresentare se stessi mantenendo il rispetto dell'identità dell'azienda è la cosa più bella.

Quali sono questi tratti distintivi?
L'artigianalità, la materia, l'amore per il lavoro, il contenuto di progetto dentro il prodotto sono elementi che insieme creano il prodotto per sempre. Io vengo da una famiglia artigiana e sono nato tra i trucioli, quindi il rapporto con Giorgetti mi è molto facile rispetto a chi produce prodotti più standardizzati. Qui si viene ancora con il disegno, lo schizzo fatto a mano libera, e da questo si passa al disegno tecnico e alla prototipazione. Con un Centro di Ricerca fantastico, ragazzi giovani sempre disponibili ad accogliere consigli e sfide impossibili. La parola no non si dice mai, si prova, ci si lavora e si trova la soluzione. Gli oggetti in catalogo, anche di molti anni, sono sempre attuali perché sono segni sviluppati a quattro mani dallo scambio continuo tra il designer e l'azienda.

Quali sono i suoi prodotti preferiti?
Tra i 30 disegnati sicuramente i primi, la prima collezione – il letto e la collezione dei divani Vittoria, il primo segno dove il cuoio e il tessuto assumono forme morbide, sinuose, eleganti. Il progetto Town nato in due secondi, con volumi che girano e assumono diverse funzioni; da ultimo il Drive, un divano di nuova generazione, un imbottito con pezzi ben definiti.

Cosa significa lavorare con materiali "nobili" – legno, cuoio, tessuto?
Qui si sperimenta l'alta gioielleria! Con materiali nobili, eleganti, sofisticati c'è la possibilità di liberare la fantasia pur nel rigore e rispetto di una cifra formale identitaria. In questa fase di rinnovamento della tradizione, progettare per il brand Giorgetti offre, a chi è appassionato di dettagli e materiali, un abaco di elementi fondamentali per trasmettere valori ed eleganza sofisticata.

Come sta cambiando il ruolo dell'architetto?
Il mondo globalizzato e interconnesso ha cambiato il ruolo e il lavoro dell'architetto – più dinamico, meno stanziale, più versatile e flessibile. Io ho deciso di fare l'architetto perché sono sempre stato appassionato al bello, mi incuriosivano tutte le cose eleganti, sofisticate. Così mi sono iscritto all'Istituto d'Arte, ho studiato architettura e mi sono accorto che volevo fare anche il designer.

Quanto è importante l'incontro con un'azienda come Giorgetti?
Gli incontri ci segnano e determinano i nostri destini, ci confermano intuizioni e preveggenze. Il lavoro per me è una grande passione, altrimenti se non ci fosse la passione da dove verrebbe l'energia per andare avanti, per creare, disegnare, viaggiare, per capire, incontrare? E ascoltare, una forza preziosa per un designer o un architetto. Il viaggio ci obbliga anche al confronto con il talento e la creatività che il mondo offre, e allora diventa esperienza di umiltà che porta crescita, consapevolezza, forza, e ci ricorda che imparare è un processo infinito e incessante. //

Carlo Colombo si laurea in architettura al Politecnico di Milano nel 1993. Oltre al disegno di prodotti di arredo, si occupa di strategia e marketing. Oggi il suo studio si dedica alla progettazione su grande scala in tutto il mondo.

SENTIRSI A CASA
Intervista a ROBERTO LAZZERONI

Lei ha studiato e vissuto a Firenze negli anni '60-'70, quando è nato il movimento del Radical Design italiano. Cos'è rimasto di quella esperienza nel suo lavoro di progettista?
Nella mia professione e nella vita, perché non riesco a distinguere i due ambiti, è rimasto un atteggiamento di serietà, di onestà intellettuale, in un mondo che è per lo più vocato al consumo e al profitto. Cerco sempre di stabilire un rapporto di grande vicinanza e coinvolgimento con le aziende. Quando vengo qui, da Giorgetti, mi sento a casa mia. Con i ragazzi dell'ufficio tecnico, ho un rapporto di grande collaborazione ma anche di grande scambio. Siamo alla pari, ognuno deve dire la sua. Questo atteggiamento si rifà alla purezza di quel periodo, o a quello che volevamo essere. E i miei progetti lo denunciano, c'è sempre un riferimento che non è voluto ma fa parte del mio modo di lavorare che io chiamo design sentimentale, qualcosa del genere che si rifà proprio al sentimento, come dire al ricordo, ecco.

Com'è nato il rapporto di collaborazione con Giorgetti?
Conosco Giorgetti da molti anni ma non avevo mai lavorato con loro. Poi ho seguito un progetto molto importante per un cliente cinese, un interno, dove c'era anche un ufficio direzionale. Pensammo che Giorgetti sarebbe stata proprio l'azienda giusta per realizzarlo, e di lì, era l'estate del 2013, è cominciato tutto. L'anno dopo avevo già disegnato per loro nuovi prodotti che abbiamo presentato al Salone del Mobile, e che hanno funzionato molto, perché ero convinto che l'azienda in qualche modo mi appartenesse, mi somigliasse.

Perché ha scelto proprio questa azienda?
Giorgetti è un grande artigiano che fa numeri da industria, ha la capacità di lavorare tutti i materiali in maniera straordinaria, ma soprattutto il legno, il mio materiale d'elezione. Trovarci e diventare fratelli è stato tutt'uno. La mia famiglia aveva un'azienda che produceva mobili classici, quando vengo a Meda mi sembra di tornare ragazzo.

I prodotti che lei disegna evocano queste atmosfere anni '50?
I miei oggetti entrano in empatia, fanno parte del tuo mondo, te li porti dietro, puoi simpatizzare con loro, sono fatti per essere toccati, guardati ma anche toccati, questo è possibile grazie al legno – se fossero in ferro sarebbe molto più difficile. Tra quelli cui sono più affezionato ci sono la sedia Ibla, fatta di sezioni assolutamente leggere di legno massello, dove le forme sinuose sostengono il sedile. Qui si legge chiaramente il riferimento agli anni '50, riscritto in un progetto assolutamente attuale. O il tavolo Memos, che è il fratellino della sedia perché nasce per farle compagnia. La sedia è leggera e femminile e il tavolo è poderoso e maschile. Gordon, il primo progetto per Giorgetti, riunisce in sé una serie di segni che definiscono anche la filosofia dell'azienda. //

Roberto Lazzeroni studia arte e architettura a Firenze. Ritiene l'architettura degli interni una disciplina fondamentale per l'approccio al product design. È oggi impegnato su diversi fronti, art direction, progetti d'interni e di contract.

UN COLPO DI FULMINE
Intervista a LUDOVICA + ROBERTO PALOMBA

Come nasce il rapporto con Giorgetti?
Roberto Colpo di fulmine, grande, grande empatia dall'inizio. Giorgetti cercava mani nuove per portare una visione ancora più allargata del marchio; noi passavamo per caso da là... ci siamo riconosciuti e capiti.

Ludovica Vogliamo chiamarle affinità elettive? Ti trovi in certe situazioni e capisci che ci stai bene – le persone, i contesti, i tecnici, una comunità aziendale coesa e motivata. Dove c'è empatia nascono prodotti con maggior respiro.

Quali sono i lavori in corso?
Roberto Prodotti molto diversi e molto uguali. Il progetto più im-

portante è la collezione outdoor Apsara, nata in un modo e sviluppata in maniera completamente diversa – è molto bello quando il potenziale di un progetto che vive nella tua testa riesci a scolpirlo nella materia. La qualità di Giorgetti è l'artigianalità mentale del progetto, l'aspetto del *faber*. Cercavamo legni che sembrassero quasi recuperati su una spiaggia, levigati dall'acqua del mare, dalla sabbia, volevamo una serie di elementi poetici, di sensualità e di plasticità che solo un'azienda così è in grado di realizzare. Poi una poltroncina e una collezione di pouf e tavolini che si incastrano, una serie di ossi di seppia, con molto mare dentro.

Ludovica Quest'azienda, che ha sensibilità e rispetto per i sogni e la visione altrui, si è messa a disposizione per realizzare la collezione. E i risultati si vedono, i prodotti sono diversi, i materiali bellissimi, sensuali. Un grande risultato.

Perché l'outdoor vive questo tempo di grazia?
Roberto È lo sviluppo di mercati nuovi dove l'outdoor è molto importante, e poi per molti designer che hanno cominciato a fare architettura si è posta la necessità di avere prodotti per quei progetti. Un circolo virtuoso che ha generato e sviluppato il settore.

Ludovica L'outdoor è abitare, come abitiamo un vestito, una casa, un esterno, una sedia, una pista da sci. Non esistono limiti, esistono mercati, quando una persona ha fantasia apre un mercato, e improvvisamente quell'abitare viene scoperto. Tutto ormai è abitato, colonizzato, ce lo siamo presi questo pianeta, almeno cerchiamo di farlo nella maniera più gentile possibile.

Qual è oggi l'unicità di Giorgetti?
Roberto Sicuramente le persone. Ci hanno colpito le persone, il senso della qualità che c'è in questa azienda – nei rapporti, nello sviluppo dei prodotti, nel rispetto delle idee, nella capacità di fare il progetto in tutti i sensi, dalla comunicazione al minimo dettaglio. Tutto cerca e crea qualità. In Giorgetti ti senti parte di qualcosa, c'è tanto lavoro ma poca tensione, e questo favorisce una creatività libera, spontanea.

Ludovica La qualità totale è nel rispetto del creativo, della parte tecnica, del mercato, del prodotto. Ma c'è anche il piacere di lavorare, il divertimento, cosa non scontata. E poi la visione unica, la scelta di andare su mercati in cui altri non vanno – segmento alto, specifico, con un certo tipo di gusto.

Cosa di voi avete portato all'azienda?
Roberto La curiosità che non si ferma a una forma, a uno stile, e la libertà nell'esprimerci. Abbiamo portato noi stessi, siamo stati in ginocchio a trafficare, tirare i tessuti, spostare le cose, abbiamo fatto personalmente e fisicamente. Qui è possibile, ed è un valore raro.

Ludovica Il nostro entusiasmo, che si legge nel design, nel prodotto sensuale con energia. Il percorso di tutto questo si legge nel prodotto. Abbiamo portato il nostro modo di progettare, la semplificazione come sottrazione verso ciò che è essenziale.

Perché avete scelto questo lavoro?
Ludovica La creatività si esprime in tanti modi, oltre all'architettura io scrivo poesie, e lui dipinge in un modo stupendo.

Roberto Volevo fare qualcosa che avesse a che fare col fare. All'università di architettura un giorno entro in un'aula per sbaglio, c'era un signore che raccontava di una sua creazione, era Vico Magistretti che parlava della sedia Selene. Sono rimasto affascinato, e ho capito che cosa desideravo davvero fare. Noi siamo architetti prima che designer, abbiamo bisogno dello spazio.

Qual è il primo progetto che avete fatto insieme?
Roberto Vasi di vetro. Il nostro primo giorno di lavoro, Murano d'inverno, all'alba, con un vaporetto vuoto, la nebbiolina sulla laguna. Siamo entrati in una fornace che sembrava un'incisione di Piranesi, di fianco una panetteria che stava sfornando il pane. Ci siamo guardati e abbiamo detto: "Ma sarà sempre così?". Quando sei giovane, e vedi per la prima volta un tuo prototipo, la tua prima cosa, è indimenticabile, un'emozione così forte che non ho potuto fare altro.

Ludovica Quel giorno abbiamo fatto una cosa molto semplice, un vaso cilindrico completamente pulito, il primo progetto di totale sottrazione. Non lo avevamo capito allora, ma quella era una strada tracciata. È impressionante come dall'inizio tu sei te stesso, ancora non lo sai ma lo capirai nel futuro se ti sarà data la possibilità di esprimerti.

Come funziona il lavoro in coppia?
Ludovica La creatività quotidiana aiuta a evolvere il rapporto in maniera nuova, ogni giorno. C'è molta curiosità tra noi. Quando fumavamo c'era il rito del caffè la sera. Ci mettevamo in cucina – l'unico posto in cui si poteva fumare – con grandi tazze di caffè americano a fumare come due disgraziati. Quel momento era tutto un volare, un raccontarsela, tantissime cose sono nate in quella cucina fumacchiosa.

Roberto Il nostro problema è che quando arriva l'idea che cercavi e non puoi condividerla, anche per ragioni pratiche o logistiche, l'impazienza e la necessità sono massime. Ti voglio adesso, subito... sì quelli sono i momenti di maggior attrito. //

Ludovica + Roberto Palomba, architetti, vivono e lavorano a Milano. Fondano nel 1994 Palomba Serafini Associati. Progettano architetture ed esposizioni di design in tutto il mondo.

7

Ecosystems and new artisan craftsmanship

6325-3
6325-3
6325-3
DAVANTI
DIETRO

AUTOGRAPH/ALLOGRAPH

Semiotics invented two technical words, *autograph* and *allograph*. An autograph is something done by someone, a painting for example. An allograph, instead, could be done by a machine. However, there are parts that can be done by machine, namely making a model, and parts that are done by hand, starting from models. Take music. Each score can be performed very differently. Every different performance, even though it respects the score, is original. In the same way, in craftsmanship there are some parts that are simple model making and parts that are customized to each model. I would say, therefore, that the model is an *autograph* and is made in an autographic rather than allographic way. The difference between the autographic, such as painting with a brush and sculpting with a chisel, is very important because these are things that, if they are re-made are copies, whereas others are not. Performing a score is not copying, it is interpreting. Hence craftsmanship distinguishes between the allographical elements, pure reproduction of the model, and the autographic that depends on personal craftsmanship. //

PAOLO FABBRI

ECOSYSTEMS OF THE FUTURE

by LUCA DE BIASE

How are well-made objects made? What is tradition?
How permanent is each regeneration?

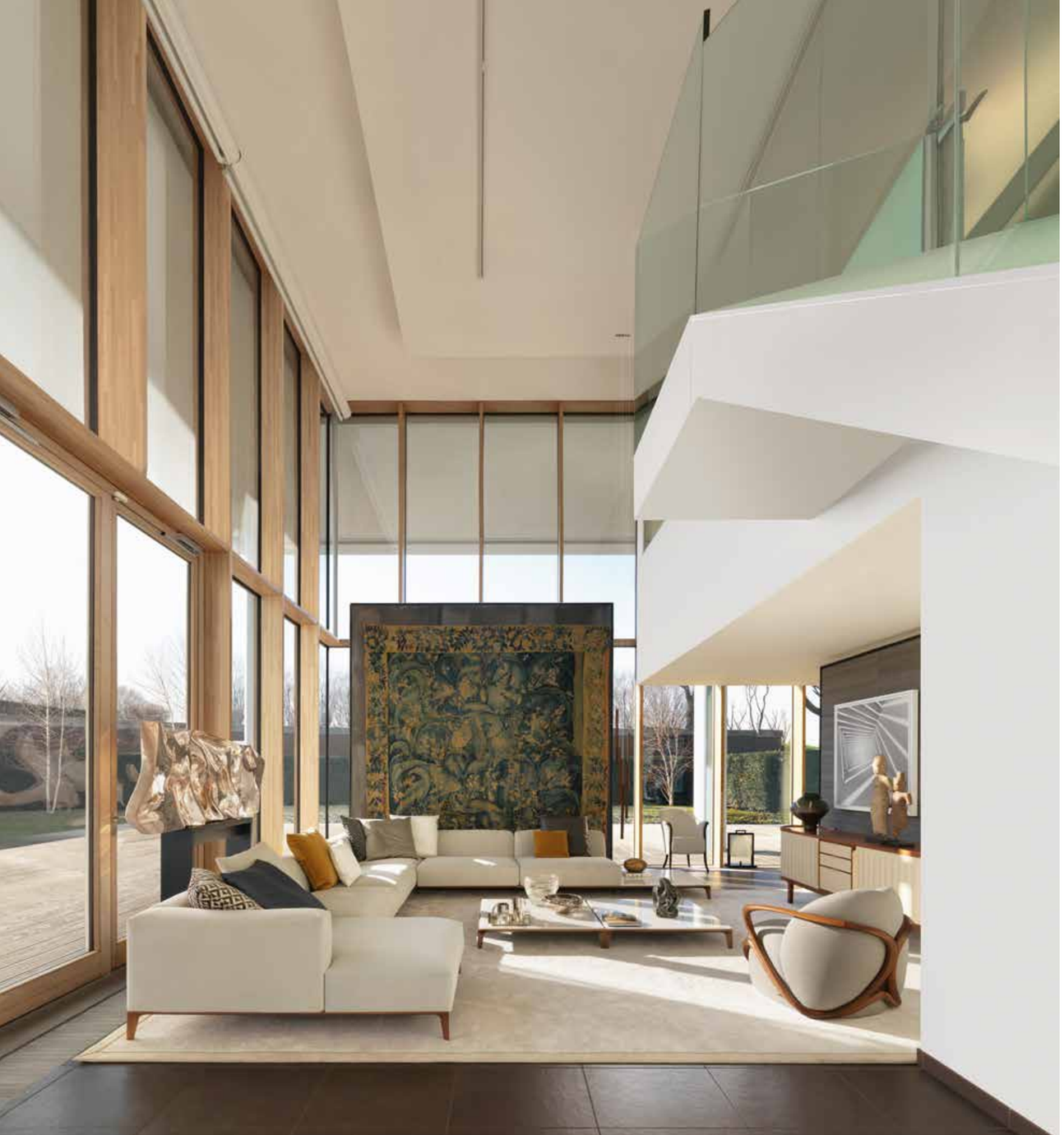
Any discord between craftsmanship and neo-manufacturing is misunderstood, oversimplified; it is normal evolution when viewed from a historical point of view. In fact, "artisan craftsmanship" is immersed in tradition, which doesn't mean making things as they have always been made, but knowing how to make things well. This is at the root of knowledge in different eras, as making things well in a technologically Neolithic world is very different from making them well in a technologically digital one. The farmer in Matera, Italy, who rose every day at 4 am, climbed into his cart and promptly fell asleep because his mule knew exactly where to go, essentially already had a self-driving car. The Model-T was thus technologically inferior because it required him to stay awake and drive. Current technologies are not necessarily better than previous ones, depending on the context. The key point to understand is: can what you want be improved by new technology? The paradigm shift changing the way value is constructed was once focused on the work, materials and machines used to make things. Today, in the age of knowledge, the focus is on the intangible benefits incorporated into the product. The intangibility of the image, research, design, and sensation comprises messages and meanings that people recognise in an object or service. Thus, information technology adds intangible value, facilitates an enhanced and interconnected knowledge of things, and knowledge relies on technology for its management and development. These dynamics also have a strong impact on human capital, since technological and organisational obsolescence has implications for certain professions, tasks and functions. The intelligence required no longer merely concerns knowing how to make an item well, but also knowing how to imagine a future in which it is strategically positioned. All this brings the relevance of places and districts in the recent history of the Italian economy, the repositories of knowledge and community identity, into question.

The complexity of technological innovation is multi-faceted. It tends to favour standardised information management approaches in order to produce similar services, but in so doing creates the need for niche businesses which preserve – and segment – a diversified product range. This occurs in furniture, clothing and food, where platforms which manage mass-produced, large volumes with low added-value coexist alongside low-volume, high-added-value niche businesses that safeguard a commitment to quality. For Italy, these niche businesses are essential, recognised by the rest of the world and recompensed by macroeconomic growth indicators. They include innovative processes and value recognition, knowledge exchange, a remixing of elements to provide innovative services or products which no longer occur in a single organisation but in the ecosystem where they reside and evolve independently one from the other. An ecosystem is so much richer and better suited to the generation of innovation, especially if it possesses intelligence, culture, skill and different points of view. The innovation-producing ecosystem is, of course, a metaphor based on the natural ecosystem, a complex system where elements co-evolve according to non-linear, cause-and-effect relationships. In this sense, due to its diversity, vitality and capacity for interaction, Italian design's productive system, located in the vast area of northern Italy, can be construed as an ecosystem. These processes redefine anthropology and the renewed functionality accompanying tradition, the shape and structure of entrepreneurship. In the history of regional Italy, shaped by crises and rebirths, virtuous experiences, incremental innovation and supply chains, what persists is the entrepreneur's ability to connect to the origins of the intangible value inherent in products over the years. That knowledge lies in the accumulation, the settling of experiences and in the legitimisation of a region which eclipses profit for the betterment of a solid, intelligent relationship with the social and cultural system. It is an Italian idiosyncrasy that encompasses entrepreneurial vitality in the continual regeneration of tradition and value, but also the risk of self-referentiality and the difficulty of adapting to changing situations. A challenging adjustment for the Italian capitalist manufacturing system. //

Luca De Biase is a journalist, Innovation Editor at *Il Sole 24 Ore*, founder of *Nova24*, scholar and author. He lectures at Italian and overseas universities.

Manufacturing Department.

Reparto produttivo.



FROM OBJECT TO PROJECT

by CRISTIANA COLLI

French allure, German efficiency and Swiss precision? More than that – detailed, meticulous poetic licence inherent in the dexterity of hands, perception of an intelligent landscape, and the iconography that encompasses the entire history of Western artistry.

This is what we call Made in Italy.

Immediately recognisable in an armrest, in automated machinery, in the food, in a tile. It is the result of a natural affinity with an ecosystem of quality that, over the centuries, has learned and developed an ability to understand desires and give them form, turning them into a representation, a narrative.

For a long time, sometimes even now, forms have been the product. However, they are increasingly becoming the surroundings, coherent contexts, places of horizontal identity – shaped by tastes and harmony between the elements. These places have the ability to turn into a vertical offering, organised into families of objects that speak the same design language. A fluid "sentiment" that encompasses both indoor and outdoor, transcending function, broadening experimentation and design skills, giving life to a finely detailed inner landscape, deconstructing and reprising techniques, materials and forms in the same style.

The entire space embodies the ethics and aesthetics of personal lifestyle. Whether a home project (kitchen, bedroom or living room with chairs, accessories, rugs, objects, containers, beds, crockery, essentials, fabrics) or an office (home office, serviced city office, corporate building or public space), a hotel or restaurant, club, and air or rail hospitality-related services.

It is more than technical-functional total living, it is instead meticulous, across-the-board research that encapsulates and interprets a sense of belonging and meaning within unique, iconic, self-defining objects and projects.

To this perspective, Giorgetti dedicates its design and creative teams, the relational capital accrued from experience in worldwide contracts, as well as great attention to the dynamics of modernisation. This is in line with what Tomás Maldonado recognised as a basic design necessity – the ability to embrace the evolution of a cultural system, integrating expertise, determining and then adhering to the spirit of the time. An ability to capture the metamorphosis, a skill that Made in Italy know-how has developed in order to interpret the future. //

Interior designed using Giorgetti furnishings.

Interno progettato con arredi Giorgetti.

7

Ecosistemi e nuova artigiania

AUTOGRAFO/ALLOGRAFO

di PAOLO FABBRI

I semiologi hanno inventato due parole tecniche, *autografo* e *allografo*. L'autografo è la cosa fatta da me, la pittura, per esempio. L'allografo, invece, potrebbe essere fatto da una macchina. Ci sono però parti che possono essere fatte a macchina, che sono esecuzione di un modello, e parti che vengono fatte in maniera autografa, a partire però da modelli. Prendiamo la musica. Lo spartito può essere eseguito in maniera molto diversa. Ogni esecuzione anche diversa di uno spartito, che rispetti lo spartito, è l'originale. Nell'artigianato, allo stesso modo, ci sono parti che sono semplici esecuzioni di modelli, e parti che sono esecuzioni personalizzate del modello. In questo caso diremo che il modello è un *autografo*, e viene fatto in maniera autografica e non allografica. La differenza tra le discipline autografiche, come la pittura di pennello e la scultura di scalpello, è molto importante, perché ci sono cose che, se vengono rifatte, sono copie, altre invece no. L'esecuzione di uno spartito non è una copia, è un'interpretazione. Di qui l'interesse nell'artigianato di distinguere tra gli elementi allografi, di pura riproduzione del modello, e l'autografo che dipende dall'esecuzione personalizzata. //

ECOSISTEMI PER IL FUTURO

di LUCA DE BIASE

Come sono fatte le cose fatte bene? Cos'è la tradizione? Qual è la permanenza di ogni rigenerazione?

L'antagonismo tra manifattura artigianale e neo manifattura è un malinteso, una semplificazione, una normale evoluzione da leggere in chiave storica. L'"artigiania" infatti affonda le radici nella tradizione che non è fare le cose come si sono sempre fatte, ma è saper fare le cose bene. Quella è la fonte di una conoscenza che si incarna nelle diverse epoche, per cui fare bene le cose in un mondo tecnologicamente neolitico è diverso dal farle in un mondo tecnologicamente digitale. Il contadino di Matera che si svegliava ogni giorno alle 4, saliva sul suo carro con il mulo che sapeva dove andare, e quindi lui dormiva per tutto il tragitto, usufruiva di una self-driving car e quando è arrivata la macchina è stato un peggioramento tecnologico perché in quel contesto doveva stare sveglio e guidare. Le tecnologie attuali non sono per forza migliori delle precedenti, dipende dai contesti: il punto chiave è capire se quello che si vuole può essere fatto meglio con le nuove tecnologie. Un salto di paradigma che cambia anche le modalità di costruzione del valore, in passato concentrato sul lavoro, i materiali, le macchine che servivano per fare le cose, oggi, nell'epoca della conoscenza, concentrato sull'immateriale incorporato nei prodotti. L'immateriale dell'immagine, della ricerca, del design, del senso fatto di messaggi e significati che le persone riconoscono a un oggetto o un servizio. Così la tecnologia dell'informazione aggiunge valore immateriale, favorisce la conoscenza potenziata e interconnessa delle cose, e la conoscenza chiama tecnologia per la sua gestione e il suo sviluppo. Queste dinamiche hanno forti impatti anche sul capitale umano, giacché l'obsolescenza delle tecnologie e delle forme organizzative è anche quella di certi mestieri, task, funzioni. L'intelligenza che si richiede non riguarda più il solo saper fare bene una cosa ma anche il saper immaginare il futuro nel quale strategicamente si è collocati. Tutto questo interroga sull'attualità di luoghi e distretti che rappresentano la storia dell'economia italiana recente, i depositi di conoscenza, l'identità delle comunità.

La complessità dell'innovazione tecnologica ha molte direttrici: tende a favorire le logiche di gestione standardizzata dell'informazione per la produzione di servizi simili, ma così facendo favorisce la necessità di avere nicchie che preservano, e segmentano un'offerta diversificata. Avviene nell'arredamento, nell'abbigliamento, nell'alimentare, dove coesistono produzioni di massa gestite da piattaforme che fanno grandi volumi a basso valore aggiunto, e nicchie a basso volume e alto valore aggiunto che custodiscono il senso della qualità. Per l'Italia queste nicchie sono essenziali, riconosciute dal resto del mondo, premiate dagli indicatori macroeconomici della crescita. Con processi di innovazione e riconoscimento del valore, scambi di conoscenza, ricombinazione degli elementi per ottenere servizi o prodotti innovativi che non avvengono più all'interno di una singola organizzazione ma nell'ecosistema, dove vivono ed evolvono indipendentemente uno dall'altro. Un ecosistema è del resto tanto più ricco e capace di generare innovazione quanto più è dotato di intelligenze, culture, capacità e punti di vista diversi. L'ecosistema produttivo dell'innovazione è naturalmente una metafora che prende il senso dall'ecosistema naturale, un sistema complesso, nel quale ogni elemento co-evolve con ogni altro secondo relazioni di causa-effetto non lineari. In questo senso il sistema produttivo del design italiano che si colloca nell'area vasta del nord Italia, per le sue caratteristiche di diversità, vitalità, capacità di interazione può essere descritto come ecosistema. Questi processi ridefiniscono antropologie e funzionalità di accompagnamento alla tradizione che si rinnova, forme e assetti dell'imprenditorialità. Nella storia distrettuale italiana, fatta di crisi e rinascite, esperienze virtuose, innovazione incrementale e filiere, quello che permane è la capacità dell'imprenditore di connettersi alle radici del valore immateriale contenuto nei prodotti, in ogni tempo. Quella conoscenza trattenuta nell'accumulazione, nella sedimentazione di esperienze, nella legittimazione nel territorio che supera il profitto, a vantaggio di una relazione solida e intelligente con il sistema sociale e culturale. È una peculiarità italiana che contiene l'energia imprenditoriale di rigenerazione continua della tradizione e del valore, ma anche il rischio dell'autoreferenzialità, la difficoltà di adattamento ai contesti che cambiano. Un adattamento sfidante per il capitalismo manifatturiero italiano. //

Luca De Biase è giornalista – editor di innovazione a "Il Sole 24 Ore" e fondatore di "Nova24" – studioso e scrittore. Insegna in università italiane e internazionali.

DALL'OGGETTO AL PROGETTO

di CRISTIANA COLLI

L'allure dei francesi, l'efficienza dei tedeschi, il rigore degli svizzeri? Con in più la poetica minuta e meticolosa contenuta nella grazia delle mani, il sentimento di un paesaggio intelligente, l'iconografia che contiene tutta la storia dell'arte occidentale.

Si chiama Made in Italy.

Lo si riconosce in un bracciolo, in una macchina automatica, in un cibo, in una piastrella. È il risultato della naturale appartenenza all'ecosistema della qualità che nei secoli ha imparato a cogliere i desideri e ha sviluppato l'abilità di dare loro una forma, una rappresentazione, una narrazione.

A lungo, e in parte ancora, le forme sono state il prodotto; sempre più le forme sono gli ambienti, i contesti coerenti, i luoghi di identità orizzontale – fatta di gusto e armonia tra le parti – capaci di trasformarsi in proposte verticali, articolate in famiglie di oggetti accomunati da uno stesso linguaggio. Un *sentiment* fluido che tocca indoor e outdoor, trascende le funzioni, dilata sperimentazione e capacità progettuale, per dare vita a un paesaggio interiore che lavora al dettaglio, scompone e ricompone tecniche, materiali e forme dentro uno stesso stile.

È l'intero spazio che si fa traduzione, etica ed estetica di un personale lifestyle. Che sia progetto domestico – cucina, notte, living con sedie, complementi, tappeti, oggetti, contenitori, letti, stoviglie, essenze, tessuti; office variamente inteso – home office, terziario metropolitano, corporate building; spazio pubblico – hotellerie&restaurant, club, ospitalità legata alla mobilità aeroportuale e ferroviaria.

È qualcosa di più di un total living tecnico-funzionale, piuttosto un'accurata ricerca trasversale che coglie e interpreta la domanda di appartenenza e significato dentro oggetti e progetti unici, identitari, iconici.

A questa prospettiva Giorgetti dedica l'impegno dei suoi team progettuali e creativi, il capitale relazionale accumulato nelle esperienze di *contract worldwide*, l'attenzione alle dinamiche di modernizzazione, in asse con quella che Tomás Maldonado riconosceva come primaria necessità del design – la capacità di contenere l'evoluzione del sistema culturale, l'integrazione delle competenze, l'anticipazione e poi l'aderenza allo spirito del tempo. Quella capacità di abitare la metamorfosi che il Made in Italy del saper fare e del saper essere ha imparato a sviluppare per interpretare il futuro. //

© LASSILA HIRVILAMMI ARCHITECTS

***Previous pages*: interior, Villa Antona Traversi, Meda (ceiling detail). *Opposite*: detail of ceiling, comprising glulam and wood gridshell structure, Kuokkala church, Jyväskylä, Finland, 2010. Architects: Lassila Hirvilammi Architects.**

Pagine precedenti: interno, Villa Antona Traversi, Meda (particolare del soffitto). *A fianco*: particolare del soffitto, costituito da una struttura in glulam e gridshell in legno, della chiesa di Kuokkala, Jyväskylä, Finlandia, 2010. Architetti: Lassila Hirvilammi Architects.

EVERLASTING WOOD

by PHILIP JODIDIO

The return of wood

Because its use has been so widespread over time, and by no means only in inventive architecture, wood can carry with it a reputation. Today, why have a wooden building when concrete and aluminum seem so much more modern and solid? in fact, there is an entirely new generation of wood buildings, inspired sometimes by tradition, but also by new technology and the rise of interest in sustainability. As strict and cold modernism or minimalism slip out of fashion, so too many architects and clients have sought the warmth that wood conveys, its natural feeling. Being an "old" building material, wood can nonetheless be fashioned using the most contemporary CNC (computer numerical control) milling techniques, making complex forms or unique pieces economically feasible without the intervention of a master carpenter. Then too, many architects use wood for specific purposes and areas of their buildings. A building can of course be covered in wood but built of concrete or steel. Today, the most creative contemporary architects are making more and more use of wood, from structure to cladding.

It is, in fact, safe to say that wood, properly managed and harvested, has become one of the most popular materials in contemporary architecture. Because a managed forest can be renewed, wood that is not transported over too great a distance is one of the most ecologically sound building materials available. It has also been shown in numerous studies that wood products, if used correctly, actually have a positive impact on global warming as compared to other materials. Some tropical or exotic woods are endangered species and their use in architecture is of course more problematic in ecological terms.

Closer to nature

There is no risk in saying that wood is back, even in the guise of actual timber, though some of the "timber" beams seen in contemporary architecture may well be glulam (glued, laminated lumber). Because of its warmth and technical qualities, wood seems to be encouraging a proliferation of new forms that are adapted to its strengths. Wood can certainly be fashioned

to geometric norms, but its fundamental nature is less standardized, despite all that industry can do to shape and mold it. Wood is also reaching into new areas with a capacity to span ever-larger spaces thanks to glulam beams and to designs like gridshells, or in combination with new materials such as EFTE or Teflon-coated roofs. The same is true of interior design, be it residential or on a larger scale.

The reasons for the resurgence of wood in contemporary architecture are multiple, and some may even be philosophically linked to the eternal appeal of the garden, the world of Arcadia where everything was simpler. Wood seems closer to nature than almost any other building material. The days of the Modernist tabula rasa are gone. The strict grid used to design building plans and elevations, like the mass assembly line, were born of the industrial methods of another era when every part had to be standardized for reasons of economy. Today, computers make possible the fabrication of unique parts that need no longer be straight and soulless, even more easily with wood than in other materials. Perhaps it is the call of the past that brings wood back into architecture, maybe it is ecological and economic common sense, or perhaps wood is simply a material that is closer to our own nature than steel or concrete.

Inexpensive and light

Of course "solid" materials such as steel and stone do in principle speak a language of durability in time, but solid stone long ago gave way to veneers and thinner cladding – their solidity is only an illusion. Few modern buildings, no matter what their material appearance, are actually made to last. Their glass and titanium find their way to the junk heap as quickly as any building made of wood, and wood is easier to recycle than most other materials. Once the illusion of permanence in contemporary architecture dissolves, which it has already by and large, clients and architects were ready to see things differently. Finite resources and growing pressure to include ecologically responsible elements in any design have clearly contributed to the return of wood. Then too, because of its abundance and easy transformation into building materials, wood is often cheaper to use than other equivalent materials. Some countries, such as Japan have never really abandoned their time-honored use of wood in construction. This is partially because light structures can, if properly conceived, resist earthquakes better than many more "sturdy" buildings. Even where earthquakes are not common, lightness, whether apparent or real, is a much sought-after quality in contemporary architecture, and wood is able to project that image while also being consistently perceived as being a direct product of nature. //

Philip Jodidio is the author of more than 100 books about contemporary architecture and art, including the Architecture Now! series (Taschen).

Cazu Zegers, Hotel Tierra Patagonia, Torres del Paine, Chile, 2011

The architect states, "The building is as thought born out of the land, like a fold in the terrain that the wind has carved in the sand. It is anchored to the ground with stone slopes and is completely covered in washed Lenga wood paneling. This finish gives the hotel a silvery sheen, typical of old wooden houses worn away by winter."

Cazu Zegers was born in Santiago de Chile in 1958. She has worked since 1990 in architecture and design.

Cazu Zegers, Hotel Tierra Patagonia, Torres del Paine, Cile, 2011

"È come se l'edificio nascesse dalla terra, come un avvallamento del terreno che il vento ha scavato nella sabbia – spiega l'architetto – È ancorato al suolo sui pendii di pietra ed è completamente rivestito di pannelli di legno di lenga sbiancato. Questa finitura conferisce all'hotel una lucentezza argentea, tipica delle vecchie case in legno consumate dall'inverno."

Cazu Zegers nasce a Santiago del Cile nel 1958; dal 1990 opera nel settore dell'architettura e del design.

Lassila Hirvilammi Architects, Kuokkala Church, Jyväskylä, Finland, 2010

The main structure of this church is in wood, with a ceiling made with a glulam framework and wooden gridshell. Spruce from central Finland was employed and European ash was used for the specially designed furniture.

Anssi Lassila was born in Soini in 1973, and Teemu Hirvilammi was born in Seinäjoki in 1974. They founded Lassila Hirvilammi Architects Ltd in Oulu in 2001 and later moved to Seinäjoki, Finland.

Lassila Hirvilammi Architects, chiesa di Kuokkala, Jyväskylä, Finlandia, 2010

L'anima portante di questa chiesa è in legno, dove il soffitto è costituito da una struttura in glulam e gridshell in legno. È stato utilizzato un legno di abete rosso proveniente dal centro della Finlandia, mentre è stato impiegato il frassino europeo per la costruzione di alcuni elementi di arredo appositamente progettati.

Anssi Lassila nasce a Soini nel 1973 e Teemu Hirvilammi a Seinäjoki nel 1974; insieme hanno fondato Lassila Hirvilammi Architects Ltd a Oulu nel 2001 per poi spostarsi successivamente a Seinäjoki in Finlandia.

Shigeru Ban, TAM Media, Zurich, Switzerland, 2013

These offices for a Swiss media group were designed with a timber structure to the most exacting Swiss environmental standards.

Born in 1957 in Tokyo, Shigeru Ban founded his own firm there in 1985. He was the winner of the 2014 Pritzker Prize.

Shigeru Ban, TAM Media, Zurigo, Svizzera, 2013

Questi uffici di un gruppo svizzero specializzato nel settore dei media sono stati progettati per avere una struttura in legno conforme ai più rigidi standard ambientali in vigore in Svizzera.

Shigeru Ban nasce nel 1957 a Tokyo, dove apre il proprio studio nel 1985. Nel 2014 è stato insignito del premio Pritzker.

© CAZU ZEGERS ARCHITECTS

© LASSILA HIRVILAMMI ARCHITECTS

© DIDIER BOY DE LA TOUR

LEGNO PER SEMPRE

di PHILIP JODIDIO

Il ritorno del legno

Grazie al suo ampio utilizzo nel corso del tempo e non solo nell'architettura creativa, il legno gode di una certa reputazione. Perché quindi scegliere di realizzare oggi un edificio in legno quando cemento e alluminio sembrano due opzioni più moderne e solide? Esiste, infatti, una generazione completamente nuova di edifici in legno, ispirati a volte dalla tradizione ma anche dalle nuove tecnologie e dal crescente interesse per la sostenibilità. Ora che il rigore e la freddezza del modernismo o del minimalismo stanno passando di moda, fin troppi architetti cercano di trovare quel calore che il legno sa trasmettere, quella sua sensazione naturale. Il legno è un materiale da costruzione "antico", tuttavia può essere fabbricato utilizzando le tecniche di tornitura CNC (macchine a controllo numerico) più all'avanguardia, che rendono possibile la realizzazione di forme complesse o pezzi unici a un prezzo ragionevole senza l'intervento di un mastro falegname. In più, molti architetti fanno uso del legno per scopi specifici e aree definite dei propri progetti di costruzione. Naturalmente, un edificio può essere rivestito in legno, ma costruito in cemento o acciaio. Oggi gli architetti contemporanei più creativi si affidano sempre più al legno, partendo dalla creazione della struttura fino ad arrivare al rivestimento vero e proprio.

Pensiamo di poter infatti dire che il legno, adeguatamente gestito e raccolto, è diventato uno dei materiali più in voga nell'architettura contemporanea. Partendo dal fatto che una foresta gestita può essere rinnovata, il legno non trasportato per lunghe distanze è uno dei materiali solidi da costruzione più ecologici che esistono sul mercato. Numerosi studi hanno anche dimostrato che i prodotti in legno, laddove usati correttamente, hanno in realtà un impatto positivo sul surriscaldamento globale rispetto agli altri materiali. Alcune tipologie di legno tropicale ed esotico sono delle specie a rischio e il loro utilizzo in architettura diventa naturalmente più problematico dal punto di vista dell'ambiente.

Più vicino alla natura

Non c'è pericolo nel dire che il legno è tornato, anche sotto le sembianze di vero legno, sebbene alcune delle travi di legno che vediamo nelle costruzioni di architettura contemporanea potrebbero benissimo essere in glulam (legno lamellare rinforzato). In virtù della sensazione di calore e delle qualità tecniche che è in grado di apportare, sembra che il legno stia incoraggiando la proliferazione di nuove forme adattate ai suoi punti di forza. Il legno può essere sicuramente fabbricato seguendo norme geometriche, ma la sua vera natura è meno standardizzata nonostante tutto quello che l'industria è in grado di fare per modellarlo e forgiarlo. Il legno si sta avventurando anche in nuovi ambiti grazie alla sua capacità di collegare spazi sempre più ampi grazie alle travi di glulam e alle strutture come le gridshell o in combinato con altri nuovi materiali, come ad esempio EFTE o tetti rivestiti in Teflon. Lo stesso vale anche per il design da interno, sia a livello residenziale che su più larga scala.

Le motivazioni alla base della rinascita del legno nell'architettura contemporanea sono molteplici e alcune potrebbero essere anche filosoficamente collegate all'eterno fascino del giardino, il mondo di Arcadia dove tutto era più semplice. Il legno sembra essere più vicino alla natura rispetto a quasi tutti gli altri materiali da costruzione. I giorni della *tabula rasa* modernista sono finiti. Le rigide griglie utilizzate per disegnare le piante e le altezze degli edifici, come una linea di assemblaggio, furono ideate dai metodi industriali di un'altra epoca dove ogni pezzo doveva essere standardizzato per motivi economici. Oggi i computer rendono possibile la fabbricazione di elementi unici che non devono più per forza essere diritti e senz'anima, cosa che risulta ancora più semplice da fare con il legno rispetto ad altri materiali. Forse è un richiamo al passato quello che sta riportando il legno in voga in architettura, forse è un buon senso ecologico e anche economico o forse è semplicemente perché il legno è un materiale più vicino alla nostra stessa natura rispetto all'acciaio o al cemento.

Todd Saunders, Squish Studio, Fogo Island, Newfoundland, Canada, 2011
Intended as an artist's studio, this small structure with white spruce cladding is solar powered and has a compost toilet and a wood-burning stove.
Todd Saunders was born in 1969 in Gander, Newfoundland and works in Bergen, Norway.

Todd Saunders, Squish Studio, Fogo Island, Newfoundland, Canada, 2011
Progettata per essere lo studio di un artista, questa piccola struttura con rivestimento in legno bianco ottenuto dall'abete rosso è alimentata a energia solare ed è dotata di toilette compostante e stufa a legna.
Todd Saunders nasce nel 1969 a Gander, Newfoundland, e lavora a Bergen in Norvegia.

Cutler Anderson, Newberg Residence, Newberg, Oregon, USA, 2014
The Newberg Residence was named one of the "Top Ten Best US Houses" by the AIA in 2016. It has a steel frame and a wooden roof, with full use of wood for cladding inside and out.
James L. Cutler was born in 1949 in Wilkes-Barre, Pennsylvania. Since 1977, he has had his own design firm, Cutler Anderson Architects in Washington State.

Cutler Anderson, Newberg Residence, Newberg, Oregon, Usa, 2014
La Newberg Residence è stata nominata una delle dieci case più belle degli Stati Uniti (Top Ten Best US Houses) dall'AIA nel 2016. Presenta un'anima in acciaio e un tetto in legno e il legno è stato sfruttato come materiale sia per i rivestimenti interni che per quelli esterni.
James L. Cutler nasce nel 1949 a Wilkes-Barre in Pennsylvania. Dal 1977 è a capo del proprio studio di design, il Cutler Anderson Architects nello Stato di Washington.

© TODD SAUNDERS ARCHITECTS

© JEREMY BITTERMANN

Economico e leggero

Naturalmente i materiali "resistenti" come l'acciaio e la pietra trasmettono, in linea di principio, un messaggio legato alla loro durata nel tempo, ma già tempo fa la pietra resistente ha incominciato a essere utilizzata per i rivestimenti esterni e anche quelli più sottili; la sua resistenza è quindi un'illusione. Sono ben pochi gli edifici moderni che, indipendentemente dal proprio aspetto materiale, sono veramente costruiti per durare. Il vetro e il titanio che li compongono finiscono velocemente in discarica come succede per ogni edificio di legno anche se il legno è più facile da riciclare rispetto alla maggior parte degli altri materiali. Una volta scomparsa l'illusione della permanenza nell'architettura contemporanea, come è già in gran parte accaduto, i clienti e gli architetti sono pronti a vedere le cose da una prospettiva diversa. Le risorse limitate e la crescente pressione per includere elementi ecologici in ogni progettazione hanno chiaramente contribuito al ritorno del legno. Inoltre, considerata l'abbondanza e la semplicità nel trasformarlo in un materiale da costruzione, è spesso meno costoso utilizzare il legno rispetto ad altri materiali equivalenti. Alcuni paesi come il Giappone non hanno mai davvero abbandonato l'uso consolidato del legno in edilizia. In parte perché le strutture leggere sono in grado, se adeguatamente progettate, di resistere meglio a un terremoto rispetto a molti altri edifici "resistenti". Anche in quelle zone in cui i terremoti non sono così frequenti, la leggerezza, apparente o reale, diventa una qualità auspicabile nell'architettura contemporanea e il legno è in grado di trasmettere proprio quest'immagine venendo però al contempo sempre percepito come un prodotto che arriva direttamente dalla natura. //

Philip Jodidio è l'autore di più di un centinaio di libri di architettura e arte contemporanea, tra cui anche la serie Architecture Now! (Taschen).

8

Glossary

ICONIC

Today, in English, something very important, salient, is said to be "iconic". This enables us to distinguish between salience and significance. There are items which are salient and to which certain significance is given – meaning, affection, investment, such as the items in a personal collection, which remind us of certain things. They have salience, i.e. they are configured on our investment in affection, memories, which have meaning for us. That same salience can be invested in different significance, new meanings, new feelings. So it can be said that they are "iconic", since they embody that value of significance. In fashion there are certain iconic pieces, for example, a Saint Laurent smoking jacket or Ferré white shirt – items that are invested with meaning. With tools this is important. In our houses, we have very advanced tools, computers, but also scissors or a hammer, invented relatively recently. When required, we do not use a computer to hammer in a nail, we look to the hammer, which although it has undergone changes, it is very stable in shape and significance, meaning and salience. //

PAOLO FABBRI

OUR WORDS

WOOD WORLD

One hundred and twenty years of history are preserved in Giorgetti's wood archives, a library for referencing and interpreting the material – varieties, shapes, colours, species, types – from wooden templates to pieces of counterforms of new generation CNC (computer numerical control) machines. A repository of traditional cabinet making techniques handed down over the generations. Not just a museum of memories, but a working tool, a tool for training, for knowledge and for sharing such knowledge. Selecting the best part of the wood, and especially using solid wood, means understanding its versatility, knowing how to shape it, choosing the right species. That is the reason for the archive. But there's more to it, cataloguing and preserving also means respecting wood and protecting its life cycle, with increasing responsibility towards environmental protection and progressively reducing waste produced during manufacturing. "Wood World" means respecting its origins – purchasing raw material only from responsibly managed forests where new trees are planted immediately to replace those felled. In line with sustainability principles.

PAU FERRO

The term "pau ferro" (*ferro* in Portuguese means iron) calls to mind the distinctive feature of this Brazilian wood, its hardness. Almost as precious as ebony and difficult to source if not programmed 12-18 months in advance, pau ferro is characterised by its typically rusty, reddish colour and rich grain. Due to its consistency and density, it is very difficult to machine and, unlike other woods, sinks rather than floats in water. Pau ferro is used specifically for Progetti collection armrests, whose shape evokes elegant, antique walking sticks.

MATERIALS

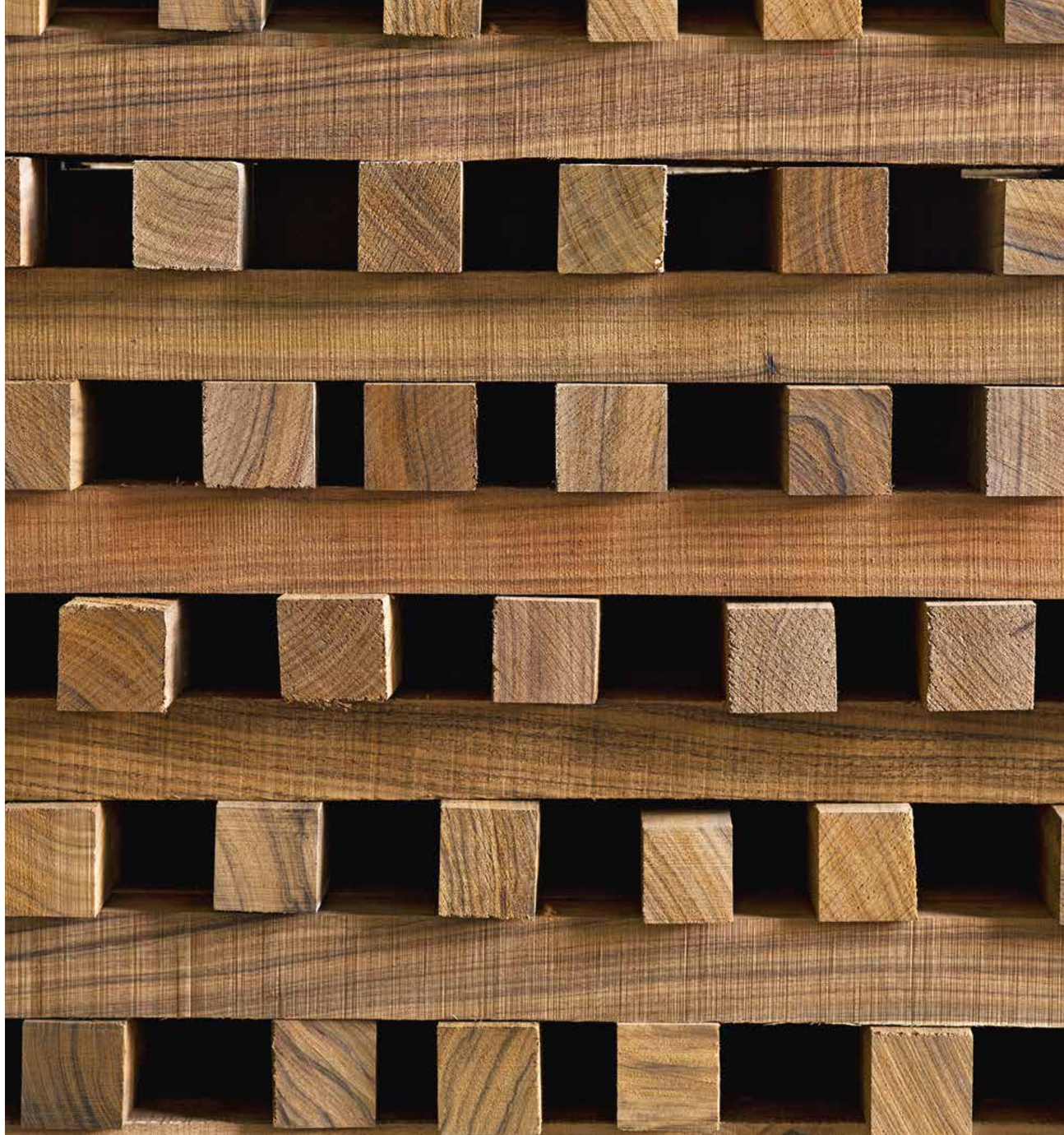
Today, you can still breathe in the same characteristic scent of old carpenters' workshops when you enter the Meda premises. From skilfully-machined wood, pieces emerge which can be considered almost unique. Even if partly mass-produced in a modern plant, artisan craftsmanship still plays a key role in the process. All the furniture, especially pieces with visible wooden components, is created to be pleasant to the touch, whilst preserving and accentuating the very essence of the material.

PASSION FOR DETAIL

Everything begins with rough planks from logs, ready to start a new life. Initially stacked under large, well-ventilated covered areas for a period ranging from six months to a year, they're naturally seasoned, which makes the planks stable, malleable and ready for the manufacturing process. They then undergo careful drying for a variable amount of time, depending on the species, to avoid problems with swelling, cracking or instability. Passion for detail is inherent in the raw materials, but also in the design, planning and meticulous care taken to create something beautiful – aesthetically cohesive pieces to share your life with.

SHAPES AND DESIGNS

There are over 4,000 designs created by "maestros" in the artisan workshop founded by Luigi Giorgetti in 1898. A vast catalogue of options, of *ante litteram* renderings, to explore. How does one imagine a piece before being able to own it? From the 1920s, this is how the company is viewed on the US market. Not as a furniture manufacturer but an exporter of semi-finished products, with a stylish range that recaptures different eras. Overseas business, together with the vast quantity of pieces required, launched the industry – designing and refining standardised manufacturing systems, yet preserving the distinctive characteristics of woodcarving.



Orderly stacks of pau ferro wood.

File ordinate di legno pau ferro.

ABSOLUTE QUALITY

Quality is not a figure but a shared process. It is the basis for every production stage, and the principle behind the creation of each and every piece and component in the supply chain: the design and choice of materials, production methods, supplier selection, and the day-to-day relationship with internal and external parties. The manufacturing process begins in Meda where solid wood, purchased in line with the annual procurement schedule, is stored. Cutting and seasoning of raw wood planks is carried out by hand with wooden templates. Some parts of the chairs, armchairs, tables and sofas are made using numerical control machines. After bonding, semi-finished products are hand-polished. Quality control is absolute. The workshop at Lentate sul Seveso carries out polishing, assembly of final details (such as marble, crystal and metal elements), CAD machine cutting, sewing, padding and upholstery. Packaging and shipping are the final stages.

RELATIONSHIPS

The world is interconnected, close-knit, a global network, hardware and software – just like that, the future is built. Since the 1980s, close relationships have been forged with designers and architects who collaborate to create a new language. The best cabinetmaking and crafts-manship traditions are combined with next-generation manufacturing technology, producing relationships between human beings and forms, between individuals and their functions. The geography of the brand encompasses extensive networks, with a retail structure that creates new maps and infiltrates both established and less-explored areas. Giorgetti Germany, USA, Asia, branches, partners, retailers in over 120 countries – it is pointless to list all of them, they will soon be outstripped by new relationships.

Interior designed using Giorgetti furnishings.

Interno progettato con arredi Giorgetti.

INTERNATIONAL VOCATION

International success began in the 1960s with travel to America and the Gazebo range produced in the 1970s. This early venture was fundamental to the company's technological development. Innovative progress continued over the years in parallel with, and often one step ahead of, customers' changing tastes. With a presence in almost all corners of the globe today – Asia (not just China), Eastern Europe, the Americas and Middle East – 90% of corporate revenue comes from overseas. Whether stand-alone stores, shops-in-shops or other outlets, new, large-scale retail spaces are customised in line with a global architectural approach tailored to local demands. Finally, the contract division plays a key role alongside retail. Exclusive designs should provide added value, over and above furniture, to enable the space to be shaped around the piece.

ATYPICAL

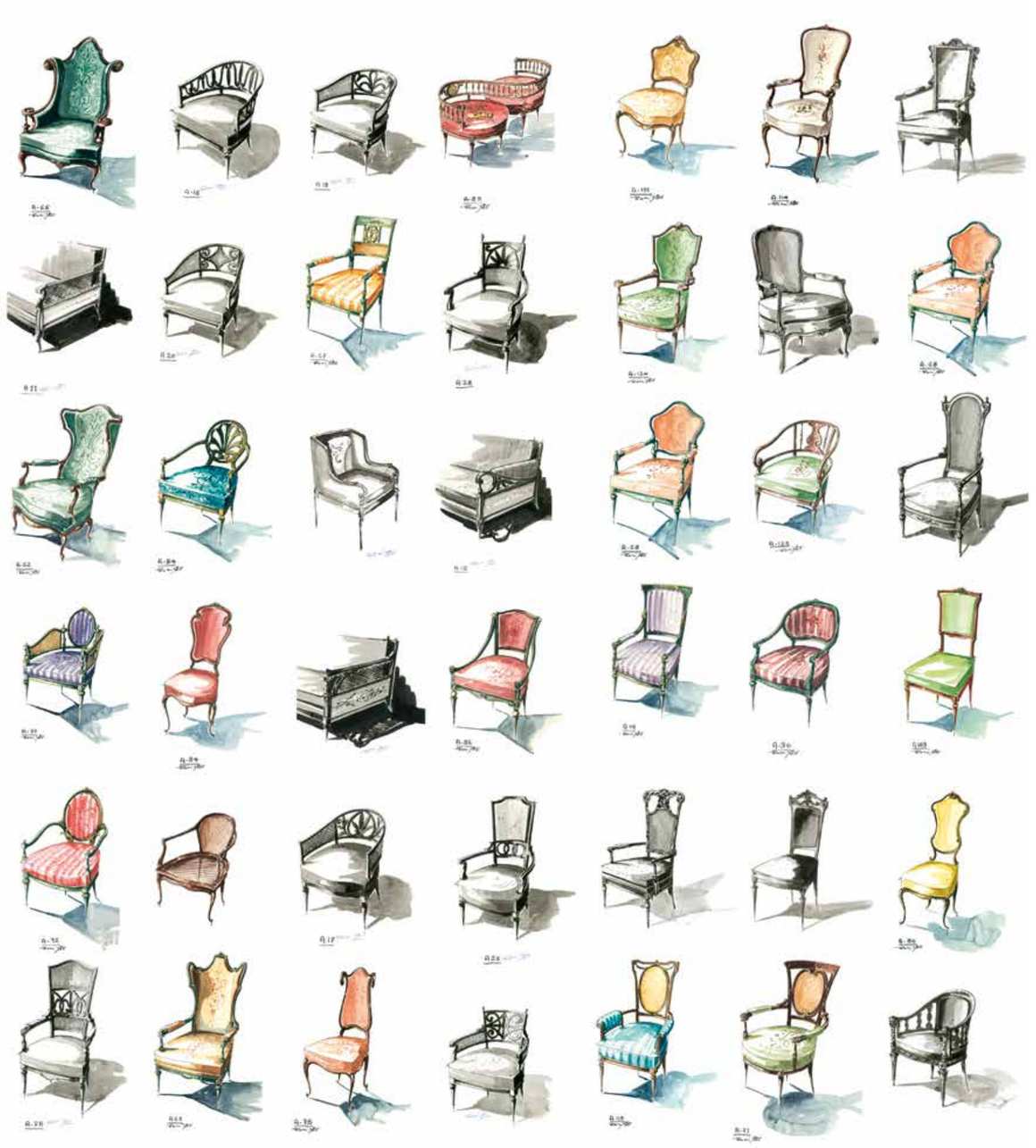
Giorgetti's uniqueness lies in the ability to provide quality and innovation. A well-furnished room is never a sterile space. On the contrary, it is a sign of restrained, bold elegance. Referred to as "Giorgetti style", this easily-identifiable approach to furnishing is unique and original. Atypically unique: values and exclusivity are timeless and result in objects which transcend fashion. Original products are also identified by the manufacturer's mark, some are heat branded and others have a metal plate. They are also marked with a serial number.

TIMELESS

Giorgetti pieces fully embody the concept of Made and Manufactured in Italy, the result of many years of expertise and tradition. From design, creativity and style to actual manufacturing, the entire process is completely carried out in Italy by highly skilled employees with vast expertise in the furniture industry. Functionality and quality of materials ensure long-lasting durability. Made in Italy craftsmanship goes beyond the rationale of standardised pieces to ensure highly personalised designs. //

Pau ferro armrests for the Progetti armchair (Centro Ricerche Giorgetti design, 1987).

Braccioli in pau ferro per la poltroncina Progetti (design Centro Ricerche Giorgetti, 1987).



Previous pages: **interior designed using Giorgetti furnishings.** ***Opposite and following page:*** **Giorgetti seats, watercolours, c. 1960s.**

Pagine precedenti: interno progettato con arredi Giorgetti. *A fianco e nella pagina successiva:* sedute Giorgetti, acquerelli, anni '60 circa.

8

Glossario

ICONIC
di PAOLO FABBRI

Oggi in inglese si dice *iconic* per dire qualcosa di molto importante, di saliente. Questo permette di distinguere tra la salienza e la pregnanza. Ci sono oggetti che hanno una loro salienza, e in cui è stata investita una certa pregnanza – di significato, di affetto, di investimento, come gli oggetti delle nostre collezioni personali, che ci ricordano certe cose, hanno una salienza, cioè hanno una configurazione su cui investiamo dell'affettività, dei ricordi, un certo tipo di significati. La stessa salienza può essere investita da pregnanze diverse, nuovi significati, nuovi affetti. E allora si dirà che sono *iconic*, che hanno un valore di significazione. Anche nella moda ci sono oggetti certamente iconici, per esempio lo smoking di Saint Laurent o la camicia bianca di Ferré – oggetti che sono suscettibili costantemente di essere reinvestiti. Negli strumenti questo è importante. Nella nostra casa, convivono uno strumento molto avanzato, il computer, e le forbici o il martello, inventati parecchio tempo fa. Quando è il momento buono, non usiamo il computer per piantare un chiodo, ma cerchiamo il martello, che ha subito modifiche, ma è molto stabile come forma e significazione, come pregnanza e salienza. //

LE NOSTRE PAROLE

WOOD WORLD
Centoventi anni di storia sono conservati nell'archivio ligneo Giorgetti: una biblioteca per leggere e interpretare la materia – varietà, forme, colori, essenze, tipologie – dalle dime ai sottopezzi delle controforme per le macchine a controllo numerico di nuova generazione. Un deposito della sapienza ebanistica che si tramanda da generazioni – e non è solo archeologia della memoria. È strumento di lavoro e di formazione, di conoscenza e condivisione di sapere. Selezionare la parte migliore del legno, e utilizzarlo soprattutto in massiccio, vuol dire conoscerne la versatilità, saperlo modellare, scegliere le essenze. Ecco perché l'archivio. Ma non solo, catalogare e conservare significa anche rispettare il legno e proteggerne il ciclo di vita, con un impegno crescente per la tutela dell'ambiente e la progressiva riduzione degli scarti prodotti durante la lavorazione. *Wood World* è rispetto delle origini – acquistare la materia prima solamente da foreste di coltura controllata, dove nuovi alberi vengono immediatamente piantati a sostituzione di quelli abbattuti. In linea con i principi della sostenibilità.

PAU FERRO
Il termine "pau ferro" evoca la peculiarità di questa essenza brasiliana, la durezza. Prezioso quasi quanto l'ebano, difficile da reperire se non programmandolo con un anticipo di 12-18 mesi, il pau ferro si contraddistingue per il tipico colore rossastro, che richiama il ferro, e per la ricchezza delle venature. È molto difficile da lavorare, per la sua consistenza e densità; a differenza di altri legni, non galleggia in acqua ma affonda. Viene utilizzato in particolare per i braccioli della serie Progetti, che evocano antichi e signorili bastoni da passeggio.

MATERICITÀ
Il caratteristico profumo degli antichi laboratori di falegnameria è lo stesso che si respira ancora oggi entrando nello stabilimento di Meda, dove dal legno abilmente lavorato nascono pezzi che possono considerarsi quasi unici anche se in parte realizzati in serie su moderni impianti, ma con una componente ancora largamente artigianale. Tutti gli arredi, in particolare quelli che prevedono elementi in legno a vista, nascono per essere anche piacevoli al tatto, conservano ed esaltano l'anima della materia.

PASSIONE PER I DETTAGLI
Tutto comincia con le tavole grezze ricavate dai tronchi, pronte a iniziare una nuova vita. Quando vengono accatastate sotto i grandi portici areati, per un periodo variabile da sei mesi a un anno. Una stagionatura naturale, per rendere le tavole stabili, duttili e idonee alle lavorazioni. Poi sono sottoposte a un accurato trattamento di essicazione, per evitare problemi di rigonfiamenti, crepature e instabilità, per un tempo variabile secondo l'essenza. La passione per il dettaglio è lì, nella materia, ma è anche nel disegno, nel progetto, nella cura dedicata a creare qualcosa di nuovo e bello – oggetti esteticamente coerenti e capaci di condividere le loro vite con noi.

FORME E DISEGNI
Sono più di 4000 i disegni realizzati dai "maestri d'arte" del laboratorio artigianale fondato nel 1898 da Luigi Giorgetti. Un grande catalogo di possibilità da esplorare, di rendering *ante litteram*. Come immaginare un oggetto, prima di poterlo possedere? È così che, dagli anni '20, l'azienda si presenta sul mercato statunitense. Non ancora produttore di mobili ma esportatore di semilavorati intagliati, con una proposta stilistica che recupera epoche diverse. L'attività oltreoceano, insieme alla grande quantità di pezzi richiesti, danno avvio all'industria – per ideare e perfezionare sistemi di produzione standardizzati, preservando la peculiarità dell'intaglio.

QUALITÀ TOTALE

La qualità non è un dato ma un processo condiviso. È il distillato di ogni fase della lavorazione di un manufatto e di ogni elemento della filiera: la progettazione e la scelta dei materiali; il metodo di lavoro; la selezione dei fornitori; il rapporto quotidiano con gli interlocutori interni ed esterni. Il processo produttivo comincia a Meda con lo stoccaggio di legno massiccio, acquistato secondo una programmazione annuale; il taglio e l'essiccaggio di tavole di legno grezzo avvengono grazie a dime segnate a mano; alcune parti di sedie, poltrone, tavoli e divani sono realizzate con macchine a controllo numerico. Dopo l'incollaggio, i prodotti semi-finiti vengono levigati a mano; il controllo qualità è totale. Nella sede di Lentate sul Seveso, invece, si procede alla lucidatura, all'assemblaggio degli elementi finali (come marmi, cristalli, metallo), al taglio con macchine a tecnologia CAD, al cucito, all'imbottitura e al rivestimento. Packaging e spedizione sono le fasi finali.

RELAZIONI

Il mondo è connesso, maglie strette e reti larghe, hardware e software, così si costruisce il futuro. Le relazioni sono strette con i designer e gli architetti che, dalla fine degli anni '80, collaborano a creare un nuovo linguaggio. La più alta tradizione ebanistica e artigianale si concilia con le tecnologie produttive di ultima generazione. Per creare relazioni tra gli esseri umani e le forme, tra gli individui e le loro funzioni. Le reti sono larghe nella geografia del marchio, con la struttura distributiva che disegna nuove mappe, e si insinua capillarmente nei territori noti, e in quelli meno esplorati. Giorgetti Deutschland, USA, Asia, filiali, partner, distributori, presenti in più di 120 paesi – non importa citarli tutti, sarebbero già superati da nuove relazioni.

VOCAZIONE INTERNAZIONALE

Con i viaggi in America negli anni '60, e la serie Gazebo prodotta negli anni '70, cominciano i successi internazionali. Una vocazione precoce, fondamentale per lo sviluppo tecnologico dell'azienda. La svolta innovativa prosegue negli anni, parallelamente all'evolversi del gusto del pubblico, spesso anticipandolo. È dall'estero che arriva il 90% dei ricavi, grazie a una presenza oggi bilanciata in quasi tutti gli angoli del globo, in Asia, e non solo in Cina, nell'Est Europa, nelle Americhe e nel Medio Oriente. Che si tratti di monomarca, shop-in-shop o altre formule, i nuovi spazi distributivi sono tutti di dimensioni importanti e personalizzati seguendo un approccio architettonico globale modellato sulle esigenze locali. Infine, accanto alla divisione retail, un ruolo importante riveste il contract. Progetti esclusivi, dove fornire un valore aggiunto che va oltre il mobile, e che permette di disegnare lo spazio attorno al prodotto.

ATIPICITÀ

L'unicità risiede nella capacità di aver fatto propri la qualità e l'innovazione. Un ambiente arredato non si presenta mai come uno spazio asettico. Al contrario, lascia trasparire un carattere elegante, sobrio e deciso. Un modo di arredare ben identificabile che viene definito lo "stile Giorgetti", unico e originale, un'unicità atipica: i valori e l'esclusività nel design non hanno limiti temporali e si concretizzano in oggetti in grado di sopravvivere alle mode. Un prodotto originale si distingue anche perché reca impresso il marchio: in alcuni con una marchiatura a fuoco e in altri con una targhetta metallica. I pezzi sono inoltre contrassegnati da un numero di serie progressivo.

TIMELESS, SENZA TEMPO

I prodotti realizzati da Giorgetti restituiscono appieno il concetto di Made and Manufactured in Italy, grazie ai moltissimi anni di esperienza e alla tradizione. A partire dal design, dalla creatività e dallo stile, fino ad arrivare alla produzione vera e propria, l'intero processo viene realizzato totalmente in Italia da personale altamente qualificato e dotato di grande competenza nel settore del mobile. Funzionalità e qualità dei materiali favoriscono la durata nel tempo. La produzione artigiana del Made in Italy supera la logica del prodotto standardizzato e garantisce un elevato livello di personalizzazione del prodotto. //

GIORGETTO

Appendix

EDITORIALS AND REVIEWS ON GIORGETTI

2017

Italy

Circle, no. 29, February 2017, pp. 10-15

DDN, no. 227, January 2017, p. 126, p. 139

DDN, no. 229, April 2017, pp. 140-141
Interview with Giovanni del Vecchio

DDN, no. 231, June 2017, pp. 98-99
Interview with Giovanni del Vecchio

IFDM Contract, Spring/Summer, June 2017, p. 234

Il Cittadino, August 31, 2017, p. 4

Il Cittadino, December 9, 2017, p. 67 (supplement)

Il Cittadino, December 23, 2017, p. 9

Interni, no. 1/2, January-February 2017, p. 40, p. 115 (International English issue)

Interni, no. 4, April 2017, pp. 74-75
Interview with Giovanni del Vecchio and Ludovica+Roberto Palomba

Interni, no. 10, October 2017, pp. 40-41

Interni, no. 12, December 2017, p. 28

Interni Annual Contract, no. 676, November 2017, pp. 124-125 (monographic supplement)

Interni Annual Cucina, no. 9, September 2017, pp. 103-105 (monographic supplement)

Interni Icon Makers, no. 677, December 2017, p. 72
Interview with Giovanni del Vecchio

La Repubblica Affari&Finanza, July 10, 2017, pp. 16-17
Interview with Giovanni del Vecchio

Panorama Interni, no. 83, September 7, 2017, p. 42
Interview with Giovanni del Vecchio

Abroad

AD (Russia), October 2017, pp. 94-96

Circe (Switzerland), no. 24, June 2017, pp. 80-81

Eigenhuis & Interieur (The Netherlands), February 2017, pp. 200-201
Interview with Giovanni del Vecchio

Elle Decoration (China), June 2017, pp. 118-119

Elle Decoration (Russia), April 2017, pp. 68-69

Elle Decoration (Russia), October 2017, p. 56

Espaces Contemporains (Switzerland), May 2017, p. 16
Interview with Giovanni del Vecchio

Feeling Wonen (Belgium), no. 173, January/February 2017, pp. 230-231
Interview with Giovanni del Vecchio

Häuser (Germany), no. 3, June/July 2017, p. 24
Interview with Giovanni del Vecchio

Ideat (Germany), October/November 2017, p. 64

Iris Covet Book (US), April 2017, pp. 156-161

Kommersant Interiors (Russia), April 26, 2017, pp. 18-19

Modern Luxury Houston (US), June 2017, pp. 84-85

Monocle (UK), no. 101, March 2017, p. 163
Interview with Giovanni del Vecchio

Sabato L'Echo (Belgium), April 22, 2017, pp. 64-67

Style Schweizer Illustrierte (Switzerland), no. 11, November 2017, p. 141
Interview with Giovanni del Vecchio

Wallpaper* (UK), February 2017, pp. 76-77

2016

Italy

Circle, no. 28, September 2016, pp. 22-29
Interview with Giovanni del Vecchio

Corriere della Sera Design, April 12, 2016, p. 34
Interview with Giovanni del Vecchio

DDN, no. 222, June 2016, pp. 94-96

DDN, no. 223, September 2016, pp. 120-123

DDN, no. 224, October 2016, pp. 122-125
Interview with Giovanni del Vecchio

IFDM, no. 4, April 2016, pp. 22-23

Interni, no. 6, June 2016, pp. 100-105

Interni, no. 11, November 2016, pp. 55-56

Interni Annual Cucina, no. 9, September 2016, pp. 100-103 (monographic supplement)

Interni Panorama, no. 80, September 8, 2016, p. 29

L'Arca, no. 128, January/February 2016, pp. 100-101

Abroad

Deluxe (Vietnam), no. 21, January 2016, pp. 66-69

Dom I Interior (Ucraina), May 2016, pp. 60-65

Elle Decoration (Russia), September 2016, p. 46

Elle Decoration (Russia), October 2016, p. 212

Espaces Contemporains (Switzerland), March/April 2016, p. 217

H.O.M.E., November 2016, pp. 90-91 (Austrian issue), pp. 74-75 (German issue)
Interview with Giovanni del Vecchio

H.O.M.E. (Germany), May 2016, p. 82

Kommersant Style (Russia), October 10, 2016, p. 17

Modern Luxury Interiors Texas (US), Fall/Winter 2016, p. 66

Papercity Houston (US), July/August 2016

2015

Italy

DDN Free, no. 23, April 2015, pp. 10-11

Il Sole 24 Ore, November 2, 2015, p. 15
Interview with Giovanni del Vecchio

Interni, no. 9, September 2015, pp. 72-73

Abroad

A&W (Germany), no. 2, April 2015, p. 42

AD (Germany), April 2015, pp. 64-66, p. 208
Interview with Carlo Giorgetti and Roberta Giorgetti

Home Magazine (Jordan), May 2015, pp. 78-83

Kommersant Interiors (Russia), April 27, 2015, p. 12

Lifestyle Journal (Hong Kong), June 12, 2015, p. 061
Interview with Roberta Giorgetti

Sabato de L'Echo/Sabato de tijd (Belgium), October 10, 2015, pp. 31-38/pp. 33-40

Tatler Homes (Singapore), February 2015
Interview with Rossella Pugliatti

2014

Italy

DDN, no. 203, May 2014, pp.128-130

Mestieri d'Arte & Design – Monsieur, April 2014, pp. 65-67

Pambianco Magazine, April 28, 2014, p. 59
Interview with Carlo Giorgetti

Abroad

Archidea (Ucraina), November 2014, pp. 156-157

Elle Decoration (Russia), February 2014, pp. 86-88
Interview with Carlo Giorgetti

Elle Decoration (Indonesia), June/July 2014, pp. 92-93

Ideat (France), December 2014/January 2015, p. 154
Interview with Carlo Giorgetti

Objekt International (UK), no. 67, September 2014, p. 94

Residence (The Netherlands), October 2014, pp. 127-132

Salon Interior (Russia), no. 11, November 2014, pp. 128-130
Interview with Carlo Giorgetti

Tatler Homes (Singapore), April 2014, p. 102
Interview with Massimo Scolari

2013

Italy

DDN, January 2013

Il Giorno, November 7, 2013

Mestieri d'Arte & Design – Monsieur, April 2013, pp. 90-95

Monsieur – Toys for Boys, December 2013, pp. 70-75

Abroad

Business Times (Singapore), July 27, 2013
Interview with Roberta Giorgetti and Carlo Colombo

Elle Decoration (Indonesia), November 2013, pp. 94-97

For Connoisseurs (Malaysia), November 2013

Form (Singapore), October/November 2013

Interior Design (Ucraina), December 2013, pp. 54-56
Interview with Carlo Giorgetti

Pambianco Magazine (Russia), November 2013, pp. 78-79
Interview with Carlo Giorgetti

The Edge – Haven (Malaysia), October/November 2013, pp. 10-11
Interview with Roberta Giorgetti

The Edge (Singapore), November 2013
Interview with Roberta Giorgetti

The Peak (Malaysia), October 2013
Interview with Roberta Giorgetti

2012

Italy

AD, May 2012

Case & Stili, June 2012, pp. 149-151

Corriere del Mezzogiorno, June 8, 2012
Interview with Chi Wing Lo

Gd'A, December 2012

Il Cittadino, September 22, 2012

Interni, no. 3, March 2012, pp. 61-63

Pambianco Magazine, December 6, 2012, p. 71

Abroad

Case da Abitare (China), January/February 2012, pp. 52-55

Home Journal (Hong Kong), October 2012

Interni (Russia), no. 4, April 2012, pp. 37-39

Luxury Watcher (Hong Kong), July 2012

Pangu Vision (China), May 2012

Up Magazine (China), June 2012, pp. 230-235

2011

Italy

Case & Stili, October 2011, pp. 41-52

Gd'A, December 2012, pp. 48-49

Elle Decor – Hand made, Storie Italiane insert, November 2011

Monsieur 10 anni, July 2011 – Special issue, p. 35, p. 224
Interview with Carlo Giorgetti

Abroad

Asia Ideas, September 2011, pp. 62-66
Interview with Chi Wing Lo

Best Brands Encyclopedia (Russia), January 2011, p. 32

Bombay Times, January 15, 2011

De Residentie (The Netherlands), October 2011, pp. 60-63

Elle Decor (India), April/May 2011, p. 96
Interview with Carlo Giorgetti

Folha de S. Paulo (Brasil), September 15, 2011

Form (Singapore), December 2011/January 2012
Interview with Chi Wing Lo

Home & Decor (Russia), March 2011, pp. 60-65

Look-Out (Belgium), Spring/Summer 2011, pp. 210-213

The Peak Selections: Domain (Malaysia), December 2011, pp. 044-045

Residence (The Netherlands), September 2011, pp. 28-29

Robb Report (Brasil), October 2011, p. 130
Interview with Carlo Giorgetti

2010

Italy

AD, January 2010, p. 56
Interview with Chi Wing Lo

DDN, no. 169, June 2010, pp. 48-51
Interview with Carlo Giorgetti and Massimo Scolari

Gd'A, no. 4, April 2010

Gd'A, no. 7, July 2010

Il Giornale Casa&Design, April 13, 2010, p. 13
Interview with Carlo Giorgetti

Il Giornale – Style, May 2010, pp. 80-82

Il Giornale di Monza, November 9, 2010
Interview with Carlo Giorgetti

Marie Claire Maison, November 2010, pp. 101-104

Monsieur, May 2010, pp. 86-89

Abroad

Elle Decoration (Turkey), no. 2, January/March 2010
Interview with Carlo Giorgetti

Home Boutique (Shanghai), October 2010, pp. 30-33

House Beautiful, no. 1, January 2010, pp. 48-49
Interview with Carlo Giorgetti

Interior Design (US), September 2010, pp. 132-133

Maison Française (Turkey), no. 176, January 2010, p. 85
Interview with Carlo Giorgetti

Mezonin (Russia), November 2010, pp. 46-54

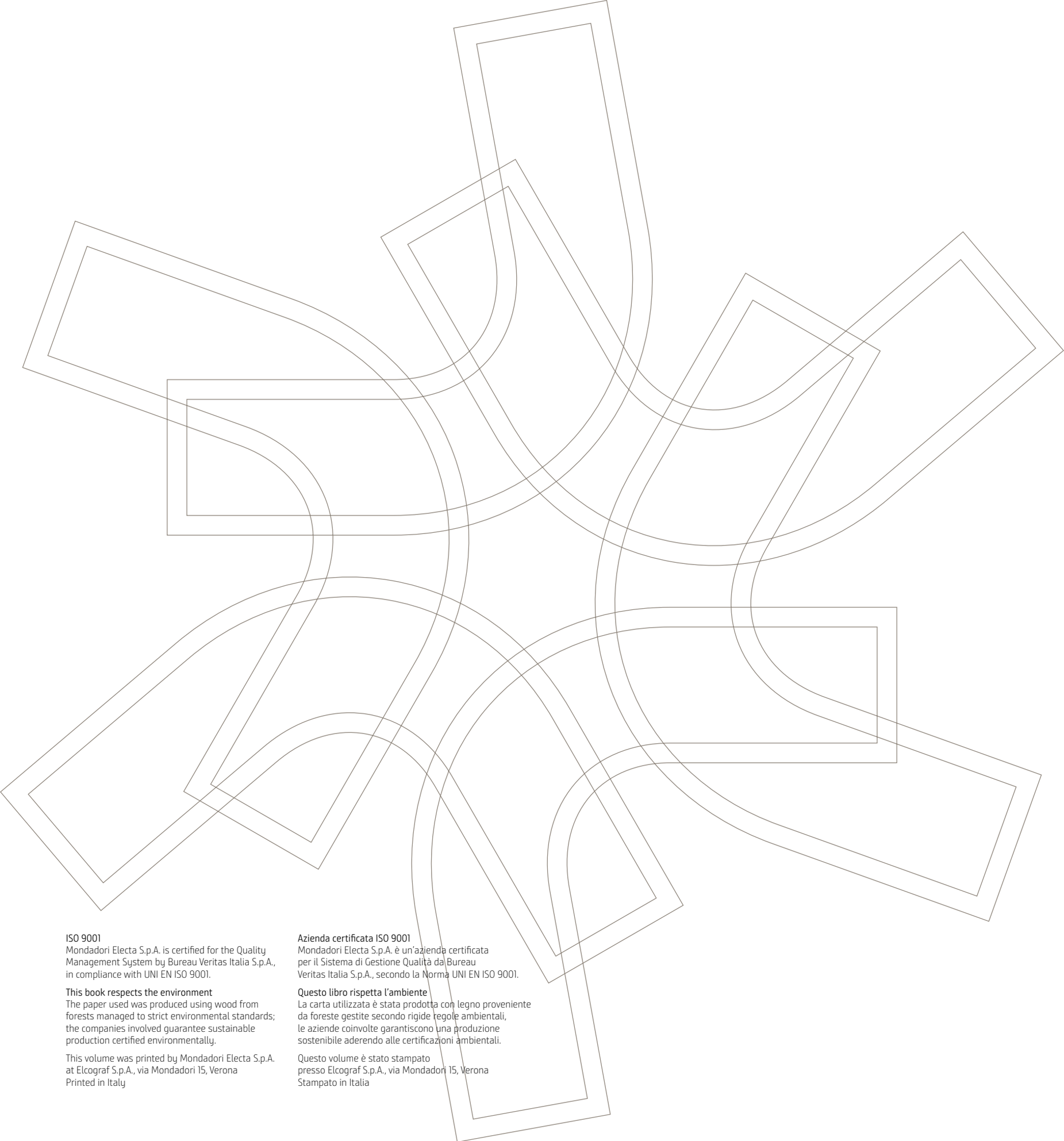
Milliyet (Turkey), January 2, 2010
Interview with Carlo Giorgetti

Objekt (The Netherlands), Summer 2010, pp. 40-45

Objekt (The Netherlands), December 2010, pp. 82-85

Robb Report (US), August 2010

The Business Times (Singapore), July 24-25, 2010, p. 13
Interview with Massimo Scolari



ISO 9001
Mondadori Electa S.p.A. is certified for the Quality Management System by Bureau Veritas Italia S.p.A., in compliance with UNI EN ISO 9001.

This book respects the environment
The paper used was produced using wood from forests managed to strict environmental standards; the companies involved guarantee sustainable production certified environmentally.

This volume was printed by Mondadori Electa S.p.A. at Elcograf S.p.A., via Mondadori 15, Verona
Printed in Italy

Azienda certificata ISO 9001
Mondadori Electa S.p.A. è un'azienda certificata per il Sistema di Gestione Qualità da Bureau Veritas Italia S.p.A., secondo la Norma UNI EN ISO 9001.

Questo libro rispetta l'ambiente
La carta utilizzata è stata prodotta con legno proveniente da foreste gestite secondo rigide regole ambientali, le aziende coinvolte garantiscono una produzione sostenibile aderendo alle certificazioni ambientali.

Questo volume è stato stampato presso Elcograf S.p.A., via Mondadori 15, Verona
Stampato in Italia