



A Marmomac 2018 il felice connubio di Brand & Stone

Il felice connubio di Brand & Stone

Stanze monotematiche adagiate sull'acqua celebrano collaborazioni di successo tra brand riconosciuti del Made in Italy, designer e aziende di produzione di materiali lapidei.

VERONA. “**Brand & Stone**” non è una semplice esposizione. È un progetto di partnership, una pianificazione mirata di collaborazioni svelate nel loro percorso aggregativo nel corso della presentazione tenutasi a Marmomac il 27 settembre nell’area Forum del Padiglione 1, The Italian Stone Theatre. Siamo stati piacevolmente sorpresi dall’intima narrazione di alcuni fra i protagonisti intervenuti, soprattutto imprese e produttori, così come dall’inaspettata premessa dei curatori **Daniilo Di Michele** e **Giorgio Canale**. Partiamo dalla seconda. “Brand & Stone” non nasce come esperimento per estremizzare le potenzialità dei materiali lapidei, finalità quasi scontata nell’area espositiva della più grande fiera internazionale di settore; **la mostra nasce perché è necessario avvicinare ancora**

di più progettisti e grandi marchi a questi materiali, aiutarli a superare le paure di natura commerciale (costi, distribuzione), ma anche di natura tecnica (peso, problematiche di installazione e contestazioni all'ordine del giorno). *"Grandi gruppi, lavorate con il marmo"* è l'invito di Danilo Di Michele al gruppo di relatori e alla platea. Tornando alle intime narrazioni, si scopre che colossi industriali delle lavorazioni lapidee, persone che da decenni consumano e respirano polveri di marmo, hanno accettato questa sfida perché, in fin dei conti, il design è ancora un campo aperto e sconosciuto: **una cosa è estrarre un blocco e saperlo lavorare tecnicamente, altra è dargli una forma che possa raggiungere un consumatore**. Questo, in sintesi, il messaggio delle aziende coinvolte come Testi Group, Santa Margherita, Cereser.

Risulta un bene aver innescato queste partnership, *"è la prima volta, un mondo nuovo"* dichiara con voce quasi commossa un rappresentante della Marmi Remuzzi Bergamo, impegnato nella lavorazione di una lampada a sospensione e arredi per Baxter.

La mostra in sé risulta un tripudio di **repliche d'autore accompagnate da interessanti progetti inediti**. Tutto ciò che era legno, metallo e plastica, **progetti già diventati in alcuni casi icone del design, si tramutano in oggetti di marmo e granito**. Lo stupore è alla portata di tutti, perché un oggetto in pietra genera percezioni alla distanza che nessun materiale riuscirà mai ad eguagliare. Ed è così che **il gorilla "Kong"**, realizzato da Angelo Odone, è posizionato all'ingresso con tanto di torcia accesa quasi a scrutare e ispezionare il visitatore. Un figlio in polietilene di Giovannoni, un figlio della plastica industriale, rinasce come magnifica scultura per Qeeboo Milano. Sarà l'unico omaggio zoomorfo dell'esposizione, con tanto di promessa futura di integrazione di un sistema a cremagliera per muovere il braccio del gorilla.

Da Gervasoni, abituata da anni a lavorare ardesia e pietra serena, non è da meno l'emozione nel vedere **la poltrona "Carve 07"** rifarsi il look. Il team di Paola Navone, impegnato con Marmobon-Domos Design, è fiero di dichiarare che nel 2018 si possono realizzare progetti di questo tipo senza un 3D, guardando il pezzo originale in mogano e immaginandolo nella sua versione lapidea.

Ma è nella **lampada** “**EX OF IN**” stampata in 3D da Steven Holl, progetto personale dedicato alla propria abitazione e ceduto per la causa alla Horm Casamania, che si apprezza la sfida della sottrazione e la doppia arte di scavare. *“Dove non è arrivato un robot a 5 assi, sono arrivati i nostri artigiani”* dichiara Marmi e Travertini. Il concetto è che nessuna tecnologia più avanzata di quelle in nostro possesso avrebbe consentito la realizzazione di quest’opera. Se questo è vero a livello globale, siamo quindi di fronte a un “capolavoro” unico nel suo genere.

Anche l’azienda Santa Margherita, impegnata con Imperfettolab nella realizzazione di “**Ciottolo**”, racconta con ironia il buon esito della collaborazione. *“Siamo una piccola realtà, ci occupiamo di agglomerati e i puristi della pietra quasi sempre storcono il naso. È stata un’esperienza oltre l’ordinario, interessante. Volevamo capire fin dove si poteva arrivare con questi materiali...e comunque suona ancora piuttosto strano chiamare Ciottolo questi prodotti quando si devono movimentare”*.

Antoniolupi, presente in mostra con la collezione “**Shapeway**”, si è avvicinata al marmo fin dagli inizi della sua storia. Per esigenza dei clienti sono stati realizzati nuovi prodotti e indagati nuovi materiali per i top domestici. Dal 2002 ad oggi, con la collaborazione di Carlo Colombo, Antonio Lupi ha riunito in catalogo 20 lavabi e 5 vasche in marmo, a dimostrazione dell’acquisita familiarità con questo tipo di progetti. Soddisfazione anche da parte del partner Testi Group, espressa nell’ottima finitura esterna ottenuta sulla vasca e nel metodo di protezione antimacchia non superficiale.

“**GT Desk**” è invece un **tavolo** che sa di velocità, e non solo per il nome Lamborghini cui viene associato fin da subito. L’opera (prodotta da Piero Zanella per Formitalia Group e Tonino Lamborghini Casa su progetto Formitalia Design Studio) è stata realizzata in una settimana, con una materiale serbo, l’Ombra di Caravaggio. Il livello di soddisfazione del partenariato è altissimo per aver superato la sfida del peso, per aver studiato soluzioni avanzate di assemblaggio e per aver conservato una linea spigolosa ma soprattutto per aver garantito la continuità della vena tra piano e supporti laterali con due spessori differenti, 15 cm per il piano e 20 cm per le gambe.

Luxury Living Group e Cereser Marmi, infine, presentano “**Serengeti**”, progetto di **tavolo** scaturito dal coraggio e dalla necessità di andare oltre. Fin dove si può spingere il Made in Italy, non solo nel design, ma anche nei materiali? La risposta più bella è quella del designer Toan Nguyen: *“Grazie a Brand & Stone, dichiara, mi è sembrato di rivivere il triangolo d’oro degli anni ’20, inteso come perfetta collaborazione tra cliente, architetto e artigiano. Ci siamo liberati della preoccupazione dei costi e degli aspetti commerciali, volevamo riprodurre fedelmente un tavolo in legno, ma affrontare il tema della pietra è stato come rimescolare tutte le carte. Un progetto impegnativo: superare la gravità e ottenere un effetto di perfetta continuità tra piano e gambe gestendo al massimo la lastra. Non potevo fare altrimenti, sprecare diversamente tanto materiale era qualcosa che intellettualmente mi bloccava”*.

Il tavolo, possiamo assicurarlo, è tuttora in piedi. Come in piedi restano l’identità e la rappresentanza del Made in Italy in queste stanze monotematiche adagate sull’acqua. “Brand & Stone” testimonia egregiamente come marmi e graniti siano ancora materiali insostituibili nel design e nell’architettura passate, presenti e future.

 [Condividi](#)