



IL TESORO SEGRETO DI ROMA

«Più che nuove modalità abitative, credo sia sempre più importante valutare, per ogni arredo e oggetto, il piacere che ci dà averlo»

MICHELE GERVASONI

GERVASONI

Il piacere di abitare

Giovanni e Michele Gervasoni,
Presidente e Amministratore Delegato

I lockdown hanno obbligato a una riflessione necessaria e inaspettata: «Il valore del comfort e dell'ergonomia dei prodotti che avevamo in casa si è subito palesato e sicuramente condizionerà le nostre scelte future», premette Michele Gervasoni. Che poi aggiunge: «Promuovo da sempre un tipo di casa da vivere e non da mostrare. Deve rispecchiare il proprio modo di essere e abitare, solo così può essere unica e autentica. In una parola, vera. Non mi piacciono le case showroom create come esercizio solo estetico. Una casa vera è un corretto mix di divisione degli spazi, luce naturale e artificiale e arredo bello ma funzionale, che possa cambiare assieme a noi. Più che nuove modalità abitative, credo sia sempre più importante valutare, per ogni arredo e oggetto che inseriamo nelle nostre case, il suo valore edonistico, il piacere che ci dà averlo e utilizzarlo».

Una teoria che ha già avuto effetto nella pratica: «Direi che abbiamo assistito a un generalizzato aumento della sensibilità e dell'attenzione sia dell'indoor che dell'outdoor. Tutti i prodotti e le diverse tipologie hanno avuto sicuramente una grande attenzione in questi mesi», conferma Giovanni Gervasoni. Che, confida, attende il ritorno di qualcosa costretto a fermarsi, le fiere come il Salone del Mobile: «Sono e rimarranno ancora un momento molto importante di condivisione e incontro. Tutto sommato siamo, perlomeno noi anziani, degli animali sociali. Quindi ritrovarci, guardarci negli occhi e stringerci la mano e discutere di mobili, di novità, di architettura e design è una cosa che abbiamo ormai nel sangue e nelle nostre belle abitudini». ○

12

GIORGETTI

Arte e tecnologia

Giovanni del Vecchio, Amministratore Delegato

«I tempi sono più veloci, la reattività è fondamentale, la tecnologia ci supporta per rapidi cambi di ritmi e marce. Quello che stiamo vivendo tutti insieme non è legato a culture o geografie, ma è generalizzato. Anche con il vaccino, il cambio di ritmo e approccio resterà. La qualità della vita e dell'abitare continueranno a essere al centro della progettazione, degli ambienti domestici e non solo».

AD: *Come tradurre questo subbuglio in un brand che ha oltre 120 anni di storia?*

GDV: Giorgetti si è evoluta da una proposta di prodotto a una di progetto, con ambienti interi e soluzioni custom. Il processo creativo parte da una sintesi visiva delle esigenze progettuali, per poi passare alla modellazione, ai rendering e alla realizzazione vera e propria.

AD: *Dov'è che la tradizione incontra le avanguardie?*

GDV: Utilizzando i materiali più idonei, prevalentemente naturali e nobili come tessuti, pelli e cuoi, marmi, ma anche vetri, e ceramiche, metalli, senza però trascurare lo spirito innovativo, evidenziato anche dall'utilizzo di materiali di sintesi come la gomma EVA per l'outdoor.

AD: *Esperimenti nella pura sfera immateriale?*

GDV: La collezione Giorgetti 2020 è stata raccontata in *Pinkham Point*, un film a episodi ambientato in una villa virtuale, totalmente progettata dalla nostra direzione artistica e da un team interno. Il film e i video *Voices* che raccontano prodotti, processi e spazi attraverso la voce dei designer e di chi l'azienda la vive ogni giorno, sono disponibili su Giorgetti Channel, un nuovo broadcast digitale lanciato per condividere emozioni, valori e unicità del brand con un progetto in grado di far incontrare arte e tecnologia. ○

