

REPORT FROM THE WATERFRONT

FANTINI

:

S T O R I E D I
UNA FABBRICA
DEL
DESIGN
ITALIANO



Rizzoli

REPORT FROM THE WATERFRONT

FANTINI:
STORIE DI UNA FABBRICA
DEL DESIGN ITALIANO

A cura di Renato Sartori e Patrizia Scarzella

Questo libro racconta il mondo di Fantini, una “fabbrica del design italiano” fortemente legata al suo territorio, il lago d’Orta, vero e proprio *genius loci* del suo fare.

Una storia di impresa originale e affascinante, che dal piccolo borgo di Pella, sulle sponde del lago d’Orta, nel nord dell’Italia, ha diffuso nel mondo in un circuito internazionale i suoi prodotti di alta gamma creati dai più noti designer, tra cui Piero Lissoni, Matteo Thun e Antonio Rodriguez, Vincent Van Duysen, Michael Anastassiades, Naoto Fukasawa.

L’acqua è il *fil rouge* che attraversa tutto il libro. È l’elemento protagonista dei rubinetti gioiello prodotti dall’azienda, piccoli capolavori di uso quotidiano che la portano nelle nostre case, rinnovando ogni giorno una grande magia. Ed è l’acqua del lago, attraverso le immagini di grandi fotografi, che lo hanno interpretato nel tempo, anno dopo anno, su invito di Fantini: Gianni Basso, Franco Fontana, Giorgio Lotti, Gabriele Basilico, Gianni Berengo Gardin, Ferdinando Scianna, Gabriele Croppi, Walter Zerla.













REPORT
FROM THE
WATERFRONT

FANTINI

:

S T O R I E D I

UNA FABBRICA

DEL

DESIGN
ITALIANO

A CURA DI

RENATO SARTORI

E

PATRIZIA SCARZELLA

CON UN'INTRODUZIONE DI

JOSEPH GRIMA

Rizzoli

Report from the Waterfront racconta il mondo di una tipica “fabbrica del design italiano”, l’azienda Fantini, che produce rubinetti di design di alta gamma e sistemi doccia. È una storia d’impresa originale e affascinante e di una speciale visione imprenditoriale e strategica che non solo ha dato origine a prodotti particolarmente innovativi, ma ha realizzato una serie di progetti emblematici legati all’ambiente e alla valorizzazione del suo territorio.

L'acqua è il *fil rouge* che attraversa tutto il libro ed è il tema centrale attorno al quale ruotano i diversi contenuti e progetti, visualizzati nella mappa del mondo Fantini all'inizio del volume e narrati su due livelli: nel testo generale e in prima persona da Daniela Fantini, nei testi virgolettati, con una molteplicità di pensieri che insieme costruiscono il complesso mosaico della realtà dell'azienda e ne delineano la sua unicità nel panorama internazionale.

100 *Fontane Fantini for Africa* racconta, invece, l'acqua quale elemento prezioso e fonte di vita: il progetto di realizzazione dell'acquedotto che ha portato acqua pulita sulle colline di Masango, in Burundi, a circa 25.000 persone.

— *I CURATORI*

SOMMARIO

P. 19

P. 37

P. 71

P. 97

P. 137

P. 151

P. 183

P. 199

P. 236

TIMELINE DEI PRODOTTI

BALLANDO sotto la PIOGGIA COSMICA

JOSEPH GRIMA

14

Nel novembre 2014, le prime pagine dei giornali di tutto il mondo sono state occupate dalla notizia del primo atterraggio morbido sulla superficie di una cometa effettuato dal lander *Philae*, trasportato a bordo di *Rosetta*, la sonda dell'Agenzia Spaziale Europea. La sua destinazione era la cometa 67P/Churyumov-Gerasimenko, dal nome dei suoi scopritori ucraini. Le foto inviate dal robot erano straordinarie e improbabili: misteriosi primi piani di un masso polveroso a forma di anatra che sfrecciava nello spazio a una velocità quasi inconcepibile, abilmente intercettato da un dispositivo che in proporzione aveva le dimensioni di una zanzara. Quelle immagini erano così aliene da monopolizzare l'attenzione dell'umanità per alcuni giorni e da far passare in secondo piano lo scopo della missione, il *perché Philae* avesse viaggiato per oltre 6,4 miliardi di chilometri per intercettare un pezzo di roccia sterile: la ricerca delle origini dell'acqua. È possibile che le prime gocce d'acqua abbiano raggiunto il nostro pianeta a bordo delle comete, scintillanti vagabonde della nostra galassia? L'acqua è una costante solo del nostro pianeta o dell'intero universo? Queste erano le domande esistenziali che gli scienziati hanno affidato al robot di modeste dimensioni con un viaggio di poco più di un decennio. Perché l'acqua è la sostanza più abbondante ma anche la più magica del nostro mondo, e l'idea di non sapere da dove provenga ci tortura.

C'è una bellissima frase di Frank Lloyd Wright che dice all'incirca: "Dammi i lussi della vita e farò volentieri a meno del necessario". L'acqua è davvero una cosa umile? È una necessità o un lusso? Chiaramente in termini puramente fisiologici è una necessità, ma culturalmente poche cose sono così strettamente associate all'idea di benessere sviluppatasi nei millenni. La capacità di intrecciare l'acqua con la vita quotidiana è al centro dell'ingegnosità dell'uomo e va ben oltre i bisogni fondamentali del corpo umano. Per considerarla nei termini di Wright, nel corso della storia abbiamo trasformato una necessità in un lusso, perché l'esperienza magica dell'acqua e la sua presenza capillare nelle nostre vite sono una componente insostituibile di ciò che ci dà piacere ogni giorno.

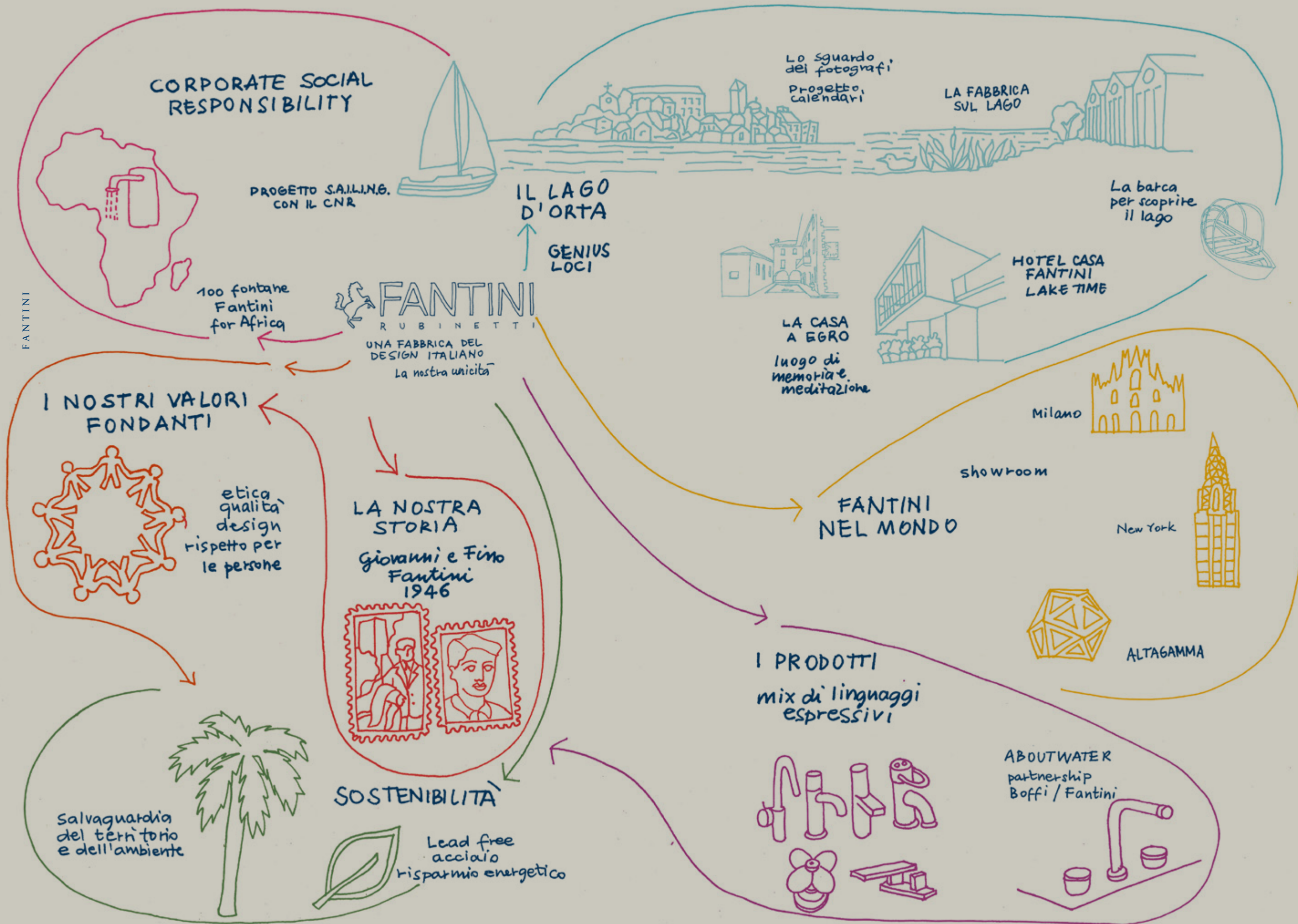
Quando si parla di acqua, il *cosa* è una questione di facile soluzione, ma il *perché* probabilmente è allettante e indefinibile tanto quanto le origini della vita. La verità è che

questa cosa che ci circonda, una sostanza che forse più di ogni altra definisce chi siamo, rimane per noi un mistero. Forse perché ce n'è così tanta, o perché è l'unica formula chimica che la maggior parte della gente ricorda facilmente, o perché è ciò di cui siamo effettivamente fatti, raramente ci poniamo domande su quali siano le circostanze che, molti milioni di anni fa, hanno fatto diventare blu il Pianeta blu. Ed eccoci qua. Ci consideriamo una specie prometeica, elevata a uno stato di illuminazione dalla capacità di imbrigliare il fuoco, ma è la nostra dipendenza dalla più umile delle sostanze, l'acqua, che ci definisce come creature viventi e quindi membri, alla pari delle altre specie, dell'equipaggio privilegiato della navicella spaziale *Terra*.

Ed è nel modo in cui stabiliamo un rapporto con l'acqua su scala planetaria che il nostro ruolo di equipaggio e assistenti di volo sul pianeta Terra sarà messo alla prova negli anni a venire. Se, come ci dicono gli scienziati, questo umile fluido è l'origine di tutti gli esseri viventi, allora i nostri destini ne rimangono intrecciati in eterno. Abbiamo il dovere di dimostrare consapevolezza del fatto che non è un lusso di cui possiamo fare a meno e che comprendiamo la responsabilità che grava sulle nostre spalle come comunità: rendere questa preziosa risorsa disponibile a tutti e non mettere in pericolo con la nostra avidità gli ecosistemi che, come noi, dipendono da lei.

Quando gli scienziati sulla Terra finalmente hanno ricevuto i dati inviati da *Philae*, appollaiato sulla cometa 67P/Churyumov-Gerasimenko mentre sfrecciava nello spazio, sono stati sopraffatti da una momentanea delusione: i campioni raccolti e analizzati dal lander contenevano effettivamente acqua, ma non poteva essere l'origine dell'acqua che conosciamo. In effetti, ciò che aveva trovato era acqua ma di un tipo diverso da quella che si trova sul nostro pianeta. E la delusione si è rapidamente trasformata in sbigottimento, perché poche cose sono in grado di evocare un tale senso di meraviglia come l'idea di "un'altra acqua". È possibile che in un paesaggio remoto, da qualche parte, ad anni luce di distanza, una pioggia cosmica rovesci un tipo di acqua diverso in un diverso tipo di mare in tempesta? Le possibilità sono troppo avvincenti anche solo da immaginare.

15





FANTINI

:

REPORT FROM THE
WATERFRONT

01

DI

ACQUA

E DI LAGO



Antonio Calderara
(1903-1978), *La finestra
e il libro*, 1935, olio
su tela, 185 × 123 cm.
Courtesy Fondazione
Antonio e Carmela
Calderara

“Di acqua e di lago è fatta la nostra storia e la nostra vita quotidiana: da sempre, infatti, la mia famiglia e la nostra azienda sono strettamente legate alla vita del lago d’Orta. L’azienda Fantini è qui, a Pella, sulle sponde di questo piccolo lago romantico nel nord dell’Italia racchiuso tra le montagne. E l’acqua è il nostro *fil rouge*, per me una presenza visiva costante e irrinunciabile, che influenza i nostri pensieri e i nostri progetti. L’atmosfera tranquilla e serena del nostro lago e l’aura mistica che lo avvolge, con la discreta presenza del monastero delle suore di clausura sull’isola di San Giulio, rendono questo luogo per noi speciale.”

*Allora fu edificata dai suoi abitanti Orta, / ricca di pesci, di
frutti e di bell’oliva. / Quella valle, che di fronte, in mezzo,
vi corrisponde, / è Pella, / che prende il miele dal favo e dolci
uve dalle viti.*

— Enea Silvio Piccolomini (papa Pio II), *Egloga*, 1434

La famiglia e l’azienda Fantini sono da sempre profondamente radicate a Pella, sulle sponde del lago. In questo piccolo borgo molto speciale, l’acqua è protagonista assoluta, soggetto dominante nella tradizione, nella saggezza popolare e nella fantasia. Gli abitanti del lago ne conoscono la forza e sono abituati a rispettarla in tutte le sue forme: acqua del lago, del fiume, della pioggia, delle fonti...

Qui sulle rive del lago e intorno al lago si creano prodotti d’uso per la vita quotidiana in metallo, come i rubinetti, che portano l’acqua dentro le nostre case, rinnovando di continuo una piccola grande magia.

L’acqua è il *fil rouge* che permea tutto il fare dell’azienda e il lago è una presenza costante, tale da rappresentare per Fantini il suo vero e proprio *genius loci*, il nume tutelare di riferimento.

P. 18
*Isola di San
Giulio, lago
d’Orta*, xilografia
ottocentesca
firmata Whymper,
su disegno
di H. Fenn,
dalla raccolta
Picturesque
Europe



Costanzo Borrone,
*Mappa del lago
d'Orta*, 1746

Chi vive sul lago d'Orta si sente un po' speciale: avvezzo a un paesaggio dalla bellezza cristallizzata nel tempo, a una rarefazione dell'aria che lo rende talvolta quasi irreale, come un'apparizione illusoria, che può svanire da un momento all'altro, è fortemente condizionato dalla presenza dell'acqua.

Gli abitanti del luogo, quasi tutti, lavorano intorno al tema dell'acqua e del metallo che da sempre sono strettamente connessi e appartengono storicamente alla tradizione di questa terra. La lavorazione dei metalli è, infatti, praticata da antica data sul lago d'Orta e nelle valli limitrofe. Si hanno attestazioni dell'attività di peltrai, stagnari e fonditori a partire dalla seconda metà del Quattrocento, quando si sviluppa in zona un diffuso artigianato legato alla fusione e alla lavorazione dei metalli. Questi artefici girovaghi emigravano verso la Francia, tradizionale meta dei peltrai valdostani, e verso la Spagna. Raggiunsero anche la Germania, ingaggiando, pare, una spietata concorrenza con i produttori locali. La valle Strona in particolare, che da Omegna si apre verso nord-ovest, è sede di un'antica tradizione nella lavorazione del ferro. L'utilizzo dell'acqua del torrente Strona come risorsa energetica risultava già importante allora per il sorgere, lungo la valle, di officine per la fusione e la lavorazione del ferro ed è qui che si sviluppa nella seconda metà del XIX secolo la grande industria siderurgica, tessile e meccanica.

Il lago, ribelle e misterioso

Il lago d'Orta, il più occidentale dei laghi prealpini, è un piccolo lago nel nord dell'Italia ricco di misteri, già dalla storia complessa dei suoi molteplici nomi: Cusio, tradizionalmente considerato il nome latino; di San Giulio, com'era conosciuto in epoca longobarda;



d'Orta, come è stato denominato dalla fine del 1400 verosimilmente in relazione con la progressiva crescita dell'importanza politica, economica e demografica del borgo di Orta.

È un lago assai particolare rispetto a tutti gli altri laghi italiani. Di questa specificità di "lago ribelle" racconta Gianni Rodari, noto scrittore e poeta, che qui, a Omegna, era nato nel 1920, nel libro *C'era due volte il Barone Lamberto* (1978): "Il lago d'Orta, nel quale sorge l'isola di San Giulio e del barone Lamberto, è diverso dagli altri laghi piemontesi e lombardi. È un lago che fa di testa sua. Un originale che, invece di mandare le sue acque a sud, come fanno disciplinatamente il lago Maggiore, il lago di Como e il lago di Garda, le manda a nord, come se le volesse regalare al monte Rosa, anziché al mare Adriatico. Se vi mettete a Omegna, in piazza del Municipio, vedrete uscire dal Cusio un fiume che punta dritto verso le Alpi. Non è un gran fiume, ma nemmeno un ruscelletto. Si chiama Nigoglia e vuole l'articolo al femminile: la Nigoglia. Gli abitanti di Omegna sono molto orgogliosi di questo fiume ribelle e vi hanno pescato un motto che dice in dialetto: 'La Nigoja la va in su e la legg la fouma nu'. E in italiano: 'La Nigoglia va all'insù e la legge la facciamo noi'".

Al centro del lago, l'isola è dedicata a San Giulio, il santo originario dell'isola greca di Egina. Insieme al fratello Giuliano, Giulio arrivò alla fine del IV secolo sulle rive del Cusio. I fratelli si dedicarono, con il beneplacito dell'imperatore Teodosio I, all'abbattimento dei luoghi di culto pagani e alla costruzione di chiese. La leggenda dice che Giulio abbia lasciato al fratello il compito di edificare a Gozzano la novantanovesima chiesa, cercando da solo il luogo dove sarebbe sorta la centesima. Individuato nella piccola isola il luogo adatto, ma non trovando nessuno disposto a traghettarlo da Omegna all'isola le cui

J.T. Willmore,
Il lago d'Orta,
prova di tiratura
di incisione in
acciaio su disegno
di W. Brockedon,
1829

24 Antonio Calderara (1903-1978), *Pella, l'isola San Giulio*, 1934, olio su tela, 70 × 60 cm. Courtesy Fondazione Antonio e Carmela Calderara

rocce erano infestate dai serpenti, Giulio, partendo dalla costa di Pella, avrebbe steso il suo mantello sulle acque utilizzandolo per navigare fino all'isola. Per questo rifiuto ad aiutare San Giulio, agli abitanti di Omegna ancora oggi non è concesso di partecipare alla festa patronale il 31 gennaio, ma possono festeggiare il santo solo nei giorni successivi. Sull'isola, Giulio sconfisse i draghi e i serpenti che popolavano quel luogo, simbolo evidente della superstizione pagana, gettando le fondamenta della chiesa in cui oggi si trova l'abbazia che porta il suo nome.

Il monastero benedettino dell'isola di San Giulio, l'abbazia Mater Ecclesiae, imponente edificio che pare occuparla interamente, è abitato oggi dalle operose monache di clausura benedettine. Con la loro discreta e silenziosa presenza ammantano di spiritualità il luogo e ne accentuano l'atmosfera mistica, rarefatta e meditativa, che si riverbera sulla gente e sulla vita attorno al lago.

Ad alimentare il mistero del lago c'è anche il Sacro Monte di Orta, che nel 2003, assieme agli altri otto Sacri Monti alpini della Lombardia e del Piemonte, è stato iscritto dall'UNESCO nella lista del patrimonio dell'umanità. Dedicato a san Francesco d'Assisi, il complesso consiste di ventuno cappelle, strutture architettoniche in varia scala e stile, l'antico Ospizio di San Francesco, una porta monumentale e una fontana. Fu costruito in tre fasi. La prima, che ebbe inizio nel 1590 per volere della comunità locale e che continuò fin verso il 1630, è contraddistinta, come stile, dal manierismo. Nella seconda fase, che durò fino alla fine del XVII secolo, lo stile predominante fu il barocco, che si sviluppò poi, durante il terzo periodo, sino alla fine del XVIII secolo, in forme eclettiche. Questo sacro monte è l'unico a non aver subito cambiamenti nel suo assetto topologico dopo il XVI secolo. Il giardino ha una magnifica vista sul lago d'Orta.



Invito alla scoperta dei luoghi del lago

Brevi indicazioni di invito a cercare luoghi del lago d'Orta in una "caccia al tesoro" che asseondi la personale sete di curiosità e conoscenza. Solo così è possibile impadronirsi della magia di questo luogo.

L'ANTICO BORGO DI BARCAIOLI E PESCATORI. A Pella, dietro le pieghe della storia si celano antiche vicende: un settecentesco setificio cessa l'attività a causa del naufragio di due vascelli carichi di bachi da seta provenienti dall'Oriente e rinasce come istituto religioso. La prestigiosa Cartiera Sonzogno è smantellata per scelte imprenditoriali di inizio Novecento. Frazionati e modificati, gli edifici hanno cambiato il volto urbanistico del paese.

LA SUGGERZIONE DI UN SAGRATO. Il complesso millenario di San Filiberto. Dal lago, la scalinata settecentesca in ciottoli invita ad accedere al sagrato. La chiesa con facciata a capanna dell'XI secolo, è tra le quattro più antiche della riviera. L'austero e snello campanile è datato tra il 1075 e il 1100. Dall'inizio dell'Ottocento

le quattordici cappelle della Via Crucis fanno da corona al sagrato.¹

L'ARTE DELLA PIETRA. Alzo: ascolta... e udrai ancora nell'aria il suono ritmato degli scalpelli che incidono il granito delle cave, dove centinaia di *picasass* davano forma alla pietra. Tutto intorno i molti manufatti si rivelano a uno sguardo attento: architravi, balconi, colonne di leziose arcate di ballatoi, cordoli, capitelli ornamentali, tutto in granito alzese.

A RITROSO NEL TEMPO. Un po' di silenzio per meditare. Ecco una stradina acciottolata, strette viuzze tra i muri di antiche case di pietra, e in fondo appare il lago, l'antico "porto" dello stato della Riviera di San Giulio, via di transito di artisti, artigiani e maestranze dei cantieri all'isola e Sacro Monte di San Francesco. Questo è Ronco, a tre chilometri da Pella. Una passeggiata tra castagni ed erbe spontanee. Da Ronco, si diparte una antica mulattiera in salita e, a tratti nei tornanti che si snodano, scorci panoramici di rara bellezza. E poi l'oratorio di San Giulio (1672) con pregevoli affreschi all'interno.²

L'APPRODO DEI SANTI. L'isola di San Giulio: è una sirena che attira e non si può descrivere; la si deve vivere come una scoperta intima, personale. Essa racchiude una storia millenaria che suggestiona il visitatore, inconscio pellegrino non appena il suo piede poggia su questo lembo di terra. Ti racconteranno dei serpenti scacciati dal religioso di Egina, della coppa in cui ha bevuto il santo Giulio, della vertebra di drago conservata in sacrestia, dei reperti romani, del diploma imperiale del 962 di Ottone I, della nascita di Guglielmo

forme devozionali, in *La memoria è la nostra storia, San Giulio a Ronco Superiore*, Comune di Pella, 2009, p. 47.



da Volpiano, della tradizione del drago di ferro portato in processione, degli affreschi nella basilica segnati da iscrizioni dei viaggiatori dei secoli passati e di altre affascinanti storie vere e un po' meno, e ti conquisteranno.

ORTA "ACQUERELLO DI DIO". Approderai a Orta San Giulio, la "capitale" della Riviera! Gli inglesi la scoprirono nell'Ottocento e non mancarono di riprodurla in dipinti e acquerelli, di narrarla e romanzarla. L'itinerario letterario che si snoda sul

territorio intorno al lago è un percorso tra autori e brani di opere degli stessi, incisi su targhe³, come la citazione di Balzac "... un delizioso piccolo lago com'è il lago d'Orta ai piedi del Monte Rosa..."⁴ e la viaggiatrice Eliza Robinson Cole che, durante il suo tour del 1859, descrive la curiosa pratica di trasbordare i muli o gli asini sulle barche dalla sponda di Orta a quella di Pella.

PELLEGRINO CHE VAI... Gli austeri palazzi di famiglie nobili fanno ala sulla salita verso il Monte,

luogo sacro per antonomasia. È stato edificato dal 1592 su progetto di padre Cleto da Castelletto *ingegnere*, con un percorso devozionale che escludeva la distrazione esercitata dalla bellezza del lago e dei suoi dintorni.

EMANUELA VALERI
(testo tratto da *Lake Time, Interlinea, Novara 2019*)
Emanuela Valeri è un'apprezzata storica e studiosa delle tradizioni del lago.

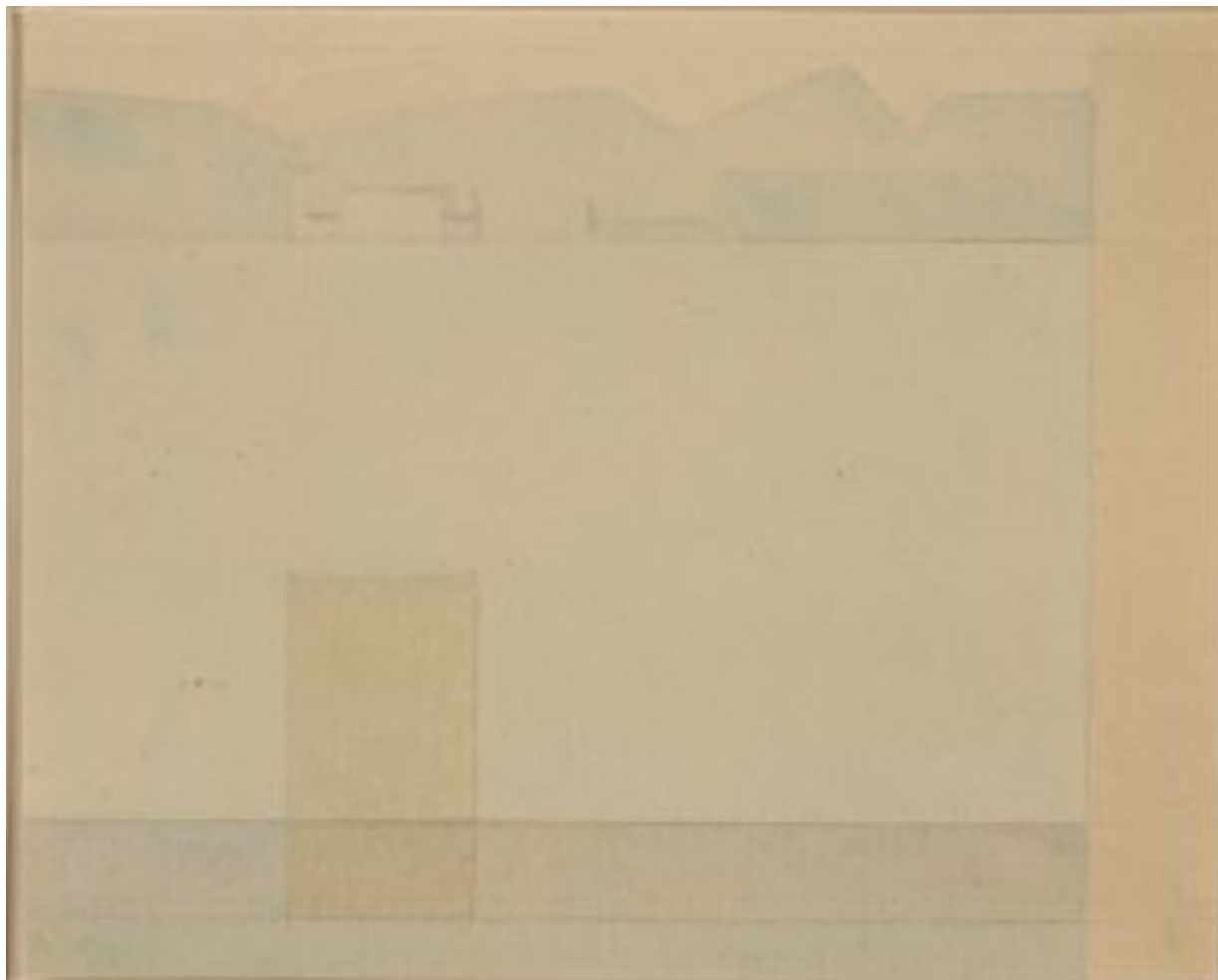
¹ Piero De Gennaro, *San Filiberto sul lago d'Orta*, Nuova Trauben, Torino 2015.

² Fiorella Mattioli Carcano, *Il Sacro: segni, istituzioni religiose e*

³ Ecomuseo del Lago d'Orta e Mottarone, Pettenasco.

⁴ Giulio Bedoni, *Tracce d'Autore, Luoghi e itinerari letterari del*

lago d'Orta e del Mottarone nelle pagine di narratori e poeti, Ecomuseo Cusius e Italia nostra, Pettenasco 1989, p. 27.



Antonio Calderara
(1903-1978), *Lago
d'Orta*, 1956,
acquerello su
carta, 11 × 13,5
cm. Courtesy
Fondazione
Antonio e Carmela
Calderara



Parole di lago

Questo lago diverso da tutti gli altri, che trovi quasi di sorpresa chiuso e protetto tra montagne boschive e morene abbandonate lì dai grandi ghiacciai alpini, con la sua isola tanto perfetta da sembrare in certe ore del giorno e della sera quasi un ologramma, una idea platonica di isola, ha naturalmente ispirato nei secoli le parole di innumerevoli poeti e scrittori – da Honoré de Balzac a Mario Soldati, da Robert Browning a Sebastiano Vassalli – da tutto il mondo*. Tra questi Eugenio Montale, che al lago dedicò una poesia. Fu pubblicata per la prima volta sul “Corriere della Sera” del 26 ottobre 1975, il giorno dopo l’assegnazione al poeta del Premio Nobel per la letteratura.

F. Gonino (attr.),
Vista del lago,
incisione da un
disegno di Marco
Nicolosino (1787-
1856)

(*) Per avvicinarsi a una bibliografia del lago D’Orta possono anzitutto essere utili alcuni saggi antologici sul tema. Tra questi, di Carlo Carena, lo scritto *Il Cusio degli scrittori*, in “*Immagini del lago d’Orta nella pittura dal Quattrocento ad oggi*”, a cura di Luigi Alberti, edito da Lo Strona con la Fondazione Arch. Enrico Monti.

Sullo stesso argomento, *Il lago d’Orta nella letteratura*, atti del corso di aggiornamento per insegnanti, Edizioni Comunità Montana Cusio Mottarone, s.l. 1986.

Una delle prime antologie è stata quella di Renato Verdina, *Il lago d’Orta nella poesia e nell’arte*, L. Vercelli, Omegna 1936.

E ancora, rispettivamente nel 1996 e nel 1998, Aa.Vv., *Il lago d’Orta. Arte e Storia. Ambiente. Letteratura. Tradizioni* dell’Istituto Geografico De Agostini, e Aa.Vv., *Riflessi poetici sui laghi d’Orta e Maggiore*, edito dalla Regione Piemonte-Centro Studi Piemontesi.

Numerose pagine di “Letteratura, Viaggi e Ricordi” sono stati pubblicati sulla rivista “Lo Strona” che visse dal 1976 al 1982; nel 2008 ne è stata pubblicata una scelta e una bella raccolta in un volume edito dalla Fondazione Enrico Monti.

Di piacevole lettura, *Il lago d’Orta, in versi e in prosa*, di Giulio Bedoni, per Alberti Libraio Editore, Verbania 2002. Lavoro che ha dato origine agli “Itinerari letterari”, iniziativa a cura dell’Ecomuseo del Lago d’Orta e Mottarone e della sezione di Novara di Italia Nostra, consistente nella collocazione in vari siti di targhe metalliche con citazioni di poeti e scrittori che di quei luoghi hanno scritto o dai quali hanno tratto ispirazione per le loro opere.

Infine, di attualità, *Il lago dove nacque Zarathustra, Guida letteraria di Orta*, di Nicola Fantini e Laura Pariani, per Interlinea, Novara 2018.

Antonio Calderara (1903-1978), *Senza titolo*, 1934-1935, olio su tela, cm 60 × 50. (La datazione del dipinto è riferibile a prima del 1936 perché il campanile della chiesa di Pella, che è ripreso nel dipinto, è stato demolito in quell'anno e sostituito con uno nuovo collocato su lato sinistro della facciata). Courtesy Fondazione Antonio e Carmela Calderara

“L’acqua è il legame con la nostra produzione. L’acqua da portare idealmente, simbolicamente alle famiglie attraverso oggetti che rispettino l’ambiente e che possano portarla il più pulita possibile. Le forme dei nostri prodotti sono forme d’acqua, che richiamano quest’elemento pulito, fluido, prezioso, utile, sano, fondamentale per la vita. Dare all’acqua la forma migliore è la nostra missione.”



La mistica del lago

Una piccola isola in un lago di colori cangianti sotto il gioco della luce e l'autunno che accende le foglie degli alberi in un grido appassionato alla vita. Sono quarantacinque anni che contemplo albe e tramonti da queste placide rive. La bellezza che mi aveva affascinato nei giorni lontani del nostro approdo su questo scoglio è divenuta sempre più parte di me, di noi, della nostra stessa vita che, per grazia, si è rivelata straordinariamente feconda. A quest'isola, allora selvaggia e inesplorata, approdava nel IV secolo Giulio prete e vi piantava la Parola di vita: il Vangelo.

Questo duro scoglio ci ha accolto nell'ottobre del 1973, perché continuassimo a cercare e celebrare Gesù il buon pastore, Colui che solo sa parlare al cuore di ogni uomo e colmarlo di vita, di verità e di amore. E così la piccola dimora che occupammo in quei primi giorni in cerca di silenzio e di solitudine si è misteriosamente allargata per far posto a tante sorelle e fratelli affascinati dalla grazia di questo luogo in cui da millenni si celebrano i misteri della fede, fonte da cui si attinge una pace che non delude.

Chi approda all'isola avverte che vi

è qualcosa di speciale: un silenzio che è preghiera, una quiete che penetra l'anima. Le grigie pietre della torre campanaria invitano a innalzare lo sguardo al Cielo, e a fermarsi, a far timido spazio al bisogno di rompere il ritmo frenetico di una comunicazione assordante per riscoprire le parole che sgorgano dal cuore e che ora non sappiamo quasi più ascoltare. Anche la testimonianza della vita comunitaria, ritmata secondo la millenaria esperienza di san Benedetto nell'*ora et labora*, rasserena. È ancora possibile vivere nei nostri giorni secondo una dimensione che dia spazio alla persona umana con le sue esigenze più autentiche, coniugando solitudine e comunione, silenzio e parola, ascolto della Parola di Dio e lode. Moltissime persone che approdano all'isola se ne allontanano portando in cuore la gioia di avere trovato una perla preziosa, una speranza certa di una vita serena in cui l'uomo sia – secondo le parole profetiche del beato Paolo VI – “recuperato a se stesso”. Il nostro compito è quindi quello di vegliare pregando, meditando e scrutando nella notte quasi per affrettare il mattino e accogliere la manifestazione dell'amore di Dio nel Cristo, che è venuto

per farci conoscere il Padre e renderci figli e partecipi della vita divina. Quando, prima dell'alba, ci raduniamo in coro, pensiamo che spiritualmente raduniamo tutti i popoli alla presenza del Signore, in ascolto della Parola che salva, e sappiamo che nella misura in cui noi viviamo questa Parola, essi riescono a camminare sulla via della verità e della pace. A noi è chiesto di portare nel cuore le angosce, le sofferenze dell'umanità intera per farla

nascere alla vita che non muore. Ci è chiesto di essere presenti al mondo con la premura della Vergine Maria, della Madre Chiesa, vivendo quel mistero di maternità che assume tutto il travaglio del corpo ecclesiale e lo permea della pacificante presenza di Dio.

MADRE ANNA MARIA CÀNOPÌ,
ABBZIA MATER ECCLESIAE,
ISOLA SAN GIULIO

Anna Maria Cànopi è stata fondatrice e abbadessa dell'abbazia benedettina Mater Ecclesiae nell'isola di San Giulio.

Autrice di molti libri sulla spiritualità monastica e cristiana, ha collaborato all'Edizione della Bibbia della CEI, al catechismo della Chiesa Cattolica e alle edizioni dei nuovi messali e lezionari. Ha preparato il testo della Via Crucis di Papa Giovanni Paolo II al Colosseo nel 1993. È mancata sull'isola di San Giulio a ottantasette anni nel giorno di san Benedetto.

San Giulio, affresco nella basilica dell'isola di San Giulio







FANTINI

:

REPORT FROM THE
W A T E R F R O N T

02

INDUSTRIA
&
PAESAGGIO
NATURALE

I PROGETTI DELLA FABBRICA SUL LAGO
E DI CASA FANTINI LAKE TIME



“Con questo progetto abbiamo realizzato un sogno: integrare con armonia e in perfetto equilibrio la presenza dell’industria nell’ambiente. Oggi il nostro headquarters fronte lago è, infatti, riconosciuto come un esempio eccellente e molto innovativo della possibile felice presenza di una realtà industriale nel paesaggio naturale.”

L’integrazione dell’architettura nell’ambiente è un tema sempre più centrale negli ultimi anni nel dibattito culturale tra architetti, urbanisti e paesaggisti, e ha determinato una nuova visione di pensiero oggi consolidata.

L’approccio progettuale contemporaneo più evoluto si basa sull’azione mediatrice dell’architettura come interfaccia tra ambiente naturale e ambiente artificiale. Punto di partenza per la progettazione è la concezione dell’architettura come organismo inserito in maniera sostenibile in un ecosistema, nel quale ogni trasformazione sia parte di un processo fondato su obiettivi di sostenibilità ambientale.

Sono queste le premesse di base dei due progetti architettonici realizzati da Fantini nel contesto ambientale del lago d’Orta, in uno scenario di rara bellezza e valore paesaggistico, e di delicato equilibrio ecologico.

La fabbrica sul lago e l’hotel Casa Fantini Lake Time sorgono nel borgo di Pella, sulle sponde del lago. I progetti rappresentano due tasselli connessi e complementari della stessa visione strategica e imprenditoriale dell’azienda e del suo impegno per la valorizzazione del territorio. L’autore, l’architetto Piero Lissoni, ha saputo interpretare in modo ottimale le intenzioni dell’azienda. I due interventi hanno lo stesso linguaggio espressivo e caratteristiche morfologiche tali da integrarsi con naturalezza e quasi a bassa voce nell’ambiente. Ogni scelta progettuale, di materiali, colori e dettaglio costruttivo, è basata sul rispetto del territorio con l’obiettivo di realizzare un’armonia visiva complessiva. Il risultato colloca oggi i progetti dell’headquarters Fantini e dell’hotel Casa Fantini tra gli esempi internazionali più riusciti di felice integrazione dell’architettura costruita nel paesaggio naturale, una vera e propria *best practice* innovativa da seguire come modello.

ALLE PAGINE
PRECEDENTI
L’architettura
dell’headquarters
Fantini, progetto
dell’architetto
Piero Lissoni,
visto dal lago,
mimetizzato nel
verde e integrato
nell’ambiente

PAGINA A FRONTE
Il borgo di Pella,
dove hanno sede
l’headquarters
e l’hotel Casa
Fantini Lake
Time, entrambi
progettati
dall’architetto
Piero Lissoni





La fabbrica sul lago

42

Come un cannocchiale che avvicina al lago, la pergola conduce agli uffici e allo showroom sul fronte lago con un percorso verde e il suono dell'acqua del ruscello che scorre accanto dall'ingresso dell'azienda

La valorizzazione dell'affaccio sul lago, fino ad allora non visibile dai preesistenti edifici della fabbrica e dalla sede degli uffici, è stato il presupposto di base per il concept del progetto architettonico di ampliamento dell'headquarters Fantini firmato dall'architetto Piero Lissoni.

La trasformazione dell'azienda e l'avvio del progetto hanno coinciso con l'inizio di alcune partnership esterne, determinanti per la nuova organizzazione del processo produttivo e della gestione aziendale, dando così l'avvio a un cammino che potrebbe portare a un modello di Piccola Azienda Diffusa.

Sul fronte lago sono state collocate alcune funzioni strategiche – gli uffici e lo showroom – che dialogano sinergicamente con il paesaggio grazie a grandi superfici vetrate, attraverso le quali esterno e interno sono in continuità visiva e fisica.

Tra gli obiettivi principali, quello di uniformare architettonicamente gli edifici preesistenti dell'azienda, costruiti in epoche successive: il rivestimento scelto per ricoprire tutte le superfici delle pareti, di U-Glass in colore grigio scuro, è come una “pelle” che dà al complesso e ai due blocchi principali della fabbrica continuità e pulizia visiva e si integra con naturalezza nel contesto naturale.

La caratteristica industriale dell'architettura è dichiarata all'esterno dalle scelte dei materiali, cemento armato, molto crudo e lastre di cemento per il camminamento, un lungo percorso pedonale coperto, che conduce dall'ingresso dell'azienda alla reception e dialoga con l'acqua, affiancando il fiume e accompagnando verso il lago, dove si trova anche un pontile di attracco per la barca, riservata a ospiti e clienti, che collega l'azienda all'hotel Casa Fantini.

La pergola verde ricopre il percorso che divide i due blocchi di fabbrica e ha la funzione di integrare gli elementi naturali nel progetto dell'architettura industriale.



43



Grandi vetrate da terra a soffitto mettono in relazione tutti gli ambienti dell'headquarters con il lago, vero protagonista del progetto

PAGINA A FRONTE
Colori sobri caratterizzano le aree comuni dello showroom, integrandosi con il bianco che domina lo spazio architettonico



È stata mantenuta la natura forte propria degli edifici industriali preesistenti sul fronte lago, dipinti in colore grigio scuro, mentre negli interni degli uffici e dello showroom domina la luminosità del bianco, della resina chiara e la trasparenza delle grandi superfici vetrate, da cui si accede al giardino, che offrono una vista straordinaria del lago e dell'isola di San Giulio.

L'ampliamento degli edifici industriali ha coinciso con la riorganizzazione di alcune funzioni e processi produttivi e con la messa a punto di un modello integrato che riguarda l'organizzazione della fabbrica nel suo complesso secondo le linee guida e i principi del *Lean Manufacturing*: dalla gestione degli aspetti ambientali e di sicurezza del lavoro, alla manutenzione, fino alla logistica con particolare attenzione all'eliminazione degli sprechi. Ottimizzazione dei risultati attraverso il miglioramento continuo dei processi e della qualità del prodotto, il controllo e la progressiva riduzione dei costi di produzione, la flessibilità di risposta alle esigenze del mercato e il coinvolgimento e la motivazione delle persone.

Al piano terra, l'area uffici open space affacciati sul lago

PAGINA A FRONTE
Aree di lavoro e meeting nella zona dello showroom



L'architetto Piero
Lissoni, autore
del progetto
dell'headquarters
con Daniela
Fantini

PAGINA A FRONTE
La scala di accesso
al primo piano
degli uffici

Piero Lissoni, i progetti di Casa Fantini e dell'headquarters

Piero Lissoni, uno dei più famosi architetti e designer italiani a livello internazionale, collabora con Fantini dalla fine degli anni novanta. Autore dei progetti degli showroom Fantini di Milano e New York, degli allestimenti fieristici e con GraphX di tutta l'immagine e comunicazione grafica, ha firmato i due progetti di architettura dell'hotel Casa Fantini Lake Time (2017) e dell'headquarters dell'azienda (2018), entrambi nel borgo di Pella, sulle sponde del lago d'Orta.

A proposito del progetto dell'hotel Casa Fantini Lake Time, Lissoni dice: “Quando ho cominciato a fare il progetto di Casa Fantini Lake Time ho pensato che non volevo fare un albergo, ma una casa. E non era un tipico albergo perché ha un numero di stanze che potrebbero essere quelle di una casa. E non doveva avere i ritmi di un albergo, perché ha un salotto e una cucina come tutte le case. È tutto disegnato in realtà per tenere insieme questa

specie di doppia vita tra la casa, il giardino e l'acqua. E poi c'è la connessione tra un elemento nuovo, completamente costruito, e il suo essere lì in mezzo a una serie di edifici storici e in relazione con quello che gli succede di fronte: una specie di effetto specchio. C'è un'isola molto forte, quella di San Giulio, con edifici che risalgono al 1600 e dall'altra parte un'altra specie di isola, che in realtà è una penisola, con una storia differente, edifici nuovissimi e vecchie case, vecchi giardini, vecchi alberi...

Gli ambienti di Casa Fantini sono soft e ariosi, spazi dove è gradevole fermarsi, ascoltare musica, leggere, chiacchierare, meditare, perdersi nella magnifica vista. Tutto è attentamente, anche se discretamente, predisposto, tutto è integrato. Per trasmettere un'atmosfera di serena tranquillità. Qui ci si deve sentire ‘a casa’.

In realtà c'è un'idea molto semplice intorno a un progetto come quello di Casa Fantini Lake Time. Io credo che tutti i progetti di architettura siano delle interferenze. È come se si ‘increspasse’ una specie di onda sonora. Penso che la capacità sia quella di far interagire questa piccola interferenza con quello che le succede intorno. Quindi ho cercato semplicemente di essere il meno ‘rumoroso’ possibile. E nello stesso modo ho cercato di far dialogare l'edificio della

vecchia villa affacciata sulla piazza con la nuova struttura, cercando di connetterla e nello stesso tempo renderla omogenea al nuovo edificio che ho costruito intorno. Questa è la storia. Questo è il progetto di architettura di Casa Fantini”.

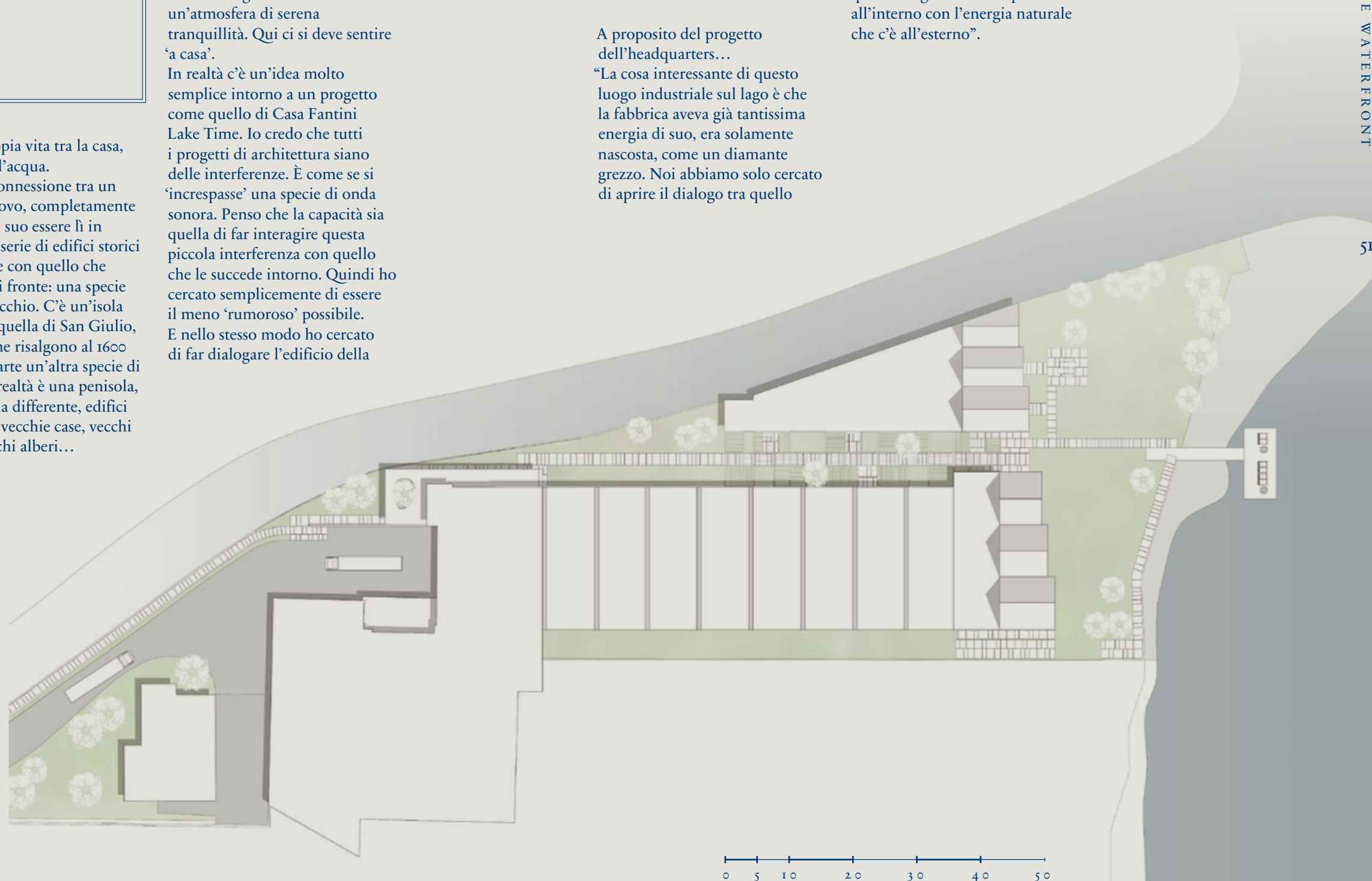
A proposito del progetto dell'headquarters...

“La cosa interessante di questo luogo industriale sul lago è che la fabbrica aveva già tantissima energia di suo, era solamente nascosta, come un diamante grezzo. Noi abbiamo solo cercato di aprire il dialogo tra quello

che accade fuori e quello che succede dentro.

Io credo che gli spazi di lavoro abbiano sempre bisogno di una grande dignità e di una certa gioia ed è quello che abbiamo cercato di fare qui, combinando quest'energia che viene prodotta all'interno con l'energia naturale che c'è all'esterno”.

La pianta dell'headquarters Fantini sul fronte lago





Il tempo lento di Casa Fantini

L'idea di realizzare un piccolo hotel affacciato sul lago d'Orta, di fronte all'isola di San Giulio, è nata da Daniela Fantini e rappresenta un tassello della sua particolare strategia imprenditoriale volta alla valorizzazione del territorio, dove ci sono le radici della sua famiglia e dell'azienda.

Il profondo legame e l'amore per il lago sono stati determinanti per la sua scelta strategica, sostenuta nel tempo, di non prendere in considerazione l'ipotesi di ricollocare l'azienda spostandola nell'entroterra, ma, al contrario, di costruire intorno alla presenza di questa "fabbrica del design italiano" sul lago un progetto di riqualificazione e promozione di ampio respiro tale da riverberare i suoi effetti positivi non solo sul piccolo borgo di Pella, dove non c'erano strutture ricettive, ma sull'intera riviera del lago d'Orta.

Il dibattito sui presupposti teorici del progetto di accoglienza promosso dall'azienda e sugli effetti che avrebbe avuto sull'azienda stessa e sul territorio è stato intenso e ha coinvolto un bel team multidisciplinare di esperti con la regia di Massimo Ianni, specialista internazionale del settore alberghiero di alto livello.

Ne sono emersi alcuni punti chiave e le linee guida fondamentali quali input determinanti per lo sviluppo del progetto architettonico affidato all'architetto Piero Lissoni.

Il design e l'architettura contemporanea sono oggi uno strumento potente per generare e sviluppare nuovi flussi di turismo nelle città e in luoghi particolari, attraendo un genere di turismo internazionale sofisticato, di alto livello culturale, che rifugge dall'esperienza standardizzata e rumorosa, in cerca di qualità, specificità nascoste ed esperienze emozionali in ambienti speciali.

L'architettura dei luoghi di accoglienza va in questa direzione di essenzialità concettuale, estetica e formale, verso scelte di materiali ecologici e sostenibili, con attenzione sofisticata ai dettagli che determinano la qualità dei luoghi e degli oggetti e permettono di vivere esperienze uniche e personalizzate con una apparente semplicità, dove nulla è lasciato al caso, ma tutto è controllato e progettato.

La pietra e l'acqua sono gli elementi naturali dell'hotel Casa Fantini Lake Time, progettato dall'architetto Piero Lissoni, un luogo dove il tempo scorre lento



“Il progetto Casa Fantini Lake Time è un tassello che si inquadra coerentemente nella visione dell’azienda e del suo essere una tipica ‘fabbrica’ del design italiano con un respiro internazionale. È portatore degli stessi valori: innovazione, ricerca della qualità e della bellezza che durano nel tempo, rispetto per la salvaguardia del territorio.”

56

Il legno è protagonista dell’architettura dell’hotel Casa Fantini Lake Time, dove tutte le camere si affacciano sull’isola di San Giulio

Il tempo lento è il vero “lusso” contemporaneo, la dimensione ideale per rigenerare il corpo e la mente favorita da un ambiente dove c’è armonia per poter ritrovare il proprio equilibrio.

Sono l’esclusività delle esperienze, il dedicare tempo a se stessi, l’attenzione e la cura, i cardini su cui si basano i contenuti del “lusso semplice” che determinano la qualità dei luoghi e degli oggetti dell’accoglienza.

Ha preso corpo, dunque, l’idea che il progetto dell’hotel dovesse declinare il concetto di “Lake Time”, un’espressione inventata dagli americani per indicare una vacanza, un soggiorno e – per estensione – un tipo di vita “a ritmo di lago”.

Le atmosfere di silenzio, di pace e di tranquillità, la vista di angoli di paesaggio speciali, incantevoli e protetti, lontani dal caos, la presenza dell’acqua cristallina sono tutti elementi che rappresentano l’antitesi del turismo di massa, dispersivo e rumoroso.

Il lago ha un ritmo lento, un’aura mistica che deriva anche dalla discreta, silenziosa, ma tangibile presenza sull’isola di San Giulio delle suore di clausura.

C’è un silenzio magico e talvolta il tempo sembra fermarsi. Un luogo dove, anche se nel solo spazio di un week-end, non è l’orologio a scandire il tempo della giornata, ma il ritmo interiore di ciascuno degli ospiti.

Sono questi i pensieri che hanno ispirato il progetto.

È nato il nome, vera e propria linea guida per il progetto architettonico: Casa Fantini Lake Time. Casa Fantini, perché gli ospiti devono sentirsi bene come a casa propria, in un ambiente con un mix raro di bellezza naturale, design e architettura. E poi Lake Time, per precisarne il carattere.

Piero Lissoni, che da anni segue l’immagine Fantini, ha saputo interpretare perfettamente gli input di base, nella definizione dei materiali, nella composizione degli spazi, nelle atmosfere degli interni e nei dettagli costruttivi.

L’hotel è costituito da due edifici fronte lago adiacenti: uno preesistente e uno di nuova costruzione affacciato sul giardino, legati dal progetto di Lissoni.

Il risultato è un esempio riuscito di armonia possibile tra antico e moderno, dove ogni parte conserva la propria identità e il proprio linguaggio espressivo e morfologico e dove i materiali locali – pietra e legno – fanno da legante tra storia e contemporaneità.





Il giardino e la piscina di Casa Fantini Lake Time di fronte al lago

Nelle camere il vetro blu riflette la magica vista dell'isola di San Giulio



Legno e pietra si integrano armonicamente con il paesaggio e lo spirito del luogo. La luce è morbida e calda per dialogare con la luce naturale e i riflessi dell'acqua del lago in continuo mutamento.

Sobrietà, eleganza, comfort sono declinati in tutti gli ambienti per sentirsi bene, rilassati e a proprio agio, per vivere un'esperienza emozionale nello spirito Lake Time, per ritrovare se stessi e il proprio equilibrio in un luogo che ha un mix speciale di bellezza naturale, design e architettura.

L'acqua è il *fil rouge* che lega Casa Fantini alla storia, alla natura del luogo, agli elementi Lake Time: l'acqua placida del lago, sempre presente e visibile da tutte le camere e l'acqua della piscina, nella pace del giardino. Uno spazio che ha le caratteristiche di un *lounge* di collegamento tra interno ed esterno, senza soluzione di continuità, dove il tempo scorre lento, quasi sospeso.

Il *lounge* interno è uno spazio accogliente che ha l'atmosfera di casa. È uno spazio flessibile che può trasformarsi in sala meeting attrezzata o in show kitchen. Nella casa antica, il bar Blu Lago Café è uno spazio connettivo, aperto alla comunità di Pella e immerso nella realtà locale. Un luogo dove storia e design sono parte dello stesso racconto.

L'essenzialità, cifra stilistica dell'architetto Piero Lissoni, e il rigore nell'uso dei materiali e dei colori caratterizzano il progetto architettonico di Casa Fantini Lake Time, già dal nome pensato più come una casa che come un classico hotel



“Casa Fantini nasce dalla passione per lo spirito del luogo, per ciò che è genuino e autentico e rappresenta la cultura del territorio in cui sono le nostre radici. Qui c’è un mix piuttosto straordinario di design, architettura e bellezza del paesaggio naturale. È un posto dove poter vivere un’esperienza emozionale speciale nello spirito Lake Time, un tempo da dedicare a se stessi e per assaporare la bellezza del luogo con il ritmo lento che l’aura mistica del lago e il silenzio suggeriscono.”



Gli ambienti di casa Fantini Lake Time, come il grande soggiorno e il Blu Lago Café, hanno caratteristiche ed elementi domestici accoglienti per far sentire gli ospiti bene come a casa propria

62 Casa Fantini
Lake Time ha
camere, suite e
bagni costruiti con
una grandissima
attenzione ai
dettagli e alla *user
experience* degli
ospiti. Il blu e
l'acqua sono il fil
rouge declinato in
tutti gli ambienti





Orta reloaded: il delicato equilibrio tra l'industria e l'ambiente

Il lago d'Orta ha una storia recente speciale: è un lago risorto a nuova vita negli anni novanta, dopo decenni di pesante inquinamento da parte delle aziende chimiche della zona, che lo resero tristemente famoso per essere il più grande lago acidificato del mondo. Nel 1975 il poeta Eugenio Montale lo definì: "Un lago morto... dove neppure un'anguilla tenta di sopravvivere." Dopo approfonditi studi, fu avviato dagli scienziati del CNR, Consiglio Nazionale delle Ricerche di Verbania, il progetto "Liming", un'operazione di abbattimento dell'acidità compiuta tra 1989 e 1990, che guarì il lago d'Orta immettendo tonnellate di carbonato di calcio attraverso lo spargimento sulla superficie di calcare naturale finemente macinato. Il risultato di questa combinazione chimica ha riportato in meno di un anno l'acidità del lago, il pH, al livello naturale così com'era agli inizi del 1900. Un'operazione complessa, mai realizzata prima di allora per "guarire" un lago di tali dimensioni, oltre 18 chilometri quadrati di superficie per un volume di 1,3 chilometri cubici. "Oggi dal punto di vista chimico le sue acque sono pure, del tutto

paragonabili a quelle originarie", afferma Marina Manca, Direttore CNR-Istituto per lo Studio degli Ecosistemi di Verbania. Tuttavia il lago, non può, da solo, raggiungere quelle condizioni di ricchezza delle comunità biologiche che lo caratterizzavano prima del suo inquinamento. In particolare, il popolamento ittico pelagico, un tempo tra i più ricchi dei laghi profondi subalpini, è molto impoverito. Il progetto di ripopolamento della fauna ittica pelagica, avviato recentemente grazie al finanziamento del progetto "Ittiorta" da parte dei comuni rivieraschi, dovrebbe restituire appieno le caratteristiche. "Con i dovuti tempi: la risposta del sistema biologico non è, come quella dell'ambiente chimico, immediata. Richiede competenza, dedizione, cura, grande pazienza, tenacia... e un po' di fortuna". Andrea Del Duca, direttore dell'Ecomuseo Cusius, è convinto che sia perseguibile l'obiettivo che nei prossimi anni il lago d'Orta possa diventare un vero e proprio laboratorio dove sperimentare buone pratiche di sostenibilità e si è attivato per creare e istituire un "contratto del lago", cioè le linee guida a cui gli insediamenti industriali, le istituzioni, i piani

di sviluppo pubblici e privati devono attenersi e un osservatorio del paesaggio. Le proposte degli esperti sono contenute in un libro bianco a disposizione delle amministrazioni.

Nel 2014 e 2015 è stato realizzato dal CNR di Verbania, insieme a Fantini e a Walter Zerla, skipper e fotografo, il progetto scientifico S.A.I.L.I.N.G., Sensor-based Assessment on In Lake Processes and Water Quality Scientific Investigation and Growing Environmental Awareness, per il monitoraggio costante delle acque del lago Maggiore e del lago d'Orta. Speciali sensori adatti per attività in acqua a lungo termine sono stati posizionati sulla chiglia della *Caipirinha Fantini*, la barca che ha monitorato le acque dei due laghi per due anni, e hanno permesso la raccolta di dati e parametri in tempo reale, grazie a un collegamento via radio ai laboratori del CNR, in modo continuativo, durante la navigazione in tutte le stagioni e ore della giornata: la temperatura, il pH, la conducibilità elettrica, l'ossigeno disciolto, con un dettaglio e una estensione spazio-temporale mai prima di allora sperimentati a livello europeo. Per Fantini sostenere questo progetto ha rappresentato un gesto di affetto e di cura per il proprio territorio, per aiutare a sensibilizzare maggiormente le persone sul tema ambientale e a comprendere la necessità di salvaguardare l'acqua come bene prezioso.





La vista panoramica da Egro, il borgo dove si trova la casa del nonno di Daniela Fantini, che sta pensando a un progetto per trasformarla in un luogo di poesia e meditazione. Da qui si vede come il progetto della fabbrica sul lago sia integrato e quasi mimetizzato nell'ambiente, grazie ai materiali, ai colori e alle sapienti soluzioni architettoniche formali adottate



FANTINI

:

REPORT FROM THE
WATERFRONT

03

RADICI
DI
FAMIGLIA

DANIELA FANTINI

RACCONTA



“La passione è qualcosa che ci spinge, al di là di ogni calcolo e di programmazione razionale, a sostenere quello che amiamo talvolta anche contro ogni probabilità. È la forza che ci permette di credere nei nostri sogni e, qualche volta, di ottenere risultati sorprendenti, contro ogni pronostico. Se non ci fosse, nessuno difenderebbe le cause che sembrano perse, nessuno si schiererebbe mai con il più debole o sosterrrebbe un’idea controcorrente. Il mondo sarebbe logico, razionale, prevedibile, eppure completamente sterile e immoto. È la passione che ispira le grandi imprese. Poi ci vuole anche un po’ di fortuna per realizzarle!”

La famiglia

La mia famiglia ha una storia molto bella. Quella di due fratelli, Giovanni, mio padre, e Fino, mio zio. Prima di loro ci sono state generazioni di cuochi, nonni, bisnonni, che si erano creati una bella posizione. Il mio trisnonno si chiamava Juan Fantini e viveva a Barcellona dove aveva fatto carriera nell’ambito della ristorazione. Mio nonno con i suoi fratelli, tutti cuochi, erano andati, invece, in Africa, ad Asmara. Qui avevano fatto fortuna. Anch’io amo tutto ciò che è legato al cibo, alla ristorazione e alla gastronomia e contestavo sempre da bambina mio papà perché lui, invece, non aveva fatto il cuoco! Il nonno, tornato dall’Africa si era stabilito a Genova. Contraddicendo la tradizione di famiglia, mio padre sognava di diventare pilota di automobili. Era appassionato di Ferrari e auto sportive. “Vuoi fare il pilota? Beh, comincia intanto a

p. 70
Emblema storico dell’azienda fondata nel 1946 da Giovanni e Fino Fantini, la cassetteria dei vecchi modelli e dei componenti dei rubinetti in ottone, oggi posta all’ingresso degli uffici

PAGINA A FRONTE
I fratelli Fantini, fondatori dell’azienda, in alto Giovanni e in basso Fino

“Se facciamo il nostro lavoro con passione, tutto diventa più piacevole e le cose si arricchiscono di senso. Credo fortemente che un’azienda non debba mai prescindere da alcuni valori fondamentali: l’etica, il rispetto per l’ambiente e per le persone e che debba avere una precisa responsabilità sociale da condividere con i propri collaboratori e i propri clienti.”

imparare a riparare le moto e a fare il meccanico e poi vediamo!”, gli disse il nonno e lui divenne un bravo meccanico e anche un esperto pilota. Arrivò, però, la guerra, fu mandato in Grecia, fatto prigioniero e spedito in Germania, a Essen, in campo di concentramento. Tornato dalla guerra, cambiati gli scenari, il sogno del pilota fu abbandonato, ma gli è sempre rimasta la passione per la meccanica. Comprato e messo in cantina un piccolo tornio, acquistata una moto, ogni giorno faceva una lavorazione. Filettava il “galleggiante”. La sera dopo metteva i pezzi torniti nella cassetta della moto e li portava a una delle prime aziende di rubinetti della zona che gliene chiedeva sempre più. Allora, insieme al fratello, individuando un piccolo business su commissione, ha cominciato a sviluppare dei piccoli prodotti meccanici. È nato così il primo embrione di questa storia.

La storia

Partita nel 1946, la Fratelli Fantini comincia a diventare una piccola azienda nel 1951 e la produzione si sviluppa velocemente, caratterizzandosi sin dall’inizio per la qualità: mio padre e mio zio volevano realizzare prodotti fatti bene, particolari rispetto a quanto c’era. Cromare con un po’ più di spessore, pulire con un po’ più di attenzione, fare lavorazioni meccaniche accurate.

Mio papà era il fratello maggiore, la figura sotto la cui ala siamo stati tutti, era un leader, un imprenditore pacato, equilibrato, una specie di “porto” salvo dove andare a trovare rifugio e conforto, a prendere spunti e coraggio. L’ambito familiare era molto importante perché lui gestiva il lavoro con un grande senso della famiglia. Lui era quello che lanciava il progetto e coordinava l’azienda, lo zio Fino era molto in gamba sotto il profilo meccanico, aveva un acume straordinario per l’ingegnerizzazione ed era capace di smontare e montare i macchinari meglio di chi li produceva. Aveva una enorme capacità di andare a fondo nelle cose, di studiare e proporre nuove soluzioni.

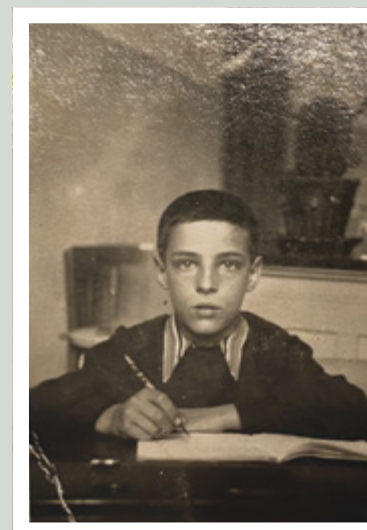
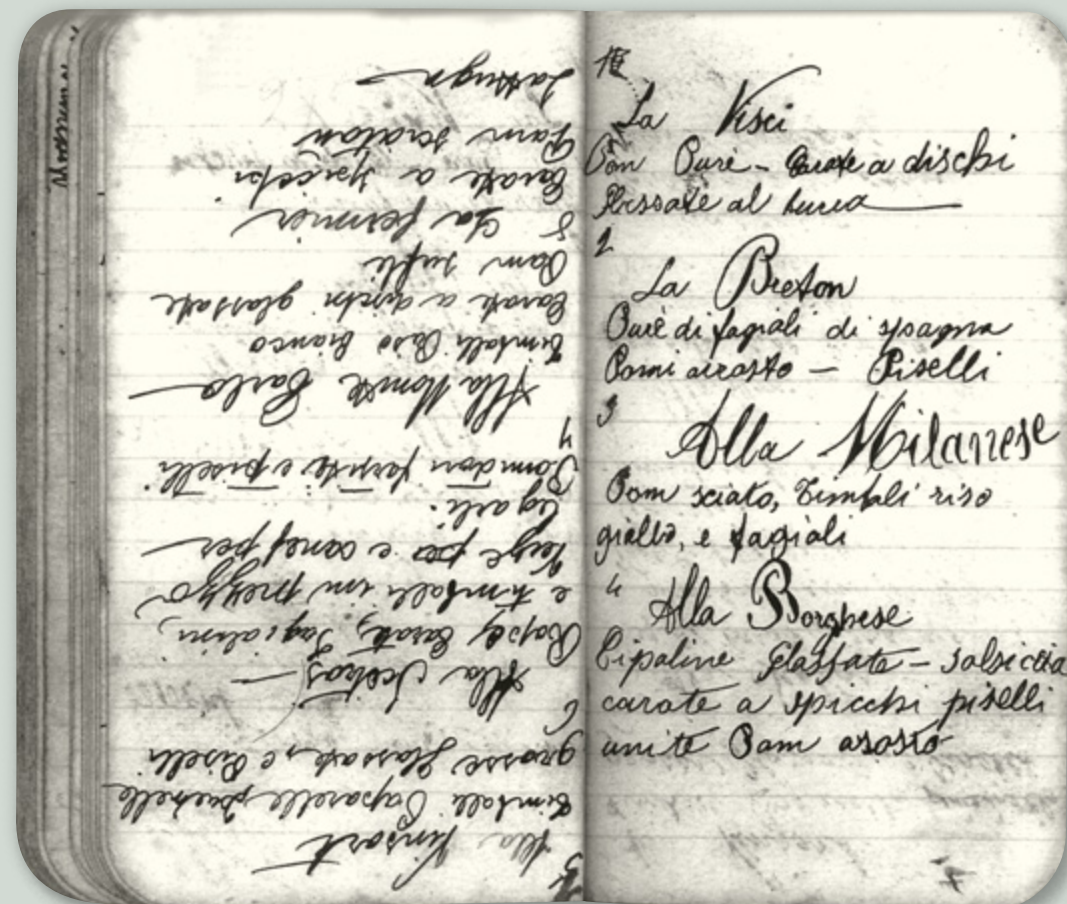
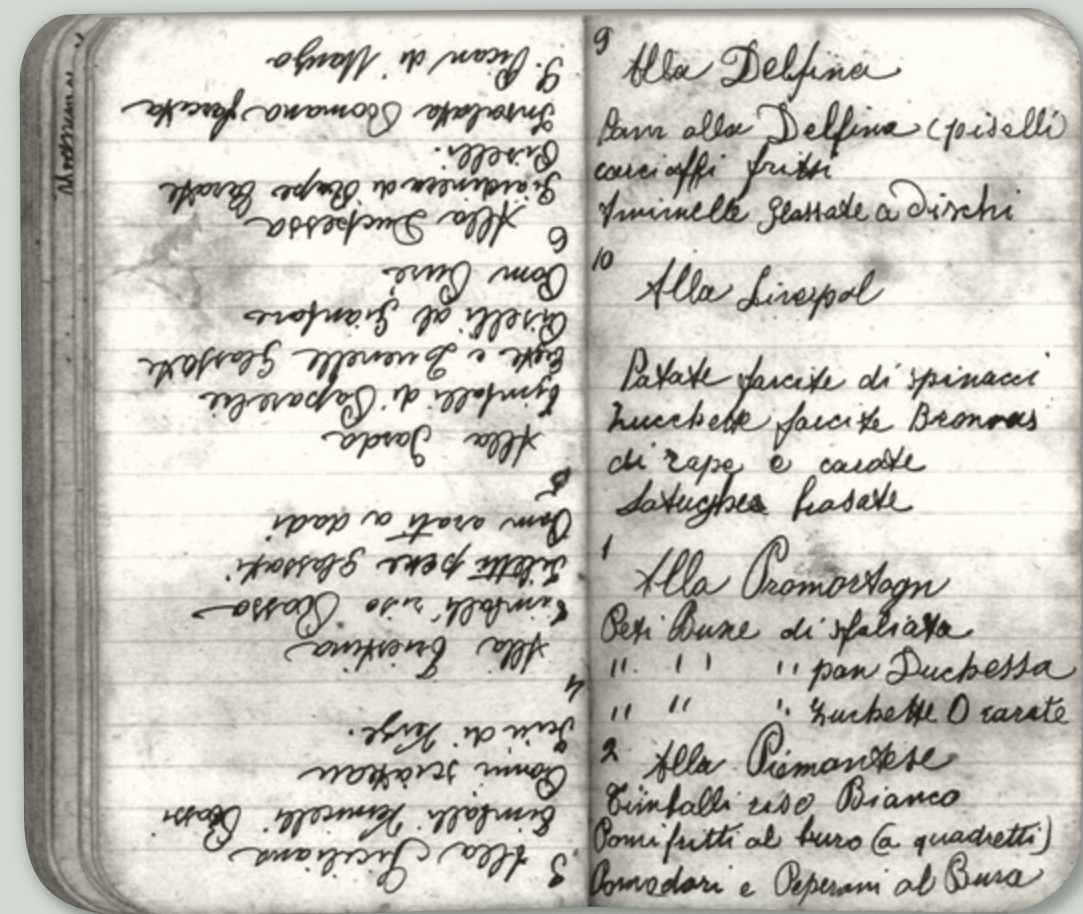
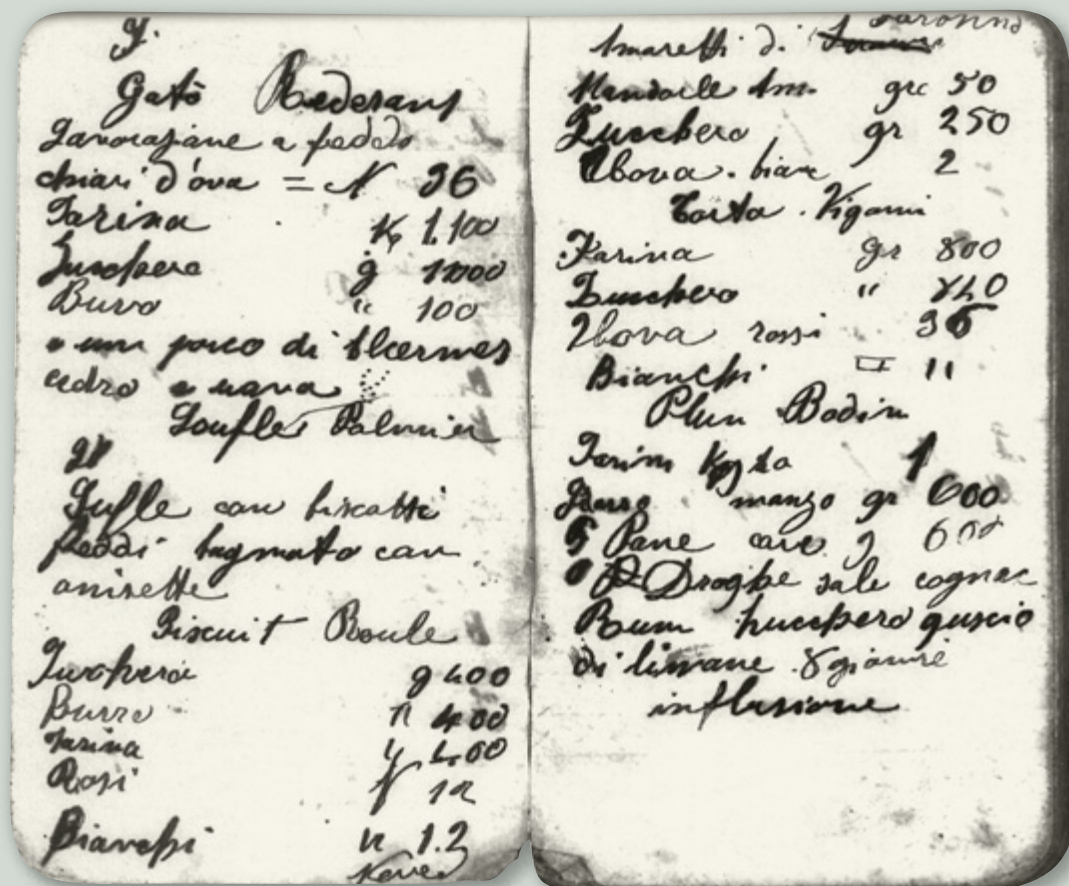
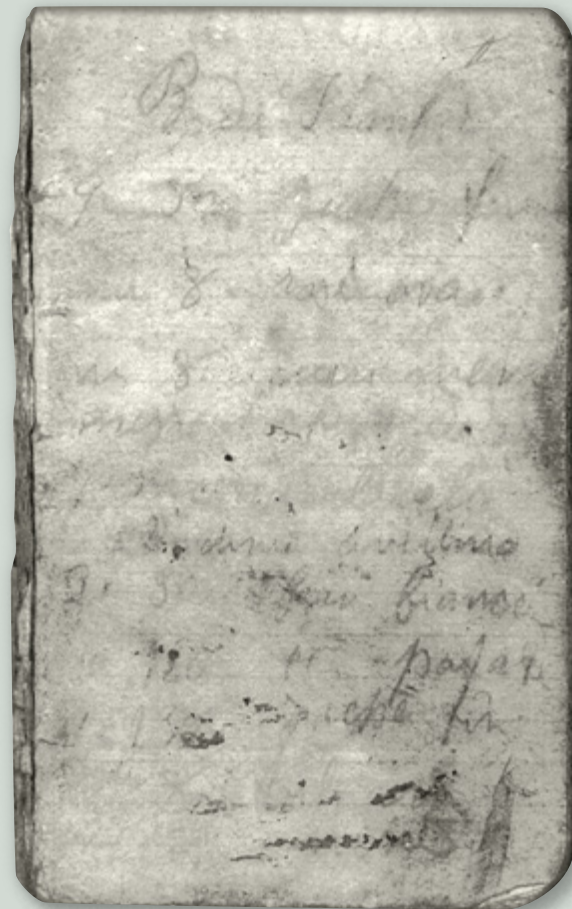


Foto storiche di famiglia: in alto Giovanni Fantini da ragazzo, in basso Fino Fantini e nella foto di gruppo da sinistra Giovanni, Fino con la sorella Paola e un’amica



76 Ricordi di famiglia: Luigi Fantini, padre di Giovanni, Fino e Paola, in Africa negli anni trenta, dove svolgeva la professione di cuoco e i suoi taccuini dove annotava soprattutto ricette



Aneddoti di famiglia Daniela racconta

*Mio papà, la passione per la meccanica,
le moto, le automobili
e un logo che nasce da lì*

Mio papà era nato nel 1922 e ha avuto una vita abbastanza particolare, in una famiglia dove sin da bambino, primogenito, ha in un certo senso dovuto fare il capofamiglia. Suo papà viveva in Africa, dove faceva il cuoco e quando lui aveva dodici anni è morto un fratellino che era stato ammalato a lungo. Ha dovuto iniziare a lavorare presto, mentre suo fratello e sua sorella hanno potuto frequentare di più la scuola. Il concetto di “darsi da fare”, di tenere unita la famiglia nasce da questi fatti della sua infanzia. Credo avesse dentro una grande capacità intuitiva di cogliere le cose belle, importanti. C'è un aneddoto che mi viene spesso in mente e che mi aveva raccontato con precisione. A sette anni arriva a casa e vede una moto, che non aveva mai visto in vita sua dal vero, mette le mani sul manubrio e la tira giù dal cavalletto, poi si rende conto che è molto pesante e c'è il rischio che cada. Quindi mette il piede sotto la moto, comincia a chiedere aiuto, ma quando si rende conto che nessuno lo sente, pensa che deve organizzarsi a puntellarla con il piede e con le braccia e approfitta di questo tempo per studiarsela nei minimi dettagli. Da lì ha capito che la cosa più bella del mondo per lui

erano i motori e la meccanica. L'ha detto al padre che era nel frattempo rientrato dall'Africa e lavorava a Genova, in un palazzo in piazza De Ferraris, dove cucinava per gli ufficiali e i comandanti delle società di navigazione. Lo ha raggiunto ed è andato da un meccanico in salita della Madonnetta a imparare il mestiere. A Genova in quegli anni prima della seconda guerra mondiale ha vissuto momenti belli, lì c'erano gli zii e tanti amici di famiglia. Il suo sogno è nato in quel periodo: diventare un pilota di formula 1. Poi, invece, è partito per la guerra. Mi ha sempre colpito che raccontasse quell'esperienza con un grande equilibrio. Guidava e si occupava del camion di un generale che era sempre rotto e lui lo doveva riparare. Poi lo hanno mandato in prigionia in Germania. Parlava della prigionia con una certa serenità perché accettava con filosofia gli eventi non potendo cambiarne la sorte. “Perché questo era”, diceva. “Erano le logiche della guerra. Cercavo di vivere in quelle situazioni come si poteva, facendo anche delle amicizie e cercando di imparare qualcosa di buono”. Questa drammatica esperienza,

iniziata quando aveva ventitré anni, lo ha tremendamente formato. Pur nella condizione della prigionia ha visto produrre e lavorare bene. Ha lavorato alla Krups e forse è lì che si è formato il suo pensiero del prodotto “bello e fatto bene”. Credo si sia portato a casa un'idea del lavoro che poi gli è servita per la vita. La prigionia lo ha portato anche ad avere una grande fede, bella e semplice. Diceva poche parole su questo tema, ma che bucarono il buio.

Rispettava molto le regole e cercava di insegnarle anche a me. Ho imparato molto anche dalla sua tolleranza e dalla sua capacità di equilibrio. E questa mi sembra una delle eredità più preziose che mi sono servite nella vita.

Tornato dalla guerra ha comprato una bellissima moto, la prima in paese. Di giorno lavorava in un'officina meccanica e poi la sera andava in giro, su e giù per i tornanti dei paesi vicini, a prendere i galleggianti in un'azienda che si chiamava Rolex e poi a casa, in cantina, con il tornio li filettava. Aveva capito che poteva iniziare un piccolo business nel campo della rubinetteria e, con il fratello Fino, a un certo punto ha deciso di partire con una piccola fabbrica. Era il 1946. C'era equilibrio e complementarità tra i due. Entrambi erano gran lavoratori. Ricordo mio padre serio, con un grande senso del dovere, del bello e del buon gusto, perché si sentiva gratificato a fare le cose bene. Per lui avere una vita migliore significava potersi permettere delle cose belle, ma sempre con sobrietà. Lo zio Fino era molto simpatico, estroverso, vivace e brillante. Era geniale dal punto di vista tecnico ed era famoso perché smontava pezzo per pezzo le macchine utensili, le rimontava e dava al costruttore dei consigli per migliorarle.



Mio padre e la sorella Paola hanno sempre avuto verso lo zio Fino, più giovane, più allegro e spensierato, un atteggiamento di protezione. Paola era nata nel 1923 ed è mancata presto, a quarantanove anni. Era una persona straordinaria, assai moderna come mentalità rispetto ai tempi. Ha lavorato in Comune e tutti la ricordano con gratitudine per la sua capacità di dare a ciascuno i giusti consigli e aiuto. Nel pomeriggio andava in Fantini. Mio papà era molto legato alla sorella, lui e la zia Paola si somigliavano tanto. C'era gran rispetto tra loro e si volevano un gran bene, erano entrambi molto seri, con una simile integrità di fondo. Per mio papà era una grande ispiratrice con cui si confrontava e che gli dava coraggio. Nelle

sue decisioni importanti c'è sempre stata dietro questa persona illuminata. Lui era coraggioso, ma lei spronava tutti, era una leader generosa, che ha contribuito molto a dargli il senso profondo dell'unità della famiglia e a farlo diventare un femminista convinto, nel senso più bello del termine.

Nella vita lavorativa il gusto innato per il bello ha sempre guidato le scelte di mio padre. Lo ricordo elegante. Amava ogni tanto farsi fare dei begli abiti di sartoria, che indossava la domenica e aveva la passione per le scarpe sempre ben tenute. Mia mamma è stata una brava sarta, esperta nella confezione dei cappotti; cuciva per me e mia sorella e per tutta la famiglia abiti molto femminili e ricercati, ma il mio gusto

sobrio nell'abbigliamento deriva piuttosto da quello di mio papà, che, cosa buffa, mi diceva di non soffermarmi sugli abiti in vetrina, ma di entrare e scegliere sempre il meglio secondo il mio gusto.

Teneva con gran cura naturalmente anche l'automobile. Il cavallino del logo Fantini nasce proprio dal suo amore per le auto e la meccanica, dal suo sogno che non ha potuto realizzare di diventare un pilota di formula 1, oltre che dal legame con il nome di famiglia.

“Noi di queste zone abbiamo un grande senso del dovere, del lavoro, delle teste basse sul tavolo! Non ostentiamo, ma i valori ci sono. Così è Fantini, un’azienda che non urla, ma che ha una sostanza, ha contenuti, che fa i suoi passi senza seguire la moda. Ha il suo passo, come i montanari, che procedono in salita e con il fiato regolare e non si fermano mai.”

80

ALLA PAGINA PRECEDENTE Luigi, figlio di Fino Fantini, e Daniela, figlia di Giovanni Fantini, in fabbrica a bordo della Lancia Ardea

Il primo logo Fantini, con il cavallino rampante nato dalla passione di Giovanni per i motori e dal suo sogno giovanile di diventare pilota di Formula 1

Era, dunque, un modo di lavorare insieme a 360°, lavorando e pensando anche la domenica, la notte, sempre.

C’era molto rispetto e considerazione tra i due fratelli e ho sempre avuto l’impressione che se l’azienda ha potuto svilupparsi in un certo modo è grazie a questa armonia, al rispetto e alla considerazione che ci sono sempre stati tra loro due.

La storia Fantini è improntata sulla passione: li vedevo sempre molto coinvolti nel loro lavoro. Non c’era la voglia di tendere a una grande azienda, a grandi numeri e grandi dimensioni, ma a distinguersi per le cose fatte bene. Per la gradevolezza dei prodotti, la passione di produrre oggetti apprezzati come prodotti unici, curati, con un’impronta personale.

I valori

Rispetto, etica imprenditoriale, correttezza: sono questi i valori cardine dell’azienda dalla sua origine. Alla base, direi, c’è un grande rispetto per le persone. Serietà e senso del dovere sono per noi altri valori importanti. Il nostro concetto è da sempre quello di non strafare, ma di essere seri nel nostro lavoro, di portare a termine gli impegni presi prima di fare un altro passo, senza mai voler fare di più a scapito della qualità dei nostri prodotti.

All’esterno questa etica Fantini si legge, si percepisce la sua correttezza, la sua serietà, il suo far bene le cose. Tutto questo ha un comune denominatore, la passione per quello che facciamo, ora come allora. Su questi valori si è basato il lavoro di mio padre e di mio zio. E oggi questi stessi principi, su cui è stata costruita l’azienda, sono le fondamenta della strategia di sviluppo che noi della seconda generazione – mia sorella ed io e i miei due cugini – seguiamo. Crediamo in questi valori che i clienti riconoscono e apprezzano e che rappresentano l’anima profonda della Fantini.



Il mio percorso

Sono entrata in azienda nel 1982, nel pieno boom della serie I Balocchi. Lavorare alla Fantini si rivelò subito molto divertente: era davvero l’unica azienda del settore che aveva qualcosa di veramente diverso da raccontare. Lavoravo e studiavo, avevo da una parte il mondo dei libri di diritto che mi piaceva molto, ma era troppo bella l’atmosfera in Fantini e non volevo perdermi l’occasione! In quel momento c’erano Davide Mercatali e Paolo Pedrizzetti, giovani architetti pieni di idee sorprendenti, insomma era proprio molto piacevole lavorare qui! Mi sono occupata dapprima di mansioni operative per capire come funzionavano le cose e sono cresciuta sul campo. Sono contenta oggi di aver potuto fare dieci anni di lavoro accanto a mio papà. Lui era l’anima dell’azienda. È morto nel giro di un mese, una cosa repentina. Avevo ventotto anni. Quando si ha un padre che con la sua grande personalità pervade tutta l’azienda è difficile sostituirlo e io ho sentito questa grande responsabilità morale. Più tardi è entrato in azienda Luigi, il figlio dello zio, anche lui con la passione per l’ingegnerizzazione del prodotto. Oggi la seconda generazione Fantini è rappresentata, oltre che da me, da mia sorella Luciana e dai miei cugini Luigi e Domizio.

La principale preoccupazione, dopo essere subentrata a mio padre, è stata la scelta del prodotto. Fantini non è un’azienda che può svilupparsi attraverso volumi, quantità, prezzi. Mi rendevo conto che l’unica via di sviluppo possibile era quella di continuare a mettere sul mercato prodotti originali, che raccontassero qualcosa di nuovo. Forse mio padre aveva innata questa capacità di scegliere, di intuire e individuare il prodotto e il progettista giusto. Le domande che mi ponevo erano queste: “Ma io sarò capace di fronte a più progetti di scegliere quello giusto?”, “Quali sono le cose che non so fare?”. E allora ho cercato di appoggiarmi a chi le sa fare meglio di me, il che non vuol dire delegare, ma crescere e imparare. Molti fattori mi avevano fatto scegliere collaboratori che mi hanno dato una forte spinta per la parte dell’immagine e della sicurezza nel procedere. Si è creato un team di persone attente, come noi, alla

Ricordi di famiglia: Daniela Fantini al mare con il papà costruisce castelli di sabbia

81



“Ho la fortuna di fare un lavoro che mi appassiona e mi diverte, nell’azienda di famiglia fondata da mio padre e mio zio, e non mi fa dimenticare altri interessi personali come la cucina, il giardinaggio, coltivare amicizie e impegnarmi in attività sociali.”

correttezza e alla lealtà, che mi hanno aiutata a mantenere questa linea. Mi sono stati vicini nei momenti difficili in cui abbiamo fatto anche qualche errore! A volte aiuta anche questo passaggio! Ho cercato di affinare la mia sensibilità: è stato come andare a scuola sul campo, calata nello specifico di ogni progetto, imparare a scegliere davanti a due prototipi qual è quello giusto. Anche se mi sento più apprezzata oggi che ho esperienza, sono una persona che ha più dubbi che certezze! Mi piace essere così, mi sento sicura di decidere sulle cose su cui, con l’esperienza, ho acquisito la capacità di scegliere o mi fido dell’istinto. Quando in certe situazioni ci sono zone d’ombra, mi piace sapere che posso ricorrere a persone che conoscono bene la storia Fantini, che sono affezionate a noi e mi aiutano a decidere. Sento di avere dei riferimenti solidi intorno a me.

Essere un’imprenditrice oggi

Dal mio punto di vista di imprenditore, essere donna mi ha aiutato molto. Presentandomi come donna e titolare non devo affrontare tutto il mondo in salita come chi deve conquistare il proprio posto. So di avere avuto all’interno dell’azienda questa grande chance. Ho avuto la grande fortuna di avere un padre che dava molto peso alle qualità femminili. Nel mondo esterno la credibilità andava conquistata: andare da clienti abituati a parlare solo di prezzi e dettagli tecnici e sorprenderli con argomenti diversi parlando del design del prodotto è stata una bella sfida!

Dolcezza e sorriso forse aiutano la prima volta che ci si incontra, ma poi bisogna dimostrare di avere solidi contenuti da mettere in campo.



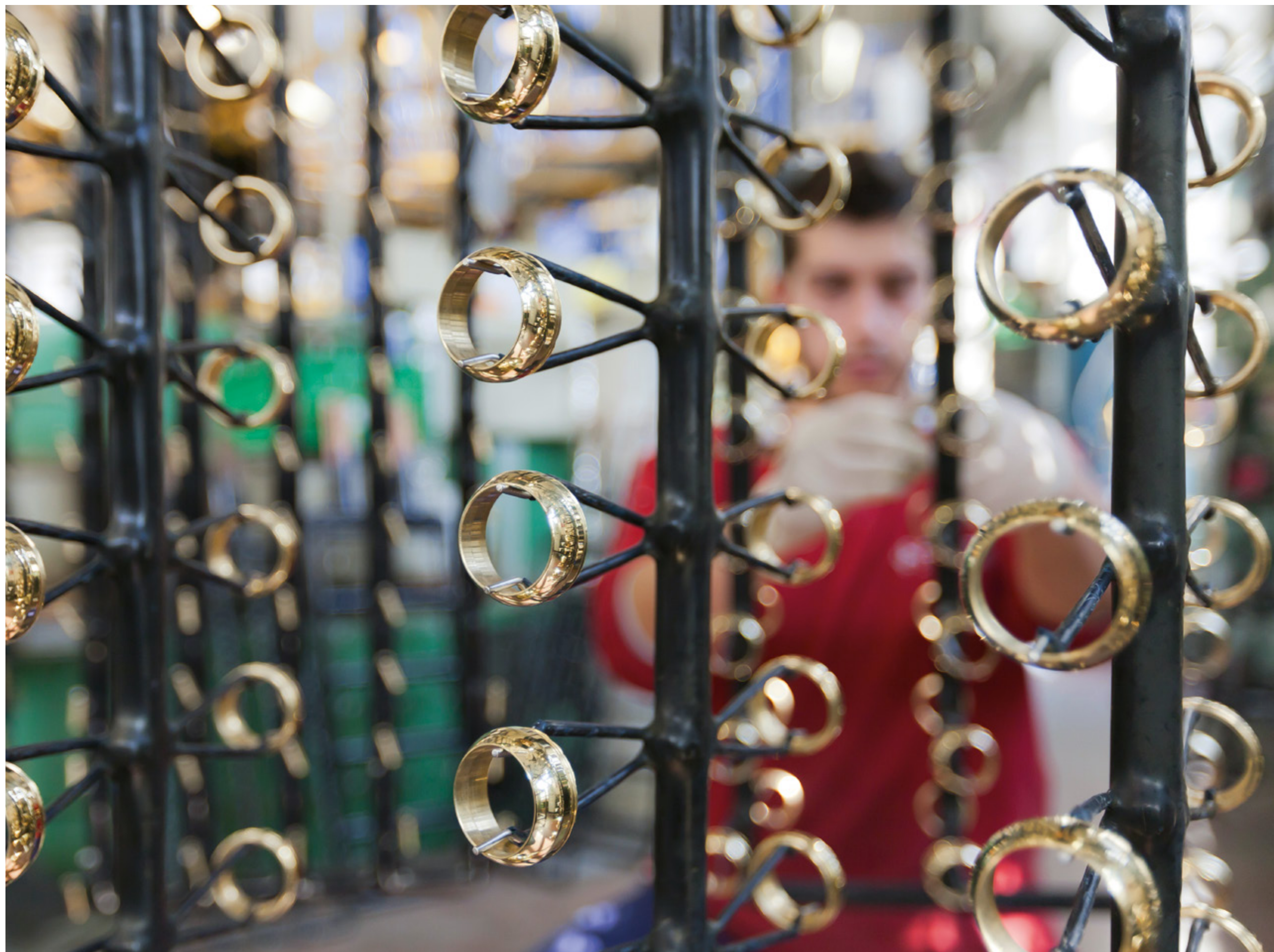
84 Tecnologia industriale ed estrema cura artigianale del prodotto sono le peculiarità manifatturiere dell'azienda, tipica fabbrica del design italiano apprezzato nel mondo

Nel mercato contemporaneo l'azienda deve combattere su un fronte internazionale con una struttura forte, competente, in grado di capire e dare risposte adeguate a una clientela diversificata, esigente, culturalmente preparata. In un mercato globale, dove è aumentata a dismisura l'offerta e le differenze si fanno sempre meno evidenti, dobbiamo mantenere e consolidare la nostra quota lavorando intensamente sulla identità del nostro prodotto e del nostro brand. Cercando di mantenere le nostre modalità etiche e di comportamento, occorre combattere, stare attenti, non farsi prevaricare da concorrenti che talvolta usano dosi di aggressività superiore alla nostra e continuare senza sosta a rimarcare la specificità Fantini e i suoi valori.

Oggi mi dico che bisogna essere veloci e arrivare dovunque molto ben preparati!

Fantini è un'azienda a misura di uomo. È fatta di persone appassionate, legate, affezionate che sentono loro l'azienda, che ti aiutano nel lavoro di tutti i giorni e che si sentono parte di questo percorso. A loro talvolta chiedo di più, di ribaltare il loro modo di pensare, di usare metodi, processi, software che oggi l'azienda mette a disposizione e che cambiano i metodi di lavoro. Sto spronando tutti a fare anche un percorso di crescita personale, a mettersi in discussione. Fantini è un'azienda che si basa su fare cose belle. Lavoriamo nell'ambito estetico, del bello, di persone colte e questo è un privilegio. È un'azienda che guadagna, che ha la possibilità di investire, di avvalersi delle migliori collaborazioni, dove passare il tempo lavorando diventa un piacere. È un mondo bello, interessante, che dà la possibilità a tutti di crescere.





Linea d'acqua: le origini storiche della lavorazione e produzione del metallo intorno al lago

In virtù di una serie di singolari circostanze, alcune delle quali di carattere generale, altre di carattere più peculiare e locale, tra la fine dell'Ottocento e soprattutto nei primi cinque decenni del secolo scorso intorno al lago d'Orta si sono sviluppati due tra i più distintivi poli della manifattura italiana di qualità per ciò che riguarda la lavorazione dei metalli. In particolare, nella parte alta del lago, verso nord, il settore del cosiddetto "casalingo" e, verso sud e sulla riva occidentale, quello della rubinetteria.

La morfologia del territorio, con i corsi dei numerosi torrenti che scendono dalle montagne circostanti il lago e dalle valli che vi trovano sbocco, ha prima generato direttamente la forza idrica necessaria per il movimento delle originarie macchine di lavorazione di un artigianato sempre più evoluto e articolato e successivamente ha alimentato gli impianti per la produzione dell'energia idroelettrica la cui diffusione capillare ha consentito il sorgere dei primi stabilimenti industriali nati quasi sempre dall'apporto del saper fare di quegli stessi artigiani

e dal concorso di capitali, anche di provenienza esterna quando non bastava il risultato coraggioso di piccole società tra i singoli e le famiglie.

Relativamente chiare, o comunque generalmente accettate, le origini più o meno remote del comparto del "casalingo". I metalli provenienti dalle antiche miniere della valle dello Strona e dai suoi boschi di legni pregiati hanno fatto sì che nei secoli si fosse sviluppata una notevole tradizione di produzione di oggetti per la tavola, di utensili per la cucina e di suppellettili per l'ornamento e il decoro della casa. Produzione non soltanto, ma anche diffusione ed esportazione lungo tutte le grandi direttrici commerciali delle nazioni europee che si stavano consolidando. I peltrai, i lattonieri, gli ottonai, i battitori e i deformatori di lastre di metallo, i famosi tiralastre e poi, un poco più tardi, i provetti modellisti e tornitori che pensavano oggetti nuovi e innovativi, li producevano nei loro opifici e poi li portavano in giro per il mondo, sono stati i progenitori dei grandi marchi italiani di questo settore.

In quegli anni, in queste terre si inventarono la borraccia e il sifone da seltz. Dopo qualche decennio Bialetti inventò e diffuse la moka, Lagostina industrializzò la pentola a pressione, Girmi i piccoli elettrodomestici e Alessi capì e interpretò al meglio la forza del grande design italiano.

La storia industriale della rubinetteria del lago d'Orta non è facilmente descrivibile in termini così lineari e progressivi e a guardarla con rigore è tuttora una questione aperta. Da un punto di vista storico è comunemente accettato, e fa molto colore, il riferimento alle "fusine" della vicina Valsesia. Infatti, appena di là dalla cresta facilmente valicabile tra il lago e la valle del fiume Sesia che scende dai ghiacciai del monte Rosa, una piccola enclave dal nome evocativo di Valduggia, patria peraltro del grande Gaudenzio Ferrari noto come il Michelangelo del Nord, era ritenuta con il complesso delle sue fucine di fonderia e dei suoi segreti di lavorazione la capitale per la produzione delle migliori campane. Da questa parte, sul lago, questa sponda occidentale è sempre



La fabbrica di campane Mazzola di Valduggia, fondata nel 1875, e chiusa nel 1990, è tra gli storici testimoni della tradizione antica di lavorazione dei metalli nella zona del lago d'Orta e nelle valli limitrofe

stata la riva magra, quella più povera e meno urbanizzata, rispetto alla sponda opposta, quella di Orta e delle sue ricche colline, con le importanti residenze estive della piccola nobiltà e della buona borghesia delle ricche terre tra il Piemonte e la Lombardia. Il mestiere più diffuso era da sempre quello dello scalpellino e del cavatore di granito, qualche volta del calzolaio. I più intraprendenti avevano coltivato, chissà perché, una certa professionalità come osti e commercianti di vini, talvolta di piccoli albergatori, ma per svilupparla dovevano emigrare nelle città e nelle nazioni più ricche. L'agricoltura, l'allevamento e la viticoltura non andavano quasi mai al di là delle esigenze familiari. Non mancavano anche qui lattonieri, stagnini, ottonai e peltrai, ma erano più casi isolati

che non un vero e proprio tessuto artigianale. Il tutto dava comunque l'idea di un operare diffuso e diuturno e, un po' per indole un po' per dura necessità, soprattutto aperto alle opportunità che il rapido trasformarsi della società nazionale e internazionale poteva presentare. In questo contesto, quando in particolare si presenta la necessità di distribuire, di governare e di regolare l'acqua potabile in un numero sempre maggiore di abitazioni domestiche e in spazi pubblici, qualcuno di questi artigiani del metallo, qualche perito fonditore che aveva imparato il mestiere a Valduggia, forse qualche scalpellino abile nel modellare e nel lavorare su disegno e qualche emigrato con un piccolo capitale disponibile sono pronti e abili nel cogliere al volo queste nuove e invitanti opportunità di

invenzione e di lavoro qualificato in questo nuovo settore dove tutto è da inventare, da ingegnerizzare, da trasformare in prodotti piacevoli e funzionali. In breve è tutto un fiorire di piccole imprese che spesso iniziano la propria attività nelle cantine delle proprie abitazioni. Ma ci doveva essere comunque un destino geniale nell'aria e nelle acque di questo lago, se proprio qui è nata, si è sviluppata e tuttora è rinomata la fetta più importante della rubinetteria italiana di qualità.

Renato Sartori

La pubblicità giocosa, in linea con l'anima del prodotto, della serie I Balocchi disegnata da Davide Mercatali e Paolo Pedrizzetti nel 1977



La storia de I Balocchi, diventata l'icona di Fantini

Siamo alla fine degli anni settanta quando esplode in Fantini il fenomeno design. Nel 1977 Paolo Pedrizzetti e Davide Mercatali, entrambi giovani e brillanti architetti, progettano insieme una serie di rubinetti insoliti, dall'aspetto ludico, come dichiara già il nome, I Balocchi, che colloca Fantini al centro del mondo del design.

Alla loro prima esperienza di design in questo campo, Pedrizzetti e Mercatali trovano un'azienda che sposa d'istinto, senza pensarci troppo, la loro idea del tutto innovativa, la fa propria, ci crede, investe e poi la comunica con forza: sono i fratelli Fantini a intuire, infatti, che quella serie un po' folle, dallo spirito giocoso, dalle forme e volumi marcati, e con dei colori decisi e pieni, totalmente coprenti come solo si poteva fare allora – giallo, rosso, arancio, ma anche bianco, nero, marrone – poteva essere un asso nella manica.

Hanno un nome da fumetto, forme pop, colori sgargianti. Sono il colore abbinato alle forme particolari i due fattori che insieme hanno dato origine a un prodotto decisamente innovativo, giusto al momento giusto.

Già il nome – I Balocchi – dichiara che sono dei rubinetti giocattolo, oggetti divertenti che fanno sorridere, che diventano presenze importanti dell'arredo bagno, all'improvviso protagonisti e non più accessori ed elementi complementari.

I Balocchi vengono presentati per la prima volta alla Mostra Convegno di Milano nel 1978, con un allestimento, sempre firmato dai designer Mercatali e Pedrizzetti, che si intitola "Il Paese dei Balocchi", in omaggio a Collodi e a Pinocchio, e spazzano letteralmente il panorama visivo del settore.

Compiono un'irreversibile rivoluzione, spazzando via di colpo la storia passata del rubinetto, quale piccolo accessorio funzionale e senza identità, e facendone il protagonista dell'ambiente bagno. Questo mondo tradizionalmente legato solo al metallo all'improvviso si colora e l'aspetto ludico ed estetico compare per la prima volta in un prodotto

I colori sgargianti e decisi dei Balocchi hanno rinnovato completamente il mondo della produzione dei rubinetti e aperto la strada a un trend che ha coinvolto tutti gli accessori bagno, le maniglie e i complementi per la casa

visto fino a allora sempre e solo come elemento tecnico. I Balocchi sono, infatti, una specie di giocattolo, allegro e accattivante, che punta dritto a colpire il lato infantile più o meno nascosto in tutti noi. Il successo è immediato, travolgente e duraturo.

A chi pensa che si tratti di un fenomeno effimero, fanno seguito i fatti, l'enorme riscontro del mercato, la selezione al premio Compasso d'Oro ADI nel 1979 e alla BIO di Lubiana nel 1981, le copertine delle riviste di settore, la presenza del prodotto in diverse collezioni nei musei di design più importanti del mondo.

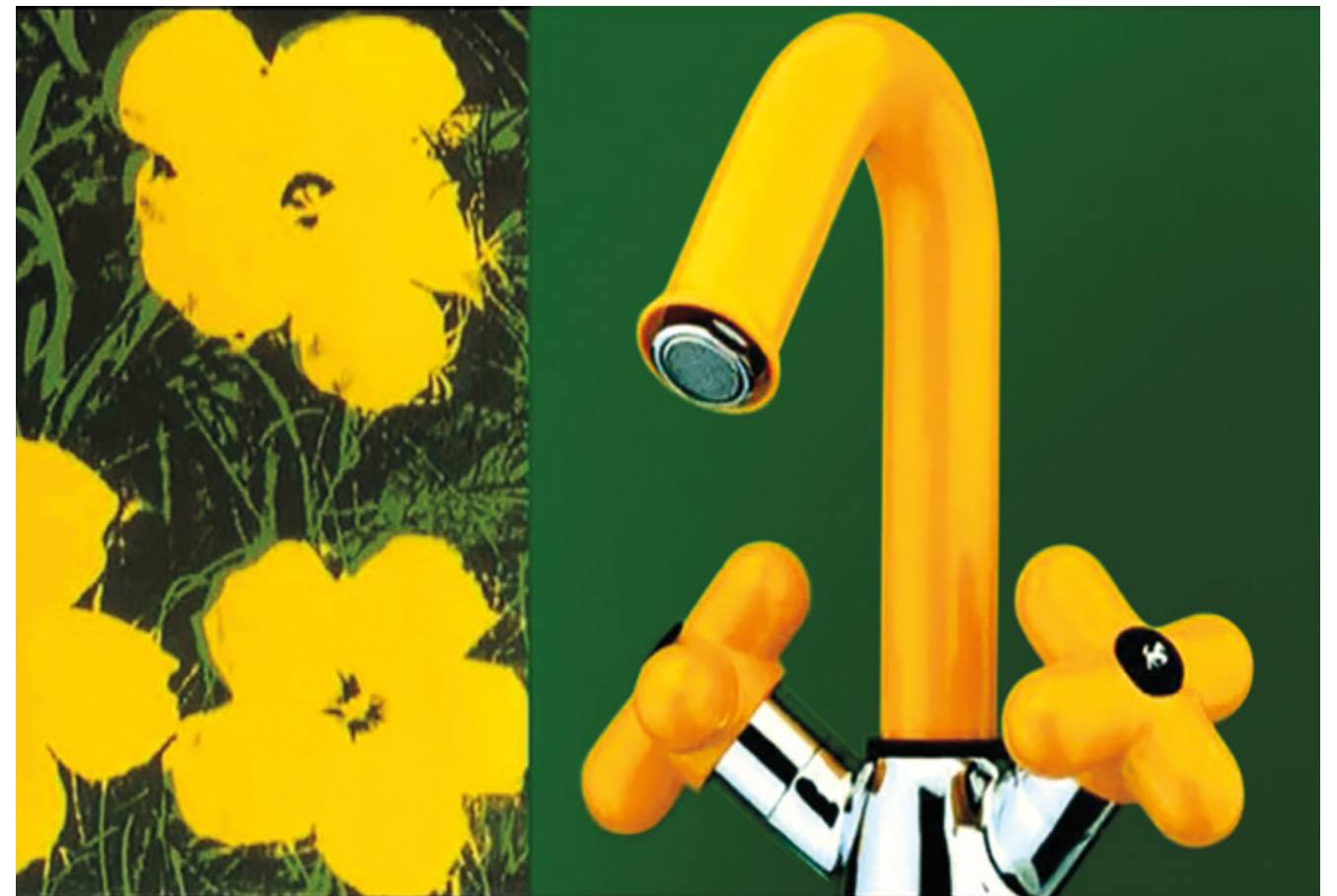
I Balocchi, attraverso la visibilità mediatica e il successo di pubblico, si attestano come il prodotto più innovativo mai apparso sul mercato dei rubinetti e ci vorranno molti anni prima che questa posizione venga scalfita da altri prodotti.

Oggi sono un'icona storica dell'azienda e hanno, a buon diritto, un posto nella storia del design italiano dei prodotti industriali.

“Lo spirito del progetto – secondo Davide Mercatali – era già nel segno, un disegno a pennarello in stile fumetto, con le sue zone di colore primario contornate in nero e le sue forme semplici, l'impatto immediato di forme dichiarate con evidenza, senza chiaroscuri e ombre sfumate. Un segno che era un sogno, un fumetto realistico che voleva comunicare lo spirito di un progetto per “quelli come noi”, divenuto realtà per la fortuita situazione dell'azienda alle prese con una produzione di serie e una situazione poco competitiva”.

“È stato un progetto d'istinto – ha affermato Paolo Pedrizzetti – sia da parte nostra sia da parte dell'azienda. La forza del prodotto è che l'idea originaria non è stata mediata da ricerche di mercato o da altre considerazioni razionali.

Il modo di dialogare tra committente e designer, partendo dalla nostra intuizione, è stato spontaneo e naïf. L'innovazione sta nell'immagine complessiva, fumettistica, da *cartoon*. Immagine nuova, gioiosa, spensierata, giovane per i giovani. Immagine che penso sia ancora attuale.”



I Balocchi, colori pop e immagine da fumetto: un mix perfetto alla fine degli anni settanta tra l'iconografia della Pop Art e dei *cartoon* di Walt Disney

Davide Mercatali e Paolo Pedrizzetti, giovani designer in una foto del 1978

Storia e aneddoti del progetto I Balocchi

*Da una conversazione
di Daniela Fantini con Davide Mercatali
marzo 2021*

Daniela: Il progetto dei Balocchi è nato da un incontro casuale tra due designer attenti e intelligenti verso quello che stava succedendo nel mondo e la nostra azienda, che aveva il know-how tecnico e una bella apertura mentale. E lì è scoccata la scintilla, in un modo opposto rispetto a quando diamo a un designer un *briefing* molto preciso. Ci sono questi due modi diversi di lavorare e a me piace raccontare questa storia perché è estremamente genuina e spontanea. Io la racconto così, perché me la sono immaginata e anche un po' "farcita", ma anche perché tu mi hai dato nel corso degli anni qualche spunto. Racconto che mio papà Giovanni era molto amico di Mattia, che gli forniva l'ottone, e a quei tempi le amicizie erano davvero forti. E che Mattia gli ha raccontato che la figlia Raffaella stava per sposare un giovane architetto, Paolo, laureato nel 1968, con un socio molto creativo e molto anticonformista, tu. Erano entrambi così anticonformisti e per la loro famiglia questo rappresentava un grande cambiamento e doveva fare un bello sforzo per capire la scelta della figlia. Mio papà, sentendo raccontare la storia di questa coppia di giovani architetti, dice: "Da come parli di loro, questi

giovani architetti mi ispirano. Magari mi possono disegnare un rubinetto!". Mattia allora si fa dare il catalogo con tutte le serie della produzione Fantini dell'epoca, Oval, Egizia, Cristallo ecc. E voi, guardando questo catalogo, avete fatto un po' di considerazioni dicendo "sì questa è una bella azienda e possiamo disegnare un rubinetto per loro...". E mentre guardavate i prodotti tu hai preso un foglio e un pennarello verde, tipo evidenziatore, e ti sei messo lì con la tua mano da illustratore, sicuramente ereditata da tuo padre che illustrava libri per ragazzi, e hai schizzato un rubinetto alla Walt Disney, giocoso, scherzoso, esattamente quello che poi fu prodotto.

Davide: Sì, ho disegnato la manopola come l'avrebbe fatta Pippo in un *cartoon*!

Daniela: Questo schizzo spontaneo sgombra il campo da tutto ciò che era stato prima il disegno di un rubinetto. Ma poi voi dite: "Non possiamo certo andare là a far vedere a Giovanni solo questo disegno! È troppo fuori dagli schemi"... e lo mettete in fondo alla vostra cartella, dopo una serie di disegni ispirati più o meno ai modelli della produzione Fantini. E Giovanni, guardando i disegni

che gli avevate portato, ha cominciato a pensare: "Ma non ci siamo, questo più o meno assomiglia a questo che ho già, e questo a quest'altro... Forse Mattia ha ragione, non ci siamo...". Ma quando arriva in fondo e vede lo schizzo dei Balocchi salta sulla sedia e dice: "Ragazzi ma me lo lasciate per ultimo?". Al che tu dici: "No ma signor Giovanni questo deve essere colorato!" E lui: "Certo, è giusto che sia colorato!" Quando siete andati in Fiera a presentarlo lui ha tolto tutti i rubinetti precedenti e ha presentato solo quel modello che si chiamava, oltretutto, I Balocchi! E alcune persone non si raccapezzavano: "Signor Giovanni, ma è impazzito, non c'è più niente, ma non venderemo niente?" Il nome Balocchi secondo loro richiama camerette di bambini, il mondo dei giocattoli, non dava l'idea di robustezza e durata... sappiamo com'è andata e il successo travolgente che hanno avuto. I Balocchi sono diventati come dei "nipotini" per mio padre e Davide e Paolo come dei figli. Sono stati momenti divertenti, un periodo indimenticabile.

Davide: Quando abbiamo iniziato in azienda la sperimentazione industriale del colore con il signor Bona è stata un'esperienza di puro divertimento, non di lavoro! C'era un costo alto in ballo e siamo arrivati per tentativi all'impianto di colorazione, cercando di fare le cose al meglio, di rendere i Balocchi un vero prodotto industriale.

Daniela: "Non c'erano dei rubinetti verniciati in produzione



e ricordo che il papà era andato a visitare l'azienda Sital che faceva pentole, da un altro che colorava i distributori della Coca Cola, e poi aveva delle scagliette di colore che macinava nel macinino da caffè a casa e le cuoceva nel forno di casa per provare cosa succedeva quando diventava liquido.

Davide: L'idea dei Balocchi, come ho detto, è nata dal pensare a Pippo in bagno che apre il suo rubinetto. Come avrebbe fatto? Il disegno era quello, una manopola a "frittella" nello stile di Pippo, dei suoi oggetti domestici. Poi disegnammo la bocca e anche quella risultò essere molto bella. Subito dopo è nato Calibro, che ha seguito lo stesso percorso dei Balocchi, ma doveva essere aggiornato come strumento, essere un monocomando. Così ci siamo chiesti come Pippo o Topolino avrebbero usato un monocomando nel loro bagno e l'abbiamo disegnato! La nostra idea per entrambi i prodotti nasce dai *cartoons* ma

l'operazione dell'ingrandimento al massimo del disegno, del tirar fuori il particolare ingigantito, risentiva evidentemente anche dell'aria che si respirava con l'esplosione del fenomeno della Pop Art. Ho pensato a Pippo che è stata la nostra matrice primaria, ma credo che anche Roy Lichtenstein quando disegnava avesse in mente una qualsiasi striscia di *cartoon* sui giornali. Era un momento magico nell'arte. Tutto era nuovo, anche guardando le vetrine di Fiorucci si sentiva quanto tutto fosse in trasformazione. Abbiamo frequentato molto il negozio Fiorucci di piazza San Babila, ho la casa piena di suoi oggetti. Ricordo che durante la Fiera mi faceva un gran piacere andare in giro con un golf bizzarro di Fiorucci giallo e azzurro, terribile da pensare oggi! Quando sono tornato da New York, dove ero stato alla Factory e allo Studio 54 e avevo visto Andy Warhol, l'incontro con Giovanni è stato tutto un 'raccontami, raccontami!' Voleva conoscere tutte le esperienze e i personaggi

Il primo schizzo
della serie
I Balocchi,
disegnato con
un pennarello
verde da Davide
Mercatali

che avevo incontrato là... era un mondo così diverso da come era stato il nostro fino ad allora...

Daniela: La coppia Mercatali-Pedrizzetti era perfetta, fatta di due anime completamente diverse: Davide personaggio pop, anche nel modo di vestire, Paolo un gentleman classico. Davide senza Paolo magari non avrebbe incanalato tutta la sua creatività e Paolo era un bravissimo organizzatore, un programmatore, capace di tenere le fila dei progetti. Erano una coppia davvero complementare e in simbiosi. Quando negli anni novanta hanno deciso di separarsi, mio papà era dispiaciuto e cercava un modo per farli rimanere uniti. Diceva persino: "Ma allora non provate niente per me?". Entrambi suscitavate in mio papà un sentimento di tenerezza e di amicizia, e di protezione. Vi voleva tenere sotto la sua ala!

Davide: A Milano in quegli anni io ero sempre in giro per mostre e locali, Paolo sempre a casa con moglie e figlio. Era molto curioso e ascoltava con molto interesse i miei racconti. Andavamo spesso a mangiare a casa Fantini e tua mamma cucinava carne per me e pesce per Paolo. Ci trovavamo spesso anche al ristorante Leone a Milano. E lì con noi c'era sempre Tobia, il mio cane, un cocker nero abituato ad andare al ristorante tutte le sere e ad aspettarmi per ore anche fuori dalla Fiera. Mi sono goduto appieno i famosi mitici anni ottanta di Milano, c'ero sempre. È stato un periodo meraviglioso per i creativi. Non ho nessun rimpianto, solo un po' di nostalgia.

04

DNA
DESIGN





98

I Balocchi, design di Davide Mercatali e Paolo Pedrizzetti. Entrati in produzione nel 1977 sono diventati l'icona dell'azienda

L'Azienda Fantini si colloca all'interno del fenomeno ormai universalmente riconosciuto con la denominazione di Fabbriche del Design Italiano e – all'interno di questo sistema che riguarda in generale il settore dell'arredamento contemporaneo – rappresenta a pieno titolo la “rubinetteria”, così come ad esempio Flos e Artemide rappresentano l’“illuminazione”, Boffi la “cucina”, Alessi il “casalingo”, Kartell la “plastica”, Cassina e B&B gli “imbottiti” ecc.

È questo delle Fabbriche del Design Italiano un fenomeno che viene da lontano e che rappresenta al momento l'ultimo anello di una catena che si fa comunemente partire dai movimenti che stanno tra le arti applicate (Arts Décoratifs) e la produzione industriale come quello di Arts & Crafts nel mondo anglosassone della seconda metà dell'Ottocento, passando tra gli altri per la Wiener Werkstätte, il Bauhaus, il design scandinavo... solo per citarne alcuni.

Sono aziende per le quali il design, non è soltanto una semplice pratica di progetto formale per i prodotti, ma è la *mission* esclusiva, è il vero elemento fondante del loro essere impresa, diventando in modo esplicito una loro precisa “visione del mondo” che sta alla base di tutte le attività aziendali.



Aziende come mediatori

Sono aziende che vivono la propria vocazione e individuano il proprio ruolo anzitutto nel porsi come intelligenti “mediatori” all'interno di alcuni ambiti della produzione industriale, mediatori tra le migliori capacità creative – i designer – da un lato, i bisogni, le esigenze profonde e i desideri delle persone dall'altro lato. E, nel far questo, mettono insieme quasi sempre il dover essere capaci di pensare e fabbricare prodotti in una scala industriale con l'essere contemporaneamente dei laboratori di ricerca e di produzione anche artigianale. Per questo tipo di aziende il design è quella delicatissima attività che tende a individuare e a mettere in circolazione prodotti che, sempre caratterizzati da un alto grado estetico e da un'attenta cura per gli aspetti qualitativi e funzionali, abbiano però in sé anche la capacità di rappresentare adeguatamente le persone che li scelgono per se stessi e per la propria casa e di diventare per queste persone un elemento attraverso il quale comunicare il proprio stile di vita, ma anche il proprio pensiero, di rappresentare se stessi e i propri valori profondi.

Sono aziende che, in tutti i modi e i momenti in cui si manifestano e si rappresentano, dal prodotto a tutte le attività e gli strumenti del marketing e della comunicazione, sanno creare e costruire una propria identità ben precisa e inconfondibile, una reputazione via via sempre più sicura e una relazione di corrispondenza e di fiducia con i vari interlocutori, siano essi il contesto dei competitor, il sistema di distribuzione, l'insieme degli influenzatori quali gli architetti e gli interior designer, i progettisti e il gruppo più sensibile dei consumatori finali.

Fantini fa parte di “Altagamma”, la prestigiosa Fondazione Italiana che riunisce e rappresenta le imprese dell'alta industria culturale e creativa che promuovono nel mondo l'eccellenza, l'unicità e lo stile di vita italiani.

Sono in Altagamma i migliori marchi che operano nei settori della moda, del design, della gioielleria, dell'ospitalità e del wellness.



“Il design fa parte del DNA dell’azienda e del patrimonio della sua lunga esperienza produttiva: ma il risultato del lavoro è sempre un goal di squadra, di un modo di procedere che vede sulla scena tanti attori, ciascuno con il proprio ruolo ma senza scale gerarchiche. E che mette l’individuo, le sue qualità e le sue capacità al centro del processo. Dal designer al tecnico, dal manager all’operaio, ciascuno contribuisce nel proprio ruolo all’esito finale del prodotto.”

Temi e pensieri sulla “fantinità”

In Fantini nella progettazione dei prodotti sono impegnati alcuni dei più importanti designer internazionali che crediamo siano in sintonia con la filosofia dell’azienda. Il risultato caratterizzante è di avere una gamma con una serie molto ampia di linguaggi formali ed espressivi anche molto diversi volutamente tra loro, ancorché uniti da un sottile filo rosso che potremmo chiamare “contemporaneità” e da altri più sottili caratteri formali – una certa leggerezza, una non banale eleganza, un che di gentile... – che costituiscono la caratteristica specifica dei prodotti Fantini rispetto ai rubinetti di altre aziende, con quella specifica identità che si riconosce come “fantinità”.

La stessa strategia guida la scelta dei progettisti di Aboutwater, il marchio nato dalla partnership Boffi/Fantini, con l’obiettivo di costruire una collezione sempre più speciale e unica nel panorama del settore.

Calibro, design di Davide Mercatali e Paolo Pedrizzetti, 1978, un prodotto iconico entrato nella prestigiosa collezione di design del MoMA di New York

IOI

Calibro —
design D. Mercatali e
P. Pedrizzetti, 1978
MoMA NY
Permanent Collection



Il colore

Il colore compare in Fantini e nel panorama dei rubinetti all'improvviso, nel 1977 con la serie I Balocchi, disegnata da Paolo Pedrizzetti e Davide Mercatali, oggi considerata l'icona dell'azienda.

Con I Balocchi il rubinetto subisce una trasformazione profonda e radicale che lo colloca in un nuovo ambito: il colore insieme alla forma pop e al volume insolito, fanno sì che da oggetto puramente tecnico diventi un accessorio d'arredamento, protagonista non più secondario dell'ambiente bagno.

I due designer insieme, sulla scia dell'enorme successo dei Balocchi, poco dopo creano Calibro, un altro grande best seller dell'azienda entrato a far parte della collezione del MoMA di New York.

Interprete dello spirito del design degli anni ottanta, Calibro ne anticipa le istanze di forma e stile, con la sua anima giovane e ludica, la forma decisa e imponente e i colori accessi.

Un successivo lungo percorso progettuale di sottrazione formale ha condotto nel 1999 Davide Mercatali a un risultato sorprendente: nasce Nostromo, un prodotto che rappresenta l'essenza estrema della funzione senza per questo tradire la sua profonda anima pop.

I colori accesi degli anni settanta e ottanta hanno fatto la loro epoca e negli anni novanta spariscono dalla scena dell'arredamento, ma la ricerca di sfumature cromatiche ed effetti continua e diventa sempre più sofisticata.

La ricerca Fantini di nuove finiture e materiali però non si è fermata. Sono state sviluppate le serie Stilo e Sfera di Franco Sargiani, con le leve in materiali diversi, tra cui legno e vetro, che accentuano gli effetti di trasparenza e opacità del vetro, l'effetto satinato della resina, e, al contrario, di "pienezza" e intensità del colore dell'essenza legno e la matericità del cotto.

Nostromo, design di Davide Mercatali, 1999: un evergreen senza tempo di grande successo

“L’acqua è il filo conduttore
del nostro lavoro e della
nostra produzione di rubinetti
di design di alta qualità
che coniugano una grande
capacità manuale e artigianale
con tecnologia e processi
industriali evoluti, tanto
da essere oggi riconosciuti
a livello internazionale
come il punto di riferimento
per le tendenze del settore.”



Stilo e Sfera,
design di Franco
Sargiani, 1996: due
progetti che hanno
introdotto una
nuova gestualità
nell’uso del
rubinetto e una
serie di ricercati
materiali ed effetti
cromatici

La ricerca si è basata su un mix di tre fattori – colore, materiale, finitura – e sulla loro stretta interazione capace di generare un “effetto materico” finale alla vista e al tatto particolare e innovativo. E la tecnologia su questo fronte ha aiutato a trovare nuove finiture e nuovi linguaggi espressivi.

Stilo e Sfera diventano subito sinonimi di miscelatori di nuova generazione. La leva di comando, che, grazie a una tecnologia innovativa, agisce con un movimento orbitale molto morbido e preciso, è una perfetta sintesi di estetica e funzione. La sfera e lo stilo sono gli elementi visivi forti che caratterizzano il progetto: azzardati per la loro forma nuova nel panorama tradizionale dei rubinetti, insoliti per i loro materiali tra cui il vetro di Murano e la resina colorata, si impongono tuttavia per la loro capacità di integrarsi con discrezione ed eleganza in ogni genere di bagno. “È come un joystick – dice Sargiani –, un comando istintivo che ruota su una sfera. Appoggi la mano e ti risponde con un movimento fluido, che libera nuove gestualità rispetto alla leva ortogonale. Per il corpo ho pensato a forme geometriche senza compiacimenti figurativi e ho scelto per il comando due forme archetipiche, la sfera e lo stilo. Al movimento, al materiale e ai colori, l’emozione”.

Stilo, design di
Franco Sargiani,
1996





La trasparenza

106 Nice, design di Matteo Thun e Antonio Rodriguez, 2017. Un progetto innovativo di trasparenza ed effetto materico 3D del metacrilato

La trasparenza è un tema progettuale di grande fascino e, nel caso del design del rubinetto, con un notevole valore simbolico perché strettamente connessa all'essenza dell'acqua e alla sua immagine impalpabile.

Declinato con maestria dai designer Matteo Thun e Antonio Rodriguez, questo tema ha dato origine a un progetto particolare, di forte identità, la serie Venezia. Con le sue sofisticate maniglie in vetro di Murano e i colori più aulici della sua tradizione antica – bianco, nero, blu, rosso – che ne accentuano la preziosità, la serie evoca lo stile, l'eleganza, la raffinatezza, il lusso, le memorie dei racconti e degli ambienti veneziani.

Il nero, il bianco, il rosso e il tipico blu cobalto del vetro di Murano sono i protagonisti assoluti di una forma molto semplice, un parallelepipedo a base rettangolare, che accentua la "liquidità" del colore e la magica profondità del materiale.

Il progetto è stato in seguito sviluppato con la creazione di due maniglie di forme diverse: la prima è un disco, in cristallo trasparente, massiccio e con il bordo sfaccettato, che lascia intravedere la serigrafia sulla base con un sorprendente effetto tridimensionale; la seconda è una forma affusolata, orizzontale, a guisa di leva.

La ricerca e la sperimentazione condotte dall'azienda insieme con i due autori sugli effetti combinati di trasparenza-traslucidità (che permette alla luce di passare attraverso la materia in modo diffuso) ha portato a realizzare in seguito la serie, Nice: "Un omaggio all'essenza dell'acqua e alla sua bellezza: trasparente, fresca e colorata", come affermano gli autori.

Le manopole in metacrilato colorato di Nice hanno la forma di un "disco", tagliato da un cilindro, dove gli effetti di percezione della trasparenza, della profondità e del colore variano a seconda dei punti di vista e della luce. La palette di colori unita agli elementi traslucidi creano così sorprendenti effetti ottici, offrendo allo stesso tempo un'esperienza sensoriale al tatto grazie alla loro superficie liscia e morbida, quasi vellutata.

"Qualità e affidabilità
del prodotto sono
i valori trasversali
di ogni nostro progetto,
in cui cerchiamo,
come fabbrica del
design italiano,
di realizzare sempre
un mix perfetto di
tecnologia industriale
e saper fare artigianale."



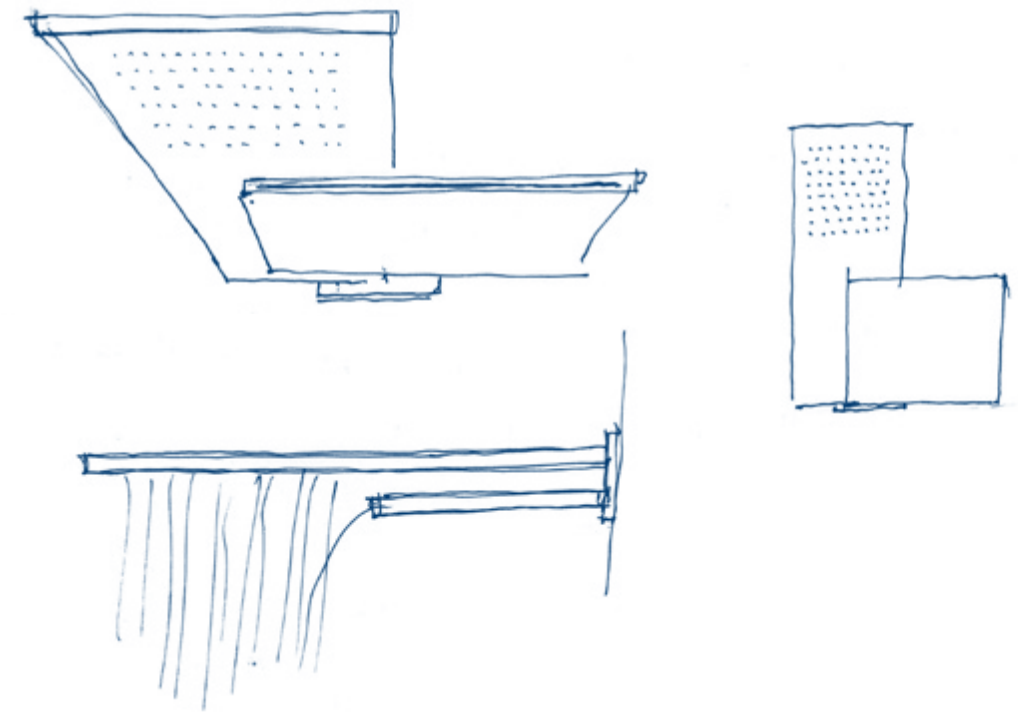
Venezia, design di Matteo Thun e Antonio Rodriguez, 2010, ha portato nel mondo del bagno la bellezza e la sofisticata eleganza del vetro di Murano





FANTINI

II



La purezza della tecnica

La ricerca della rarefazione dell'immagine, di segni grafici netti e precisi, di leggerezza visiva spingendo sempre più i limiti tecnici della materia per raggiungere una sintesi espressiva assoluta è l'obiettivo di base del fare progettuale di Franco Sargiani, architetto e designer, autore di molti prodotti di grande successo della storia Fantini.

Sargiani segna due decenni di grandi successi Fantini: gli anni novanta con prodotti memorabili per la loro forma e funzione innovativa e gli anni 2000 per la radicale revisione del "sistema acqua" domestico. Uno dei suoi primi progetti, del 2002, si chiama Zen e dichiara già dal nome, mai così appropriato, la sua essenza. È una astrazione concettuale della colonna doccia: non si potrebbe immaginarla più sottile, visivamente leggera, una forma dove nulla si può togliere e nulla aggiungere, di assoluta eleganza estetica e formale.

Milano, del 2007, è un altro suo progetto di grande successo. Qui la ricerca di smaterializzazione conduce a un risultato quasi avveniristico, un segno grafico così netto e preciso da diventare quasi la rappresentazione astratta del rubinetto.

"Il progetto nasce con due obiettivi – dice Sargiani – distribuire l'acqua su un ampio fronte; definire uno strumento che come l'acqua appaia essenziale, riflettente, trasparente. Per dare risposta al primo era necessario fare uscire l'acqua a bassa pressione e in quantità contenuta in modo da ottenere una caduta naturale per gravità. Al vantaggio del contenimento dell'impiego dell'acqua si affianca il piacere visivo dell'effetto cascata. L'impiego di elementi formali elementari quali piani e cilindri e la loro combinazione ha consentito di ottenere, grazie ai fenomeni di riflessione delle superficie, una continuità di percezione dei componenti, come se i materiali fossero trasparenti."

Il lavoro progettuale complesso che il designer conduce da anni con l'azienda sul tema della doccia ha portato a risultati di estremo interesse, esito della continua ricerca tecnica e dall'affinamento del know-how produttivo che hanno rivoluzionato il modo di concepire questo spazio e i suoi oggetti.

Milano, design di Franco Sargiani, 2007. È un prodotto classico-moderno di grande successo, dove la tecnica raggiunge l'estrema essenzialità formale

REPORT FROM THE WATERFRONT

III



II2 Il soffione doppio con funzioni pioggia e cascata della doccia Milano, design di Franco Sargiani; a destra, dello stesso autore, la colonna doccia AcquaAzzurra

I progetti AcquaTonica (2004), AcquaAzzurra (2006), AcquaPura (2007), Acqua Zone (2011), AcquaDolce (2015), rappresentano una progressiva evoluzione in cui viene superato il concetto dello spazio doccia, in una nuova visione d'uso che trasforma radicalmente le forme degli oggetti.

Secondo Sargiani, "La doccia domestica è un oggetto che deve dare grande comfort e piacere a chi lo usa. Il contatto con l'acqua deve essere un'esperienza felice, un ritorno allo stato naturale".

La sfida, dunque, è quella di tradurre la complessità tecnologica dei nuovi prodotti in forme pure, di estrema semplicità visiva e di consentire al meglio di provare questa esperienza sensoriale.

Senza più alcun compiacimento meccanicistico, questi prodotti, estremamente funzionali ed efficienti, si collocano in un mondo di astrazione virtuale ed emozionale che apre all'esplorazione nuovi orizzonti possibili di progetto.

"Per AcquaTonica ho pensato a un elemento completamente integrato nella muratura, a ingombro zero, con i comandi separati. L'effetto a taglio di specchio dà trasparenza visiva, che, insieme al gioco di riflessione, è un tema ricorrente dei miei progetti. Qui la doccia è intesa come puro piacere di stare sotto l'acqua, con un effetto naturale, leggero, morbido, come stare sotto la pioggia. AcquaPura è, invece, la rilettura radicale della doccia. È un monolite architettonico con parti impiantistiche per l'emissione dell'acqua atto a delimitare uno spazio doccia che può essere posizionato in qualsiasi parte della casa."

Il progetto più recente, AcquaDolce, raggiunge l'estrema essenzialità formale e costruttiva con una serie di prestazioni innovative che offrono il massimo comfort multisensoriale e ambientale: acqua a pioggia, a cascata o nebulizzata, luce bianca, cromoterapia, programma Feel per creare un'atmosfera emozionale e tecnologia *touch* per i comandi a sfioramento che attivano le diverse funzioni.

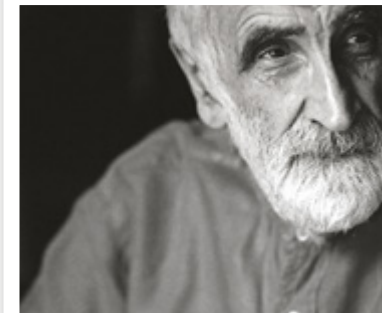


La doccia AcquaPura nella versione *free-standing*

"Fantini deve essere
un'azienda estremamente
libera nel pensiero.
Il mio obiettivo oggi
è quello di avere un ufficio
tecnico *sui generis* capace
di ribaltare le cose,
di vederle da un altro
punto di vista. Che sia
anche un luogo di ricerca
sperimentale, con
un'attitudine al design
e all'innovazione sempre
più marcata."

“Nella parola ‘manovella’ compare, lapalissianamente, la parola mano. Anzi ne costituisce la radice: le grandi mani di Enzo Mari. Ma soprattutto compare un gesto significativo che nulla ha a che vedere con l’eleganza asfittica degli attuali movimenti bilanciati. APERTO-CHIUSO: la manovella è l’antenato del rubinetto. È la rotazione sul piano tipica di chi fa un lavoro, per esempio dell’idraulico che stringe una guarnizione. Perché i gesti che Mari trasforma in progetto rientrano in quella categoria: usualmente ‘vengono prima’. Prima della sofisticazione silenziosa, girare una manovella significa compiere uno sforzo: uno sforzo in cui azione e reazione si bilanciano esattamente. La ‘manovella’ in sé conserva il fascino degli attrezzi artigiani, necessita di una superficie di presa. Il piacere di aprire (rotazione verso destra), ma soprattutto il piacere di chiudere (rotazione verso sinistra), con un ultimo ‘colpetto’ di controllo. Vuoi mettere? Una simile ‘sequenza’ ricorda l’apertura di un lavatoio di campagna, quella di una pompa per innaffiare (anche quando si era bambini ed era molto, ma molto proibito!). Per Mari nulla è casuale: Manovella fa parte di quei molti progetti in cui il gesto viene assai prima della forma, assai prima della bellezza. Ma dunque Manovella era un oggetto esteticamente discutibile? E se anche così fosse, qual è stata, ai tempi, la sua funzione? Uscire dal ‘divertimento’ post-moderno, obbligarci a guardare l’oggetto nei suoi principi costruttivi: questo ci direbbe lo sguardo severo di Mari, nel 1993 come oggi. Ne sono certo!”

— MARCO ROMANELLI



L’archetipo

Enzo Mari è stato uno dei più grandi maestri del design italiano.

Progetto e passione sono stati il motore dei suoi pensieri e delle sue opere. E il design lo strumento potente e dimostrativo del suo approccio intellettuale e della sua volontà di cambiare la società in cui viviamo attraverso gli oggetti. Lo studio degli archetipi che tanto lo appassionava è l’elemento base anche della ricerca di progetto di Manovella, il rubinetto progettato per Fantini.

Manovella, design di Enzo Mari, 1993. Con un chiaro rimando alla manovella del macinino del caffè, fa parte della ricerca concettuale dell’autore sugli oggetti archetipici e di memoria e sulla gestualità elementare nel loro utilizzo

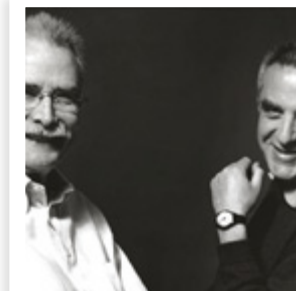
“In Fantini si inventa e si produce avendo un obiettivo chiaro e ambizioso a cui non si viene mai meno: invenzione, disegno e tecnica devono procedere insieme, elementi inseparabili della creazione mirate alla ricerca della perfezione, con la determinata convinzione che anche l’innovazione del più piccolo dettaglio di questo microcosmo produttivo possa contribuire a migliorare la qualità della vita.”

“Il design è la vocazione della Fantini.
Oggi ci sembra di poter dire che il prodotto
di Fantini deve essere nuovo e originale
ma anche complesso, avere quel qualcosa in più
che possa aumentare il *gap* tra la Fantini
e i concorrenti. Quasi tutti oggi fanno prodotti
qualificati, fatti bene, che durano nel tempo,
con varie finiture, disegnati anche da architetti
importanti... Quindi noi dobbiamo aumentare la dose
di complessità del nostro prodotto. Affrontare
vere e proprie sfide dal punto di vista delle
soluzioni tecniche e produttive con l’obiettivo
di individuare soluzioni innovative attraverso
una fase di sperimentazione che ci porta a fare
passi in avanti rispetto allo stato dell’arte
della produzione.”

Dolce, design di
Birgit Lohmann,
2006. Linee
nette e ben
definite per un
prodotto di stile
contemporaneo



DNA DESIGN



Modern classic

Nella storia di Fantini ci sono autori che sono divenuti nel tempo parte della famiglia e che stabilmente e per anni hanno continuato a collaborare con l’azienda generando molti prodotti. Altri, invece, hanno firmato un solo prodotto di successo. È il caso di Perry King e Santiago Miranda, designer, il primo inglese e il secondo spagnolo, dal 1976 partner di studio, con un comune passato di lavoro in Olivetti. Sono gli autori di Copernico, un prodotto di grande immagine, caratterizzato dall’anello di notevoli dimensioni che diventa l’elemento visivo di spicco del prodotto.

Anche Dolce, disegnato da Birgit Lohmann, è un esempio significativo e di successo dei risultati della costante ricerca di forme espressive innovative e contemporanee per le famiglie di miscelatori. In equilibrio tra modernità e classicità, per le caratteristiche delle sue linee, la collezione Dolce è stata selezionata nel 2007 dalla storica rivista tedesca “Schöner Wohnen” nell’ambito della mostra “50 Neue Klassiker” come espressione di nuovo classico.

Copernico,
design di Perry
King e Santiago
Miranda, 1994.
Un oggetto
iconico dalla forte
presenza formale
e dal deciso
impatto visivo



Icona Classic e Icona Deco, design di Vincent Van Duysen, 2016. Lo sviluppo del progetto ha dato grande attenzione all'ergonomia e al disegno morbido e sensuale delle manopole

“Contemplazione è forse una parola fuori moda, ma è ciò che il design di Vincent Van Duysen evoca. Si contemplano un tramonto, un paesaggio, un quadro. Si guarda e si ascolta, in assoluto silenzio, quello che la natura o l'arte ci suggeriscono – le forme, i colori, gli accostamenti, le nuance e le sfumature, quel ‘non so che’, qualcosa di affascinante ma indefinibile che rende unico quel momento, quello sguardo. Si osserva, si ascolta, e ci si meraviglia. Ecco, la meraviglia. Non lo stupore chiassoso, ma la serenità di un gesto sicuro, preciso, denso di storia e di esperienza, umano, mai scontato, perché ricco delle complessità del reale. Vincent è così, provoca questa meraviglia, solo apparentemente semplice, sensuale perché in armonia con i sensi, tutti i sensi, che ci rendono creature con una sensibilità unica e particolare, a tutto tondo... È l'atmosfera che si respira nella casa di Anversa di Vincent Van Duysen, nelle architetture e nei progetti di design, con la stessa intensità nella grande e nella piccola scala. Protezione e comfort. Niente è eccessivo, aggressivo, nessun elemento domina sull'altro. Sono luoghi e oggetti per la contemplazione, di grande qualità, contemporanei ma con un conservative touch che li rende atemporali, e quindi classici. Un'eleganza sofisticata e mai retorica. La capacità di creare quest'armonia si ritrova anche in Icona, la collezione disegnata per Fantini. L'arte di vivere bene, Vincent la abita, la indossa e la infonde in ogni cosa che tocca. È quel ‘non so che’, che potremmo definire anche grazia.”

— FRANCESCA MOLteni
REGISTA



La memoria

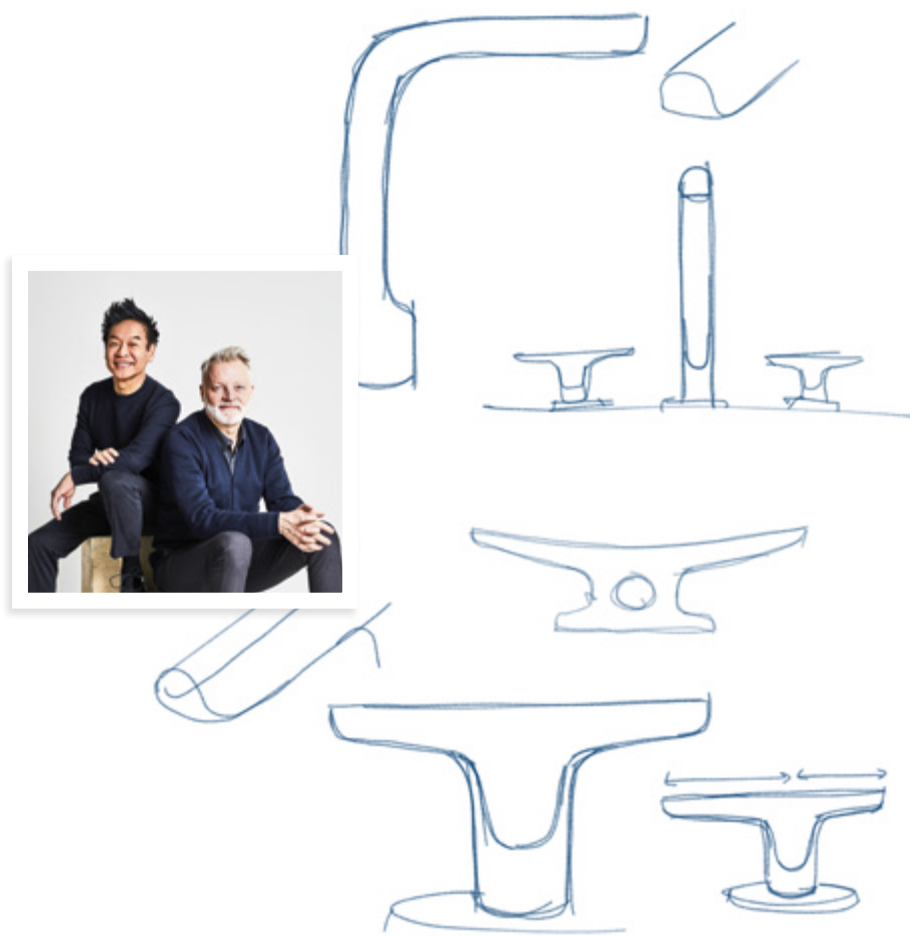
Architetto, designer, creative director belga, Vincent Van Duysen è diventato in pochi anni una star del design system. Crea oggetti di grande purezza ed essenzialità, con un contenuto di memoria che dona concretezza, solidità ed equilibrio e che li colloca in quel territorio dei prodotti senza tempo, i cosiddetti ‘evergreen’, non soggetti ai gusti effimeri del momento.

Icona, il progetto di Vincent Van Duysen per Fantini è una re-interpretazione contemporanea del rubinetto classico, giocato in modo sottile e raffinato sulle proporzioni. Funzionalità, durata, comfort sono stati gli input e le priorità date al progetto, che lui ha declinato con una qualità estetica tranquilla che non insegue né tendenze né moda.

“Credo che Icona, il prodotto che ho progettato per Fantini, sia una collezione di rubinetti senza tempo, una sorta di ‘passe-partout,’ con un piccolo tocco di memoria, ma non troppo estremo, ancora molto contemporaneo e moderno, con attenzione all'ergonomia e dotato di una certa sensualità. Credo che sia più la forma che deve seguire la funzione. Essendo un essere umano che progetta per esseri umani, definitivamente funzionalità e comfort sono le priorità da perseguire.”

Su Icona, di recente, sono state proposte anche le nuove finiture del metallo esito di una ricerca complessa sul mix colore-materiale-finiture. Gun Metal, Matt Copper, British Gold, Raw Metal e Pure Brass conferiscono ai prodotti di metallo una particolare gamma di effetti cromatici speciali: l'inconfondibile color “canna di fucile” – tra grigio scuro, blu e bruciato – il caldo color rame bronzato – una sorta di marrone rosato – il sofisticato, pacato, elegante dorato “britannico”.

Icona Classic, design di Vincent Van Duysen, 2016. Un disegno senza tempo, una sorta di “passe-partout con un piccolo tocco di memoria”, come lo ha definito l'autore



Il lago fonte di ispirazione

Sailing, design di Yabu Pushelberg, 2021. Un disegno dalla geometria ben definita con un rimando di memoria alla forma delle bitte marinare

“Il lago d’Orta è noto per i suoi paesaggi romantici e per la grande serenità. Ed è stato proprio questo che ha ispirato il nostro progetto. Abbiamo voluto far riferimento all’essenza del lago, come rifugio tranquillo, rendendo omaggio al contempo all’audacia del punto di vista creativo di Fantini. Il risultato è una versione poetica e sensuale di un elemento utile e fondamentale legato all’acqua, la bitta della barca”.

Così George Yabu e Glenn Pushelberg, fondatori dello studio canadese Yabu Pushelberg, raccontano come è nata l’idea per la serie Sailing, dopo aver conosciuto il lago d’Orta ospiti di Casa Fantini Lake Time.

La forma di Sailing rimanda, dunque, esplicitamente al mondo dell’acqua e del lago, *genius loci* di Fantini, attraverso la reinterpretazione poetica delle linee nette e del volume delle bitte, elementi essenziali per la navigazione e l’ormeggio di una barca. I designer hanno trasformato un oggetto funzionale in un elegante dettaglio decorativo per il bagno, con una serie che, come affermano, “coniuga perfettamente la nostra natura spensierata con il design potente e innovativo delle collezioni dell’azienda e con la sua attitudine alla continua sperimentazione di nuovi linguaggi espressivi”.



Aboutwater un'alleanza tra Boffi e Fantini

“L’acqua è la nostra materia prima. Sulle forme dell’acqua, le nostre aziende, Boffi e Fantini, da tempo spendono pensieri, progetti, energie. E nel tempo, osservandoci l’un l’altro, abbiamo scoperto di avere molte cose in comune. E di condividere idee e ideali, obiettivi e atteggiamenti. Quindi è stato quasi naturale decidere di unire le nostre forze per dar vita a un progetto comune.”

Così Daniela Fantini racconta la nascita di Aboutwater, la collezione creata dall'alleanza di due imprese leader: Boffi e Fantini. Una partnership che si fonda sull'idea di proporre al mercato linee di rubinetteria connotate da raffinatezza e modernità del disegno, eccellenza progettuale, accuratezza nella realizzazione, e distribuite attraverso la rete commerciale delle due aziende che, operando coordinatamente, puntano ad allargare l'accesso al mercato al di là dei rispettivi segmenti. Boffi e Fantini sono due realtà consolidate nel panorama del design italiano. Boffi è un marchio riconosciuto a livello globale per l'arredamento di cucina, bagno e sistemi di alta

gamma, da decenni stimata come azienda innovativa non solo per il design e la produzione, ma anche per il suo modello distributivo e per le sue modalità di comunicazione. Fantini è sinonimo di ricerca estetica e perfezione tecnologica nella rubinetteria di alta gamma. Inserita in un distretto industriale da sempre vocato alla meccanica di precisione e di qualità, ha saputo nel tempo conquistare i segmenti più esigenti del mercato internazionale grazie al suo know-how e alla collaborazione con designer di grande calibro. Entrambe le aziende hanno maturato negli anni un'indiscussa leadership nel proprio settore, fondata e consolidata sull'eccellenza produttiva, sulla creatività e su una forte internazionalizzazione di mercato. Pur essendo entrambe realtà industriali di respiro globale, hanno conservato la passione per il lavoro ben fatto delle loro origini artigianali, facendone uno degli elementi cardine del loro vantaggio competitivo. Aboutwater, la collezione comune ai due marchi,

ha debuttato in occasione della Milano Design Week nel 2011, con la presentazione di due linee di rubinetteria, disegnate da Naoto Fukasawa e Piero Lissoni. AF/21 di Naoto Fukasawa, in cromo, acciaio e nelle finiture PVD, nasce da un lavoro di semplificazione della forma, pensata in termini di massima chiarezza. Ridotta la linea quasi a pura icona, è la qualità estetica della materia a venire esaltata. Rubinetti e miscelatori diventano dischi e cilindri. I primi ricordano le manopole di uno stereo; i secondi, l'eleganza concisa di un'immagine alfabetica. AL/23 di Piero Lissoni, in cromo e verniciato, nasce da una forte vocazione alla semplicità, di linea e di utilizzo. Nelle sue parti costitutive, richiama l'essenzialità di fontane e impianti industriali, progettati per essere pratici, maneggevoli, efficienti. Il disegno è pulito, di un'eleganza naturale e immediata. A questi due primi prodotti, si sono successivamente aggiunti quelli di altri due progettisti di fama internazionale: AK/25 di Paik Sun Kim, con la finitura



Matt Gun Metal PVD, ha una forma pura dal disegno deciso, essenziale, moderno. Ispirato dall'arte e dalla natura, è una sintesi espressiva tra l'armonia della filosofia orientale e l'estetica contemporanea. AA/27 di Michael Anastassiades, in acciaio spazzolato e in finitura Matt Gun Metal PVD, ha un disegno originale e fuori dagli schemi, un progetto fluido tra arte e design. Essenziale, funzionale e inaspettato.

Daniela Fantini, CEO Fantini e Roberto Gavazzi, CEO Boffi con l'architetto Paik Sun Kim, autore della serie AK/25, vincitore del Premio Compasso d'Oro nel 2020, parte della collezione Aboutwater nata dalla partnership tra le due aziende

Collezione
Aboutwater Boffi/
Fantini. AF/21,
design di Naoto
Fukasawa, 2011.
Segni puliti e
netti, cifra stilistica
dell'autore, per
un prodotto di
estrema semplicità
e rarefatta bellezza



“Se c'è un momento che dà oggi il ritmo alle nostre giornate è il gesto di lavarsi le mani, una ritualità che ha assunto con la pandemia anche altri significati. Il rapporto con l'acqua, oggi più vitale che mai, passa da sempre attraverso alcuni oggetti che arredano le nostre case e fanno parte del paesaggio domestico e del nostro quotidiano. È in questo contesto che la visione progettuale di Naoto Fukasawa trova la sua espressione migliore immaginando oggetti che entrano in dialogo con lo spazio che li circonda e progettando forme che appaiono intuitive al momento dell'uso. Così da permettere alle persone un rapporto armonico e naturale con le stanze che abitano. È la filosofia del design Super Normal che Fukasawa ha divulgato insieme a Jasper Morrison anche attraverso una mostra itinerante che nel 2006 celebrava l'essenza della 'normalità', riferita a ciò che un oggetto dovrebbe esprimere nella relazione quotidiana con chi lo utilizza. A questo approccio progettuale si aggiunge la ricerca di un'estetica che parla un linguaggio universale dove la natura è spesso fonte di ispirazione. Il risultato è particolarmente evidente nella felice collaborazione di Naoto Fukasawa con alcune tra le migliori aziende italiane del design. Collaborazione che ha dato vita, come in questo caso, a oggetti essenziali di grande fascino e poesia.”

— LIVIA PERALDO MATTON
DIRETTORE “ELLE DECOR ITALIA”



L'essenzialità

La ricerca della semplicità e di una sublime bellezza raggiunta attraverso segni puliti e naturali è la filosofia progettuale di Naoto Fukasawa, uno dei designer di maggior spicco nel panorama internazionale.

Del suo modo di progettare, in un'intervista del webmagazine “Designboom”, ha detto: “Design significa osservare obiettivamente. Significa essere consapevoli della nostra natura vivente, siamo un elemento semplice nell'ambiente più ampio. Mi piace quando un progetto non vende il mio nome o la mia caratteristica stilistica, quando è solo un oggetto che si trova lì... no, non anonimo, solo naturale, molto pulito, molto semplice. Il mio lavoro ora è più basato sull'istinto e sulla consapevolezza. Penso di aver affinato il modo di distinguere immediatamente i significati relativi al posto corretto che deve avere un oggetto”.

Per la collezione Aboutwater Boffi/Fantini ha disegnato un rubinetto di estrema semplicità e bellezza, un segno leggero, con un tratto potente e assoluto al contempo.

Collezione
Aboutwater Boffi/
Fantini. AF/21,
design di Naoto
Fukasawa, 2011.
I sofisticati
colori metallici
delle finiture
PVD esaltano la
purezza di linee
del disegno di
Fukasawa

Collezione Aboutwater Boffi/Fantini. AL/23, design di Piero Lissoni, 2011. Leggerezza visiva ed essenzialità formale, capisaldi dell'approccio progettuale di Lissoni, sono gli elementi caratterizzanti di questo progetto



La leggerezza

Maestro dal tocco gentile, Piero Lissoni ama la leggerezza senza perdere mai il rigore nella costante ricerca dell'essenzialità. Leggero, rigoroso ed essenziale: così è anche il progetto del suo rubinetto della collezione Aboutwater Boffi/Fantini.

Con lui c'è una sintonia speciale sulla visione dell'azienda che si consolida e si affina negli anni e una collaborazione quasi ventennale che spazia dai progetti degli showroom agli allestimenti fieristici, dagli strumenti grafici e di comunicazione all'architettura della fabbrica e dell'hotel Casa Fantini Lake Time realizzati nel 2018 e 2019.

A proposito del suo modo di progettare, in un'intervista al quotidiano "La Stampa", Lissoni ha dichiarato tra l'altro: "Sono prima di tutto un architetto, e la misura che mi comanda è una proporzione umana: prima di disegnare un oggetto, disegno uno spazio, anche se non so a cosa servirà. Per me il collegamento non virtuale tra la penna e la mano è ancora fondamentale, per questo ho obbligato tutti a disegnare a mano in studio, poi con il computer. Realizziamo molti prototipi prima di arrivare alla produzione. Per me un oggetto non è mai finito, ma a un certo punto i clienti mi dicono basta. Allora inizio a inventare scuse, cancello appuntamenti, cambio idea. Ma ci sono le scadenze, il Salone del Mobile, il terrore avanza e loro mi impongono di finire. Fosse per me andrei avanti per sempre con i prototipi e non arriverei mai al prodotto finale. Penso che le cose non vivano per l'eternità, hanno un loro tempo, che non è sempre breve ma nemmeno troppo lungo".

"Erede della modernità, ispirata o mitizzata, che ricorda quella di un Mies van der Rohe – eroe dell'architettura del XX secolo – Piero Lissoni è diventato un maestro nell'arte di esprimere, con una radicale semplificazione delle linee, l'estrema raffinatezza di un oggetto o di uno spazio. Ridurre l'oggetto alla sua stessa essenza, sottraendo dettagli chiassosi o decorativi, per rivelare meglio una verità costruttiva che rasenta la purezza. L'oggetto silenzioso, passe-partout mai ordinario o banale, sembra essere lo scopo della ricerca senza fine di questo perfezionista, per arrivare sia alla qualità visiva sia alla facilità d'uso. 'Nessun compromesso. Mai', diceva Florence Knoll: una affermazione che potrebbe ben adattarsi ai progetti dell'architetto milanese.

AL/23, la linea di rubinetteria prodotta per la collezione Aboutwater Boffi/Fantini è una perfetta rievocazione della sua filosofia progettuale. Equilibrio, semplicità, funzionalità, ma anche raffinata cura dei materiali e delle superfici che richiamano sensazioni tattili. Una forma di sensualità. L'opacità e la lucentezza di un oggetto cromato sono amplificate dalla sua arte della parsimonia, che la ragione geometrica qui trasforma in un oggetto di lusso. Alla metafora di una semplice fontana o di un piccolo ingranaggio industriale si aggiunge qui l'idea di purezza e bellezza senza tempo, grazie all'efficiente funzionalità delle linee, ridotte all'essenziale. Qualcuno parlerà di freddezza, altri di minimalismo radicale, chic o snob... Per me riecheggia l'idea del culto dell'eleganza, di una continuazione del Razionalismo italiano, che definisce oggi anche la raffinatezza milanese o, più in generale, le creazioni Made in Italy."

— BRIGITTE FITOUSSI
ARCHITETTO, AUTRICE E GIORNALISTA, PARIGI



Collezione Aboutwater Boffi/Fantini. AL/23, design di Piero Lissoni, 2011. Approccio razionalista e un'idea precisa di eleganza formale sono le chiavi di lettura del progetto e delle sue impeccabili proporzioni lineari e volumetriche



“Dare nuove forme all’acqua è il nostro obiettivo da sempre. Non ci siamo mai fermati in questa ricerca complessa, dove il risultato finale, prima ancora di essere valutato come un piccolo prodigio tecnologico, nasce dalle premesse della relazione che si crea tra l’azienda e il designer, dalla magica alchimia che talvolta si manifesta subito e altre volte, invece, fatica a trovare un suo equilibrio rendendo il percorso per arrivare al prodotto finito tortuoso e difficile.”

La poesia

L’incontro con Paik Sun Kim, architetto e designer coreano e con la sua poetica progettuale è stato per Fantini di grande intensità e ha dato origine a una bella e fattiva collaborazione, purtroppo interrotta dalla sua improvvisa e prematura scomparsa.

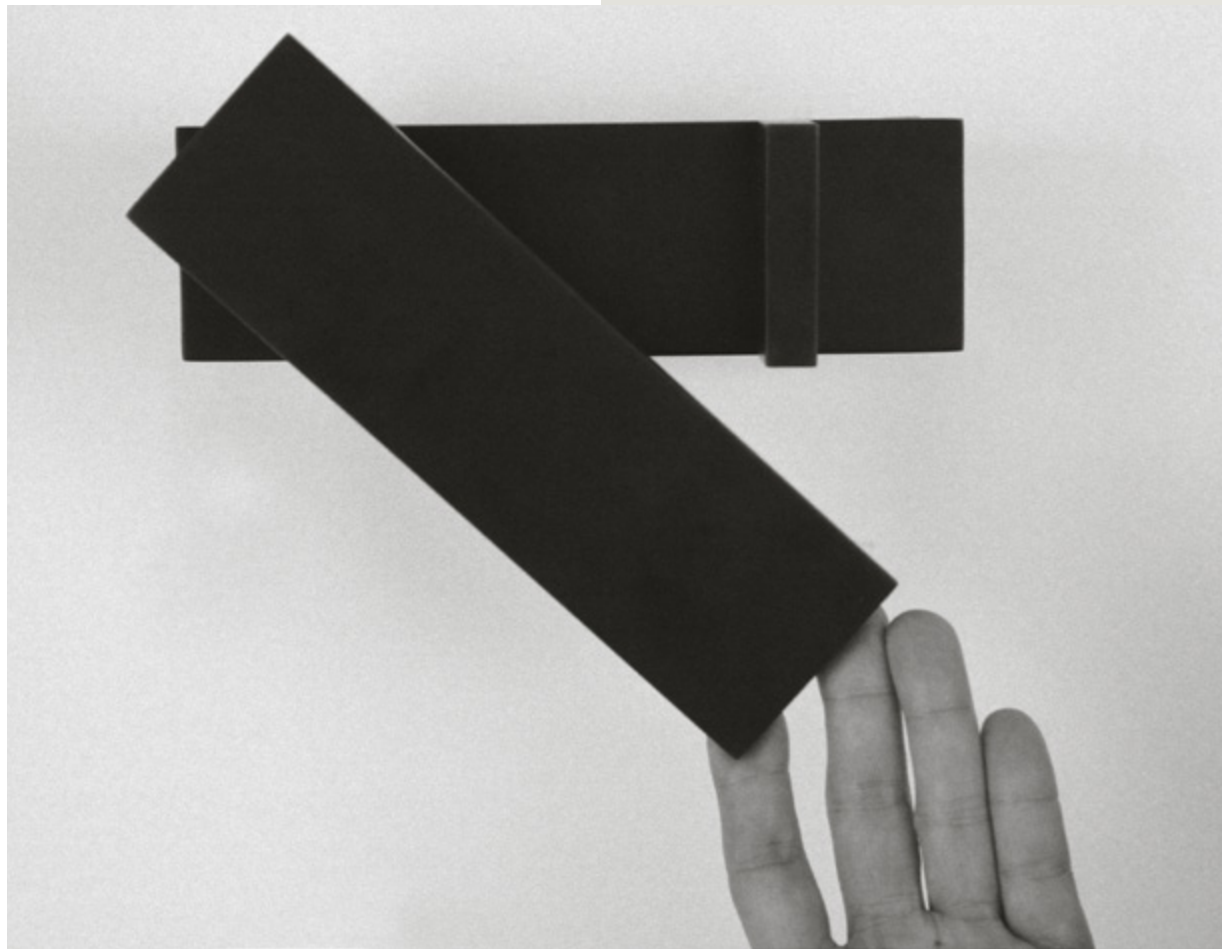
“Ho incontrato Paik Sun Kim, ha scritto Daniela Fantini, in occasione di una sua mostra personale alla Hakgojae Gallery di Seul, per la quale abbiamo realizzato il prototipo di un suo progetto di rubinetto. Ho avuto così modo di approfondire la conoscenza del suo lavoro e mi sono letteralmente innamorata della leggerezza e della poesia delle sue architetture. Paik Sun Kim ha studiato pittura orientale all’università e la pittura è una forza trainante nel suo modo di rappresentare i progetti con tratti appena accennati, ma con segni decisi, con tanto bianco e qualche pennellata di nero. Le sue architetture, come i suoi oggetti, sono una sintesi armonica di filosofia orientale ed estetica moderna, di arte e natura. Abbiamo lavorato con piacere con lui al prodotto nato dallo sviluppo di quel primo prototipo, un progetto che così tanto ci ha affascinato per la sua essenzialità, purezza e modernità”.

AK/25 fa parte della collezione Aboutwater, creata dalla partnership delle aziende Boffi/Fantini. Ha ricevuto nel 2020 il Premio Compasso d’Oro ADI, il più autorevole riconoscimento internazionale nel mondo del design, con la seguente motivazione: “Per la sua struttura solida, un progetto severo, elegante e inaspettato, frutto del dialogo costruttivo tra due aziende italiane e un designer orientale”. Insieme agli altri prodotti insigniti con il Premio Compasso d’Oro e con Menzione d’onore, entra a far parte della Collezione Compasso d’Oro ADI, dichiarata il 22 aprile 2004 dal Ministero per i beni e le attività culturali di “eccezionale interesse artistico e storico”.

Collezione Aboutwater Boffi/Fantini. AK/25, design di Paik Sun Kim, 2017. Severo, elegante e inaspettato, così la Giuria ha definito il progetto AK/25, conferendogli il prestigioso Premio Compasso d’Oro nel 2020

Collezione
Aboutwater Boffi/
Fantini. AK/25,
design di Paik Sun
Kim, 2017.
Un segno dal tratto
deciso e assoluto,
quasi un'astrazione
poetica, sintesi
perfetta della
filosofia orientale
e dell'estetica
contemporanea
dell'autore

PAGINA A FRONTE
Gli schizzi
pittorici e poetici
di Paik Sun Kim,
artista, architetto,
designer,
tratti dalla sua
monografia,
*Kim Paik Sun solo
exhibition*, catalogo
della mostra del
2013, alla Hakgojae
Gallery di Seul



“Paik Sun Kim ha detto che l’acqua è uno dei doni della natura agli umani. Non c’è da stupirsi, allora che AK/25 sia l’unione perfetta di queste forze. È stato un incontro casuale che me lo ha fatto scoprire. Ero a Seul in primavera e ho bussato a una porta che aveva catturato la mia attenzione. Con mia sorpresa si è aperta e prima che me ne rendessi conto mi sono ritrovata nell’atrio dell’ultimo lavoro del designer, Owall Hotel. Ogni singolo dettaglio in quell’edificio di 32 stanze è stato progettato da Paik Sun Kim, morto prematuramente quando la costruzione era completa all’80%. Il granito grigio incontra il pino rosso locale e il marmo importato da Carrara brilla sotto i piedi. La sensazione è quella di essere nella natura, in un ambiente costruito. La leggerezza del suo tocco è espressiva ma essenziale, minimale ma calda. Se l’interno dell’hotel è come un dipinto, AK/25 è la firma dell’artista. Ma è il modo in cui l’acqua scorre dalla sua bocca che rivela la sua vera arte: c’è dignità nelle gocce. Ed è proprio così che Paik Sun Kim ricambia il regalo della natura.”

— ZOSIA SWIDLICKA
GIORNALISTA, LONDRA



“Nella mia carriera ho avuto la fortuna di essere circondata da design e designer. Uno dei progetti che mi hanno colpito emotivamente è il lavoro di Michael Anastassiades. Il lavoro di Michael è poesia, spesso in movimento. La mente innovativa di Michael emerge insieme con la sua passione, che si tratti di mostre al NiMAC di Cipro o alla Galleria Nilufar di Milano... o del lavoro per FLOS, Fantini e altri. Ti fa venire voglia di toccarli. Fortunatamente, con il suo design per Aboutwater di Boffi & Fantini, si può!”

— BETH DICKSTEIN
FOUNDER & CEO, BDE, NEW YORK



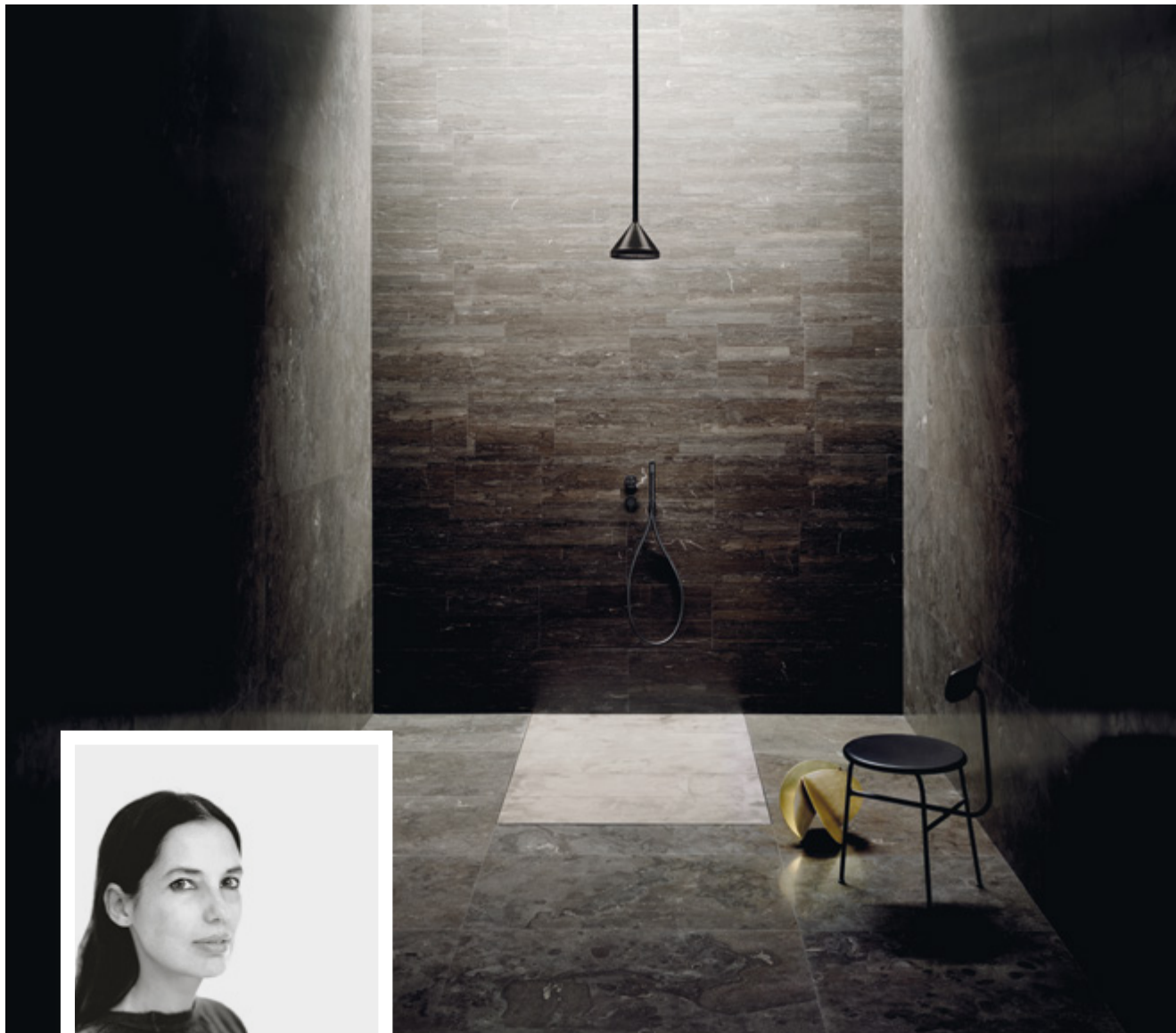
Collezione
Aboutwater Boffi/
Fantini. AA/27,
design di Michael
Anastassiades, 2018.
Un rubinetto
insolito,
sperimentale,
innovativo
e inaspettato per
via della bocca
laterale. L'esito
è un'immagine
sorprendente
ma domestica
e familiare



L'inaspettato

Nel panorama del design internazionale il lavoro di Michael Anastassiades si distingue con una sua assoluta e precisa identità, in un territorio fluido tra arte e design. “Mi piace la sua ricerca di essenzialità – dice Daniela Fantini – il suo modo di guardare gli oggetti con uno sguardo insolito e di capire i materiali senza forzarne la natura, ma cercando di darne un’interpretazione ogni volta sperimentale e innovativa.” Assieme a lui, l’azienda ha sviluppato un progetto per la collezione Aboutwater Boffi/Fantini che ha molteplici qualità: una forma insolita, con un tocco inaspettato che sorprende e stupisce, ma che è allo stesso tempo familiare, come sottolinea l’autore: “Questo progetto ha una forma molto familiare. La familiarità è una parte molto importante del mio lavoro, poiché le persone si sentono a proprio agio con oggetti dalla forma conosciuta e penso sia questo il fattore che li rende senza tempo e permette loro di durare negli anni. L’elemento sorprendente del progetto è il monoblocco, in cui l’acqua sorge a lato del rubinetto. Trovo che anche la ricerca di equilibrio sia molto evidente in questo progetto, come del resto in tutto il mio lavoro. Ci si può vedere anche qualcosa di inaspettato, perché il rubinetto è unito in modo invisibile lateralmente e sembra che sia sospeso sul lavabo”.

Collezione
Aboutwater Boffi/
Fantini. AA/27,
design di Michael
Anastassiades,
2018.
La ricerca
progettuale di
purezza formale
è come un fil
rouge che lega
i diversi progetti
della collezione
Aboutwater
e accomuna
i designer che ne
sono autori



Pietra e acqua

Fontane Bianche
Salvatori+Fantini,
design di Elisa
Ossino, 2016.
Un progetto
nato dalla
collaborazione
di due aziende con
passioni comuni
e dal dialogo tra
pietra e acqua

Il progetto Fontane Bianche nasce da una collaborazione tra Salvatori e Fantini, due aziende che hanno una passione comune per l'eccellenza e il desiderio di fondere creatività e tecnologia. La rinomata abilità di Salvatori nel trasformare la pietra in belle texture da rivestimento e oggetti si sposa perfettamente con l'esperienza e la maestria di Fantini in questo progetto, una fusione naturale e sorprendente di pietra e acqua. È firmato da Elisa Ossino, designer e stylist dalla pratica progettuale ricca di riferimenti delicati e colti, che affianca con grande sensibilità nella sua poetica rigore, leggerezza e passione mediterranea.

“In tutti i miei progetti non può mai mancare l'uso della geometria. Mi piace sempre in qualunque contesto, sia nelle composizioni spaziali per bilanciare i pesi, sia nell'utilizzo di forme pure per il design o di pattern per gli interni e per le superfici”.

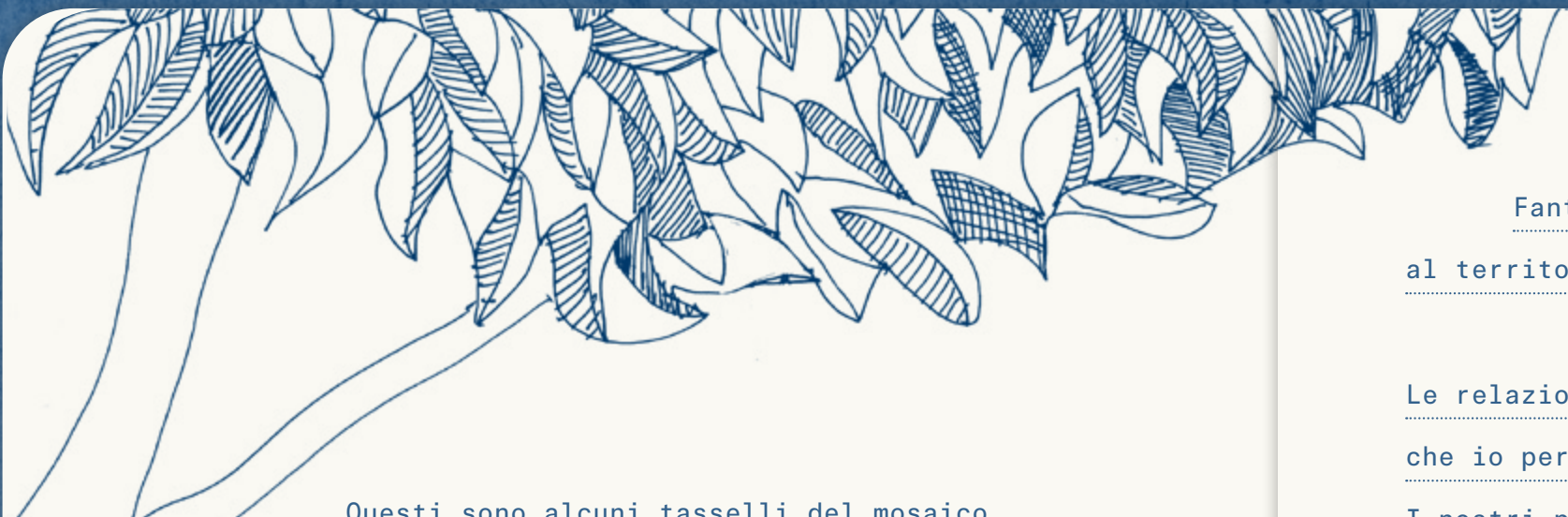


Fontane Bianche,
Salvatori+Fantini
design di Elisa
Ossino, 2016.
La geometria
declinata
con maestria
dall'autrice capace
di coniugare con
grande sensibilità
le texture di un
materiale potente
come la pietra
e gli elementi
che danno forma
all'acqua

FANTINI
:
REPORT FROM THE
WATERFRONT

05
UNICITÀ

DANIELA FANTINI
RACCONTA



L'UMANITÀ

Fantini è un'azienda "umana" dove l'attenzione al territorio e alle persone è sempre stata molto alta.

Le relazioni dirette, l'ascolto, l'accoglienza sono valori che io personalmente e l'azienda abbiamo sempre coltivato. I nostri progetti più belli e riusciti nascono dall'incontro, dal tempo trascorso insieme, dalla condivisione con lo staff Fantini, con i clienti, i designer e i collaboratori, dopo le riunioni di lavoro, anche di un buon pranzo insieme, dalla consapevolezza che si è parte dell'azienda, come in una famiglia allargata.

I NOSTRI VALORI

Credo fortemente che un'azienda non debba mai prescindere da alcuni valori fondamentali: l'etica, il rispetto per l'ambiente e per le persone e che debba avere una precisa responsabilità sociale da condividere con i propri collaboratori e i propri clienti.



LA SOBRIETÀ

Penso che la sobrietà, un valore che appartiene da sempre alla Fantini e al nostro modo di gestire l'azienda e le relazioni con le persone, diventerà sempre più centrale per la nostra azienda e per il nostro modo di pensare agli sviluppi futuri.

Sobrietà significa, per esempio, uscire dalla frenesia di dover fare prodotti nuovi a tutti i costi, in una corsa continua, e adottare un ritmo più riflessivo. Anche se la creatività e il desiderio di offrire ai nostri clienti nuove soluzioni e migliorare sempre la qualità dei prodotti non si fermano mai.

LA PASSIONE

La passione è un altro valore che ci caratterizza e ci distingue. La passione è qualcosa che ci spinge, al di là di ogni calcolo e programmazione razionale, a sostenere quello che amiamo e a volerlo realizzare.

È la forza che ci permette di credere nei nostri sogni e talvolta di ottenere risultati sorprendenti.



LA SPERIMENTAZIONE

La voglia di sperimentare è il motore della nostra creatività, lo stimolo a creare qualcosa di nuovo, bello, utile, migliore di quanto già esiste.

Fantini è un'azienda che ama sperimentare.

Dietro a ogni progetto sperimentale c'è un rischio, ma non ci ha mai fatto paura affrontarlo se intuiamo che quell'impresa potrà essere migliore di quanto abbiamo fatto prima, capace di superare la soglia che abbiamo raggiunto e portare un'innovazione, anche piccola ma significativa.

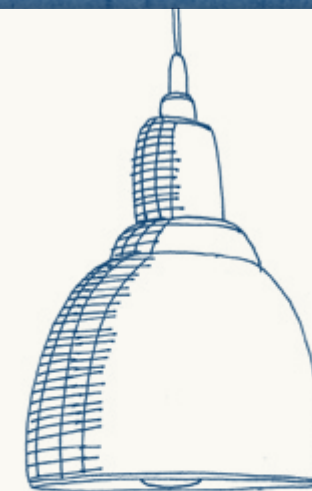
Tutti i nostri progetti nascono così, dalla curiosità e dal desiderio di continuare a sperimentare.

IL NOSTRO MODO DI FARE PRODOTTI

Ho sempre creduto nel principio che si debba comprare meno ma meglio. Prodotti di qualità, affidabili, che durano nel tempo.

La ricerca della qualità ineccepibile dei nostri prodotti parte proprio da questa assunzione di base che tutta l'azienda condivide.

Riguarda tutto il processo di creazione e realizzazione dei nostri prodotti: parte dalla fase di progettazione e prototipazione per arrivare alla produzione e al servizio di assistenza ai nostri clienti.



Investiamo la gran parte delle nostre energie sul prodotto perché è il fattore principale di identità e comunicazione per tutte le "Fabbriche del Design Italiano" come la nostra.

In questo percorso lungo e complesso io ho un ruolo non facile che mi piace definire di "mediatore": nel senso di stare in mezzo e di far da tramite tra i desideri e i bisogni delle persone e le capacità creative di chi deve disegnare i prodotti, e poi tra chi disegna i prodotti e chi deve realizzarli e poi venderli, tra le competenze creative, quelle tecniche e quelle commerciali... in un continuo gioco di ping-pong certe volte estenuante ma necessario, e alla fine non privo di soddisfazioni.

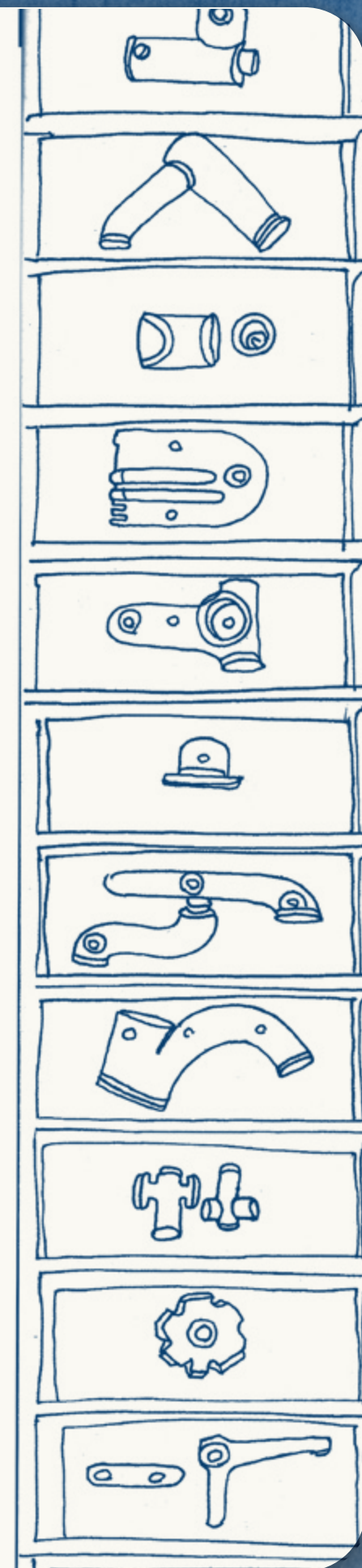
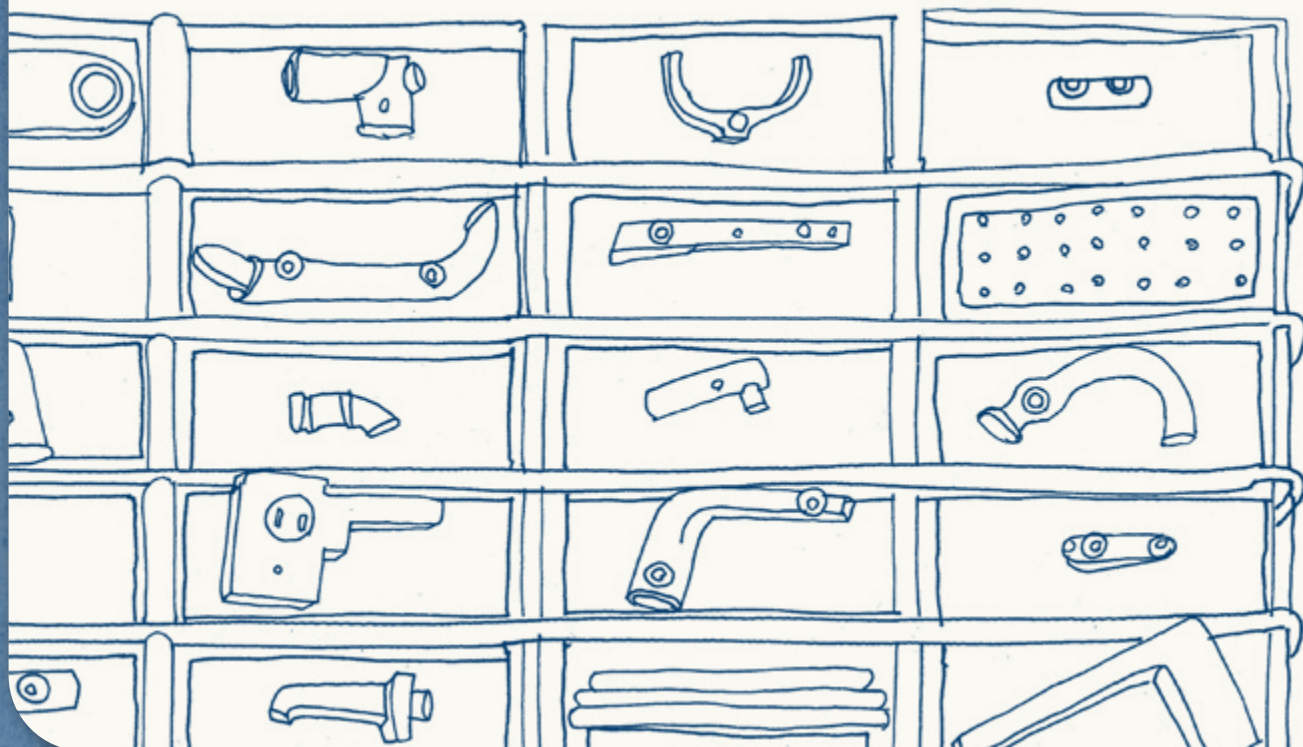
LA QUALITÀ DEI NOSTRI PRODOTTI

Mi sento di affermare che i nostri prodotti sono autentici, realizzati con estrema attenzione, con una cura quasi esagerata per i particolari, con una componente di artigianalità importante.

Sono interamente fatti in Italia e questo ci permette di avere un controllo della qualità e del prodotto finale molto alto.

Il nostro obiettivo, che non sempre riusciamo a realizzare, è quello di creare rubinetti "gioiello", piccoli capolavori che connotano l'ambiente bagno come un gioiello può caratterizzare l'abito e la persona che lo indossa.

Sono prodotti che rispettano le persone e l'ambiente, che hanno a monte delle scelte strategiche precise come la scelta *lead free* o l'uso dell'acciaio che diventa per noi sempre più importante.



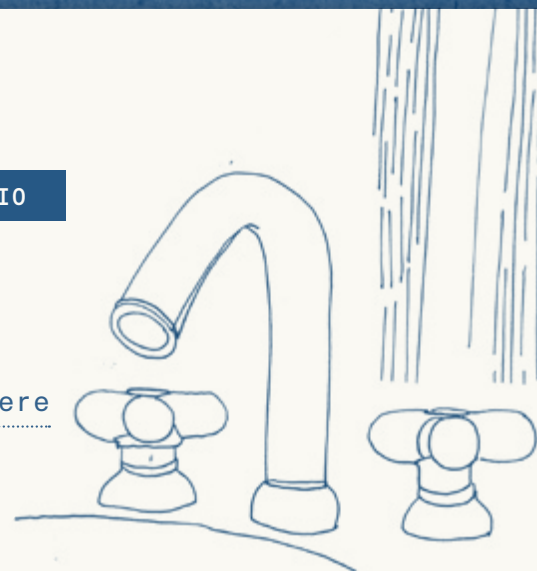
LA PARTICOLARITÀ DEL NOSTRO TERRITORIO

Siamo qui sulle sponde del lago
d'Orta, in un territorio bellissimo
ma fragile, dove è difficile mantenere
l'equilibrio ambientale.

Questo luogo che amo e considero
il vero e proprio *genius loci* della
Fantini è di grande ispirazione per il nostro lavoro.
Mantenere l'equilibrio di un'azienda è un esercizio
costante, non bisogna cedere mai, è necessario impegnarsi
a fondo, con concentrazione, mettendoci l'anima,

tutte le nostre energie e la passione.

Noi lo facciamo tutti i giorni,
senza risparmiarci, con dedizione
e slancio, ciascuno con la consapevolezza
della propria responsabilità aziendale.



Qualità sostenibilità e risparmio energetico

Specialista nella produzione di rubinetti da oltre settant'anni, Fantini coniuga grande qualità e capacità manifatturiera artigianale con know-how tecnologico evoluto e processi di produzione industriale. La qualità è un valore cardine dell'azienda che coinvolge l'intero processo di creazione, ricerca, sperimentazione e produzione con l'obiettivo della massima tutela e attenzione verso il consumatore.

I rubinetti nascono e sono fabbricati interamente in Italia, secondo un processo industriale, ma rifiniti con una cura artigianale.

L'organizzazione e la logistica della produzione seguono le linee guida evolute della metodologia del *lean manufacturing* per aumentare l'efficienza.

Il processo di ricerca e sviluppo (RND) è interamente interno all'azienda per la salvaguardia della qualità del know-how tecnico.

I prodotti sono *eco-friendly*: *lead free* (a bassissimo contenuto di piombo), una vasta gamma è in acciaio inossidabile e viene

curato il risparmio energetico per la riduzione del consumo d'acqua al minuto attraverso una serie di dispositivi.

L'azienda è un mediatore tra le migliori capacità creative, le esigenze e i desideri delle persone che sono al centro del processo di ideazione e sviluppo dei prodotti. Ricerca continua e sperimentazione funzionale, tecnica e formale sono la base del suo processo di innovazione. Etica imprenditoriale e responsabilità sociale d'impresa sono le linee guida di Fantini e dell'affidabilità riconosciuta dell'azienda.

Tra i punti di forza, c'è la rete di assistenza competente e capillare su cui può contare la distribuzione, e un servizio di consulenza interno di pre- e post-vendita.

Mantenendo il know-how interno, l'azienda governa le più avanzate partnership tecnologiche esterne.

Il tema del risparmio energetico è al centro dell'attenzione e determina interventi sui prodotti su più fronti a tutela del consumatore e dell'ambiente: in termini di riduzione del

consumo d'acqua al minuto; nell'adottare lo standard normativo più all'avanguardia per i rubinetti *lead free*; nella scelta di ampliare sempre più i prodotti in acciaio.

Per la riduzione del consumo di acqua al minuto, utilizza nei suoi prodotti una serie di dispositivi tecnici che favoriscono il raggiungimento di questo obiettivo: la cartuccia progressiva, che apre il rubinetto partendo sempre dall'acqua fredda; gli aeratori a portata limitata, che riducono il consumo di acqua; il sistema di deviatori nelle docce che consente di gestire in modo singolo le diverse funzioni (pioggia, nebulizzazione, cascata...).

Rubinetti a bassissimo contenuto di piombo e in acciaio inossidabile sono due scelte strategiche dell'azienda a tutela della salute del consumatore. Per quanto riguarda la presenza di piombo, i rubinetti Fantini sono costruiti nel rispetto della normativa NSF/ANSI 372 degli Stati Uniti, attualmente la più avanzata norma internazionale:

le superfici dei rubinetti di ottone a contatto con l'acqua potabile non contengono piombo in misura superiore allo 0,25% e sono quindi a tutti gli effetti iscrivibili nella categoria *lead free*.

Su questo fronte la strategia dell'azienda è stata lungimirante e Fantini è oggi all'avanguardia anche in Europa rispetto agli altri produttori: per la salvaguardia dei consumatori applica, infatti, lo stesso standard, nonostante la normativa europea consenta ancora attualmente una presenza di piombo del 2,2%.

La scelta strategica di intraprendere la strada produttiva dell'acciaio va nella stessa direzione: offrire al consumatore prodotti sempre migliori sotto il profilo della qualità e della sicurezza. È un materiale eccellente che ha prestazioni straordinarie: è di lunga durata per la sua robustezza e mantiene le sue caratteristiche nel tempo grazie a un'alta resistenza alla corrosione degli agenti esterni. È un materiale ecologico e riciclabile. Garantisce massima igiene e facilità di mantenimento

e pulizia. Il panorama dei prodotti in acciaio inossidabile AISI 316 e 316L è diventato, insieme con i prodotti *lead free*, la cifra distintiva dell'azienda. Qualità nella ricerca, nel design del prodotto e nel processo produttivo sono i maggiori punti di forza dei prodotti Fantini. Il ciclo di produzione utilizza impianti tecnologicamente evoluti, garantendo un controllo di qualità in ogni fase produttiva. I prodotti sono certificati dai più accreditati istituti di controllo riconosciuti nel mondo.

lead  free

Le superfici dei rubinetti di ottone Fantini a contatto con l'acqua potabile non contengono piombo in misura superiore allo 0,25% e sono a tutti gli effetti iscrivibili nella categoria *lead free*



FANTINI

:

REPORT FROM THE
WATERFRONT

06

I GIORNI
DEL
LAGO

L'OBIETTIVO DEI FOTOGRAFI
PER I CALENDARI FANTINI



Nel 2009 nasce l'idea di chiamare alcuni fotografi di fama internazionale a interpretare con il proprio linguaggio visivo il lago d'Orta, con l'obiettivo di fare ogni anno un calendario d'autore.

Meno conosciuto rispetto ai grandi laghi italiani, il lago d'Orta è piuttosto nascosto, riservato, è un soggetto che va scoperto a ritmo lento, con occhi e animo sensibile e proprio questo è il suo lato affascinante.

Soprattutto, è il luogo che rappresenta il *genius loci* di Fantini, della famiglia, che qui ha le sue radici, e dell'azienda affacciata sulle sponde del lago.

Il progetto fotografico ha coinvolto alcuni grandi nomi della fotografia contemporanea italiana: ogni anno un autore è stato chiamato per interfacciarsi con il tema del lago, nel modo che gli era più consono, costruendo un prezioso patrimonio di immagini che raccontano con poetiche, sensibilità e sguardo diversi i molteplici aspetti di questo piccolo lago gioiello.

Le immagini fotografiche dei vari autori, con il linguaggio proprio di ciascuno, costituiscono nel loro complesso un grande affresco paesaggistico fatto di molteplici tasselli che svelano la bellezza, i dettagli storici e architettonici e l'atmosfera mistica del luogo.

Interpreti di questo progetto sono stati alcuni grandi maestri della fotografia italiana: Franco Fontana (2009), Giorgio Lotti (2010), Gabriele Basilico (2011), Gianni Berengo Gardin (2012), Ferdinando Scianna (2013), seguiti da un affermato fotografo della nuova generazione, Gabriele Croppi (2014) e da Walter Zerla (2015), fotografo e skipper che conosce a fondo il territorio e ha da sempre familiarità con il lago d'Orta.

I calendari d'autore Fantini sono stati distribuiti in tutto il mondo ad architetti, giornalisti e clienti dell'azienda, contribuendo a far conoscere un bellissimo luogo italiano non familiare ai più.

I fotografi



PP. 150, 160-163

:

GIORGIO LOTTI

Milanese, classe 1937, si appassiona giovanissimo alla fotografia e nel 1964 entra a far parte dello staff della rivista "Epoca". Viaggia in ogni parte del mondo come fotoreporter e le sue immagini e i suoi fotolibri lo hanno reso famoso in campo internazionale. Nel 1973 ha ricevuto l'ambitissimo premio The World Understanding Award della Columbia University of Photojournalism. Negli ultimi anni si è dedicato alla ricerca nel campo del colore e dell'arte.



PP. 152, 164-167

:

GABRIELE BASILICO

Milanese (1944-2013), architetto di formazione, è uno dei fotografi di paesaggi urbani più conosciuto al mondo. Tra i suoi progetti più famosi, "Milano. Ritratti di fabbriche" del 1982; "Bord de mer", un progetto di documentazione della trasformazione del paesaggio per il governo francese, nel 1984. Le fotografie scattate a Beirut che stava uscendo devastata da quindici anni di guerra civile nel 1991 segnano la sua definitiva consacrazione internazionale.



PP. 168-171

:

GIANNI BERENGO

GARDIN

Nato a Santa Margherita nel 1930, è uno dei più grandi fotografi italiani che negli ultimi sessant'anni ha raccontato attraverso il suo sguardo chiaro ed empatico l'evolversi dell'Italia dal dopoguerra a oggi, con una particolare attenzione al sociale. Le sue immagini fanno parte delle collezioni di musei e fondazioni culturali internazionali ed è autore di numerosi libri tra cui un'ampia serie di volumi sull'Italia e i paesi europei per il Touring Club Italiano.



PP. 172-175

:

FERDINANDO SCIANNA

Nato a Bagheria, in Sicilia, nel 1943, inizia giovanissimo a dedicarsi alla fotografia collaborando con lo scrittore Leonardo Sciascia e raccontando da allora nel tempo la cultura e le tradizioni della sua terra d'origine. Fotoreporter per l'"Europeo", si dedica con successo anche alla scrittura. Già conosciuto a livello internazionale, nella seconda metà degli anni ottanta entra nel mondo della moda senza mai abbandonare il reportage sociale, i ritratti e il giornalismo.



PP. 176-179

:

GABRIELE CROPPI

Nasce a Domodossola nel 1974. Alla sua innata passione per la pittura si aggiunge, negli anni, quella per la fotografia. Dalla metà degli anni novanta, la sua ricerca è incentrata sul rapporto tra fotografia e altre arti, pittura, letteratura e cinema. Nel 2011 vince l'European Photo Exhibition Award. Fa parte di un team di dodici fotografi europei chiamati a interpretare il concetto di "Identità europea", per un ciclo di mostre nelle città di Amburgo, Lucca, Parigi e Oslo.



PP. 180-181

:

WALTER ZERLA

Piemontese, classe 1961, inizia la sua attività collaborando con le principali agenzie italiane di comunicazione. Appassionato alpinista e skipper, è autore del più dettagliato progetto di documentazione fotografica del lago Maggiore e lago d'Orta, realizzato navigando su una barca a vela per molti mesi, in tutte le stagioni e ore del giorno. Il progetto di ricerca *in progress* Forme d'Acqua, che conduce da molti anni, è oggetto di una mostra itinerante in Italia e all'estero.



PP. 156-159

:

FRANCO FONTANA

È uno dei grandi maestri della fotografia italiana contemporanea riconosciuto a livello internazionale. Nato a Modena nel 1933, comincia a fotografare nel 1961. Fin dall'inizio la sua ricerca estetica si focalizza sull'espressione astratta del colore e sulla geometria. I suoi paesaggi rurali, industriali e urbani con colori decisi, contrasti forti e linee nette e marcate hanno inventato un linguaggio espressivo innovativo e originale apprezzato a livello mondiale.





























Daniela Fantini
durante la costruzione
dell'acquedotto a
Masango, in Burundi

100 FONTANE *FANTINI FOR AFRICA*

DANIELA FANTINI
RACCONTA

UN PROGETTO DI CORPORATE
SOCIAL RESPONSIBILITY

“*Fil rouge* del progetto 100 Fontane Fantini for Africa è il tema dell’acqua, a noi tanto caro, ma visto da un altro punto di vista rispetto al nostro abituale: quello della sua drammatica assenza e delle relative tragiche conseguenze sulla vita quotidiana di tante persone. Qui si tocca con mano come l’acqua sia fonte di vita e incida su tutti gli aspetti della qualità dell’esistenza e della sua evoluzione.”

184 La vita quotidiana nella comunità di Masango, dove oggi, grazie al completamento del progetto 100 Fontane Fantini for Africa, circa 25.000 persone hanno accesso all’acqua pulita da 130 fontane, a una distanza massima di dieci minuti a piedi dalle loro case

Nel cuore dell’Africa, c’è il piccolo stato del Burundi, uno dei paesi più poveri della Terra; nel nord c’è il comune di Bukinanyana dove si trova la regione di Masango. A sua volta la regione è divisa in cinque colline grandi e ventisette più piccole.

Il viaggio dalla ex capitale, Bujumbura, deve essere fatto con un mezzo appropriato perché la strada è impervia e non è asfaltata. Il tragitto dura quattro ore, ma riporta indietro di centinaia di anni. È davvero un viaggio nel tempo.

Masango è una bell’area collinosa, fertile e ricca d’acqua, ma di difficile accesso a causa delle sue ripide colline. La vita quotidiana a Masango è dura e difficile. La povertà è estrema, vissuta con dignità ma drammatica. La sopravvivenza non lascia spazio alla visione di un futuro migliore.

Qui sono stata coinvolta in prima persona in un’iniziativa umanitaria partecipando a un’azione di volontariato all’interno di un vasto progetto che il Rotary Club Orta San Giulio sta conducendo da anni in quella regione. A questa mia esperienza personale, emotivamente molto intensa, è seguito successivamente il coinvolgimento dell’azienda e l’avvio del progetto 100 Fontane Fantini for Africa, cioè la costruzione dell’acquedotto per portare acqua pulita il più vicino possibile alle case.

Ciò che ha catturato il mio cuore non sono stati i paesaggi mozzafiato o i loro colori saturi. Sono stati gli abitanti di Masango che mi ha fatto innamorare di questo paese. Il loro spirito e il loro sorriso. Gente che lavora la terra con utensili millenari. Gente che riesce a smuovere le rocce con la forza delle braccia.

Lì opera da moltissimi anni la missione delle Suore della Carità di Novara, guidata da suor Celina Tovagliaro.

La popolazione non ha energia elettrica. Il Rotary Club di Orta San Giulio ha ripristinato una turbina ad acqua che produce e fornisce elettricità al villaggio. Grazie a questo, durante i nostri viaggi, i bambini di Masango possono godere anche del piccolo piacere di guardare un film. Ma, soprattutto, sono stati costruiti un ospedale e un orfanotrofio al centro della missione, che dal 2007 hanno contribuito a salvare molte vite.



Dopo aver pensato all'orfanotrofio e all'ospedale, ci siamo resi conto che uno dei più importanti problemi da risolvere era quello dell'acqua perché, citando un detto africano, "l'acqua è la vita".

Il terreno impervio e la conformazione dei villaggi di Masango con case sparse sulle colline rendono l'accesso all'acqua difficile. Andare a prendere l'acqua significa camminare per chilometri su sentieri tortuosi, richiede ore per trasportarla con pesanti taniche di plastica da cinque o più litri. Spesso si tratta di acqua non pulita, inquinata, causa principale dell'elevato numero di malattie gastrointestinali. A Masango questo era un compito affidato in massima parte ai bambini che, impegnati in questa attività, non potevano frequentare la scuola.

Io credo che per garantire un futuro migliore a questo paese i bambini debbano, invece, avere il tempo per andare a scuola e giocare. E per poter fare questo non devono più avere l'incombenza dell'approvvigionamento quotidiano dell'acqua per le loro famiglie.

Così durante il mio secondo viaggio in Burundi, nel gennaio 2012, insieme a Riccardo Conti che dirige Fantini USA, a Walter Zerla, autore delle fotografie, a Franco Piola allora Presidente del Rotary Club Orta San Giulio e al regista Justin Tipping, abbiamo realizzato un video che raccontava il nostro desiderio di creare un futuro migliore per la gente di Masango finanziando la costruzione dell'acquedotto per portare acqua pulita il più vicino possibile alle loro case. E abbiamo dato un nome al progetto: 100 Fontane Fantini for Africa.

Questo è stato il punto di partenza per presentare poi ufficialmente il progetto a tutto il mondo che ruota intorno all'azienda, coinvolgendo agenti, clienti, architetti, designer. Abbiamo programmato parecchi eventi negli showroom dei nostri clienti in Italia e all'esterno, soprattutto negli Stati Uniti. L'impatto è stato molto forte e ha innescato una specie di "reazione a catena" inaspettata di donazioni per implementare il progetto originario.



“Ci siamo impegnati con l’azienda nel progetto 100 Fontane Fantini for Africa per costruire l’acquedotto in Burundi, nell’area di Masango, per portare l’acqua buona a chi non ce l’ha, per contribuire in modo sostanziale a dare maggiore dignità alla vita quotidiana e la speranza di un futuro migliore soprattutto ai bambini e ai giovani.”

188

È nata anche l’idea di legare questo progetto a un’iniziativa commerciale che coinvolgesse direttamente i nostri clienti, senza essere una mera richiesta fondi: nel corso del 2013 e del 2014 la vendita della serie I Balocchi, icona storica dell’azienda che abbiamo deciso di rieditare, ha contribuito a incrementare il budget che l’azienda aveva originariamente destinato al progetto. Per ogni dieci set installati, infatti, è stata aggiunta una nuova fontana alle cento previste inizialmente. Si sono impegnati tutti, c’è stata un’adesione davvero straordinaria e siamo arrivati a realizzare 130 fontane!

La costruzione dell’acquedotto

Non è stato un progetto facile ma pieno di sfide.

La conformazione del terreno ha reso difficoltoso il trasporto dei materiali, non ci sono infrastrutture e individuare i punti migliori di *captage* dell’acqua dalla roccia è stato complicato, per via delle piogge e delle frane che hanno rallentato i lavori e richiesto nuovi sopralluoghi e variazioni in corso d’opera di quanto era stato previsto sulla carta. Per ogni fontana costruita vicino alle case si è reso necessario realizzare un complesso e faticoso lavoro di impianto idraulico in condizioni ambientali difficili, su un terreno spesso impervio e scosceso.

Ma abbiamo avuto la fortuna di incontrare Maurizio Ondeï, un esperto costruttore che parla la lingua kirundi e lo abbiamo incaricato della direzione lavori e del coordinamento della manodopera locale, in collaborazione con la comunità di Masango.

Ce l’abbiamo fatta! E in soli due anni l’acquedotto è stato completato. Sono state realizzate dodici fonti di *captage* dell’acqua direttamente nella roccia, ventisette chilometri di tubature e cento fontane che portano l’acqua pulita a circa 25.000 persone, a una distanza massima di circa dieci minuti a piedi dalle loro case.

Il progetto, iniziato con il Rotary Club di Orta San Giulio, è continuato con l’implementazione del numero delle fontane in zone ancora più lontane e di più difficile accessibilità all’acqua, diventate in totale 130. Ogni fontana ha un nome in lingua kirundi ed è stato nominato un responsabile locale per la sua manutenzione e cura.

Avere facile accesso all’acqua potabile oggi è un beneficio tangibile per tutta la comunità e consente ai bambini di frequentare la scuola, con tutte le conseguenze positive che ne deriveranno per il loro futuro. E noi siamo molto felici di aver fatto questo investimento per migliorare le condizioni di vita e il futuro della gente di Masango.

Nel video che abbiamo girato con il regista Nilo Zimmermann per documentare la conclusione del progetto i bambini di Masango ci hanno dedicato la loro canzone preferita:

“Alla chiara fontana mentre stavo passeggiando ho trovato l’acqua così bella che sono andato a fare il bagno. Ti ho amato per tanto tempo che non ti dimenticherò mai.”

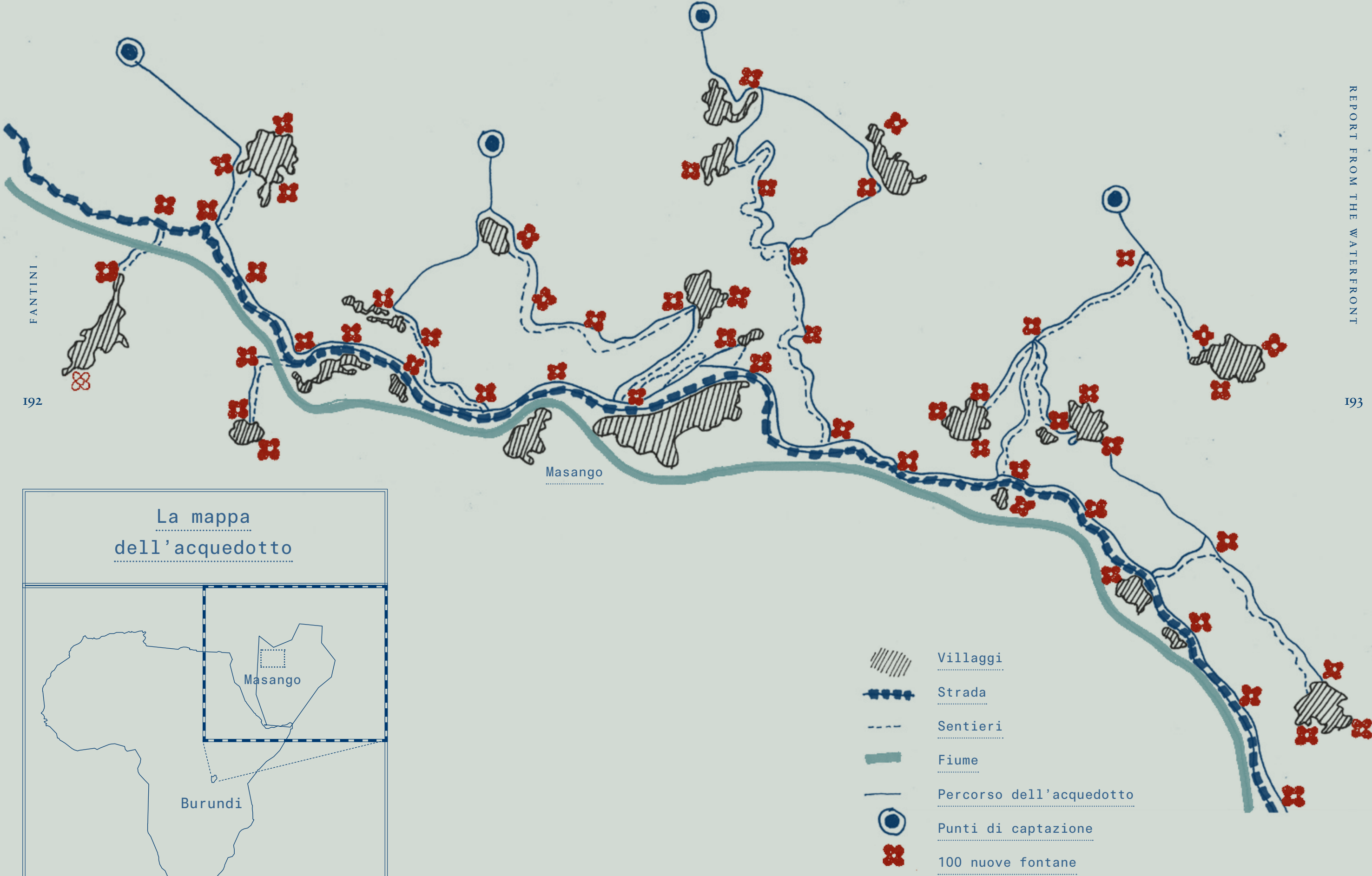
Questa è una piccola storia di bene e per questo abbiamo deciso di raccontarla.

Se provi a fare una cosa buona e la racconti forse chi ti ascolta o chi ti legge farà qualcosa di ancora più bello. Perciò grazie a chi ha raccolto quest’idea e l’ha resa ancora più grande!

ALLE PAGINE SEGUENTI 189

Il paesaggio collinare dell’area di Masango, dove l’acqua non mancava, ma non era potabile. Prima della costruzione dell’acquedotto, l’approvvigionamento era il compito principale dei bambini, richiedeva ore di cammino su sentieri impervi e impediva loro di frequentare la scuola della missione







Ognuna delle 130 fontane costruite ha un nome e un responsabile della comunità che si prende cura della sua manutenzione

Il diritto all'acqua

Il Burundi è uno dei paesi più poveri del pianeta, con circa otto milioni di abitanti, il 68% dei quali vive sotto la soglia di povertà. La popolazione è prevalentemente di etnia hutu e di etnia tutsi. Dopo molti anni di guerra civile, il Burundi è impegnato in un'ingente opera di ricostruzione del tessuto sociale ed economico. È un paese dove l'acqua c'è, ma dove la difficoltà del suo approvvigionamento rappresenta una delle maggiori fonti di disagio e ostacolo allo sviluppo del paese. Ai problemi dell'insufficienza e della lontananza di punti di approvvigionamento di acqua potabile, si aggiunge quello dell'uso di acqua spesso inquinata da agenti patogeni, che contribuiscono alla diffusione di malattie. La mancanza di acqua buona o l'uso di acqua contaminata sono responsabili dell'elevata mortalità infantile, di un alto tasso di malattie

gastroenteriche tra la popolazione, dell'esodo rurale dei giovani e dell'impossibilità di praticare colture agricole domestiche o altre attività che generano reddito agricolo.

Come il Burundi, molti paesi poveri nel mondo soffrono ancora oggi per la mancanza di acqua potabile o per la sua difficile accessibilità, problemi primari che precludono lo sviluppo e la prospettiva di un futuro migliore.

L'acqua è riconosciuta dalle Nazioni Unite come un bene comune dell'umanità, e l'accesso all'acqua è un diritto. Sulla carta i costi necessari per garantirla devono essere a carico dell'intera collettività perché l'acqua è considerata un diritto inalienabile e non deve essere intesa soltanto come un bisogno.

Le linee guida del documento "Povertà estrema e diritti umani: i diritti del povero", adottate dalla Sottocommissione ONU

per la promozione e protezione dei diritti umani del 24 agosto 2006, lo dicono chiaramente: "Il diritto all'acqua potabile.

Le persone che vivono in estrema povertà hanno il diritto di avere acqua potabile [...] se lo Stato non può farlo da solo, è un obbligo cercare l'aiuto della comunità internazionale che è tenuta a fornire questa assistenza [...]. Il diritto all'acqua potabile è direttamente legato al diritto alla vita. La negligenza, l'omissione o la pianificazione di non fornire servizi di distribuzione dell'acqua deve essere considerato come un'azione di minaccia della vita umana". Ma molto spesso, purtroppo, queste linee guida sono disattese e il problema della mancanza di acqua, celebrata ogni anno il 22 marzo con la Giornata mondiale dell'acqua – World Water Day – non trova ancora soluzione in molti luoghi della Terra.

CSR: la responsabilità sociale d'impresa

100 Fontane Fantini for Africa è a tutti gli effetti un progetto di CSR, Corporate Social Responsibility, dell'azienda. Un tempo di chiamava "Responsabilità sociale d'impresa", era un'attitudine che ha caratterizzato le storiche imprese italiane, da Olivetti a Marzotto ad esempio, e che oggi ha assunto una nuova rilevanza etica e sociale. Deriva dalla filantropia, ma sempre più la Corporate Social Responsibility è diventata un orientamento strategico delle imprese ad assumere un comportamento responsabile davanti all'opinione pubblica e ai propri stakeholder. La Commissione Europea l'ha definita nel Libro Verde del 2001 – dal titolo "Promuovere un quadro europeo per la responsabilità sociale delle imprese" – "l'integrazione su base volontaria, da parte delle imprese, delle preoccupazioni sociali ed ecologiche nelle loro operazioni commerciali e nei rapporti con le parti interessate".

Nei mercati evoluti, infatti, ci si aspetta un atteggiamento etico da parte delle aziende, una partecipazione attiva alle dinamiche sociali e politiche e un impegno concreto. Già in un'indagine del 2010,

realizzata dalle società di consulenza Landor Associates, Burson-Marsteller e Penn, Schoen & Berland, era emerso che il 77% dei consumatori intervistati riteneva che la responsabilità sociale fosse un elemento molto importante all'interno di un'impresa e il 56% di questi dichiarava di preferire il prodotto di un'azienda socialmente impegnata rispetto a un prodotto analogo. E questa propensione è in crescita, soprattutto tra le nuove generazioni, che sempre più badano alla condotta etica di un'impresa al momento della scelta d'acquisto.

A Venezia, nel suo intervento al V Festival dell'acqua nel 2019 alla Fondazione Querini Stampalia, Daniela Fantini ha citato due frasi famose che definiscono con chiarezza il suo pensiero nei confronti della responsabilità sociale d'impresa, che lei sente come una sorta di obbligo etico e morale: "Un'azienda che non sa fare altro che soldi è un'azienda povera", Henry Ford, e "Il bene va fatto bene", Immanuel Kant. Il progetto di costruzione dell'acquedotto in Burundi è stato completato a fine 2014, dopo due anni di intensi lavori e oggi porta acqua pulita a circa 25.000 persone.

La facilità di accesso all'acqua ha introdotto la necessità immediata di istruire la popolazione a farne un uso attento e corretto per migliorare le proprie condizioni igieniche, per non sprecare questo bene prezioso e aver cura delle "fontane" che portano l'acqua vicino alle case. È stato questo il tema dato agli studenti di Ecodesign del secondo anno della facoltà di Disegno Industriale del Politecnico di Torino per il workshop "L'eau c'est la vie / Water is life" promosso da Fantini. L'esercitazione didattica, condotta da Patrizia Scarzella, li ha coinvolti profondamente ed emotivamente per il carattere sociale del progetto e per il contesto rurale e arcaico in cui la metodologia del design può dimostrare di essere davvero efficace dando spunti per strumenti e soluzioni creative insolite e fuori dagli schemi per sensibilizzare ed educare all'uso dell'acqua.

L'impegno in Burundi prosegue con nuovi progetti. Dopo il completamento dell'edificio che ospita la casa delle suore della missione, al centro dell'area di Masango, un luogo strategico di aggregazione per tutta la comunità, che avrà anche la funzione di servire come foresteria per ospitare medici, operatori e volontari che finora non avevano un luogo di riferimento dove poter rimanere a lungo, l'azienda è impegnata nella costruzione di una scuola a Bujumbura, tassello fondamentale per poter pensare a futuri nuovi sviluppi di cooperazione, avviando progetti di formazione per la popolazione locale con il coinvolgimento di altre organizzazioni e aziende.



Il progetto 100 Fontane Fantini for Africa è stato selezionato da ADI Design Index nel 2014 nella sezione Design per il Sociale



FANTINI

:

REPORT FROM THE
W A T E R F R O N T

08

FANTINI
NEL MONDO



Milano e New York sono i due punti di riferimento centrali per il design italiano e la sua consacrazione internazionale. Queste due città rappresentano il cuore pulsante che dà visibilità mediatica al design italiano, che da qui si diffonde nel mondo. A Milano e New York Fantini ha aperto da anni due spazi espositivi, luoghi di incontro per architetti, clienti, giornalisti e pubblico.

Fantini Milano è nel cuore storico della zona Brera, nel cortile acciottolato di un palazzo d'epoca, che ha la quiete e il fascino dell'architettura ottocentesca milanese. La grande vetrata di ingresso, circondata dal verde, accoglie i visitatori in uno spazio speciale che unisce il rigore architettonico a un'atmosfera morbida, realizzata con arredi domestici e dettagli proprio di una casa confortevole ed elegante.

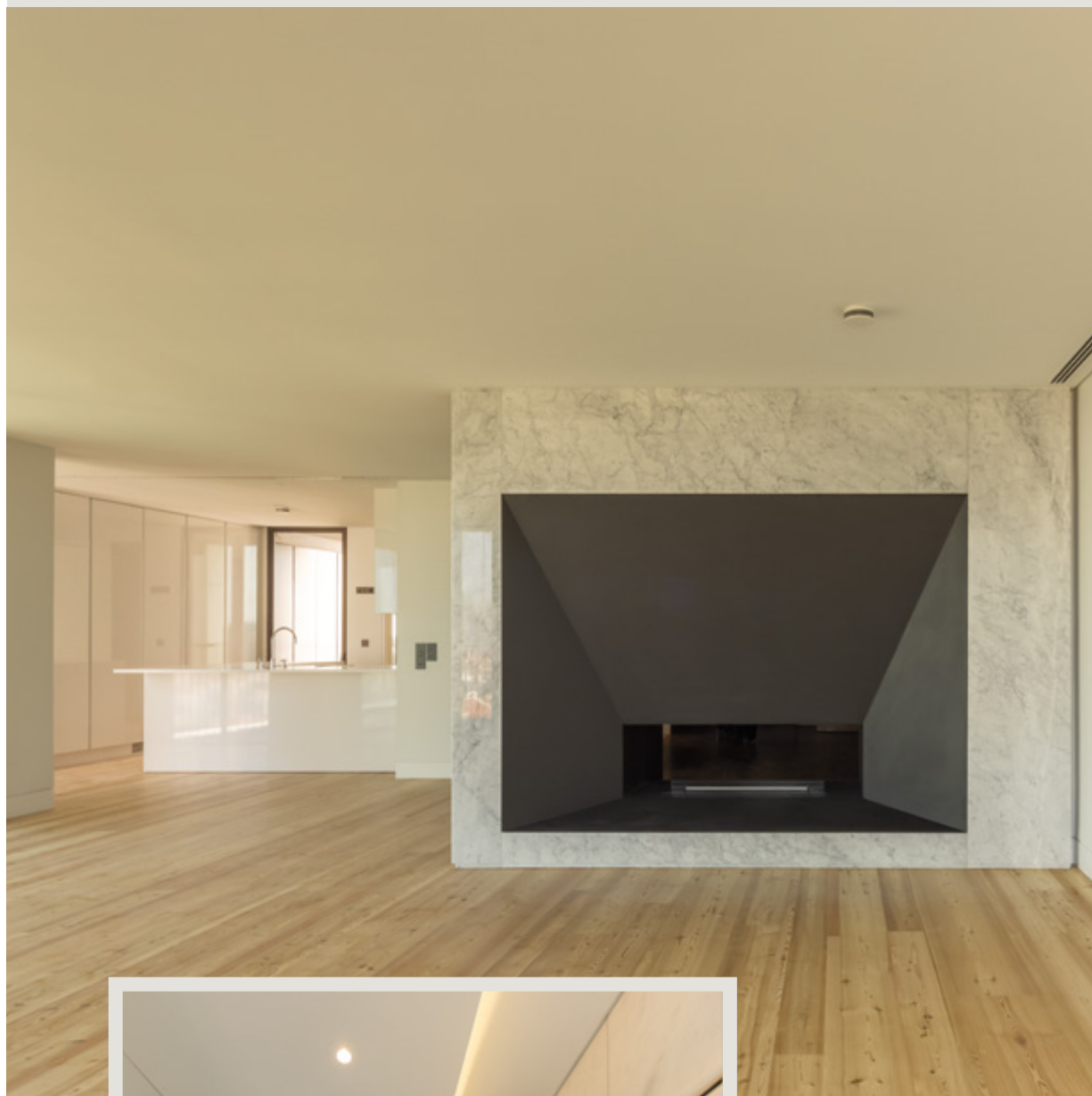
L'architettura del luogo è definita dalla suddivisione spaziale che rispetta la struttura originaria, di cui conserva qualche elemento di memoria e dalla scelta della pietra e del marmo come materiali d'elezione. La luminosità è la principale linea guida del progetto, declinata con colori neutri dove predomina il bianco delle pareti e delle librerie dove sono esposti i prodotti, il beige delle poltrone, il grigio pastello delle ampie tende ad effetto scenografico che esaltano, per contrasto, la pietra scura – pietra d'Avola, texture Raw di Salvatori – della galleria con i prodotti. Pareti luminose e dispositivi tecnologici dialogano con elementi domestici tipici dell'arredamento di casa: librerie, oggetti decorativi da collezione, il grande lampadario. È un dialogo tra modernità e tradizione, metafora dell'azienda, vera e propria fabbrica del design italiano che coniuga capacità manifatturiera artigianale e processi industriali più innovativi. L'architetto Piero Lissoni, che ha firmato il progetto, ha saputo interpretare al meglio il *brief* con un *concept* che supera la visione dello showroom tradizionale come spazio di esposizione e vendita, trasformandolo in un luogo di accoglienza che ha il calore degli spazi abitati. L'atmosfera domestica di questo "interno metropolitano" è uno dei *plus* di Fantini Milano, luogo di relax dove assaporare anche il piacere visivo e sonoro dell'acqua.



“I prodotti Fantini sono oggi in tutto il mondo: dall’Italia a New York, Washington, Los Angeles, San Francisco, Londra, Parigi, Lisbona, Tokyo, Seul, Singapore, Hong Kong, Shanghai, Sydney, Cape Town... nei palazzi pubblici, nelle residenze private, negli hotel, nei luoghi più prestigiosi e nei progetti di alta gamma firmati dai nomi importanti dell’architettura contemporanea internazionale. E noi siamo felici di contribuire a portare nel mondo la bellezza, la creatività del design, l’eccellenza e la straordinaria qualità del prodotto italiano.”

Sobrietà, rigore, eleganza sono le chiavi di lettura del progetto dello showroom Fantini di New York nel *building* al 150 E della 58a Strada, a due passi da Central Park, anche questo curato da Piero Lissoni. Il bianco, accentuato da pareti retroilluminate e dall’impiego scenografico del cristallo di piani e teche espositive, caratterizza lo spazio.

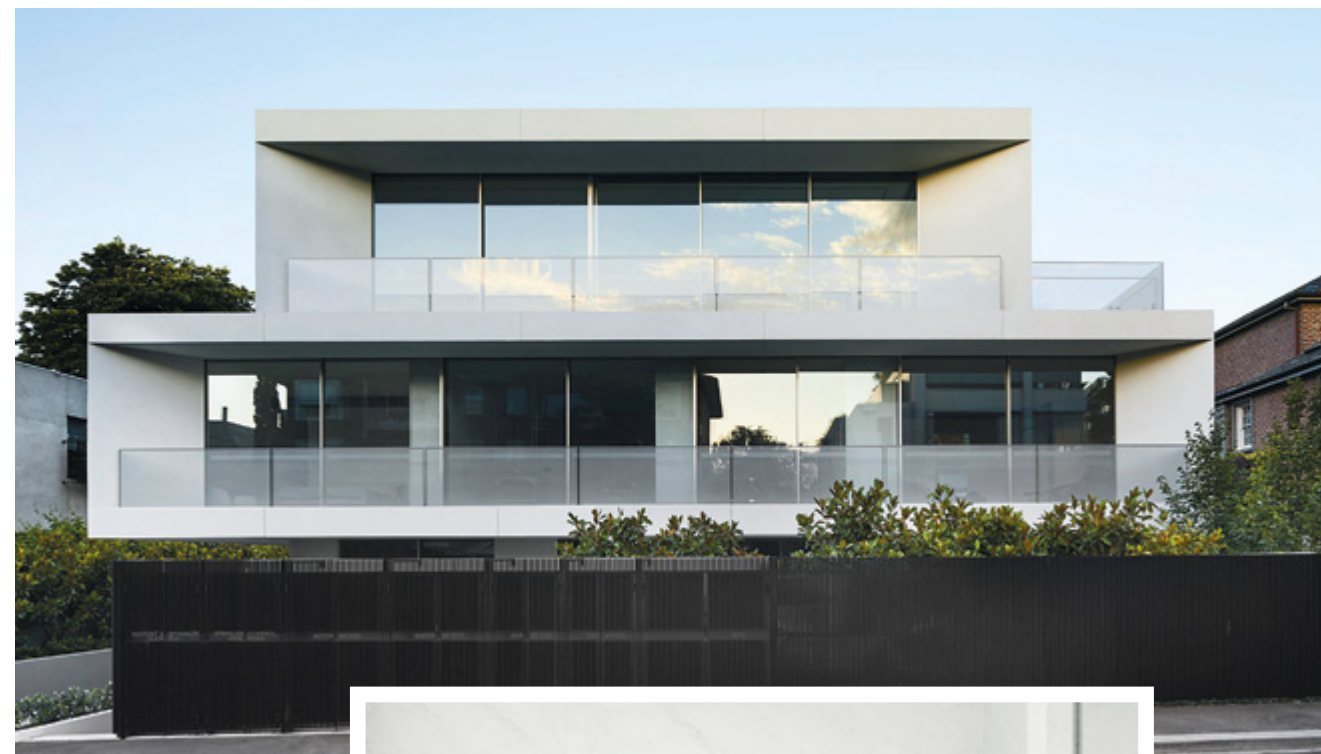
Essenziale e funzionale il sistema espositivo ideato per una presentazione organica di tutte le collezioni di rubinetteria e dei programmi doccia. Di austera semplicità, il grande tavolo a cavalletto che funge da piano espositivo e la serie dei box allineati, display dei sistemi doccia. Un’area di duecento metri quadrati è dedicata a Aboutwater Boffi/Fantini: un’installazione concettuale ideata per presentare la collezione nata dalla partnership tra Boffi e Fantini e sviluppata con prodotti di Naoto Fukasawa, Piero Lissoni, Paik Sun Kim e Michael Anastassiades.



CASTILHO 203

LISBONA
/ PORTOGALLO

Architetti:
ARX Portugal Arquitectos
Foto credit:
FG+SG

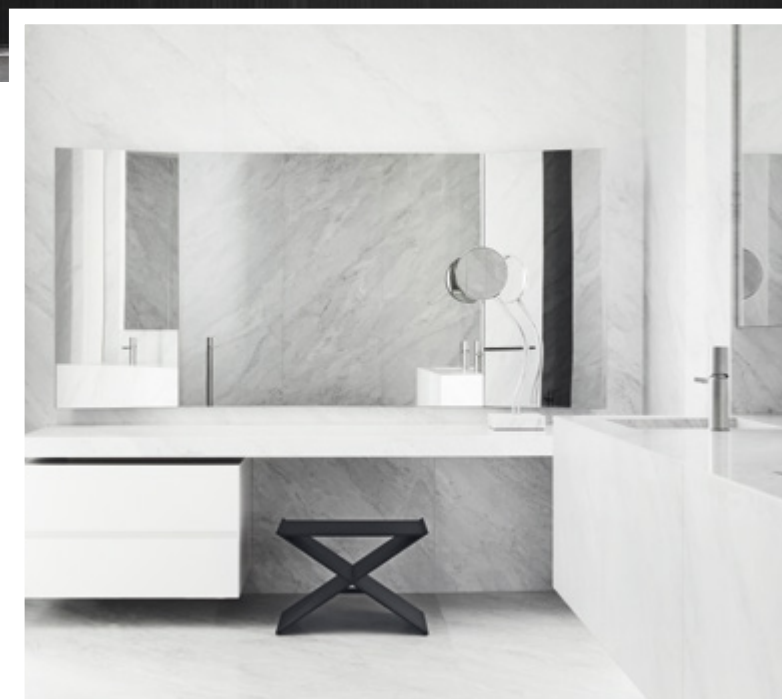


PAGINA A FRONTE
Castilho 203,
Lisbona,
Portogallo

TIPOLOGIA:
Residenze
PRODOTTI: AF/21
Aboutwater
Boffi/Fantini
design di
Naoto
Fukasawa
(nella foto);
Venezia,
design di
Matteo Thun
e Antonio
Rodriguez

131 Residences,
Melbourne,
Australia

TIPOLOGIA:
Residenza
privata
PRODOTTO:
Milano,
design
di Franco
Sargiani



131 RESIDENCES

MELBOURNE
/ AUSTRALIA

Architetto:
Carr Design
Foto credit:
Sharyn Cairns



PAGINA A FRONTE
CS Residence,
Anversa, Belgio

TIPOLOGIA:
Residenza
privata
PRODOTTO: Icona
Deco, *design*
di Vincent
Van Duysen

Vapor House,
Bethesda, MD,
USA

TIPOLOGIA:
Residenza
privata
PRODOTTI:
Milano,
design
di Franco
Sargiani
(nella foto);
AF/21
Aboutwater
Boffi/Fantini
design
di Naoto
Fukasawa



CS RESIDENCE

ANVERSA / BELGIO

Architetto:
Vincent Van Duysen
Foto credit:
Emiel Vercruysse

VAPOR HOUSE

BETHESDA, MD / USA

Architetto:
David Jameson Architect
Foto credit:
Paul Warchol





CASA G

CASTIONE ANDEVENNO
(SONDRIO)

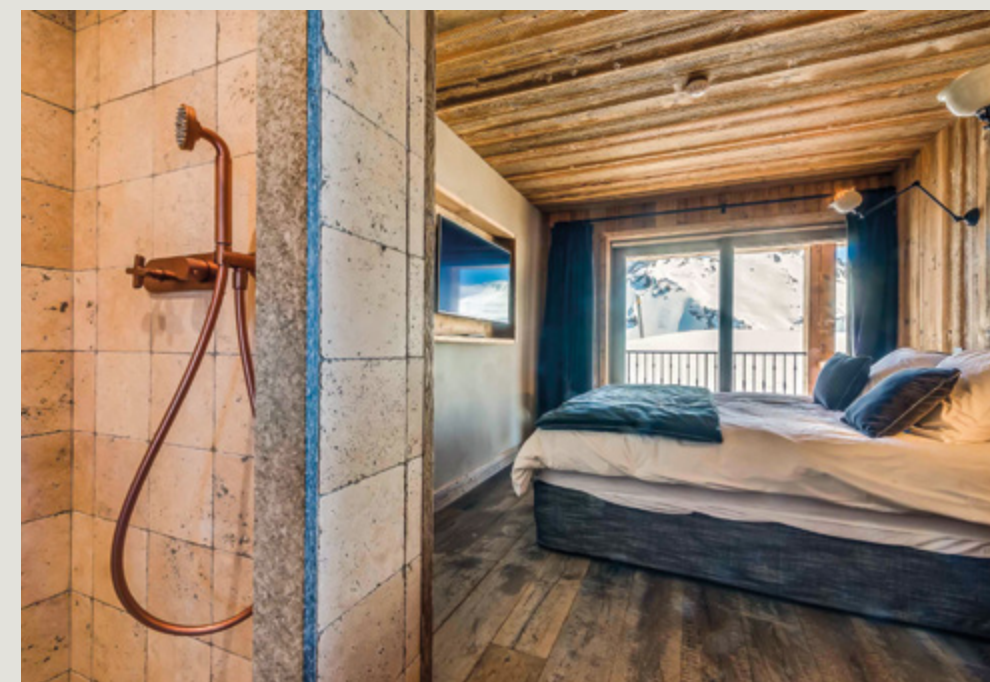
Architetto:
Alfredo Vanotti
Foto credit:
Marcello Mariana

PAGINA A FRONTE
Casa G, Castione
Andevenno
(Sondrio)

TIPOLOGIA:
Residenza
privata
PRODOTTO:
Fontane
Bianche,
Salvatori
+Fantini,
design
di Elisa
Ossino

Refuge de Solaise,
val d'Isère, Francia

TIPOLOGIA:
Hotel
PRODOTTO:
Icona Classic,
design di
Vincent
Van Duysen

REFUGE
DE SOLAISE

VAL
D'ISÈRE / FRANCIA

Architetto:
Jean-Charles Covarel
Foto credit:
Andy Parant



Crimson Hill,
Lindfield, New
South Wales,
Australia

TIPOLOGIA:
Residenza
privata
PRODOTTO:
Milano,
design di
Franco
Sargiani



CRIMSON HILL

LINDFIELD,
NEW SOUTH WALES
/ AUSTRALIA

Architetti:
DKO Architects
Foto credit:
Tom Ferguson

PAGINA A FRONTE
Penthouse in
Manhattan III,
New York, USA

TIPOLOGIA:
Residenza
privata
PRODOTTO: AF/21
Aboutwater
Boffi/
Fantini,
design
di Naoto
Fukasawa



PENTHOUSE IN MANHATTAN III

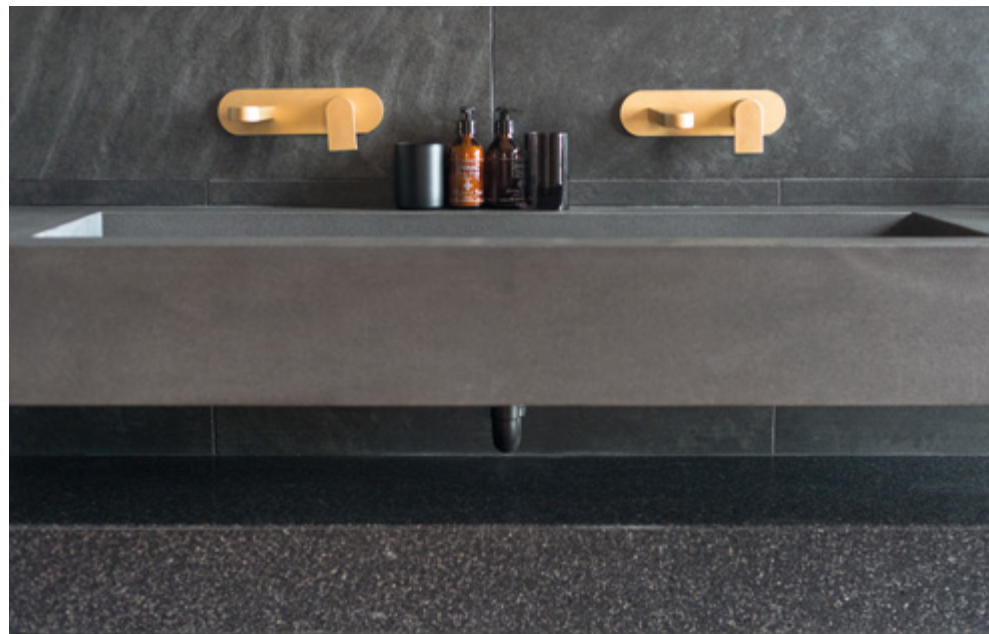
NEW YORK / USA

Architetto:
Tadao Ando
Foto credit:
© *Jeff Goldberg/Esto (in alto)*
Federica Carlet (in basso),





212



RESIDENZA PRIVATA

CITTÀ DEL CAPO
/ SUDAFRICA

Architetti:
LCK Architecture and Interiors
Foto credit:
Natalie Sternberg

Residenza privata,
Città del Capo,
Sudafrica

TIPOLOGIA:
Residenza
privata
PRODOTTO:
*Mare, design
di Franco
Sargiani*

PAGINA A FRONTE,
IN ALTO
Cucina Ratio
Molteni&C|Dada,
Milano

TIPOLOGIA:
Showroom
PRODOTTO: Icona
Deco, *design
di Vincent
Van Duysen*



CUCINA RATIO MOLTENI&C | DADA

MILANO

Architetto:
Vincent Van Duysen
Foto credit:
courtesy Molteni&C|Dada

213

JVR Apartment,
Anversa, Belgio

TIPOLOGIA:
Residenza
privata
PRODOTTO: Icona
Classic,
*design di
Vincent
Van Duysen*

JVR APARTMENT

ANVERSA / BELGIO

Architetto:
Vincent Van Duysen
Foto credit:
Koen Van Damme





Sanlorenzo Yacht
SX88

TIPOLOGIA:
Yacht
PRODOTTO: AL/23
Aboutwater
Boffi/
Fantini,
design di
Piero Lissoni



SANLORENZO
YACHT SX88

Architetti:
Lissoni Associati
Foto credit:
Leo Torri



216

Grand Park Hotel
Rovinj, Rovigno,
Croazia

TIPOLOGIA:
Hotel
PRODOTTO:
Nostromo,
design di
Davide
Mercatali



GRAND PARK HOTEL ROVINJ

ROVIGNO / CROAZIA

Architetti:
Lissoni Casal Ribeiro
Foto credit:
Tommaso Sartori



217

Davines Village,
Parma

TIPOLOGIA:
Headquarters
PRODOTTO:
Venezia,
design di
Matteo Thun
e Antonio
Rodriguez



DAVINES VILLAGE

PARMA

Architetti:
MTLC
di Matteo Thun e Luca Colombo
Interiors:
Monica Signani
Foto credit:
Max Zambelli



BACCARAT HOTEL

NEW YORK / USA

Architetti:
Skidmore, Owings & Merrill;
Interiors:
Gilles & Boissier
Foto credit:
Baccarat Hotel New York



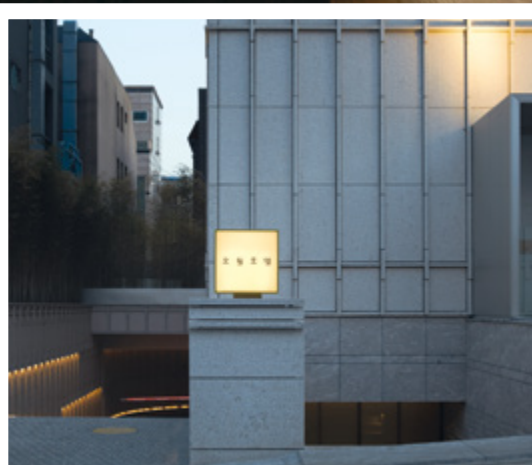
Baccarat Hotel,
New York, USA

TIPOLOGIA:
Hotel
PRODOTTO:
Venezia,
design di
Matteo Thun
e Antonio
Rodriguez



Owall Hotel, Seul,
Corea del Sud

TIPOLOGIA:
Hotel
PRODOTTO: AK/25
Aboutwater
Boffi/
Fantini,
design di
Paik Sun Kim



OWALL HOTEL

SEUL / COREA DEL SUD

Architetto:
Paik Sun Kim
Foto credit:
Chan Woo Park,
Zosia Swidlicka (in alto)



Hotel August,
Anversa, Belgio

TIPOLOGIA:
Hotel
PRODOTTO: Icona
Classic,
design
di Vincent
Van Duysen

PAGINA A FRONTE
Casa Talia, Modica
(Ragusa)

TIPOLOGIA:
Hotel
PRODOTTO:
Fontane
Bianche
Salvatori
+Fantini,
design di
Elisa Ossino



HOTEL AUGUST

ANVERSA / BELGIO

Architetto:
Vincent Van Duysen
Foto credit:
Mark Seelen (in alto)
Robert Rieger (in basso)



CASA TALIA

MODICA (RAGUSA)

Architetto:
Viviana Haddad
Foto credit:
Matteo Cirenei





Hôtel de Crillon,
A Rosewood Hotel,
Parigi, Francia

TIPOLOGIA: Hotel
PRODOTTO:
Venezia,
design di
Matteo Thun
e Antonio
Rodriguez

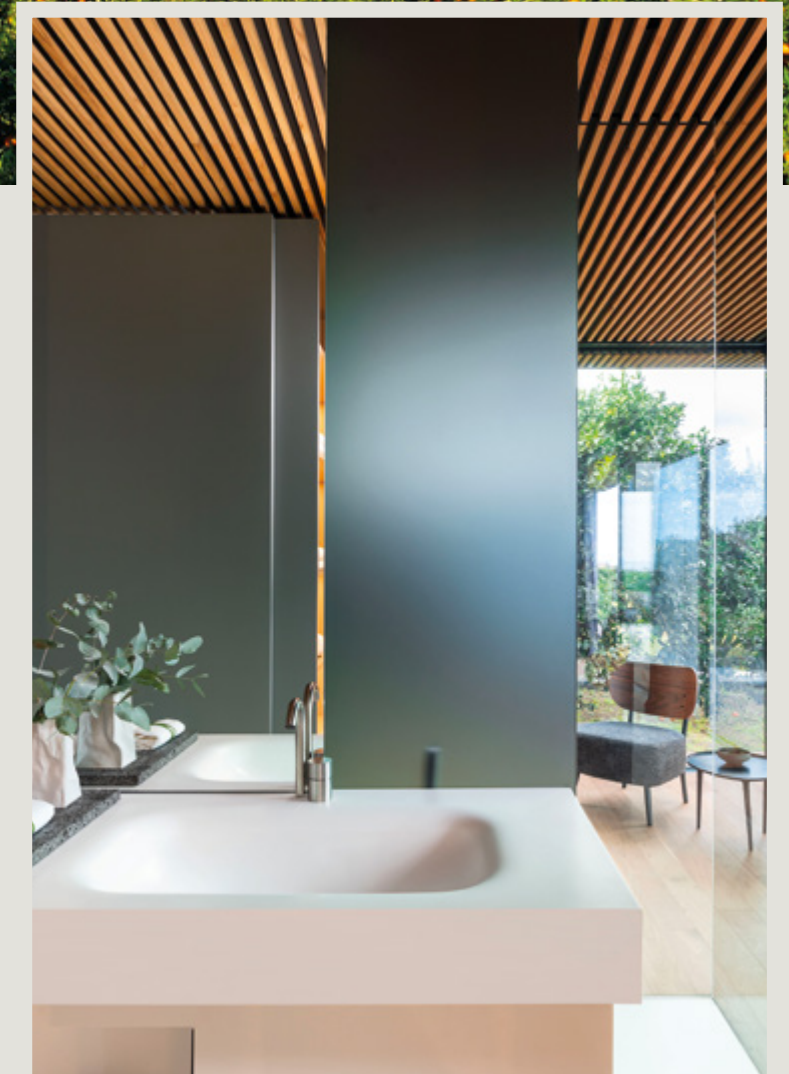
PAGINA A FRONTE
Hotel Zash,
Riposto (Catania)

TIPOLOGIA: Hotel
PRODOTTO: AA/27
Aboutwater
Boffi/Fantini,
design di
Michael
Anastassiades

HÔTEL DE CRILLON A ROSEWOOD HOTEL

PARIGI / FRANCIA

Architetto:
Richard Martinet
Artistic direction:
Aline Asmar d'Amman
Interiors:
*Tristan Auer, Chahan Minassian,
Cyril Vergniol and Culture
in Architecture*
Foto credit:
Reto Guntli



HOTEL ZASH

RIPOSTO (CATANIA)

Architetti:
Carla Maugeri, Antonio Iraci
Foto credit:
Alfio Garozzo



HOTEL MALISGARTEN- ZILLERSEASONS

ZELL AM ZILLER / AUSTRIA

Architetti:
Matteo Thun & Partners
Foto credit:
Zillersons

Hotel MalisGarten-
Zillersons, Zell
am Ziller, Austria

TIPOLOGIA:
Hotel
PRODOTTO: Nice,
design di
Matteo Thun
e Antonio
Rodriguez



Torre Allianz,
Milano

TIPOLOGIA:
Uffici
PRODOTTO:
Milano,
design di
Franco
Sargiani



TORRE ALLIANZ

MILANO

Architetti:
Arata Isozaki, Andrea Maffei
Foto credit:
Riccardo Sala/AGE Fotostock /
Mondadori Portfolio (in alto)
Alessandra Chemollo (in basso)



LOTTE WORLD TOWER

SEUL / COREA DEL SUD

Architetti:
*Kohn Pedersen Fox Associates
(KPF)*

Foto credit:
*Kang Jinju (pagina a fronte)
blognaver.com*

Lotte World
Tower, Seul,
Corea del Sud

TIPOLOGIA:
Residenze
PRODOTTI:
Mare, *design*
di Franco
Sargiani
(nella
foto); AL/23
Aboutwater
Boffi/
Fantini,
design di
Piero Lissoni
(nella foto);
Milano,
design di
Franco
Sargiani;
Mint, *design*
di Silvana
Angeletti
- Daniele
Ruzza;
Nostromo,
design di
Davide
Mercatali



Four Seasons
Resort Dubai at
Jumeirah Beach,
Dubai, Emirati
Arabi Uniti

TIPOLOGIA:
Hotel
PRODOTTO:
Venezia,
design di
Matteo Thun
e Antonio
Rodriguez



FOUR SEASONS RESORT DUBAI AT JUMEIRAH BEACH

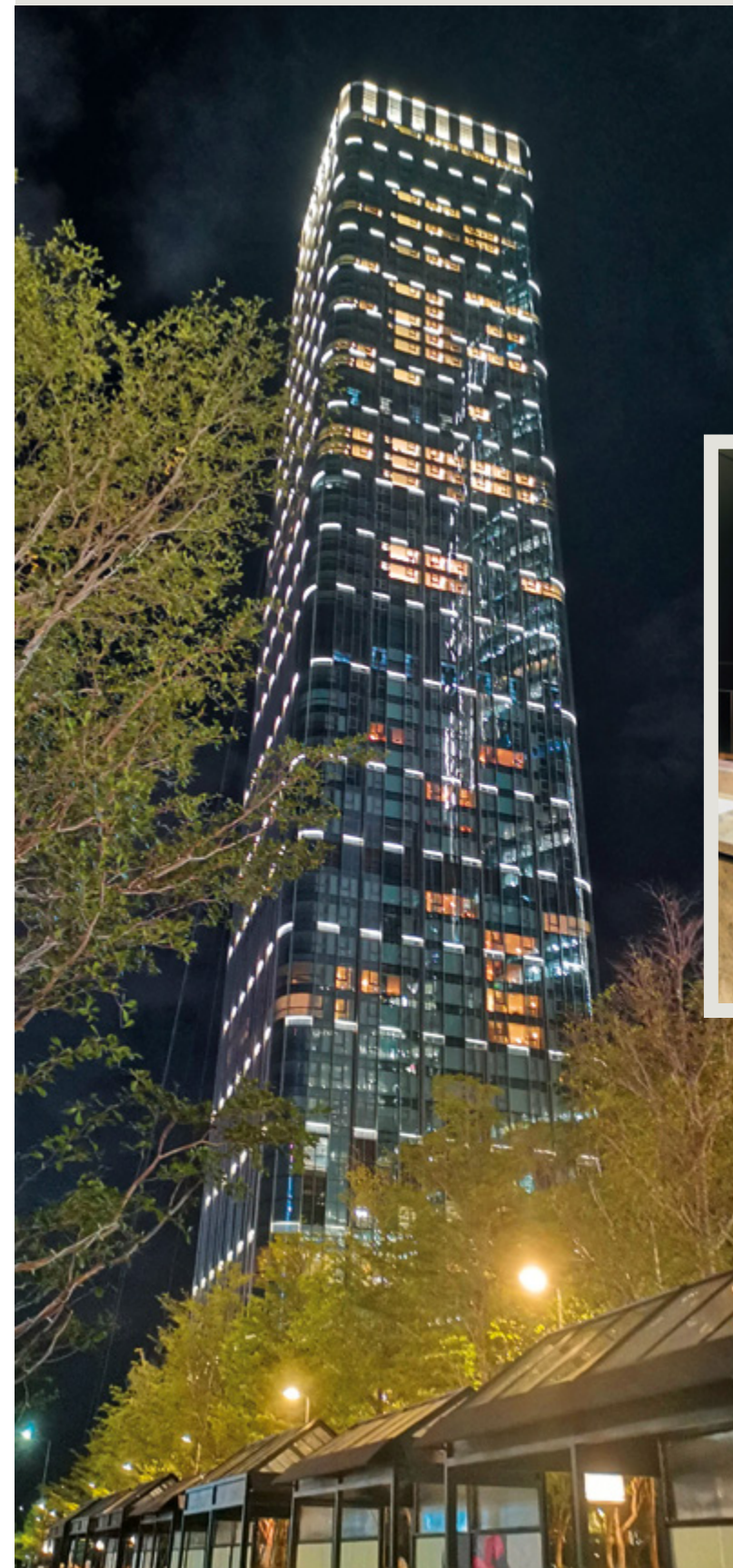
DUBAI / EMIRATI ARABI UNITI

Architetto:
WATG / DSA
Foto credit:
courtesy Purity



Shenzhen Bay
Ruifu, Shenzhen,
Cina

TIPOLOGIA:
Residenze
PRODOTTO: Icona
Deco, *design*
di Vincent
Van Duysen



SHENZHEN BAY RUIFU

SHENZHEN / CINA

Architetti:
Goettsch Partners
Foto credit:
Archivio Fantini



OKO TOWER

MOSCA / RUSSIA

Architetti:
Skidmore, Owings & Merrill
 Foto credit:
Archivio Fantini

Oko Tower,
 Mosca, Russia

TIPOLOGIA:
 Residenze
 PRODOTTI:
 Mint, *design*
 di Silvana
 Angeletti -
 Daniele Ruzza
 (nella foto);
 Milano,
design di
 Franco
 Sargiani

PAGINA A FRONTE
 Manhattan Loft
 Gardens,
 Londra, UK

TIPOLOGIA:
 Residenze
 PRODOTTO: AF/21
 Aboutwater
 Boffi/Fantini
design
 di Naoto
 Fukasawa

MANHATTAN
LOFT
GARDENS

LONDRA / UK

Architetti:
Skidmore, Owings & Merrill;
 Interiors:
Space Copenhagen
 Foto credit:
Hufton + Crow (in alto)
courtesy Manhattan Loft
Gardens (in basso)



THE SCOTTS TOWER

SINGAPORE

Architetti:
UNStudio
Interiors:
Creative Mind Design
Foto credit:
courtesy Far East Organisation



Abian Botanic
Gardens, Brisbane,
Australia

TIPOLOGIA:
Residenze
PRODOTTI:
Milano,
design di
Franco
Sargiani

PAGINA A FRONTE
The Scotts Tower,
Singapore

TIPOLOGIA:
Residenze
PRODOTTO:
Milano,
design
di Franco
Sargiani
(nella foto);
AcquaTonica,
design di
Franco
Sargiani;
AF/21
Aboutwater
Boffi/
Fantini,
design
di Naoto
Fukasawa



ABIAN BOTANIC GARDENS

BRISBANE / AUSTRALIA

Architetto:
Wood Marsh Architecture
Foto credit:
Ross Honeysett (in alto)
Peter Sexty (in basso)

TIMELINE DEI PRODOTTI

FANTINI

236

1977

I Balocchi
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti
[XI SELEZIONE COMPASSO D'ORO
SELEZIONE BIO - BIENNALE
DI LUBIANA]

—

1978

Calibro
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti
[XII SELEZIONE COMPASSO D'ORO
SELEZIONE BIO - BIENNALE
DI LUBIANA
NELLA COLLEZIONE PERMANENTE
DI: MOMA, THE MUSEUM
OF MODERN ART, DEPARTMENT
OF ARCHITECTURE
AND DESIGN, NY, USA
MUSEUM OF CONTEMPORARY ART,
CHICAGO, ILLINOIS, USA
DIE NEUE SAMMLUNG STAATLICHES
MUSEUM FÜR ANGEWANDTE KUNST,
MONACO - GERMANIA]

—

1983

Petali e farfalle
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

—

1985

Kimono
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

1986

Odeon
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

—

1987

Hi-Fi
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

Club
Paolo Pedrizzetti

—

1990

Misura
CRS Fantini

—

1991

Midi
Paolo Pedrizzetti

Girotondo
Davide Mercatali

—

1992

Mediterraneo
Paolo Pedrizzetti

Oceano
Davide Mercatali

1993

Manovella
Enzo Mari

—

1994

Copernico
King & Miranda
[MENZIONE D'ONORE XVIII
COMPASSO D'ORO ADI]

—

1996

Stilo-Sfera
Franco Sargiani

Atlantico
Davide Mercatali

—

1997

Oriente
Franco Sargiani

Maxim
King & Miranda

—

1999

Nostromo
Davide Mercatali

Punto e Virgola
Franco Sargiani

Navy
CRS Fantini

2001

Fonte
Angeletti & Ruzza

Cafè
Davide Mercatali

—

2002

Zen
Franco Sargiani

Isola
Davide Mercatali

—

2003

AR/38
Angeletti & Ruzza

—

2004

AcquaTonica
Franco Sargiani
[SELEZIONE ADI DESIGN INDEX
2008]

—

2005

Riviera
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

Consolle
Giovanna Talocci

2006

AcquaAzzurra
Franco Sargiani

Ala
C&P

Suite
Benedini Associati

Dolce
Birgit Lohmann
/ Designboom

—

2007

Milano
Franco Sargiani

AcquaPura
Franco Sargiani
[SELEZIONE ADI
DESIGN INDEX 2008
MENZIONE D'ONORE XXII
COMPASSO D'ORO]

—

2009

Belvedere
Franco Sargiani

Mare
Franco Sargiani

—

2010

Venezia
Matteo Thun,
Antonio Rodriguez

2011

Aboutwater Boffi/Fantini
AF/21 Fukasawa
Naoto Fukasawa
[SELEZIONE ADI DESIGN
INDEX 2018]

AL/23 Lissoni
Piero Lissoni

Acqua Zone
Franco Sargiani

—

2012

Mint
Angeletti & Ruzza

—

2013

Levante
Rodolfo Dordoni
[MENZIONE D'ONORE XXIII
COMPASSO D'ORO ADI]

—

2015

Lamé
Matteo Thun,
Antonio Rodriguez
[SELEZIONE ADI DESIGN
INDEX 2016]

AcquaDolce
Franco Sargiani

2016

Icona Classic / Icona Deco
Vincent Van Duysen

Fontane Bianche
Salvatori+Fantini
Elisa Ossino

—

2017

Nice
Matteo Thun,
Antonio Rodriguez
[ICFF EDITORS AWARD,
NEW YORK, USA]

Aboutwater Boffi/Fantini
AK/25
Paik Sun Kim
[SELEZIONE ADI
DESIGN INDEX 2018
ARCHIPRODUCTS DESIGN
AWARD, WINNER 2017
ANNUAL AZURE AWARDS
IN THE CATEGORY OF
"ARCHITECTURAL PRODUCTS" 2019
MDO MONTECARLO PRIZE,
2019, 3° PREMIO DESIGNER
INTERNAZIONALE
COMPASSO D'ORO ADI XXVI]

—

2018

Aboutwater Boffi/Fantini
AA/27
Michael Anastassiades
[ARCHIPRODUCTS DESIGN AWARD,
WINNER 2018]

AcquaFit
CRS Fantini
[WINNER 2020 ARCHIPRODUCTS
DESIGN AWARD]

2021

Myo
Matteo Thun,
Antonio Rodriguez

Sailing
Yabu Pushelberg

REPORT FROM THE WATERFRONT

237



ART DIRECTION
Massimo Pitis

PROGETTO GRAFICO
Studio Pitis e Associati,
Massimo Pitis con Andrea Amato

DISEGNI
Anna Sutor
(copertina, mappe a pp. 16-17
e 196-197, capitolo 05)

TESTI
Patrizia Scarzella

TRADUZIONI DI Laura Guidetti

© 2021 Fratelli Fantini S.p.A.
© 2021 Mondadori Libri S.p.A.

ISBN 978-88-918-2968-9

Prima edizione: agosto 2021

Anno 2021-2022-2023 - Edizione 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Questo volume è stato stampato presso Errestampa S.r.l.
Via Portico 27, Orio al Serio, Bergamo
Stampato in Italia - Printed in Italy

CREDITI FOTOGRAFICI

© *Nacho Alegre.bn* p. 106 (ritratto)
Alpen Rose pp. 110, 123
Simone Bossi pp. 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 70
Santi Caleca pp. 96, 98, 99, 102, 108, 109, 110,
112, 118, 119, 125, 200, 201
Gianni Basso p. 67
Roberto Cecato p. 113
Federico Cedrone pp. 128, 132, 133
Barbara Corsico © *Style Magazine RCS* p. 82
Fred Debrock p. 118 (ritratto)
DoubleDream p. 133 (ritratto)
Ramak Fazel p. 79
© *Carlo Furgeri Gilbert.bw* p. 106 (ritratto)
Giorgio Lotti pp. 2-3, 26-27
Giovanni Gastel pp. 4-5, 6, 7, 8, 9, 10, 54-55, 57,
58 (in alto), 59, 60 (in alto), 62, 63, 64-65, 134
Veronica Gaido pp. 49, 126 (ritratto)
Omar Sartor pp. 38, 52, 58 (in basso), 60 (in basso)
Tommaso Sartori pp. 105, 116 (a sinistra), 117,
124 (a destra), 126 (a destra), 127, 134 (in alto), 135
Tan Yin Wen p. 234,
Walter Zerla pp. 1, 34-35, 40-41, 68-69, 84, 85, 86-87,
100-101, 182, 185, 187, 190-191, 194, 197, 239

L'editore è a disposizione degli aventi diritto per quanto riguarda
eventuali fonti iconografiche non identificate.



RENATO SARTORI, noto esperto di comunicazione, è stato direttore comunicazione e relazioni esterne di importanti aziende del mondo del design. È da molti anni consulente per le strategie, il marketing e la comunicazione di Fantini.

PATRIZIA SCARZELLA, architetto e giornalista, è autrice di libri di design e curatrice di mostre internazionali. Consulente UNIDO, ha realizzato progetti di formazione e design sociale in Africa e Asia. Collabora con Fantini dal 1995.





“Se penso a ruota libera alle parole chiave che definiscono la nostra identità dico: Sogni, Pensieri, Progetti, Energie, Disegno, Bellezza, Armonia, Passione, Modernità, Leggerezza, Chiarezza, Etica, Cura, Rispetto, Gentilezza, Innovazione, Invenzione, Autenticità, Originalità, Unicità, Ricerca, Sostenibilità, Sperimentazione, Qualità, Perfezione, Tecnica, Tecnologia, Know-How, Efficienza, Eccellenza, Sobrietà... parole che abbiamo sempre in mente quando progettiamo un nuovo prodotto con l’obiettivo di dare all’acqua la forma migliore.”

DANIELA FANTINI

