



Laura Verlicchi

# E il made in Italy riesce a stupire per i suoi dettagli

**P**iccolo è bello: uno slogan passato di moda? No, se si pensa in grande. E tra Salone e dintorni, non mancano gli esempi: storie di imprenditoria e di creatività tutte italiane. Come Azucena, fondata nel 1947 da Luigi Caccia Dominioni, uno dei padri del design contemporaneo, e condotta oggi dalle sue nipoti, Anna e Marta Sala. Che per la prima volta collabora con un designer contemporaneo, Konstantin Grcic: «Così è nato "Entre-Deux" - racconta Marta Sala -, un paravento che divide e al tempo stesso raccorda gli spazi, così come gli oggetti: in dialogo, a sua volta, con i pezzi icona disegnati da Caccia Dominioni. E come lui, anche Grcic ha un grande amore per i dettagli, tanto da mettere a dura prova i nostri artigiani: ma in Italia, per fortuna, persone con queste abilità si trovano ancora». E all'estero lo sanno bene: «Abbiamo raddoppiato la quota di export, passando dal 20 al 40% del fatturato».

Giro d'Italia. È tutta dedicata al Bel Paese la collezione «L'Italia ricomincia da Zero», realizzata per Zerodisegno da dodici grandi firme, da Alessandro Mendini a Karim Rashid: pezzi in edizione limitata, come è nella tradizione di questo marchio guidato da Carlo Poggio. E pensare che tutto è cominciato da una fabbrica di biciclette, la Quattrocchio: «L'ha creata mio nonno negli anni Venti - racconta Poggio -, poi le bici sono passate di moda, ma noi l'acciaio lo sapevamo lavorare bene: e così mio padre ha prodotto strutture per le esposizioni. E io le ho fatte realizzare ai designer: poi man mano ho fatto nuovi incontri, sperimentato nuovi materiali. Adesso vendiamo

non solo in Italia, ma in Francia e persino a New York e Miami».

Il legno non invecchia. Chiamarli ebanisti non è fuori luogo: sono i Fratelli Boffi, azienda che dalla fondazione, nel 1928, si è conquistata subito la fama di numero uno fra gli intagliatori di sedie. Un'abilità che oggi si traduce nel «tailor made», l'arredo su misura: «Dalle case all'hotel di lusso - spiega il direttore finanziario, Carlo Boffi -, seguiamo sempre il gusto del cliente, proponendo i classici del passato accanto alle creazioni di designer giovanissimi come la nuova collezione "The Lobby"». Due mondi diversi che hanno nell'azienda il punto di incontro naturale e nei mercati esteri, dalla Russia all'Oriente, lo sbocco privilegiato».

www.ecostampa.it

