

CORRIERE DELLA SERA

C

Eventi



ILLUSTRAZIONE DI VINCENZO PROGIDA

Una festa da Dogi

L'ALTA MODA DI **DOLCE&GABBANA** CELEBRA IL TALENTO DI VENEZIA



Tradizione e creatività Il contributo all'evento di Fornace Mian, Barovier&Toso, Salviati, Venini, iDogi, Bevilacqua, Orsoni, Barbini

Vetro, tessuti, mosaici Storia e splendore di otto grandi artigiani

di **Fabio Bozzato**

A Murano si dice che da mesi mezza isola stia lavorando per Dolce&Gabbana. Forse è un'esagerazione, ma è vero che c'è aria di fermento e, dopo il dilagare della pandemia, la città sta festeggiando i suoi 1600 anni ancora frastornata. Otto artigiani del lusso veneziani raccontano il loro incontro con Domenico Dolce e Stefano Gabbana, che nei mesi scorsi hanno visitato fornaci e showroom, chiedendo di realizzare ad hoc calici, lampade, mosaici, tessuti, specchi e gioielli.

Tradizione secolare e immaginario neobarocco. Innanzitutto i lampadari. Sei sono usciti dalla Fornace Mian, 3 metri per 3; altri due, di uguale dimensione, sfoggiano ceramica e metallo smaltato, frutto dell'impresa Incalmi. Quella dei Mian è un'azienda «giovane» rispetto ad altre di lunghe radici, ma la storia che racconta è comune a tutto il distretto-isola del vetro. Fondata nel 1962, ha visto il boom negli

Nei mesi scorsi
Dolce e Gabbana hanno visitato fornaci e atelier chiedendo realizzazioni ad hoc

anni '70-'80, realizzando così tante sculture in vetro che «mio padre diceva: in ogni casa americana c'è un pezzo dei Mian», racconta Patrizia, alla guida dell'azienda assieme al fratello Simone. Non poteva durare per sempre. E così il mercato del lusso è diventato il nuovo baricentro.

La più antica delle fornaci coinvolte è la Barovier&Toso: per trovare la data di nascita, bisogna andare indietro fino al 1295. E per avere un'idea di cosa sia questa impresa, si può visitare Palazzo Barovier sulla riva del Rio dei Vetrai. «Con Dolce&Gabbana la partnership è di lunga data, fin

dalla fine degli anni '90 quando abbiamo collaborato al design delle boutique», racconta Diego Martinez Dubosc, Chief commercial officer. Cosa vedremo ora? Alla Scuola Grande della Misericordia campeggeranno cinque lampadari da 56 luci, larghi 2,7 metri e alti 5,35, oltre a una cascata di tubi di oltre 8 metri. Altre 10 sospensioni in blu mediterraneo decoreranno gli spazi dell'Arsenale.

Nel marzo scorso, ad accompagnare Domenico Dolce tra gli artigiani della città, c'era Martina Stevanato che, oltre a presiedere la Salviati srl, guida anche il settore vetro della locale Confindustria. «La storia delle famiglie che si fanno impresa è una delle cose che più ci ha messo in sintonia — sottolinea —. Una ricetta di tradizione e innovazione». Dunque, «texture e colori mediterranei con soluzioni di forme e linee originali»: da qui, bicchieri, tazze, caraffe e calici, un apparato per la casa che l'azienda muranese sforna fin dal 1859.

Non poteva mancare Venini, pagina di storia del design, ora brand della Damiani Group. Il suo archivio di artisti, che ha ospitato in un secolo di vita, è una fonte tuttora viva: così, Dolce e Gabbana hanno ripescato tre opere (di Napoleone Martinuzzi, Fulvio Bianconi ed Ettore Sottsass), reinventandole con accostamenti inediti, attorno a quell'esotismo cromatico che li marcia a fuoco.

«iDogi» nasce invece in terraferma, da una bottega artigiana di decorazione di preziose opere in vetro. Ha tenuto una base nella post-industriale Marghera, ma il suo cuore pulsante da alcuni anni è in una fornace restaurata a Murano. Firma ciclopici lampadari e architetture luminose, tutti pezzi unici, affidandosi ai migliori Maestri specializzati nelle diverse lavorazioni, chi dei fiori, chi delle coppe e così via. Domenico Caminiti, alla testa del-

In bottega

In alto, la Fornace Orsoni che dal 1888 sforna mosaici a foglia d'oro e smalti. Qui a fianco, iDogi specializzata in preziose decorazioni in vetro; Sotto, a sinistra, la fabbrica di specchi Barbini,



l'azienda, ci mostra le opere destinate a residenze private e palazzi istituzionali, famiglie reali e miliardari global. Escono da qui i «carretti siciliani» di Dolce&Gabbana, 3 metri di diametro e 6 di altezza, avvolti in un tripudio di pennacchi e bardature di vetro dalle cromie sgargianti.

E i tessuti? In laguna fanno rima con Bevilacqua. Anno di fondazione: 1875. All'epoca, Luigi Bevilacqua recuperava telai e macchinari usati dalla Scuola

attiva dal 1927; a destra, lavorazione al telaio di Bevilacqua che crea tessuti dal 1875. In basso, Simone Mian che guida con la sorella Patrizia l'omonima Fornace © Andrea Pattaro/Vision



della Seta della Serenissima e si gettava sull'onda dell'Arts & Crafts, macinando una fama internazionale. Dolce&Gabbana li scopre vent'anni fa: per questa occasione, vedremo «damascati in seta, decorati con motivi e su cromie originali e una serie di velluti», ci racconta Sandro Coldagelli, il responsabile commerciale.

E poi i mosaici: entrare alla Orsoni, nel cuore della città storica, è un'esperienza visiva senza rivali. Unica fornace attiva nel cuore della città storica, dal 1888 sforna mosaici a foglia d'oro e smalti in 3500 diverse tonalità. Per Dolce&Gabbana, la Orsoni ha fornito i materiali per gli interni delle boutique di Venezia e Parigi. Per l'evento di questi giorni, invece, la scelta è caduta sui micro-mosaici, utilizzati per una edizione limitata di orecchini preziosamente decorati. «Possiamo dire di condividere non solo l'esaltazione del colore, ma soprattutto il profondo rispetto delle competenze artigianali», ci dice Giuseppe Fano, presidente di Trend Group, di cui Orsoni fa parte.

Pietro Barbini, invece, ci invita nella sua fabbrica di specchi. È una delle famiglie storiche di

La qualità

A Murano e nella città storica il fascino del connubio tra il saper fare e l'innovazione

Murano e tutt'ora ci lavorano «il padre, lo zio, tre cugini e tre fratelli», sorride Pietro. Valicare l'ingresso significa ricordarsi che «lo specchio, come lo conosciamo ora, è nato proprio a Venezia», dove il virtuosismo di tecniche e segreti fa uscire «un vetro cristallino così limpido e incolore da sembrare cristallo» e cornici con decori e incisioni da rubare il fiato. Proprio su un progetto mai realizzato dal nonno Nicolò, che ha fondato il laboratorio nel 1927, Dolce e Gabbana hanno puntato gli occhi ed «esaudito il desiderio di vederlo un giorno realizzato».

L'ARREDAMENTO

La novità Dai mobili ai piccoli oggetti: il tema dell'abitare segna una svolta per Dolce e Gabbana che collaborano con Luxury Living Group

di **Silvia Nani**

I loro primo avvicinamento al mondo arredo fu negli anni '90: piatti, bicchieri e tovaglie stile leopardo. E dei plaid in pelliccia: «Peccato che chi li comprava li usasse come stola! Il resto fu un insuccesso quasi totale». Domenico Dolce e Stefano Gabbana ancora sorridono mentre rievocano quell'esordio nella casa, non proprio felice: «Eccetto i servizi di piatti in ceramica di Caltagirone, amatissimi inspiegabilmente solo in Florida, non c'era pezzo che si vendesse». Ma tutto, come si sa, è esperienza. Così la loro prima collezione di arredi, che sarà svelata in anteprima alla Scuola Grande della Misericordia, si è ampliata in un mosaico sfaccettato di mobili e oggetti che raccontano un modo di abitare completo.

Anzi, più modi, per l'esattezza i quattro che di Domenico e Stefano incarnano passioni e ossessioni: il leopardo e la zebra, il blu mediterraneo e il carretto siciliano. Trasformati in oggetti fantasmagorici, tanti, ricchi, a volte eccessivi ma pieni di pathos, capaci di stupire e farci sognare.

Non basta. La tentazione del puro esercizio di bravura traslato dalla moda all'arredo per loro non era cosa, ed è stato subito chiaro. «L'occasione per riflettere sul nostro futuro è stata il lockdown, e abbiamo deciso che la colle-

L'idea e lo sviluppo

Una decisione presa nel lockdown, la ricerca costante di riferimenti nei grandi designer

zione casa era un passo da fare. Ma senza compromessi». Scatta la fase di ricerca, carissima in questo caso soprattutto a Domenico, da sempre patito di arredamento: «Sono fanatico di mobili. Li colleziono, è il mio unico vizio — racconta —. Alvar Aalto, Gio Ponti, Paul Evans... Vado per innamoramenti. Ma, pensando a una collezione, ero conscio che un conto sono le passioni, un altro è trovare una storia da trasformare in ispirazione. E poi realizzarla. Così ho iniziato a sfogliare libri, documentarmi, studiare». La svolta, raccontano entrambi, è stato l'incontro con Luxury Living Group, marchio che da sempre sa tradurre in arredi i concept dei grandi marchi del

Eclettica, eccentrica Ingresso passionale nel mondo della Casa



In Sicilia
Qui accanto e sotto, tavolo da pranzo e divano della collezione Dolce & Gabbana Casa, con il tema del carretto siciliano. Un motivo che per gli stilisti simboleggia un concetto di abitazione dedicata alla famiglia

Maioliche

Sotto e in basso, un tavolino-pouf e il divano componibile della collezione Dolce & Gabbana Casa, con il tema del blu mediterraneo. Decorazioni e colori sono ripresi dalle ceramiche nella tinta cara a Gio Ponti



fashion. «In realtà, sono venuti loro a cercarci: da una loro indagine di mercato era emerso che c'è la voglia di una casa eclettica, colorata, eccentrica. Insomma, una casa Dolce&Gabbana!».

Per Stefano e Domenico è stato il via per scatenare la creatività: «Con i designer di Luxury Living abbiamo costruito un rapporto diretto, un dialogo serrato. Ci siamo buttati, ed è stato bellissimo». Linee da individuare, materiali

da esplorare, mood da definire: «Man mano che procedevamo nello studio, sceglievamo dei riferimenti: l'anta di un contenitore di Evans, la gamba di una sedia di Ponti...». Dettagli che diventano ispirazioni, assimilate dagli stilisti in un processo onnivoro e restituite come materia da elaborare in oggetti. Contestualmente emergono con chiarezza nelle loro menti le linee guida, i quattro temi che diventano filo conduttore del-

la collezione. «Ci piace immaginare chi abita la casa. Così il leopardo incarna una donna felino, una grande gatta... Sexy, sicura di sé, indipendente. Eccentrica, capace di osare. Il mood zebra è il suo corrispettivo maschile: un uomo che seduce e piace a chiunque, una specie di 007! Il carretto siciliano simboleggia la famiglia. Il blu mediterraneo è invece la festa al mare, che ci rappresenta tutti indistintamente».

Dai pezzi speciali alle tipologie di arredo classiche, ai piccoli oggetti: c'è tutto, in un profluvio creativo che mette assieme la funzionalità («Siamo ossessionati dalle sedie, simboleggiano l'ospitalità. Un pranzo è occasione di condividere senza fretta, e quindi una sedia deve essere comoda per tutti») alla sperimentazione: «Per esempio abbiamo pensato a un tavolo capace di accogliere anche 20 persone, aprendosi come una stella grazie a un meccanismo speciale. Evitando le prolunghe, gran seccatura...». Sì, perché dietro ogni dettaglio ci sono loro come persone e con un universo creativo che mette l'artigianalità al primo posto: «Abbiamo voluto ribadire il "fatto a mano" italiano: il piccolo punto, la paglia intrecciata, i mosaici, la ceramica dipinta a mano. Ma anche le laccature, base di quasi tutti i mobili, e la lavorazione dell'ottone. Bravure incredibili legate a un saper fare in cui siamo unici». Alcune da loro già valorizzate nell'Alta Moda e rilanciate nella Casa, altre scoperte in questa occasione. Una su tutte, il vetro di Murano. «Vederlo lavorare è stato stupefacente. Non lo immaginavamo così duttile: i soffiatori lo maneggiano come un tessuto e, quasi per magia, si materializza un oggetto perfetto — raccontano —. Sono riusciti persino a riprodurre il leopardo nelle sfere dei lampadari». E proprio al vetro si deve il transfer con l'Alta Moda:

Le linee guida

Quattro le tematiche: mood leopardo e zebra, blu mediterraneo e carretto siciliano

«In genere succede il contrario. Invece la contaminazione è avvenuta senza che nemmeno ce ne accorgessimo», scherzano Domenico e Stefano svelando l'ispirazione degli abiti e maglie maschili e femminili ricamati con cristalli effetto bicchiere, in passerella qui a Venezia.

Alla fine però quello che conta, ribadiscono, è la Casa, che torna a essere unica perché solo nostra: «Ci piace l'idea che, con i nostri pezzi, le persone possano creare il proprio nido personale — concludono —. Un luogo espressione della gioia di vivere, della capacità di accogliere come in famiglia. Capace di renderci felici».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

