

UNA FILOSOFIA, UN'UNICITÀ

VERO E PROPRIO INCUBATORE DI ACCOGLIENZA, LARTE È STATO CONCEPITO DA FONDAZIONE ALTAGAMMA COME LUOGO DI ESPERIENZA A TUTTI I LIVELLI. UNO SPAZIO ASSOLUTAMENTE UNICO, DOVE I VALORI CULTURALI E DI INNOVAZIONE DEL MADE IN ITALY SONO TRASMESSI AI FRUITORI MEDIANTE UNA STRAORDINARIA SINTESI DI COMPETENZE DIVERSE.

Beatrice Vegetti

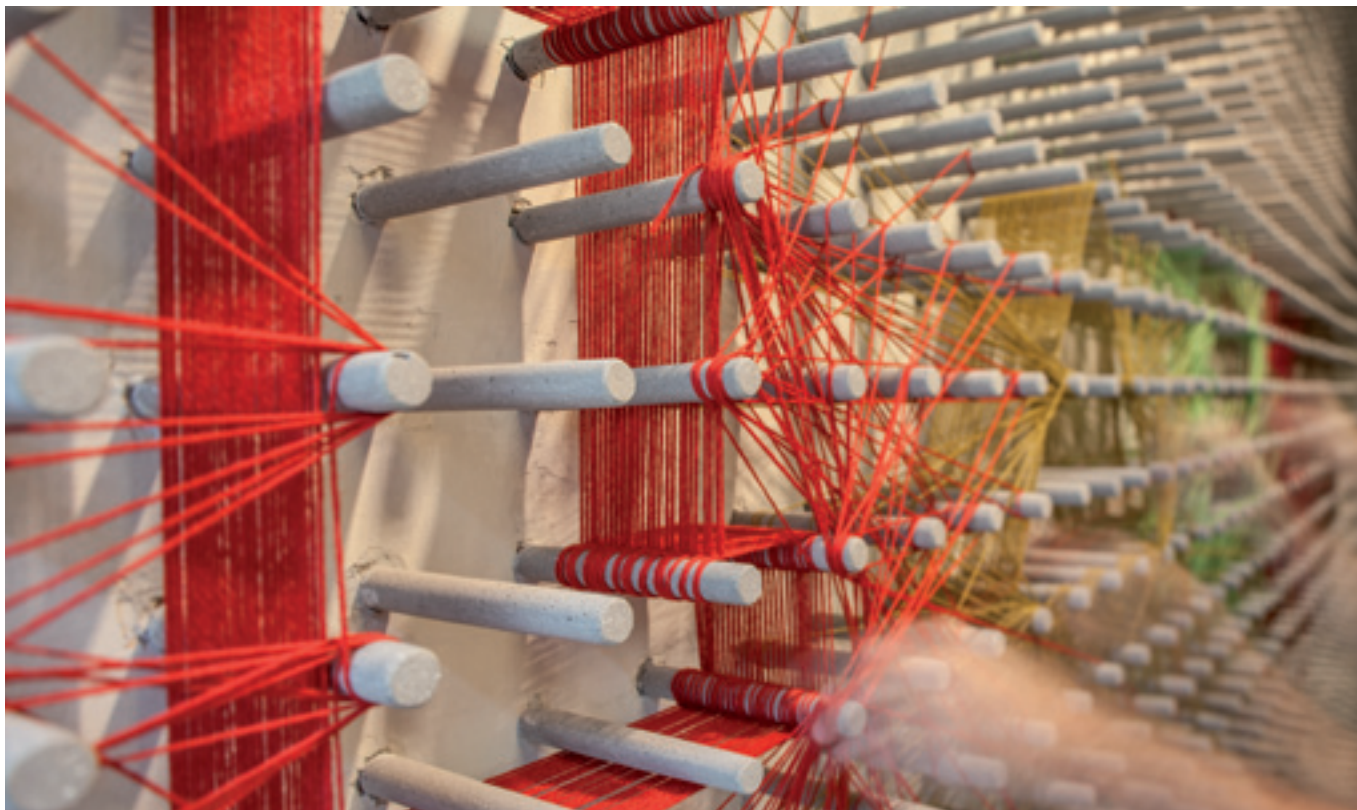




Si può chiamare progetto, prototipo, modello, o, ancora, si può definire come vero e proprio incubatore di accoglienza. E se le espressioni impiegate non risultano sufficienti a trasmettere la portata innovativa di un simile luogo, allora è giusto ricordarne semplicemente il nome: Larte. Senza apostrofo naturalmente, poiché si vuole contrarre nella medesima parola il proposito eterogeneo con cui è stato concepito e realizzato, e che lo rende uno dei locali più stupefacenti nell'intero panorama globale. Situato a pochi passi dal teatro della Scala a Milano, Larte è infatti un'esperienza squisitamente italiana, secondo cui ogni elemento presentato diviene "opera d'arte": nasce per volontà di Fondazione Altagamma, si plasma a partire da un proposito concreto di collaborazione tra aziende dell'eccellenza Made in Italy che si sono associate per dar vita ad un disegno comune. Si attua, infine, a partire da società che condividono, sin dalla loro fondazione, la spinta verso una ricerca continua di innovazione e qualità e che, pur appartenendo a settori merceologici differenti, rappresentano mediante un'armonica polifonia l'ambizione nazionale di fare sistema per portare valore nell'attuale momento di congiuntura economica del nostro paese.

Larte è un format, è un disegno incentrato su una filosofia di accoglienza nuova, indirizzata a valorizzare i prodotti che rendono il nostro Paese così celebre su scala internazionale e a presentarli per la prima volta in modo integrato e consapevole. La coraltà sancita tramite questo progetto, che investe contemporaneamente le eccellenze enogastronomiche, le arti, il design, la moda, è condensata entro un ambiente programmatico di alto livello teso ad interpretare il dibattito sul lusso italiano e a dettarne un punto di inizio destinato ad espandersi secondo più modalità. Prendendo in prestito una terminologia mutuata dal linguaggio digitale, si potrebbe descrivere il concept di Fondazione Altagamma come una sintesi o come una sovrapposizione di layer che hanno sempre viaggiato parallelamente: la modifica del loro orientamento consolidato non ha fatto altro che far crollare i singoli layer che, invece di proseguire nel loro atteggiamento di statico individualismo, si sono trovati a dover garantire un equilibrio allargato. Un equilibrio che consenta le condizioni di permanenza ed esperienza per il visitatore e che possa aiutare e sostenere la rinascita e la ripresa di quanto di meglio l'Italia può offrire.





Uno spazio dall'equilibrio classico

Veri protagonisti del contenuto del locale, il gusto e lo stile italiani penetrano all'interno di Larte con un atteggiamento pervasivo e influenzano le regole della composizione architettonica del contenitore, concepito dal team progettuale e dai membri di Fondazione Altgamma come un paesaggio astratto generato da una stratificazione di storie e culture. L'eccellenza italiana considerata non coinvolge semplicemente la dimensione produttiva contemporanea, ma recupera stili e valori consolidati, riproponendo i concetti di eutritmia, simmetria, di proporzionata modularità di ambiti, di convivenza di linguaggi. Volumi lineari e ben definiti caratterizzano gli arredi, semplici e discreti ma di altissima qualità artigianale; i complementi sono diversificati tra una zona e l'altra tramite un parziale cambio di registro, secondo una filosofia estesa anche all'apparato dei rivestimenti: le sedute nella galleria di ingresso diventano confortevoli poltroncine imbottite nel ristorante, mentre i colori della terra lasciano spazio a tonalità di grigio urbano, alle vernici e agli ossidi color bronzo.

Le cromie sono modulate a seconda degli ambiti, disposti al fine di convergere verso la cucina, punto focale e cuore pulsante sempre visibile da ogni ambiente: grazie ad un cannocchiale prospettico dall'ingresso, suggerito grazie ai banconi bar e alle teche espositive, è possibile avere immediatamente la percezione della stanza di preparazione cibi, separata da una superficie trasparente che ne assicura la piena permeabilità visiva.

La caratterizzazione frastagliata del soffitto introduce un elemento di complessità, reiterato dalle pareti attrezzate a tutta altezza con pioli di cemento sporgenti, deputati ad accogliere installazioni grafiche e di prodotto sempre diverse.

Sculpture di ballerine, figure sagomate dalle mani di Arnaldo Pomodoro, vecchie mappe geografiche incorniciate, icone di arredo come la Tolomeo di Artemide o i tavoli di Carlo Mollino, bottiglie limited edition di acqua minerale, macchine da caffè colorate, bicchieri e vasi

costellano gli scaffali di vetro e suggeriscono immediatamente una nuova qualificazione semantica del lusso Made in Italy: si fa strada un "lusso che è fruizione temporanea di opere e accesso alla bellezza nei luoghi convenzionali del consumo, che si trasformano in spazi espositivi temporanei generando una shopping experience esclusiva. In questo contesto Larte ri-significa il lusso Made in Italy: socializzante, esperienziale, materico e di sostanza ma senza perdere la sua concezione immaginifica e vertiginosa" commenta Patrizia Martello, Presidente di MEMETHIC LAB ed esperta di retail.

Questione di materiali

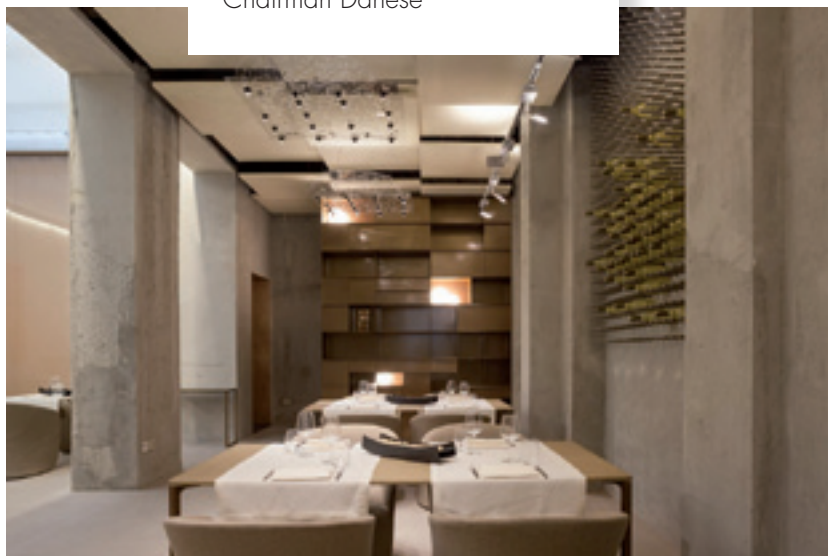
Creare un ambiente contemporaneo, senza eccessi sopra le righe ed esuberanze da sempre estranee a quel Made in Italy che si è fatto conoscere a livello internazionale: Larte deve essere sobrio ma elegante, decorato ma non pomposo, seducente ma non eccentrico, moderno ma non algido. Tutto, nel progetto, concorre a configurare un ambiente improntato ad un concetto di raffinatezza eterna, di durata bellezza, di capolavoro accogliente, lontano dai freddi risultati estetici del minimal. Nel locale anche un materiale "freddamente" moderno come l'acciaio inox è ossidato tramite un processo naturale che lo scurisce conferendogli caldi riflessi color bronzo. Analogamente le grandi lastre vetrate accolgono al loro interno una sottile tela di lino, creando espositori e paraventi in grado di garantire sia la visibilità dei prodotti che la privacy dei clienti.

Questo accostamento di vetro e acciaio ossidato ad intonaci grezzi e alle carte da parati che simulano il cemento genera un continuo contrappunto tattile che caratterizza tutto il locale. L'anima del cemento è indagata nelle sue diverse sfaccettature, dalle finiture più grezze delle pareti sino alle morbide cerature dei lavabi o dei tavoli mentre la sua durezza è controbilanciata dall'impiego della tela di cotone e da un'illuminazione che esalta le sfumature bronzee di finiture e complementi.

ARTEMIDE



CARLOTTA DE BEVILACQUA
Architetto e designer Artemide,
Chairman Danese



SUITE: Il progetto Larte ha confermato il ruolo di Artemide come paladina del Made in Italy a livello internazionale. In qualità di soci fondatori di Fondazione Altagamma come avete perseguito, con gli altri attori del progetto, l'integrazione delle competenze per consegnare un luogo che parli di eccellenza italiana?

CARLOTTA DE BEVILACQUA: Fondazione Altagamma ha inizialmente avanzato una proposta di collaborazione a tutti i soci, chiedendo la loro disponibilità di partecipazione al progetto di Larte. Una proposta a cui Artemide ha aderito immediatamente, assecondando con grande entusiasmo l'idea di questo locale che intende mettere in scena la cultura italiana mediante un'unicità inedita. Larte si delinea infatti come un progetto fatto di tanti progetti, come uno spazio di esperienza a tutti i livelli e soprattutto come un luogo di grande cultura il cui vero obiettivo è quello di saper essere educativo. Il fattore educativo è dunque concept alla base di questo episodio ed è proprio per questo motivo che Larte si smarca dal concetto di stile, come fatto puramente estetico, per testimoniare invece contenuti qualificati. Contenuti che riguardano la gastronomia, il design, l'arte e che ricordano lo straordinario processo tipicamente italiano di fare sintesi di competenze, di essere all'avanguardia nella ricerca e nell'innovazione.

Si può dire che Larte sia davvero il primo episodio realizzato di community: l'idea è stata portata avanti grazie a numerosi attori che hanno lavorato e dibattuto per giungere all'obiettivo e per consegnare un luogo in cui può accadere qualcosa di più, in cui non si vuole mostrare il lusso ma piuttosto una condizione dell' "essere qualitativamente avanti".

SUITE: Come è intervenuta la luce per assecondare la filosofia di Larte come luogo eterogeneo di ospitalità che comprende arte, ristorazione, design cultura? Quali prodotti sono stati selezionati, nello specifico, per illuminare i diversi ambiti individuati?

CARLOTTA DE BEVILACQUA: Artemide ha cercato, all'interno di questo straordinario progetto, di mettere in luce numerosi aspetti: sicuramente l'aspetto della ristorazione, dell'incontro, dell'arte, della socialità, dei prodotti, l'espressione delle persone che vivono il luogo e i suoi valori unici. Ma ha tentato, contemporaneamente, di rappresentare e di dare forza a quell'aspetto di innovazione tecnologica associata al fattore del design che costituisce certamente la forza più grande del nostro Paese. A questo proposito i prodotti selezionati a far parte di Larte – Empatia, Fractals, Algoritmo e Una Pro binario (collezione Danese Milano, distribuita sempre da Artemide) – si fanno testimoni di un processo progettuale e produttivo focalizzato sul miglioramento della vita dell'uomo e del suo rapporto con l'ambiente, garantendo un consistente risparmio energetico e di materiali. Artemide diventa educativa nella sua tensione palpabile verso la sostenibilità, che comprende anche il fattore di "lunga durata" dei prodotti e quindi la sensibile riduzione del dispendio – economico e di risorse – legato alla necessità di sostituzione.

In questo cerchiamo di portare avanti l'aspetto culturale di Larte, che intendiamo dotato di un valore realmente universale nell'essere aperto a chiunque, nell'anticipare il futuro senza dimenticare quello che ci ha preceduto.



SUITE: Paron è divenuta, con il progetto Larte, paladina dell'eccellenza del Made in Italy a livello internazionale. Come è nata la collaborazione con Fondazione Altagamma e come avete lavorato per definire i complementi di vostra produzione che sono stati adottati all'interno del locale?

La collaborazione con Fondazione Altagamma è nata grazie a Oscar Cavallera, guru nel settore Food&Beverage ed esperto nella creazione di nuovi concept di ristorazione, che ha seguito la fase d'impostazione del nuovo concept LARTE, occupandosi anche della ricerca dei partner per la realizzazione degli arredi. Grazie alla nostra professionalità unita all'esperienza maturata nel settore contract, siamo stati selezionati per la realizzazione del bancone bar / pralineria, in quanto abbiamo saputo rispondere in modo tempestivo alle richieste del committente, rispettando il budget e la qualità dei materiali attesi. Per la realizzazione di questo elemento funzionale ma esteticamente ricercato, siamo partiti dall'idea del cliente ed abbiamo quindi sviluppato il progetto esecutivo studiando con cura tutti i particolari. Grazie ad un continuo confronto tra il committente, che è stato a sua volta protagonista dell'evoluzione dell'intero progetto, ed il nostro ufficio tecnico, è nato uno strumento di lavoro che soddisfa tutte le esigenze dettate dal concept LARTE e identifica la nostra azienda come partner ideale per la realizzazione di prodotti unici dal gusto intramontabile, ma sempre innovativi.

SUITE: I materiali utilizzati, altamente contemporanei, vengono vissuti tuttavia secondo una logica che potremmo definire classica. Come è stato perseguito il concetto di ricercatezza in questo vostro prodotto?

SIMONA DELL'UTRI: Nel nostro bancone, tecnologia e materiali ricercati, come agglomerati innovativi per il piano di lavoro o l'acciaio color bronzo, incontrano l'artigianalità fatta su misura. Grazie a questo connubio, unito alle esigenze funzionali dello spazio, abbiamo quindi realizzato un prodotto dalle molteplici peculiarità: non solo uno strumento di lavoro, ma un vero e proprio arredo di design che si propone come elemento d'incontro tra stile e gusto italiano e si inserisce perfettamente nel contesto della raffinatezza dell'alta gamma che caratterizza Larte.

Più nel dettaglio, il gioco di alternanza tra pieni e vuoti caratteristico del progetto viene messo in evidenza dai colori caldi dei materiali e dalle trasparenze del vetro. Quest'ultimo, infatti, accoppiato con il lino grezzo aumenta il senso di leggerezza, lasciando intravedere l'acciaio color bronzo delle strutture architettoniche del banco e retro banco. Infine, l'illuminazione a LED valorizza i prodotti esposti ed esalta la brillantezza dei materiali accostati in modo armonico.

SUITE: Un progetto, quello di Larte, che rispecchia la filosofia di Paron, azienda volta ad una produzione sartoriale degli elementi di arredo. Come siete strutturati a livello aziendale per offrire un servizio altamente "su misura" negli ambienti contract?

SIMONA DELL'UTRI: Da oltre trent'anni la famiglia Paron opera nel settore del contract creando soluzioni uniche ed originali adatte a qualsiasi contesto edilizio. Con questa visione "su misura", ogni nostro progetto può essere definito quasi come un'opera d'arte, unica ma ripetibile.

Ogni volta che iniziamo una nuova commessa facciamo in modo che i nostri collaboratori svolgano uno studio accurato di ogni dettaglio, in modo da poter cogliere l'aspetto peculiare del progetto da esaltare per realizzare un prodotto esclusivo.

I nostri arredi sono tutti realizzati all'interno di una struttura tecnologicamente avanzata di oltre 5000 mq e dotata di tutte le attrezzature di ultima generazione per la lavorazione del legno e di tutti i materiali utilizzati nella produzione su misura. I nostri fornitori sono accuratamente selezionati sulla base di qualità e professionalità offerte e ci avvaliamo di un team di tecnici professionisti per l'elaborazione dei disegni progettuali ed esecutivi per la produzione.

Ricerca, Innovazione e Design sono i valori aziendali caratterizzanti il nostro stile, mentre il nostro segno distintivo è la creazione di concept d'arredo funzionali che rispondano alle nuove esigenze di mercato sempre in continua evoluzione. Da questo presupposto, infatti, nel 2008 nasce il nuovo marchio InEmotion Design Lab, fucina di talenti che collaborano a stretto contatto con la produzione per realizzare prodotti unici, brevettati e dal forte impatto estetico. Tra i tanti CHICCO corner e SLIM BED (www.inemotion.it), per un design al servizio della funzionalità.



PARON ARREDAMENTI



SIMONA DELL'UTRI
Marketing Manager





SUITE: Il progetto Larte ha confermato il ruolo di Zanotta come paladina del Made in Italy a livello internazionale. In qualità di soci fondatori di Fondazione Altagamma come avete perseguito, con gli altri attori del progetto, l'integrazione delle competenze per consegnare un luogo che parli di eccellenza italiana?

MARTINO ZANOTTA: *Larte è stata una sorta di scommessa: far convivere il meglio dell'enogastronomia con le arti, il design e la moda italiani in un contesto contemporaneo di alto livello e aperto al mondo. Un ristorante, una caffetteria-cioccolateria, un'enoteca, una vetrina di sapori, profumi, suoni, oggetti che comunicano lo stile di vita italiano. Ogni attore coinvolto nel progetto ha apportato la propria competenza specifica entrando in linea con il concept di base, nell'ottica di creare un posto unico, un palcoscenico della tradizione manifatturiera, culinaria, industriale e artistica del nostro Paese.*

SUITE: Come è intervenuta Zanotta per assecondare la filosofia di Larte come luogo eterogeneo di ospitalità che comprende arte, ristorazione, design cultura? Quali prodotti sono stati selezionati, nello specifico, per arredare i diversi ambiti individuati?

MARTINO ZANOTTA: *Zanotta ha partecipato studiando, realizzando e fornendo l'arredamento delle sale che compongono questo interessante spazio, ne ha declinato angoli e funzioni con pezzi di design che interpretano la filosofia del progetto: tavoli Spillo con piani quadrati in cristallo e rettangolari con finitura in cemento color senape, poltroncine Calla in morbida lana beige, mobili componibili Adhoc con una speciale verniciatura bronzo "soft", stessa linea per l'infilata di vetrine bifacciali in cristallo che compongono la sala d'ingresso. Si aggiungono: nell'area bar, le sedie Kate ricoperte in cuoio e nell'ampia sala gli storici tavoli Reale di Carlo Mollino (design 1946) e le sedie Eva di Ota Ito.*



ZANOTTA



MARTINO ZANOTTA
Presidente e CEO

LISTONE GIORDANO



ANDREA MARGARITELLI
Direttore Marketing



SUITE: *Listone Giordano è divenuto, con il progetto Larte, paladino dell'eccellenza del Made in Italy a livello internazionale. Come è nata la collaborazione con Fondazione Altagamma e come avete lavorato per definire gli elementi di vostra produzione che sono stati adottati all'interno del locale?*

ANDREA MARGARITELLI: *La collaborazione di Listone Giordano con Fondazione Altagamma nasce da un contatto con Roberto Morelli, Amministratore Delegato dell'associazione e Direttore delle Strategie di business di Illy Caffè. Listone Giordano ha accolto con grande interesse la proposta di partecipazione ad un tale prototipo di ospitalità, confermando la volontà di intervenire su un progetto trasversale come quello di Larte che unisce nel medesimo spazio arte, gastronomia e design. Larte è infatti un concept che aderisce perfettamente alle inclinazioni di Listone Giordano, impegnata, come ha dimostrato durante la manifestazione fieristica Made Expo 2013, a rendere operativo il concetto di "Sistema Italia" mediante una collaborazione attiva tra differenti attori. I valori perseguiti sono dunque i medesimi: condensare in un programma concreto alcuni degli elementi che hanno reso il nostro Paese celebre in tutto il mondo, delineando un'offerta più esaustiva e più strutturata per il cliente.*

L'equilibrio tra dimensione contemporanea e dimensione storica – contemplata nella rievocazione delle radici del primo novecento, quando è nato il design -, ricercata dal team progettuale di Larte, è stata interpretata alla perfezione da Listone Giordano, che nella collezione Natural Genius fonda appunto l'estetica su uno stile storico rivisitato alla luce di una matrice contemporanea. I pavimenti di Listone Giordano sono stati applicati nell'area lounge di Larte, portando all'interno di questo spazio un senso di naturalezza associato al concetto di design.

SUITE: *Come avete declinato il concetto di "opera d'arte" – filosofia che ha plasmato a 360° il locale promosso da Fondazione Altagamma – nei vostri prodotti?*

ANDREA MARGARITELLI: *Nel mondo Listone Giordano il concetto di opera d'arte è parte della stessa filosofia aziendale: un esempio a questo proposito è la Fondazione Guglielmo Giordano che opera con finalità culturali, valorizzando arte e tecnologia nel settore ligneo e promuovendo numerosi eventi ed attività. L'attenzione alla qualità artistica del prodotto, la ricerca continua di una sua valorizzazione contemporanea, la tensione di una sua possibile declinazione in termini design senza prescindere dalle caratteristiche consolidate dalla tradizione, sono principi che Listone Giordano cerca continuamente di applicare.*

In particolare nel progetto Larte è stato scelto il prodotto "Vibrazioni" della linea Natural Genius, sviluppato da Marco Tortoioli Ricci, che, come indicato prima, sintetizza entro una matrice contemporanea i valori storici del novecento.

Vibrazioni è stato proposto, all'interno di Larte, in tre differenti colorazioni; inoltre, l'inclinazione di 3 gradi del lato lungo della dogia di legno crea un disegno dalla forte personalità, una texture che non fa altro che rafforzare il proposito di Fondazione Altagamma, secondo la quale ogni elemento all'interno del locale deve divenire appunto "opera d'arte".



JANNELLI & VOLPI



PAOLA JANNELLI
Direttore Marketing e
Pubbliche Relazioni

SUITE: Jannelli & Volpi è divenuta, con il progetto Larte, paladina dell'eccellenza del Made in Italy a livello internazionale. Come è nata la collaborazione con Fondazione Altagamma e come avete lavorato per definire gli elementi di vostra produzione che sono stati adottati all'interno del locale?

La realizzazione del progetto Larte, che ha visto coinvolta anche Jannelli&Volpi quale azienda selezionata, ci ha molto gratificato, consapevoli soprattutto dell'altissimo livello delle aziende coinvolte. La finalità complessiva del progetto, che Fondazione Altagamma ha voluto dare, ci è parso da subito in linea con il nostro modo di condividere e fare rete di impresa in chiave realmente costruttiva, fattibile e di richiamo internazionale.

La possibilità di soddisfare le esigenze progettuali emerse ha messo ancor più in luce una nostra specificità: la capacità di costruire, grazie alla linea Juvall tailor made di Jannelli&Volpi, un prodotto inedito e ad hoc: non solo per la valenza squisitamente estetica ma anche - e soprattutto - per la possibilità di scegliere la matericità del supporto. E' stato così possibile costruire un prodotto nella sua totalità armonizzando tre elementi: grafica, materia e funzione. Così è nato il rivestimento murale oggi presente negli spazi de Larte.

SUITE: Una collaborazione che sembra decretare il ritorno in auge della carta da parati e del rivestimento murario decorativo. Quali altre commesse state affrontando nel mondo del contract?

PAOLA JANNELLI: In effetti la carta da parati oggi, in Italia, gode di un rilancio in termini di immagine. La realtà europea e - ancor più - mondiale risponde da molto tempo in modo decisamente più soddisfacente. E' proprio questa perdurata realtà che ci ha permesso di investire in ricerca e poter restituire un vero prodotto 'Made in Italy' dalle valenze fortemente contemporanee. Uno dei settori che meglio risponde a questa tendenza è quello del contract. La linea Juvall tailor made di Jannelli&Volpi nasce infatti per soddisfare esigenze progettuali importanti su ampia scala ed è proprio in questo settore che trova la sua giusta collocazione.

SUITE: Quali sono le texture attualmente più in voga e quali saranno le tendenze dei prossimi anni?

PAOLA JANNELLI: Anche in questo caso occorre stabilire dei confini territoriali: in Italia troviamo molto ben collocati prodotti di fascia alta caratterizzati da matericità ricercate interpretate con texture classiche (come: sete, paglie, tessuto-non-tessuto con interpretazioni velvet, microsfere, sabbie) o prodotti tecnicamente innovativi come Juvall tailor made con i suoi grandi murali e la possibilità di scelta del supporto. Un esempio su tutti: il supporto JanVel della linea Juvall tailor made, che permette l'utilizzo del sistema Velcro.

All'estero, oltre a quelli sopracitati, rimane di grande attualità quello meglio conosciuto come prodotto tradizionale che garantisce una straordinaria gamma di interpretazione e versatilità. Il futuro pensiamo ci riservi un ulteriore ampliamento delle possibilità tecnologiche, che favoriranno la più ampia libertà di interpretazione per la costruzione di un prodotto sempre più personalizzato. Ed è questa che crediamo sia la tendenza di maggior richiamo.