

HO INCONTRATO L'ARCHITETTO MATTEO NUNZIATI NEL SUO STUDIO POCHI GIORNI PRIMA DEL "LOCKDOWN". L'INTERVISTA RIPORTA QUINDI RIFERIMENTI AL SALONE DEL MOBILE CHE, COME TUTTI SANNO È STATO RINVIATO DI UN ANNO; HO DECISO DI LASCIARE IL TESTO COSÌ COME CONCEPITO DALL'INIZIO PERCHÉ CONTESTUALIZZA UNA VISIONE E L'APPROCCIO AL PROGETTO.

DI FIORELLA BASERGA

I MET THE ARCHITECT MATTEO NUNZIATI IN HIS STUDIO A FEW DAYS BEFORE THE "LOCKDOWN". THE INTERVIEW THEN REPORTS REFERENCES TO THE SALONE DEL MOBILE WHICH, AS EVERYONE KNOWS, HAS BEEN POSTPONED FOR A YEAR; I DECIDED TO LEAVE THE TEXT AS IT WAS CONCEIVED FROM THE BEGINNING BECAUSE IT CONTEXTUALIZES A VISION AND APPROACH TO THE PROJECT.

BY FIORELLA BASERGA



Parliamo del tuo essere un designer del prodotto. Cito tre aziende con le quali collabori: Rubelli, Flou e Molteni&C.

Sì, per Rubelli, di cui curo la direzione artistica, al Salone del Mobile presenteremo, diversi prodotti per la zona living che abbiamo completamente ridisegnato, il nuovo stand e il nuovo layout dello showroom: un intervento molto importante.

Ci saranno dei nuovi prodotti per Molteni&C, Lema, Flou, per un'azienda di marmi, che si chiama Kreoo, e per Fiam. Con le prime tre realtà che ho citato collaboriamo da molti anni, perciò per loro non ci limitiamo a lanciare un prodotto spot, ma creiamo un percorso: entriamo nell'anima e nella capacità dell'azienda.

Per Flou, per esempio, quest'anno stiamo lavorando su un letto con impalcatura in legno che abbraccia il concetto di tessile: un

Let's talk about your being a product designer. I mention three companies you work with: Rubelli, Flou and Molteni&C.

Yes, for Rubelli, whose artistic direction I take care of, at the Salone del Mobile we will present several products for the living area that we have completely redesigned, the new stand and the new showroom layout: a very important intervention.

There will be new products for Molteni&C, Lema, Flou, for a marble company called Kreoo, and for Fiam. We have been working with the first three companies I mentioned for many years, so for them we don't just launch a spot product, but we create a path: we enter the soul and capacity of the company.

For Flou, for example, this year we are working on a bed with wooden scaffolding that embraces the concept of textiles: a very clean bed, with retractable seams, which highlights the

**MATTEO
NUNZIATI**

letto molto pulito, con cuciture a scomparsa, che risaltano gli elementi di legno, i quali a loro volta diventano quindi essenziali. Abbiamo pensato a questo prodotto per esaltare quello che loro sanno fare al meglio. Per Lema invece l'anno scorso abbiamo progettato un sistema giorno con un'anta di vetro a 45 gradi con un estruso appositamente creato: lì si vede la grande capacità dell'azienda nel lavorare in questo tipo di sistemi.

Ogni azienda ha la sua capacità e la sua peculiarità e il designer deve sapere esaltare questi aspetti: a me non verrebbe mai in mente di prendere uno stesso disegno e portarlo da un'azienda all'altra, non avrebbe senso, perché ogni azienda ha un suo modo di approcciarsi al progetto e una sua storia. È un po' come il rispetto che uno ha per il territorio: quando vai progettare un albergo in Qatar, è necessario prima studiare le decorazioni islamiche; quando lavori con un'azienda come Flou o Rubelli, azienda che da cent'anni fa tessuti, cerchi di capire in che modo puoi tirare fuori quest'anima e renderla contemporanea.

Legno. Tu ami molto questo materiale, in Rubelli vediamo legno e non metallo, è un concetto di calore, vero? È un materiale che usi spesso.

Sì, assolutamente, è un materiale molto duttile, che offre la possibilità di lavorazioni tecnologicamente avanzate. C'è, ad esempio, una poltroncina di Rubelli che ha l'aspetto di un prodotto classico e senza tempo, quando in realtà la sua realizzazione ha richiesto delle innovazioni per la lavorazione del legno molto particolari: quella, ad esempio, con i pantografi a cinque assi, una sorta di robot che stiamo usando tantissimo. Vedremo alcuni mobili nella collezione di Rubelli Casa che avranno delle forme del legno molto originali. Con Lema stiamo lavorando a un prodotto che porta il legno a un'evoluzione tecnologica ad altissimi livelli. Essendo il legno un materiale molto tradizionale, la lavorazione tecnologica non ne spegne il calore, ma, anzi, lo esalta, continuando ad emanare l'aspetto emozionale di prodotto che non invecchia.

Chi sono i tuoi fornitori di legno, da dove arriva il legno che utilizzi?

La Brianza è sostanzialmente un'azienda diffusa. Io a volte mi prendo una settimana e vado a visitarvi alcuni artigiani con i quali lavorano molte delle aziende più importanti, perché ogni anno trovano sempre delle soluzioni o delle lavorazioni alternative e visitare queste botteghe mi dà uno stimolo straordinario sui nuovi prodotti.

Il fatto di vivere su questo territorio, di capire che cosa succede davvero all'interno di queste botteghe artigiane e industriali, che fanno numeri e hanno macchinari molto evoluti, offre un'ispirazione per il prodotto davvero molto importante. Una di queste realtà è Maroni, che si trova a Cabiato e fa delle lavorazioni straordinarie.

E per quanto riguarda il marmo, invece?

Per quanto riguarda questo materiale, collaboro con Kreoo, azienda di Vicenza abilissima a lavorare il marmo. Quest'anno stiamo disegnando il loro stand per il Salone. L'idea è stata ovviamente quella di differenziarci rispetto ai competitor che operano con questa pietra e che vantano collaborazioni con altri designer importanti. Noi stiamo direzionando l'azienda verso un'altra strada che è quella di comunicare un ambiente: per

noi la capacità espressiva del marmo e la sua lavorazione non servono solo a un virtuosismo fine a se stesso, come la vasca o la scultura insolita, ma a comunicare un'atmosfera domestica di living e di bathroom in cui si possono intravedere queste lavorazioni.

Questa azienda produce marmo o prodotti finiti in marmo?

Prodotti finiti in marmo per l'arredo, soprattutto per l'ambiente bagno e boiserie. Ecco perché abbiamo pensato di mostrare al pubblico del Salone cosa fa l'azienda creando un ambiente domestico, perché vogliamo capire come il marmo si interfaccia in un reale appartamento per un'azienda come questa. Noi non siamo bravi soltanto a fare un prodotto, ma anche a creare il lifestyle di un ambiente. Moltissimi clienti, anche stranieri, quando vengo al Salone ed entrano dentro lo stand delle aziende leader, spiegano come vogliono la loro casa: non dicono semplicemente "voglio questo divano o questo tavolo", ma "voglio casa mia così". Creare un lifestyle vuol dire quindi proporre alle persone un intero ambiente, anche perché tanti non hanno l'educazione di capire che una sedia isolata con un faretto sopra può stare bene con un'altra cosa. Questo è un modo italiano di lavorare, ma gli altri paesi emergenti non hanno questo concetto. Dobbiamo dunque proporre quella poltroncina in un ambiente in cui il cliente non vede solo la poltroncina ma tutto l'insieme.

E questo è sostanzialmente anche il cambiamento di Rubelli.

Esatto, il grande cambiamento è stato questo: da singoli prodot-

wooden elements, which in turn become essential. We thought of this product to enhance what they do best. For Lema, on the other hand, last year we designed a day system with a 45-degree glass door with a specially created extruded material: there you can see the company's great ability to work in this type of system.

Every company has its own ability and peculiarity and the designer must know how to exalt these aspects: it would never occur to me to take the same design and bring it from one company to another, it would make no sense, because every company has its own way of approaching the project and its own history. It's a bit like the respect that one has for the territory: when you go to design a hotel in Qatar, you have to study Islamic decorations first; when you work with a company like Flou or Rubelli, a company that has woven fabrics for a hundred years, you try to understand how you can bring out this soul and make it contemporary.

Wood. You love this material a lot, in Rubelli we see wood and not metal, it's a concept of warmth, right? It's a material you use a lot.

Yes, absolutely, it's a very ductile material that offers the possibility of technologically advanced processing. There is, for example, a Rubelli armchair that looks like a classic and timeless product, when in fact its creation has required very special innovations for woodworking: the one, for example, with five-axis pantographs, a sort of robot that we are using a lot. We will see

some furniture in the Rubelli Casa collection that will have very original wood shapes.

With Lema we are working on a product that takes wood to a technological evolution at very high levels.

Since wood is a very traditional material, technological processing does not extinguish its heat, but rather enhances it, continuing to give off the emotional aspect of a product that does not age.

Who are your wood suppliers, where does the wood you use come from?

Brianza is basically a widespread company. Sometimes I take a week and visit some artisans with whom many of the most important companies work, because every year they always find solutions or alternative processes and visiting these shops gives me an extraordinary stimulus about new products. The fact that I live in this area, to understand what really happens inside these artisan and industrial shops, which make numbers and have very advanced machinery, offers an inspiration for the product really very important. One of these realities is Maroni, which is located in Cabiato and does extraordinary work.

What about marble, instead?

As far as this material is concerned, I work with Kreoo, a company from Vicenza that is very skilled at working marble. This year we are designing their stand for the Show. The idea was obviously to differentiate ourselves from our competitors who



ti che cercavano di dialogare tra di loro ma con incoerenza a un ambiente completamente coordinato. Si tratta di una tendenza che è risultata determinante negli ultimi anni e che dà il senso del design italiano. Io vedo che quando vado all'estero e mettiamo insieme un marmo, un tessuto e un pezzo di vetro rimangono sconvolti. Noi diamo per scontato la nostra capacità, tutta italiana, di lavorare con la bellezza ma gli altri non ce l'hanno, tant'è che il design italiano, per quanto cerchino di copiarlo, è difficilmente riproducibile, perché è un sistema in cui operano il designer, il grafico, il fotografo, la rivista e così via.

Nel 2013 in un'intervista su Suite, eri a Dubai per un albergo e ne stavi progettando un altro molto importante in India. Da allora sono passati sette anni. Esploriamo tutte le anime del tuo essere progettista.

Quella dell'albergo in India, la Trump Towers di Pune, è stata un'avventura molto significativa, perché mi ha permesso di entrare in contatto con la famiglia di quello che sarebbe diventato

Quindi tu ti occupi dell'interior e del prodotto, non dell'involucro?

Nel caso della Trump Pune, anche dell'involucro. In quel caso inoltre mi sono avvalso della collaborazione di partner locali, studi di architettura del posto, ai quali abbiamo dato delle linee guida progettuali che loro hanno seguito.

Mi sono occupato dell'involucro anche nel Fraser Suites a Doha, il più grande hotel 5 stelle del Qatar per numero di camere. Anche questo episodio è molto interessante: si tratta infatti di un albergo costruito a West Bay, proprio di fianco al Marriott e cioè in un'area molto densa di alberghi. Era stato inaugurato proprio nel momento in cui il Qatar venne isolato, tant'è che abbiamo pensato sarebbe stato un progetto fallimentare. Per fortuna avevamo torto: oggi è infatti l'hotel che ha la più alta occupazione in Qatar. Questo perché, da un lato, offre degli aspetti estetici ed emozionali molto forti e curati; dall'altro, anche qui, le aziende italiane hanno contribuito all'eccellenza di questa realizzazione: da Molteni&C, che ha realizzato tutti gli appar-

work with this stone and who boast collaborations with other important designers. We are directing the company towards another way that is to communicate an environment: for us, the expressive capacity of marble and its processing not only serve a virtuosity as an end in itself, like the bathtub or the unusual sculpture, but to communicate a domestic living and bathroom atmosphere in which you can glimpse these processes.

Does this company produce marble or finished marble products?

Marble finished products for furniture, especially for the bathroom and boiserie. That's why we thought of showing the public at the Salone what the company does by creating a domestic

Matteo Nunziati is considered one of the most influential international architects and designers of his generation. Specialized in luxury hotels, wellness centers, spas and residential projects, Matteo Nunziati has realized over the years projects in Italy, United Arab Emirates, Qatar, Saudi Arabia, Kuwait, India, Maldives, China and the United States. Numerous prestigious awards have been received for the design products he has designed such as the Chicago Good Design Award, the Wallpaper Design Award, the Reddot Design Award, the Elle Deco International Design Awards, the London Design Award, the IDA Design Award. His solid experience has led Nunziati to teach at important institutions such as Domus Academy, National Taipei University of Technology, IDI Interior Design Institute in Milan and Tsinghua University Shenzhen in China. He has also participated as a speaker at numerous international conferences and was selected in 2006 as one of the most significant designers of international design from 1954 to 2006 on the occasion of the exhibition 50+2y of Italian design at the National Art Museum of China. He was selected among the top 100 International Architects / Interior and product designers in the publication "Icon Architects 2018".

DESIGNER

environment, because we want to understand how marble interfaces in a real apartment for a company like this. We are not only good at making a product, but also at creating the lifestyle of an environment. Many customers, even foreign ones, when I come to the Salone and enter the stand of the leading companies, explain how they want their home: they don't simply say "I want this sofa or this table", but "I want my home this way". Creating a lifestyle therefore means offering people an entire environment, also because many people don't have the education to understand that an isolated chair with a spotlight on it can look good with something else. This is an Italian way of working, but other emerging countries do not have this concept. So we have to propose that small chair in an environment where the customer sees not only the small chair but the whole.

And this is basically also Rubelli's change.

Exactly, the big change was this: from individual products that tried to dialogue with each other but with inconsistency to a completely coordinated environment. This is a trend that has been crucial in recent years and gives a sense of Italian design. I see that when I go abroad and put together a marble, a fabric and a piece of glass, they are shocked. We take for granted our ability, all Italian, to work with beauty... but the others don't have it, so much so that Italian design, no matter how much they try to copy it, is hardly reproducible, because it is a system in which the designer, the graphic designer, the photographer, the magazine and so on operate.

In 2013, in an interview on Suite, you were in Dubai for a hotel and you were planning another very important one in India. Seven years have passed since then. We explore all the souls of your being a designer.

The hotel in India, the Trump Towers in Pune, was a very significant adventure, because it allowed me to get in touch with the family of what would become the President of the United States.

In this regard, I'll tell you an anecdote. In 2016 we prepared the sample apartment to show Donald Trump. When he visited the apartment, he immediately commented that he had never seen such an aesthetic and stylistic figure in design and construc-



il Presidente degli Stati Uniti. A questo proposito, ti racconto un aneddoto. Nel 2016 abbiamo preparato l'appartamento campione da mostrare a Donald Trump. Quando ha visitato l'appartamento, ha subito commentato che una tale cifra estetica e stilistica del design e della realizzazione non l'aveva mai vista, nemmeno a Manhattan; voleva dunque che gli fosse presentato il designer. Ho quindi ricevuto una telefonata dalla Trump Organization che mi ha convocato a New York. Oggi stiamo lavorando su tre progetti per Trump nel mondo. Questo è un risultato importante non solo come riconoscimento della mia professione, ma anche dell'eccellenza di aziende italiane importanti che hanno preso parte alla realizzazione. Con queste aziende ti puoi permettere di studiare a fondo il dettaglio di una poltroncina, o la morbidezza di un materasso di un letto, o la tipologia di venatura dell'anta di un armadio. Per quanto riguarda il contract residenziale dapprima studio il prodotto da catalogo delle aziende e poi lo declino sull'interior design. Questo cambio di scala è un processo importante per la riuscita del progetto.

tamenti e gli spazi comuni, a Fontana Arte, che ha curato tutta l'illuminazione.

Hai dei nuovi progetti alberghieri in cantiere?

Stiamo progettando un albergo in Austria: un boutique hotel di un centinaio di stanze la cui apertura sarà prevista per il prossimo anno.

Immagino tu stia seguendo un approccio totalmente diverso rispetto a quello di Doha...

Parlando del rapporto delle aziende che si occupano di residenziale con il settore contract, secondo me anche qui c'è stata un'evoluzione: qualche anno fa il contract era poco considerato dalle aziende, oggi la barriera tra il progetto contract e il progetto residenziale si è molto assottigliata. Il progetto residenziale in realtà porta certi valori nel progetto contract, per cui tante aziende che si occupano di residenziale stanno facendo moltissimo nel contract.



Matteo Nunziati è considerato uno dei più influenti architetti e designer internazionali della sua generazione. Specializzato in hotel di lusso, centri benessere, SPA e progetti residenziali, Matteo Nunziati ha realizzato negli anni progetti in Italia, Emirati Arabi Uniti, Qatar, Arabia Saudita, Kuwait, India, Maldive, Cina e Stati Uniti. Numerosi e prestigiosi premi sono stati ricevuti per i prodotti di design da lui disegnati come il Chicago Good Design Award, il Wallpaper Design Award, il Reddot Design Award, l'Elle Deco International Design Awards, il London Design Award, l'IDA Design Award. La sua solida esperienza ha portato Nunziati a svolgere attività didattica presso importanti istituzioni come la Domus Academy, la National Taipei University of Technology, l'IDI Interior Design Institute di Milano e la Tshinghua University Shenzhen in Cina. Ha inoltre partecipato come relatore a numerose conferenze internazionali ed è stato selezionato nel 2006 tra i più significativi designer del design internazionale dal 1954 al 2006 in occasione della mostra 50+2y del design italiano al National Art Museum of China. È stato selezionato tra i migliori 100 Architetti Internazionali / Interior e product designer nella pubblicazione "Icon Architects 2018".

Varcare le soglie di quell'hotel in Austria di cui ho parlato prima è come entrare nella propria casa: noi utilizziamo gli stessi stylist, gli stessi fotografi, gli stessi collaboratori che avremmo impiegato per la progettazione di un prodotto residenziale; scegliamo l'oggettistica, l'artwork, le decorazioni, i tessuti insieme a collaboratori che lavorano nel residenziale.

Per quanto riguarda il contract residenziale, che progetti stai seguendo?

Sto seguendo un progetto molto importante, di nuovo a Doha in Qatar, per la Qatar Airways: si tratta di una torre residenziale, la cui struttura è quasi finita, con residence apartment dotati dei servizi tipici dell'hotel, tra cui concierge e spa con piscina aperta alla città. Stiamo quindi portando avanti il concetto di ApartHotel, il quale verrà applicato anche nelle nuove Trump Tower che verranno realizzate a New Delhi, dedicate agli uomini d'affari piuttosto che alle famiglie.

Quello del Qatar sarà un progetto molto prestigioso, poiché vedrà la partecipazione di diverse grandi aziende, molte delle quali confermate, come Molteni&C, Lualdi per le porte e Florim per le ceramiche.

Tu nomini spesso il Qatar e l'India, sono i tuoi punti di riferimento?

In realtà abbiamo anche altri progetti negli Stati Uniti, come il Golf Club di Trump che è in rinnovo a Miami, e un'altra torre residenziale, sempre a Miami. Pertanto si può dire che ci muoviamo dove veniamo chiamati. Certamente ogni Paese ha la sua caratteristica, come la distribuzione interna dell'appartamento: ad esempio in Oriente sono molto attenti al feng shui; in Russia,

dove abbiamo un altro grosso progetto residenziale, le armature devono essere messe all'ingresso. Ogni cultura ha le sue esigenze a livello distributivo, formale ed estetico.

La cosa che ho sempre cercato di portare avanti è di tradurre in un linguaggio contemporaneo la storia di un determinato luogo, dunque secondo me l'aspetto che maggiormente caratterizza i nostri progetti è quello di cercare l'evocazione, e non già la citazione, del territorio e delle tradizioni stesse.

Nell'albergo di cui parlavamo prima, quello in Qatar, se ci si siede nella lobby si ha l'idea di essere in un luogo mediorientale, mentre altri alberghi perdono questa caratteristica a favore di una linea più internazionale ed occidentale che si ripete ogni volta uguale. Questo concetto di territorialità passa attraverso l'utilizzo dei materiali, della luce, di elementi capaci appunto di evocare.

Ma tu hai dei partner locali con cui collabori e che seguono i lavori in tua vece?

Sì, noi mandiamo sempre delle persone dal nostro studio a seguire i progetti, con la condizione però che lavorino all'interno del team dello studio di architettura con cui collaboriamo in loco. Il local architect per noi è un aspetto fondamentale.

Ci sono altri progetti che mi vuoi raccontare?

Ti do un'anteprima che rappresenta per me una bella sfida: abbiamo firmato con l'approvazione del CEO della Qatar Airways il rifacimento di tutte le lounge del mondo di loro proprietà, partendo da quella di Doha, che verrà inaugurata entro i mondiali del 2022.

tion, not even in Manhattan; he wanted to be introduced to the designer. I then received a phone call from the Trump Organization who summoned me to New York. Today we are working on three projects for Trump around the world. This is an important result not only in recognition of my profession, but also of the excellence of important Italian companies that have taken part in the realization. With these companies you can afford to study in depth the detail of an armchair, or the softness of a mattress of a bed, or the type of grain of the door of a wardrobe. As for the residential contract first I study the product from the companies' catalogue and then I decline it on interior design. This change of scale is an important process for the success of the project.

So you do the interior and the product, not the wrapping?

In the case of Trump Pune, the casing too. In that case, I also worked with local partners, local architectural firms, to whom we gave design guidelines that they followed.

I also took care of the shell in the Fraser Suites in Doha, the largest 5-star hotel in Qatar in terms of number of rooms. This episode is also very interesting: it is in fact a hotel built in West Bay, right next to the Marriott, in a very dense area of hotels. It was opened just when Qatar was isolated, so much so that we thought it would be a failed project. Luckily we were wrong: today is in fact the hotel that has the highest occupancy in Qatar. This is because, on the one hand, it offers very strong and well-kept aesthetic and emotional aspects; on the other hand, here too, Italian companies have contributed to the excellence of this realization: from Molteni&C, which has realized all the apartments and common areas, to Fontana Arte, which has taken care of all the lighting.

Do you have any new hotel projects in the pipeline?

We are planning a hotel in Austria: a boutique hotel with about one hundred rooms that will open next year.

I'm guessing you're taking a totally different approach to Doha...

Speaking of the relationship between residential and contract companies, I think there has been an evolution here too: a few years ago contract was little considered by companies, today the barrier between contract and residential project has become very thin. The residential project actually brings certain values to the contract project, so many companies that deal with residential projects are doing a lot in the contract sector. Crossing the threshold of that hotel in Austria that I mentioned earlier is like entering your own home: we use the same stylists, the same photographers, the same collaborators that we would have used for the design of a residential product; we choose the objects, the artwork, the decorations, the fabrics together with collaborators who work in the residential.

As for the residential contract, what projects are you following?

I'm following a very important project, back in Doha in Qatar, for Qatar Airways: it's a residential tower, whose structure is almost finished, with residence apartments equipped with typical hotel services, including concierge and spa with swimming pool open to the city. We are therefore pursuing the concept of

ApartHotel, which will also be applied in the new Trump Towers to be built in New Delhi, dedicated to businessmen rather than families. The one in Qatar will be a very prestigious project, as it will see the participation of several large companies, many of them confirmed, such as Molteni&C, Lualdi for the doors and Florim for the ceramics.

You often mention Qatar and India, are they your points of reference?

Actually we also have other projects in the United States, such as the Trump Golf Club which is being renovated in Miami, and another residential tower, also in Miami. So you could say that we move where we are called. Certainly every country has its own characteristic, like the internal distribution of the apartment: for example in the East they are very careful about feng shui; in Russia, where we have another big residential project, the wardrobes have to be put at the entrance. Every culture has its own distribution, formal and aesthetic needs. The thing I have always tried to do is to translate the history of a particular place into a contemporary language, so in my opinion the aspect that most characterizes our projects is to look for the evocation, and not the quotation, of the territory and traditions themselves. In the hotel we were talking about before, the one in Qatar, if you sit in the lobby you have the idea of being in a Middle Eastern place, while other hotels lose this characteristic in favor of a more international and western line that repeats itself every time the same. This concept of territoriality passes through the use of materials, of light, of elements capable of evoking.

But do you have local partners who work with you and follow the work on your behalf?

Yes, we always send people from our studio to follow the projects, with the condition, however, that they work within the team of the architectural firm with which we collaborate on site. The local architect is a fundamental aspect for us.

Are there other projects you want to tell me about?

I'll give you a preview that represents a great challenge for me: we have signed with the approval of the CEO of Qatar Airways the refurbishment of all the lounges in the world they own, starting with the one in Doha, which will be inaugurated by the 2022 World Cup.

