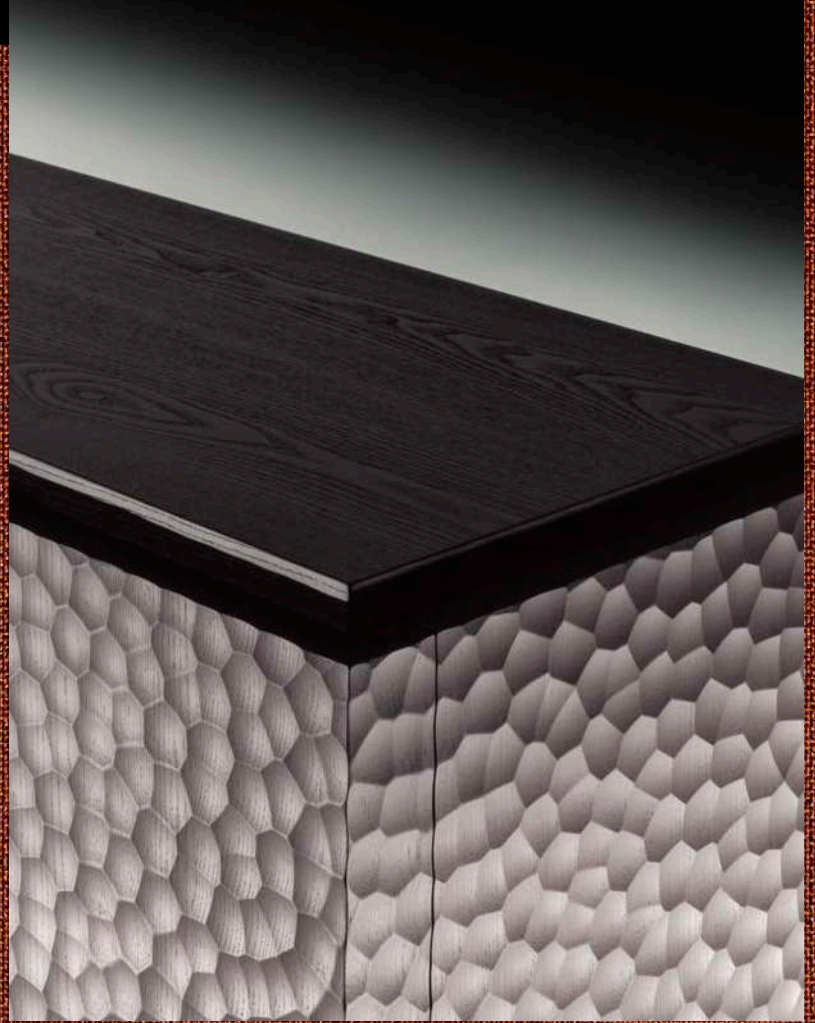
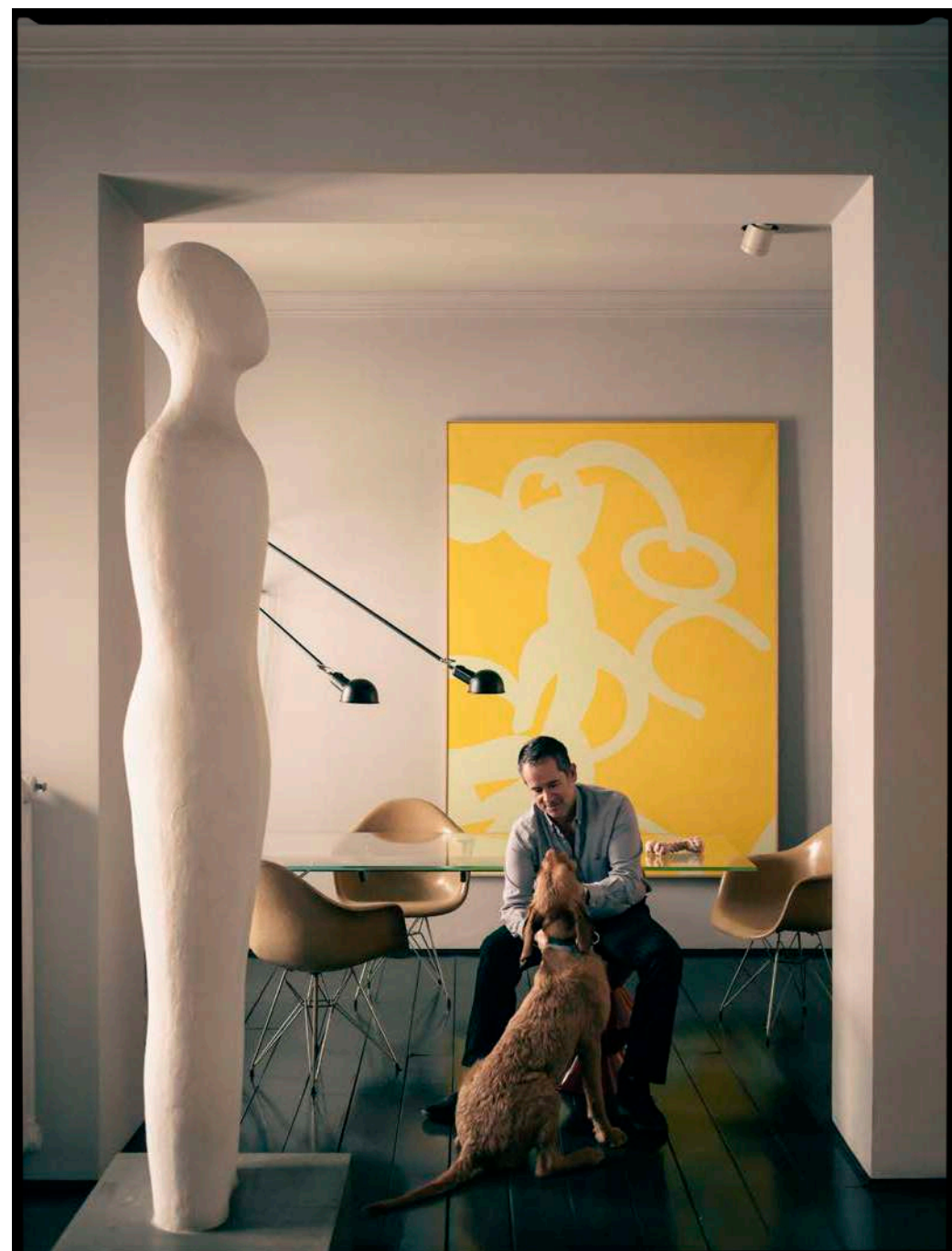


PRIVATE VIEW



Alf DaFrè

PRIVATE VIEW





Se volessi cercare un oggetto in cui ritrovare le atmosfere e le contraddizioni che hanno attraversato la scena del design italiano a cavallo fra la fine degli anni Ottanta e l'inizio della decade successiva, probabilmente sceglierei lo spremiagrumi Juicy Salif, disegnato da Philippe Starck e messo in produzione da Alessi nel 1990. Pur progettato in maniera aderente alla funzione cui parrebbe destinato, l'oggetto è abbastanza scomodo, richiede di essere completato da un recipiente ausiliario in cui raccogliere il succo spremuto, è ingombrante, instabile, soggetto a rovinarsi a contatto con gli acidi degli agrumi. Nonostante tutto ciò, il suo successo fu immediato e planetario. Il fatto è che quello di Starck non è un oggetto da usare, piuttosto da guardare, come un piccolo idolo, un'icona domestica, un amico cui affezionarsi come ad un cucciolo di casa. Se lo spremiagrumi di Starck sanciva il diritto degli oggetti a raccontare storie e suscitare emozioni, sembrava allo stesso tempo indicare nuovi gradi di libertà nella relazione fra la forma e la funzionalità. Non si trattava di una posizione raggiunta improvvisamente, quanto di un lungo processo di trasformazione che aveva visto entrare in crisi l'ottimismo del dopoguerra e l'illusione che il design potesse fornire a tutti un'eleganza facilmente accessibile e una democratica praticità da acquistare al supermercato.

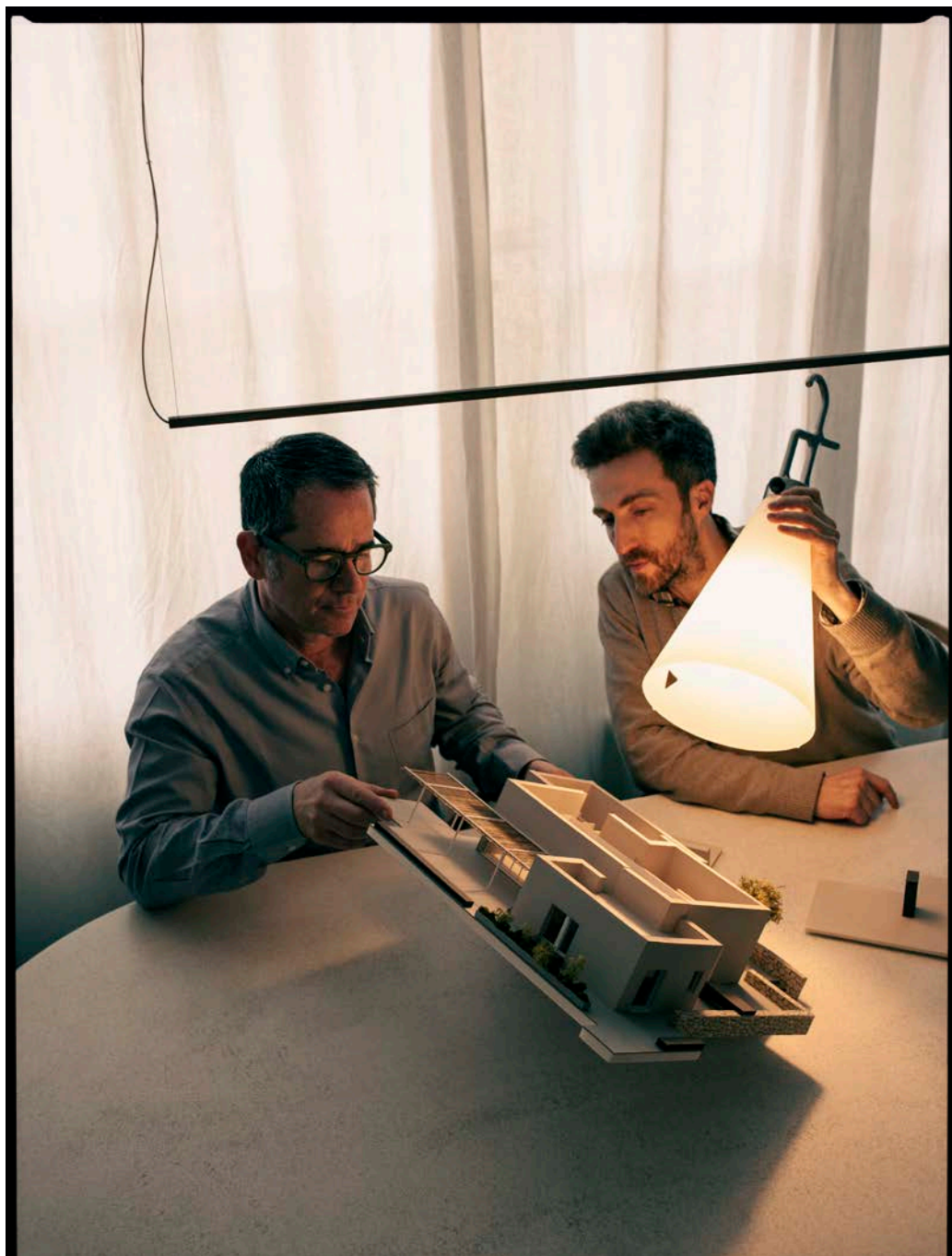
Sull'onda dei movimenti di contestazione politica e sociale che a partire dagli anni Sessanta avevano messo in dubbio i fondamenti positivistic della società industriale, erano stati i designer radicali ad esplorare nuovi paradigmi progettuali, immaginando un design ad alta carica simbolica, poco funzionale ma poetico, utopico e anti-autoritario. In realtà, più che avanguardie di un'imminente rivoluzione liberatoria, erano i segnali che annunciavano il tramonto del modello culturale modernista, inadatto a reggere le veloci evoluzioni della società dei consumi e delle immagini.

Gli anni Ottanta sono il palcoscenico di una rappresentazione a due facce: da un lato, difesi dall'ordine della simmetria e dal potere della memoria, stanno, inconsolabili, gli orfani di una modernità oramai esangue; di fronte, colorati e festosi, danzano all'alba di un tempo nuovo coloro che si sentono finalmente liberati dai lacci della gute Form, dal potere del grigio, dalla tirannia dell'utile, del necessario, del pratico. In apparenza uno scontro che avrebbe potuto e dovuto mettere in crisi il modello del design, ma che, in Italia, avvenne tutto all'interno del sistema produttivo, all'interno dei cataloghi dei prodotti, in un intreccio che vide collaborare aziende particolarmente coraggiose e riviste molto curiose, critici di parte e creatori d'immagini, imprenditori e contestatori, nostalgici e radicali.

Se Mendini cavalca Alchimia e Sottsass lancia la prima coloratissima collezione di Memphis nel 1981, Aldo Rossi poteva contemporaneamente dar forma ad un personale teatrino della memoria, dove seggiole, scrittoi e tavoli rileggono in chiave poetica e lucidamente sentimentale l'esperienza di una compiuta modernità. Nel suo insieme un paesaggio ricchissimo d'idee, di forme, d'innovazioni e di linguaggi, ma anche una scena contraddittoria e conflittuale, dove sembrava difficile ritrovare il senso di un percorso comune. Sarà proprio lo sforzo teso a superare una così netta contrapposizione ad animare le ricerche del design italiano durante l'ultimo scorcio del Novecento. Milano sarà per più di un decennio l'epicentro di una trasformazione continua, un crogiolo ad altissima temperatura in cui fondere differenze e contrapposizioni, in cui sintetizzare nuove formole e nuove forme: è qui che vengono riscritti i codici dell'oggetto contemporaneo, le regole del consumo, i nuovi linguaggi degli oggetti, le leggi del desiderio e della moda. Un centro culturale capace di attrarre giovani talenti dai quattro angoli del globo, una galassia di aziende così poco ortodosse da saper interpretare tutti i linguaggi del mondo.

Così, poco a poco, la nostalgia cesserà di essere rimpianto per conquistare nuova concretezza e originalità. Rimessa in gioco dal progetto, la storia diventa materia viva e presente: da un lato si avvia la riscrittura del patrimonio delle icone moderniste, dall'altro si aggiorna in chiave contemporanea il catalogo di tradizionali archetipi. Simmetricamente, la causticità che aveva caratterizzato le provocazioni dei radicali assumerà le vesti meno corrosive di una scherzosa ironia, di una giocosità quasi infantile. Anche la tecnica, i cui limiti avevano a lungo condizionato la genesi e la forma degli oggetti, non costituisce più un vincolo: macchine modernissime, tecniche sofisticate e materiali evoluti consentono ogni soluzione, offrendo anzi il pretesto per l'affermarsi di caricaturali esagerazioni hi-tech. È in questo territorio tanto fluido quanto fertile che hanno preso corpo le ricerche destinate ad animare le ricerche del progetto contemporaneo. È in quegli anni oramai lontani che affondano le radici del design contemporaneo, nato della crisi di un paradigma e dal sogno di una rivoluzione forse impossibile, ma dagli esiti sicuramente molto, molto concreti.





If I had to find an object that embodies the atmospheres and the contradictions that permeated the Italian design scene between the late 1980s and the start of the next decade, I would probably choose the Juicy Salif citrus juicer, designed by Philippe Starck and produced by Alessi in 1990. Although it was designed specifically to accommodate its intended use, it is rather inconvenient, requiring an additional receptacle to collect the freshly squeezed juice. It's bulky, unstable and tends to spoil if it comes into contact with citrus fruit acids. Despite this, it was an immediate worldwide success. The fact of the matter is that Starck's object is not intended for use, but rather to be looked at, like a little idol, a domestic icon, a friend to care about and tend to, like a puppy. While Starck's juicer sanctioned the right of objects to tell tales and stir emotions, it concurrently appeared to indicate new degrees of freedom in the relationship between shape and functionality. It was not a position that was reached all of a sudden, but rather a lengthy process of transformation that involved the post-war optimism reaching a crisis point and the illusion that design could give everyone easy-to-access elegance and democratic shop-bought practicality.

In the wake of the political and social unrest that had been casting doubt on the positivistic foundations of industrial society since the sixties, radical designers had begun exploring new paradigms of design, imagining strong symbolism – a design that was not very functional but instead poetic, utopian and anti-authoritarian. In fact, rather than the inklings of an imminent libertarian revolution, these were signs of the demise of the modernist cultural model, inept at keeping up with the rapid developments of a consumer and image-based society.

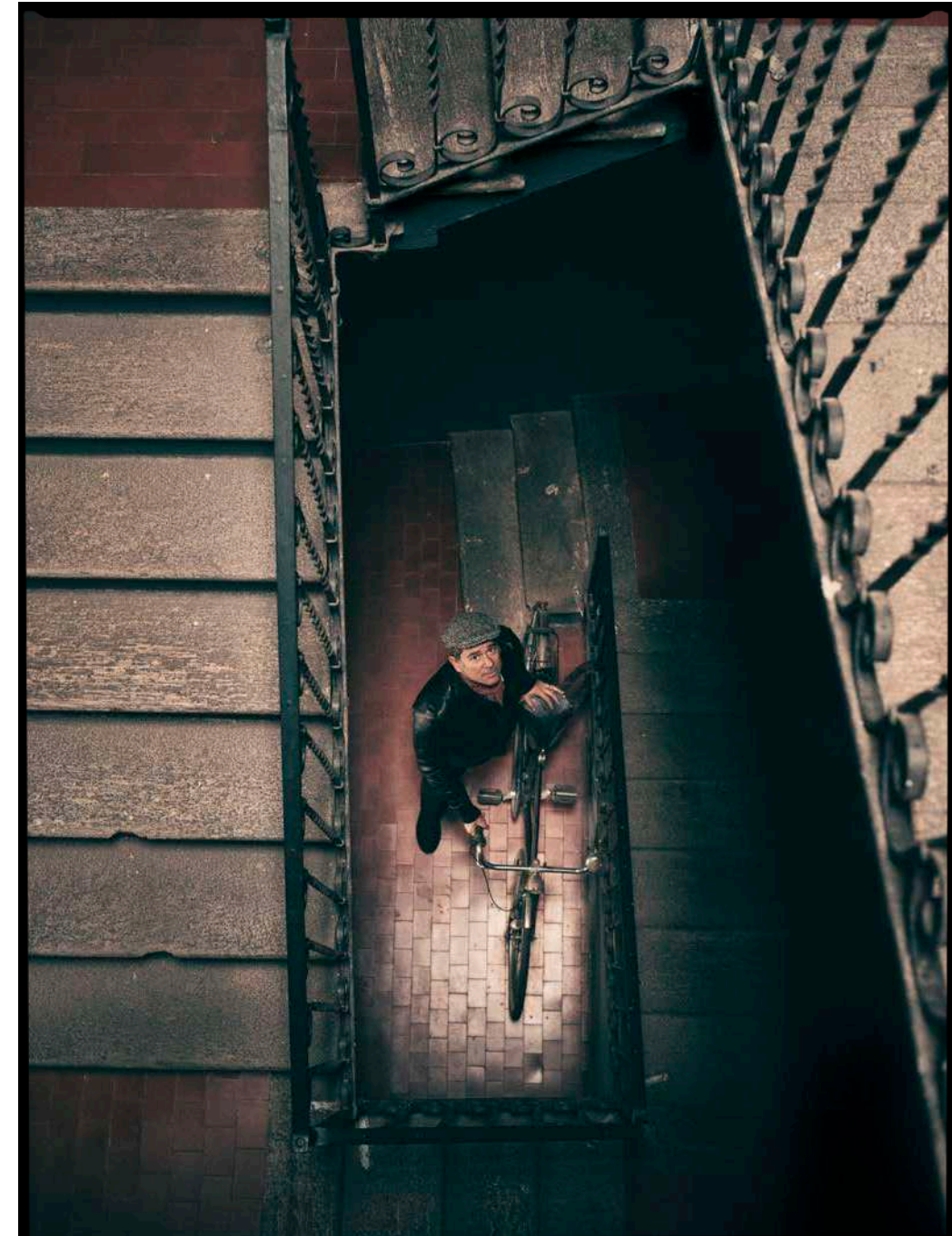
The eighties were the stage of a two-faceted play: on the one hand, defended by the order of symmetry and by the power of memory, stood the inconsolable orphans of a now lifeless modernity; on the other, dancing at the dawn of a new era were the colourful and celebratory individuals who finally felt liberated from the restraints of good form, the power of grey, and the tyranny of what is useful, necessary and practical.

Apparently, this clash could and should have put the design model in crisis mode, but in Italy, it all took place within the manufacturing system, within product catalogues, in an intertwining plot that involved especially brave companies and highly curious magazines, critics on either side and image creators, entrepreneurs and objectors, nostalgic and radical alike.

While Mendini rode the wave of Alchimia and Sottsass launched the first brightly coloured Memphis collection in 1981, Aldo Rossi was concurrently able to shape his own personal theatre of memory, where chairs, desks, and tables restyled the experience of established modernity with a poetic and clearly sentimental take. Overall it was a landscape packed with ideas, shapes, innovations, and languages, but also a contradictory and conflicting scene, where it appeared difficult to find the sense of a common trail. Indeed, it was specifically an effort to overcome such a clear contradiction that fuelled Italian design research during the tail end of the 20th century. Milan was the epicentre of continuous transformation for over a decade, a scorching melting pot of differences and oppositions, in which to synthesise new formulas and new shapes: this is where the codes of the contemporary object were rewritten, along with the rules of consumption, the new languages of objects, the laws of desire and fashion. A cultural hub capable of drawing young talents from all four corners of the globe, a galaxy of highly unorthodox companies capable of interpreting all the languages in the world.

Hence, little by little, nostalgia stopped being a regret, acquiring a new concrete and original form. It was put back in play by design, history became live, present material: on one hand the heritage of modernist icons began being rewritten, conversely the catalogue of traditional archetypes was restyled with a contemporary twist. Symmetrically, the causticity which had characterised the provocations made by the radicals took on the less corrosive form of jocular irony, in an almost infantile playfulness. Technique too, the limits of which had long restricted the genesis and the shape of objects, was no longer a constraint: ultra-modern machinery, sophisticated techniques and cutting-edge materials made every solution possible, in fact providing the pretext for the establishment of caricature-like hi-tech exaggerations. This is the highly fluid and equally fertile land in which research began, destined to animate the pursuit of contemporary design. It is in those now-distant years that contemporary design is rooted, resulting from the crisis of a paradigm and the dream of perhaps an impossible revolution, but with an extremely concrete outcome.







GG Molti anni fa, durante un Salone del Mobile, Ingo Maurer, sempre curioso e interessato al lavoro e alle idee dei giovani, mi chiese quasi di sorpresa come secondo me dovesse essere un oggetto di design. Dopo un attimo gli dissi che ero convinto che il design stesse all'incontro fra la fantasia di un creativo e l'identità di un'azienda. Cioè, che di là dalla bellezza o dall'originalità, un oggetto di design deve essere pensato per stare in una collezione, in un catalogo, in un negozio. Cioè pensato per essere venduto. Non si aspettava da un ragazzo come me una risposta già così consapevole della complessità delle cose. Ma io, a Milano, avevo avuto molta fortuna e avevo fatto incontri determinanti per la mia formazione.

Pensare che a Milano ero arrivato quasi per caso. Dopo il liceo in Svizzera, avevo infatti iniziato l'università alla Reading University. In teoria avrei dovuto prepararmi per entrare nell'azienda di famiglia a Malta, dove sono cresciuto. Ma, quando mio padre ha capito che il mio interesse per l'architettura degli interni ed il design era una cosa vera e seria, mi ha lasciato libero di decidere. Così mi accingevo a fare domanda al Royal College Of Art o al Kingston Polytechnic di Londra.

Succeffe però che, dopo aver passato l'estate a Malta, un mio vecchio amico italiano con cui avevo studiato in Svizzera mi invitasse a fare tappa a Milano sulla via del rientro verso l'Inghilterra. Quando arrivo, tutti iniziano a dirmi che solo Milano è la vera capitale del design, che solo qui i sogni possono diventare concreti, che non c'è al mondo città più aperta all'innovazione e dedicata alla ricerca dello stile del futuro. Io, che fino ad allora avevo pensato all'Italia come una meta di vacanze, comincio a guardare Milano con un occhio diverso. Era la fine degli anni Ottanta, c'era un'aria di riflusso, ma era pur sempre la città dove veniva pubblicata la rivista Domus e dove ancora lavoravano Sottsass, Mendini, Branzi, Zanuso, Magistretti, Castiglioni. Sebbene fosse oramai finita la grande rivoluzione di Memphis ed Alchimia che negli anni '80 aveva completamente ribaltato l'idea del design sostituendo eleganza e funzionalità in nome di provocazioni formali ed esagerazioni cromatiche, ciò non significava che mancassero stimoli e sollecitazioni. Al contrario, erano gli anni in cui si cercava di trovare un nuovo punto di equilibrio fra le esuberanze radicali e il desiderio di una rinnovata normalità. Se qualcuno stava iniziando a riscrivere la grande lezione degli anni '60 e '70, contemporaneamente altri ammantavano di poetica ironia le posizioni più corrosive e provocatorie.

Insomma, alla fine mi lasciai convincere a visitare lo IED, che si era appena trasferito nella sede di via Sciesa, e mi trovai coinvolto in una atmosfera di grande entusiasmo: studenti di tanti paesi che insieme ai docenti tiravano fuori le sedie dalle scatole di cartone, montavano banchi e lavagne. Sono rimasto. E dopo lo IED ho studiato anche i corsi della Domus Academy. E, finita la scuola, ho subito iniziato a lavorare nello studio di Rodolfo Dordoni. Ed è proprio mentre lavoravo per Rodolfo Dordoni che ho avuto occasione di incontrare Enrico Astori, patron della Driade. Lui per me è stato un mentore, e non immaginavo allora che sarebbe anche diventato un mio grande amico. Fu lui a propormi uno stage in azienda, facendomi conoscere prima la realtà del negozio e della vendita, così da avvicinarmi al rapporto fra gli oggetti e le fantasie dei clienti; poi spostandomi nell'ufficio di comunicazione di Adelaide Acerbi, dove ho potuto vedere cosa c'è dietro le quinte di una campagna di comunicazione, di un catalogo o del progetto di una fiera; ed infine, coinvolgendomi con gli aspetti produttivi della fabbrica, mi ha fatto capire come mettere in relazione l'invenzione e la realtà, come bilanciare il coraggio di osare con la concretezza dei processi di produzione. E questo bagaglio mi è rimasto, anche quando ho poi aperto il mio studio e ho intrapreso la professione di designer.

EM Un'attitudine che deve però coniugarsi con le differenti realtà di ciascuna azienda.

GG Certo, ogni azienda ha una sua storia e una particolare strategia, ha un proprio approccio commerciale e una specifica realtà tecnologica. Cose che ne caratterizzano l'identità e che si possono intuire già dall'esterno. Ma negli anni ho imparato che ciò che veramente definisce un'azienda sono le persone. L'incontro con Alf DaFrè avvenne circa otto anni fa, intorno al tavolo del mio studio. Mi colpì subito che persone alla testa di una grande realtà industriale avessero l'umiltà di ascoltarmi e interessarsi al mio lavoro. Nessuna supponenza e tanta curiosità. È bastato poco per superare le iniziali riserve e instaurare un rapporto aperto, di reciproca fiducia. Io mi sono sentito libero di proporre e loro di chiedere, prendendoci anche qualche piccolo rischio e, perché no, concedendoci qualche piccolo sbaglio. Del resto, se non si fa qualche errore non si impara nulla di nuovo.

EM In questo incontro aperto e stimolante qual è stato il tuo personale contributo?

GG Ciascuno porta sempre con sé un bagaglio di gusti e di passioni, di desideri e di ricordi. Ricordi qualche volta addirittura inconsapevoli, immagini che non sappiamo neppure di aver conservato nella memoria. Tutte cose che emergono quando la relazione è umanamente ricca e spontanea. Però, più che cercare di definire un mio immaginario, inseguendo le mie passioni per il design scandinavo o il mio amore per le linee curve, credo sia importante sottolineare l'impegno di disegnare oggetti che vadano oltre le mode. Oggetti che fra dieci anni non sembrino troppo invecchiati, o invecchiati male. Arrivo a dire che preferisco un oggetto che parta in sordina, che non abbia un successo immediato, e segua invece una crescita progressiva e costante. Credo che la capacità di durare sia per un prodotto di design un traguardo importante, un valore e un indice di qualità. Poter suggerire oggetti di questo tipo vuol dire condividere un rapporto di complicità e fiducia con l'azienda. E questo permette ogni tanto di forzare la mano, per osare qualche cosa di inatteso.

Ricordo che una delle mie prime proposte fu quella di introdurre in collezione un oggetto in legno massello. Non era una proposta così ovvia per un'azienda focalizzata su lavorazioni intensive e altamente razionalizzate. Era un'idea un poco folle, ma allo stesso tempo anche un ritorno alle origini, il recupero delle radici della falegnameria. Così nacque Rigadin, una famiglia di tavoli e madie ancora oggi in collezione. Certo, fu necessario risolvere qualche problema di stabilità dei pannelli dovuto alla torsione del legno pieno. Ma una volta superate queste difficoltà il mobile si è affermato molto bene. Anzi, all'estero oramai è importante proporre materiali naturali e la qualità di lavorazioni tradizionali e non solamente materiali avanzati e tecnologie innovative. Tant'è che, dopo un primo momento di incertezza, l'idea si è affermata in azienda e ancora oggi continuiamo a lavorare su quella proposta, sviluppando nuove soluzioni e nuove tecniche, sempre a partire dal legno pieno.

Certo, mi considero molto fortunato ad aver instaurato un rapporto diretto con i vertici dell'azienda e con Brunella Vaccher, con cui c'è una perfetta sintonia. Nessuno fa pressioni, sappiamo rispettarci e capirci, io so di essere una voce all'interno di un coro, ma so di essere ascoltato e, qualche volta, di riuscire con un'idea, con una forma, con una piccola provocazione a fare la differenza e spostare un poco più in alto l'asticella del progetto.

GG Many years ago during the Milan Furniture Fair, Ingo Maurer—ever curious about the work and ideas of young people—asked me, almost out of the blue, how I thought a “design object” should be. After a moment, I told him that I was convinced that design lies at the boundary between the idea of a creative mind and the identity of a company. That is to say, beyond beauty or originality, a design object must be conceived to sit within a collection, in a catalogue or a shop. It must be designed to be sold. He wasn’t expecting an answer from someone as young as me to be so in touch with the complexity of things. But I had been very lucky in Milan, having encounters that would determine the course of my professional training.

And just think that I ended up in Milan almost by chance. After attending university in Switzerland, I actually started studying at Reading University. In theory, I should have been preparing to join the family company back in Malta, where I grew up. But when my father understood that I was serious about my interest in interior architecture and design, he left me to take my own path. So, I prepared to apply to the Royal College of Art or Kingston Polytechnic in London.

Then, after spending the summer in Malta, an old Italian friend whom I had studied with in Switzerland invited me to stop in Milan on my way back to the UK. When I arrived, everyone was telling me that Milan was the only true capital of design, and that only there was it possible to realise one’s dreams... that no other city in the world was as open to innovation and as dedicated to seeking the style of the future. Until then, I had considered Italy merely as a holiday destination, but I began to see Milan with new eyes. At the end of the eighties, there was an air of decline, but it was still the city where Domus was published and where Sottsass, Mendini, Branzi, Zanuso, Magistretti and Castiglioni continued to work. Over this decade, revolutionary designs from the likes of Memphis and Alchimia completely overturned the very concept of design, replacing practical elegance with a provocative style and theatrical colours. These times were practically over by this point, but that didn’t mean there was any lack of fervour and stimulation.

Quite the opposite. These were the years for finding a new balance between radical exuberance and a desire for a renewed sense of normality. While some were beginning to rewrite the take-home message of the sixties and seventies, others were dousing the most corrosive and provocative positions with a dose of poetic irony. So in the end, I decided to visit the IED, which had just moved to the site in Via Sciesa, and I found myself caught up in a wave of great enthusiasm: students from many different countries and their lecturers were pulling chairs out from cardboard packaging and setting up benches and whiteboards. I stayed. After the IED, I also took courses at the Domus Academy. Once I had finished my studies, I began working under Rodolfo Dordoni. And it was there that I had the opportunity to meet Enrico Astori, co-founder of Driade. He was my mentor, and I couldn’t have imagined at the time that he would also become a great friend. He offered me an internship in-house, introducing me first to the shop floor and sales, giving me an understanding of the relationship between objects and customers’ imaginations. Then he moved me to the media office of Adelaide Acerbi, where I could see what went on behind the scenes of a communication campaign, a catalogue, or the planning of a trade event. Finally, he involved me in manufacturing aspects at the factory, teaching me how to connect ideas and reality and how to balance the courage to push boundaries with the tangible reality of production processes. And I have carried this experience with me, right through to opening my own studio and becoming a professional designer.

EM Your approach must also adapt to the different contexts of each company.

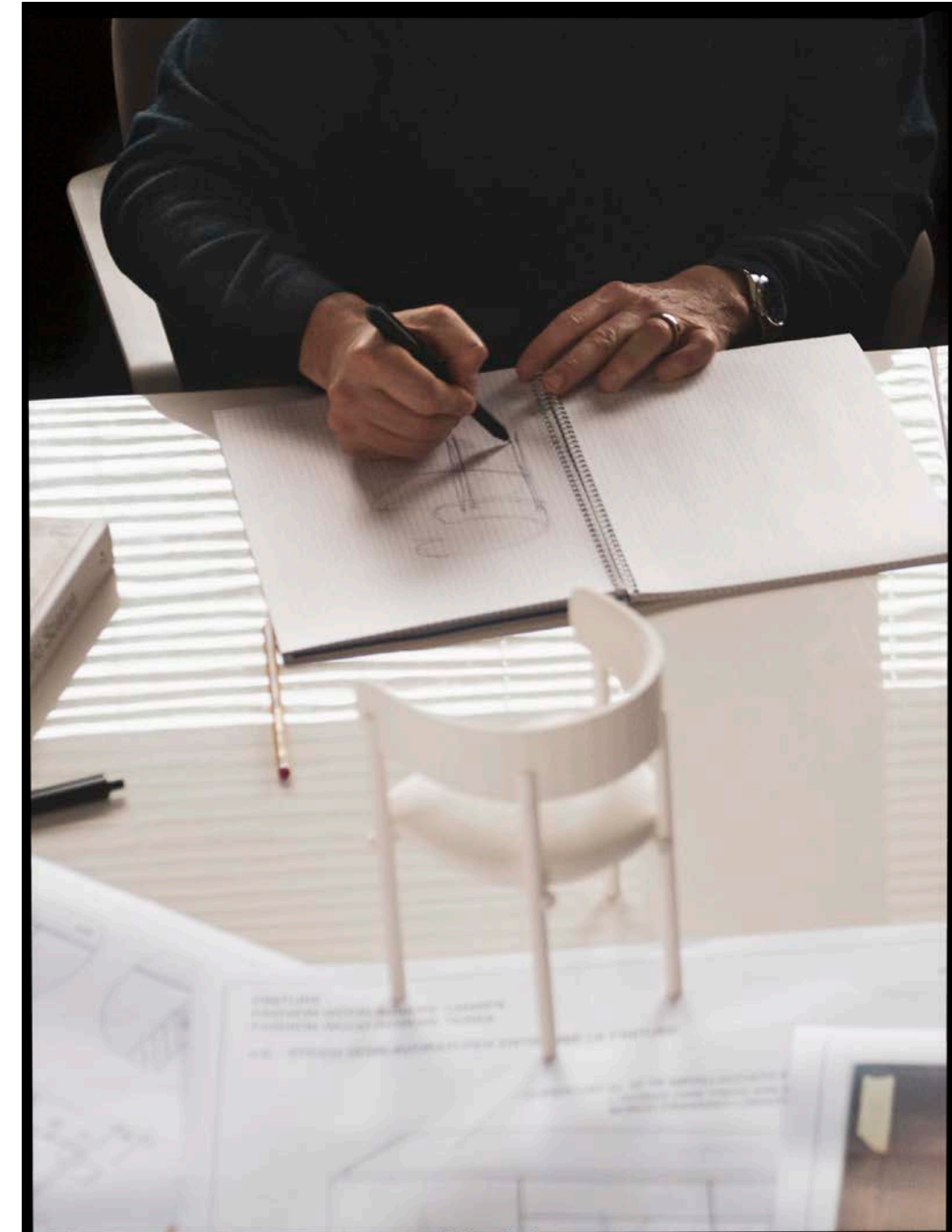
GG Of course, each company has its own history and individual strategy, its own commercial approach and specific technological scenario. These are things that characterise its identity and can be perceived from the outside. But over the years, I have learned that what really defines a company is its people. My first encounter with Alf DaFrè was around eight years ago, sitting around the table in my office. I was immediately struck that these figures at the helm of a big industrial enterprise had the humility to listen to me and take an interest in my work. Zero arrogance and lots of curiosity. Initial reservations were soon overcome and we established an open relationship of mutual trust. I felt free to put forward ideas and they felt free to ask questions. We also took a few small risks... and, let’s be honest, we also made some mistakes. After all, you won’t learn anything new if you don’t make a few mistakes.

EM What was your personal contribution in this open and stimulating meeting?

GG Each of us brings out our own taste, passions, desires, and memories. Sometimes these are even unconscious, images that we don’t even know we have stored in our mind. All of these things emerge when the human relationship is rich and spontaneous. However, rather than attempting to outline my own imagination, following my passions for Scandinavian design or my love of curved lines, I believe it is important to focus on designing objects that go beyond trends. Objects that in ten years won’t look so outdated or age badly. I can say that I prefer objects that start off quietly, without immediate success, and then see gradual but constant growth. I believe that the ability to endure is an important goal for a design product, a virtue and a mark of quality. Being able to offer objects of this type means sharing a relationship of understanding and trust with the company. And this creates the opportunity to push things through from time to time, to try something unexpected.

I remember that one of my first proposals was to introduce an object in solid wood to the collection. This was not such an obvious choice for a company focused on intensive and highly streamlined manufacturing. The idea was a little crazy, but at the same time represented a return to the origins, going back to the roots of carpentry. The result was Rigadin, a range of tables and cabinets that is still in the collection today. Of course, there were some issues to be resolved around the stability of the panels due to the twisting of the solid wood. But once these difficulties were overcome, the piece of furniture proved very successful. In reality, in foreign markets it is now very important to offer natural materials and the quality of traditional manufacturing processes, not just advanced materials and innovative technology. In fact, after some initial uncertainty, the idea really took hold in the company and we continue to work with that concept, developing new solutions and techniques, still taking solid wood as the starting point.

Of course, I consider myself very lucky to have established a direct relationship with the company’s top management and with Brunella Vaccher, and we have an excellent relationship. There is no pressure, and we respect and understand one another. I know that I am one voice among many, but I feel heard and, sometimes, I am able to make a difference with an idea, a shape, or a small push, raising the bar slightly higher for the project in question.





Gordon si racconta in libertà, generosamente, con la riservata eleganza con cui affronta la vita, il design, le passioni e la sua ricerca tra forma, materia, tecnica e processo. Lo studio è bellissimo. L'ingresso è quasi nascosto all'interno di una grande corte un po' speciale nella sua apparente "tipica tradizionalità" vecchia Milano grazie alla presenza inaspettata di una villa primi Novecento. Siamo in Chinatown, il quartiere che nel tempo si è aperto al mondo accogliendo l'universo migratorio dall'Oriente. Una bici appoggiata al muro, un ingresso minimo, sottili scalette "secondarie" costellate da opere di Giorgio Braghieri, di Gianfranco Pardi e del duo Kings. Arrivo a una semplice soglia. Mi danno il benvenuto la bella luce intensa di una vetrata e un'opera di Daniele Innamorato alla parete. E qui ci aspettano Gordon Guillaumier e il suo cane Ottone che ci accolgono con affettuosa gentilezza.

Tratta da un dialogo tra Maria Vittoria Capitanucci e Gordon Guillaumier, Milano, marzo 2024

Ci racconta come l'empatia con le persone e i luoghi sia per lui sostanziale e come, ventiduenne, dopo un anno sabbatico trascorso nella sua Malta, abbia deciso di spostarsi in Italia, inizialmente solo per un breve periodo, "un passaggio transitorio per frequentare una scuola di Design e poi spostarsi forse al Kings College di Londra". L'Italia era per lui qualcosa di distante, off the map. "La conoscevo secondo i classici cliché: Roma, Firenze, Venezia e Napoli, con il loro valore artistico. A parte qualche pezzo di design che amavo, l'unica cosa italiana che circolava in casa mia era la rivista Domus che arrivava a mio padre. Non conoscevo la lingua e tanto meno Milano. Suggesta da qualcuno per il suo ruolo nel mondo del design, che iniziava a interessarmi già moltissimo, è stata una scoperta: la città della moda, di tangentopoli, del fermento culturale". Solo a distanza di tempo si renderà conto che Milano (e l'Italia) fosse già presente nella sua storia familiare. Una riflessione giunta dopo, quando la breve esperienza di formazione si trasformerà nella scelta di restare permanentemente a Milano e scoprire il resto dell'Italia e del mondo, partendo da qui e sempre tornandoci.

La prima tappa nel mondo del design sarà lo IED. Non a caso sceglie Aldo Cibic come tutor di riferimento per il suo master alla Domus Academy, nonostante vi fossero anche altri docenti bravissimi con i quali però non si era creato quel feeling necessario alla creatività "Forse si tratta di una visione poetica - racconta in un italiano perfetto e sofisticato - ma sono convinto che nella professione di designer l'empatia sia un elemento imprescindibile. Incuriosito da tutto quel che è diverso da me, all'inizio mi è capitato di avventurarmi in relazioni con clienti che avevano visioni diverse, ma alla fine non si è andati troppo lontano."

Gordon ha avuto "maestri" di altissimo profilo. Dopo gli studi collabora con Enrico Baleri, imprenditore e grande uomo di cultura. "Tra i tecnografi - al tempo si disegnava su quelli - passavano i primi progetti di Philippe Stark e di Riccardo Dalisi, prima che in qualsiasi altra azienda. Quel periodo di training sul processo di sviluppo del prodotto visto da parte dell'azienda, cioè da "dietro le quinte", è stato davvero importante, mi ha insegnato cosa significava portare uno schizzo fino al prodotto finito". Poi il passaggio fondamentale in Driade con Enrico Astori, un'azienda con cui Gordon collaborerà a lungo e dove ha avuto l'opportunità di sviluppare alcuni progetti di Rodolfo Dordoni. Con lui condividerà parte della propria vita e un altro interessante ambito della sua ricerca: la progettazione di architettura e di interni. Facendo tesoro della sua esperienza, decide di disegnare personalmente alcuni pezzi. "Non è stato facile" - ricorda - "in fondo mi riconoscevano come un "interno" all'azienda... ma è stata una bella sfida. Presto sono nate le collaborazioni con Foscarini e con Bosa, certo piccole cose, ma in quegli anni c'era uno spirito meno competitivo ed era più semplice avere una visione completa di ciò che accadeva. Dagli anni '90 ad oggi è cambiata la scala di azione in questo settore che è diventato immenso".

Circa otto anni fa è iniziata l'avventura magnifica con Alf DaFrè. "Ero di ritorno da un viaggio in Cina, mi chiama Mariangela Viterbo, una delle persone che stimo di più nel mondo della comunicazione del design, e non solo, e mi parla di un suo cliente. Come dicevo, ho un grande rispetto professionale per lei e ho pensato che valesse la pena di indagare questa sua proposta, così è stato organizzato il primo incontro nel mio studio. Poi sono andato a trovarli nella loro realtà aziendale: per me la fabbrica è fondamentale per comprendere con chi mi confronto. Si è creato da subito un bellissimo dialogo. Come l'esordio di un rapporto richiede molte energie, anche l'avvio di una collaborazione professionale è importante". E aggiunge sorridendo: "Dopo quasi un decennio si è instaurato un rapporto diretto, una dimensione di dialogo umana e bellissima. Talvolta è Alf DaFrè a convocarmi sottoponendomi nuove iniziative, a volte sono io stesso a suggerire nuove proposte, in un proficuo scambio professionale".

Alf DaFrè è "una realtà aziendale con un approccio imprenditoriale diverso rispetto ad altri. Un atteggiamento libero, disponibile ad accettare anche alcune provocazioni e a sperimentare metodi di produzione e materiali innovativi, pur mantenendosi allineata ai propri parametri economico-finanziari". "In uno dei miei primi progetti di contenitori e madie, volevo usare il legno massello per seguire un ragionamento preciso: volevo ripensare un arredo tradizionale mantenendo la dimensione industriale per tornare un po' alle origini dell'azienda (fine anni '50), attraverso un metodo che esaltasse la qualità del materiale". Aggiunge entusiasta: "Mi sono trovato di fronte a un terreno molto fertile, con persone che avevano voglia di provare, senza timori... Del resto, se il mio design fosse basato solo sull'aspetto formale non avrei più nulla da dare, se invece si inserisce in un processo produttivo diverso, innovativo, questo per me è già un progetto...".

Così sono nati pezzi iconici come la madia Rigadin, realizzata in massello cannettato in superficie, che prende il nome dal termine veneziano usato per le canne dei vetrai. O il letto Jetty in cui è stata eliminata l'imbottitura lavorando sull'idea di "levare". O ancora il letto Neyó dove ritorna, inaspettata, una morbida sinuosità organica. Sono tre pezzi molto diversi tra di loro, testimoni di una posizione molto chiara sul design inteso non solo in quanto forma. Tre progetti tra i molti che, secondo Gordon, segnano in maniera significativa un percorso lungo e di grande condivisione all'interno di un'azienda unica nel suo genere e nelle sue visioni. La longevità dei rapporti con le aziende è per lui un elemento imprescindibile. "È un po' come realizzare un pezzo di design senza tempo, un evergreen che dà un'enorme soddisfazione all'autore e incarna anche un concetto di sostenibilità. Se i criteri sono giusti e continuano nel tempo si tratta di un obiettivo raggiunto per l'azienda e per il designer".

Anche il tema dell'architettura fa parte ormai da tempo della vita professionale di Gordon. La prima occasione è stata la casa per sé nella campagna di Noto, "una storia bella e privata, un progetto a quattro mani con Rodolfo Dordoni, che era architetto, e io no. Cambiando la scala mi sono divertito molto. È stata una sfida importante, con criteri molto diversi rispetto alla logica del design, un'opportunità per capire meglio lo spazio in cui gli arredi si collocano. Progettare un edificio richiede grande sensibilità perché è qualcosa che rimane nel paesaggio, una presenza con una vita molto lunga". È stato l'inizio di un percorso interessante, continuato nel tempo parallelamente alla sua dimensione di designer, come sottolinea lo stesso Gordon, "un percorso inverso a quello compiuto dagli storici architetti italiani che dall'architettura sono arrivati all'oggetto". Nella sua carriera i due mondi si intrecciano, così anche la sua riflessione sulla relazione tra "oggetto mobile" e "oggetto spazio", "una riflessione imprescindibile per chi si occupa di design".



Si raccontano con entusiasmo, passione, professionalità e chiarezza i protagonisti di Alf DaFrè, eredi di una storia bellissima. Un'avventura che comincia agli inizi degli anni '50 come cooperativa artigiana ALF (Artigiana Legno Francenigo) e proseguita, sei anni dopo, quando i due giovanissimi fratelli Piovesana, da semplici operai/artigiani, rilevano l'azienda portandola a essere una significativa realtà produttiva nell'Italia del dopoguerra, fino a creare negli anni '80 - con l'acquisizione della Da Frè - la realtà industriale oggi nota internazionalmente. Oggi sono i figli Maria Cristina e Piero Piovesana con Flavio Da Frè, insieme all'art director Brunella Vaccher, a narrare la storia e a dare vita alla visione che da sempre contraddistingue la filosofia del gruppo, quella di coniugare l'aspetto artigianale con quello industriale, dedicando grande attenzione ai clienti e al mercato, in un dialogo costante tra evoluzione dei sistemi di produzione e la lavorazione artigianale del legno. "Una tradizione che arriva da lontano, dalla storia più antica, quella dell'Arsenale di Venezia" racconta Maria Cristina Piovesana, Presidente e Amministratore delegato di Alf Group, Ufficiale al Merito della Repubblica Italiana e Cavaliere del Lavoro, nonché Premio Marisa Belisario 2021, il riconoscimento "alle donne che fanno la differenza".

È lei a rompere il ghiaccio, raccontando la storia dell'azienda e la sua vocazione all'ascolto, tra tradizione e contemporaneità: "In azienda abbiamo una collezione di circa 700 attrezzi del passato, tra questi un tornio in legno, magnifico che ci ricorda le nostre origini. È un piccolo museo" - aggiunge - "ma lo sguardo al passato per noi è anche il mezzo per collegarci al presente, al futuro e anche al territorio. La filiera produttiva è importantissima, sono gli artigiani specializzati che fanno la differenza, con le loro capacità nella realizzazione di dettagli."

Qual è l'elemento che ha determinato l'alchimia con Gordon Guillaumier?

MCP L'empatia. Gordon è un ottimo designer, su questo non ci sono dubbi, ma quello che mi ha colpita di lui è stata la calma e la sensibilità con cui ha approcciato l'azienda. Un atteggiamento dialogante e riflessivo, una capacità che abbiamo tutti molto apprezzato. Poi anche quella predisposizione a essere attento al dettaglio, declinando l'artigianalità nell'uso di materiali tradizionali con la modernità dei materiali contemporanei.

Qual è stato il progetto di Gordon per Alf DaFrè che più rappresenta/incarna questa vostra sintonia?

MCP Direi Rigadin, il primo pezzo realizzato insieme e forse anche quello che ha avuto anche maggior riscontro. Deve il nome al termine veneto che significa "righetta", riferito alla cannettatura che caratterizza il trattamento del legno di questa collezione (madia e tavolo) dai connotati tradizionali. Ecco, potrei aggiungere che Gordon è un abile interprete del legame progettuale e stilistico tra passato, presente e futuro.

BV Gordon è entrato nell'azienda un po' alla volta e con la curiosità di capire e declinare ogni progetto mettendo in relazione la creatività, l'abilità artigianale e la serialità industriale.

Dunque vi confrontate continuamente con lui anche nelle fasi di produzione e messa a punto?

BV Certamente, il progetto richiede diversi momenti di confronto ed il prototipo corretto nasce dalla messa a punto di successivi ragionamenti che mettono in relazione il dettaglio creativo artigianale, frutto di riflessioni progettuali sul materiale e la forma ed il processo industriale.

Una domanda per lei Flavio. In veste di consigliere delegato di Alf Group e di responsabile del dipartimento R&D (Research&Development) Alf DaFrè, come si è interfacciato con Gordon, anche per lei tutto si è svolto con grande naturalezza?

FDF Le proposte di Gordon hanno sempre incontrato la nostra attenzione, intendo dire che se non hanno trovato un'immediata fattibilità, con minimi aggiustamenti dovuti alla necessità di realizzazione, hanno poi trovato un completamento sempre molto vicino al suo progetto. Il dialogo tra il punto di vista realizzativo e il design ha sempre avuto una linearità, e con esso anche la scelta dei materiali.

Qual è il materiale di riferimento di Gordon?

FDF Sicuramente il legno e la sua lavorazione rappresentano l'elemento ed il carattere centrale del nostro gruppo, la cui anima è quella di un'azienda industriale del legno e del mobile, dai forti caratteri artigianali. È un mondo a cui Gordon fa riferimento, anche nella scelta dei materiali.

BV Vorrei aggiungere un appunto sulla forma. Gordon ama forme morbide e non troppo spigolose e tutti i prodotti disegnati per Alf DaFrè raccontano come linee arrotondate siano in sintonia anche con spazi dell'abitare più contenuti, sia per quanto riguarda il mobile ma anche l'imbottito.

Uno stile e un linguaggio che appartiene particolarmente a Gordon, lo contraddistingue, che voi avete scelto di assecondare...

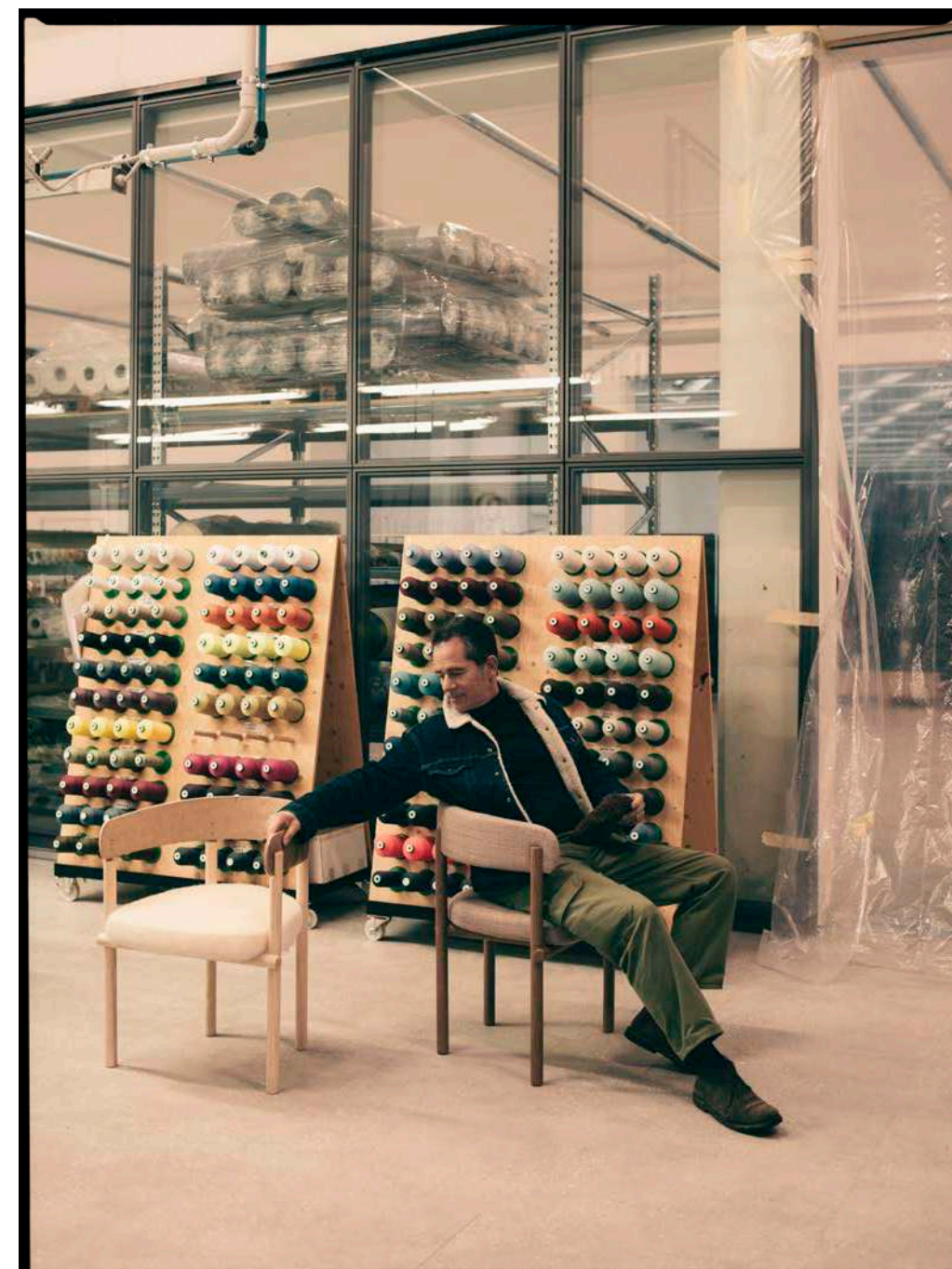
BV Sì, abbiamo scelto di assecondare questo linguaggio perché mantiene, nei singoli oggetti quel rapporto con la "falegnameria" ed il saper fare artigianale delle nostre origini. La parte industriale poi, si identifica con la produzione dei sistemi che raccontano altre storie dell'abitare.

Un aggettivo o un'espressione che descriva Gordon.

BV Lavorare con Gordon è rilassante. Tutte le proposte ed i ragionamenti sul progetto trovano lo spazio e il tempo della riflessione che coniuga il passato con il futuro.

FDF Rassicurante, nel senso che sia il rapporto che si è instaurato con lui, sia il prodotto che Gordon disegna per noi, hanno sempre una valenza rassicurante. Nelle forme morbide di cui si parlava in precedenza, nel gusto avvolgente degli arredi pensati per Alf DaFrè, nel modo di dialogare e nel confronto con noi permane sempre l'aspetto della rassicurazione.

MCP Per me è "passione". Ogni essere umano, in questo caso anche l'azienda stessa, aspira a una immortalità, a lasciare qualcosa che ci sopravviva. Questa dedica alla collaborazione tra Gordon e la nostra azienda vuole essere proprio questo. La passione può generare un figlio ma anche un'opera. In questo caso sono varie le opere nate dall'amore per il nostro lavoro, dalla passione per quello che facciamo, dal fatto di continuare quella tradizione italiana che ha generato opere senza tempo. Pensiamo che questa monografia, che abbiamo scelto di dedicare a Gordon, racconti progetti e valori che hanno dignità per continuare a esistere nel tempo. Non devono essere dimenticati, perché fanno parte di quel "genius loci" che ha radici molto lontane, appartiene al nostro popolo e genera la bellezza che ci circonda. Questa monografia, dunque, vuole andare oltre il prodotto, si tratta quasi di un atto di amore nei confronti del bello, del benfatto e del sostenibile che è tipico del fare italiano. Inoltre, in un momento storico in cui si fanno solo sogni molto contenuti, in cui c'è una carenza di ambizione, avere la capacità di sognare ancora in grande, ritengo possa essere un esempio. Basta fare sogni piccoli!





Gordon tells his story freely, generously and with the elegant reserve he embraces life, design, his passions and his research into shapes, materials, techniques and processes. His studio is amazing. The entrance is hidden in a large courtyard that is rather special due to its apparent “typical traditional” old-Milan look, home to an unexpected early 20th century villa. We’re in Chinatown, the neighbourhood which has, over time, opened up to the world, welcoming a stream of migrants from the East. There’s a bicycle leaning against the wall, a minimalist entrance and streamlined “secondary” steps peppered with works by Giorgio Braghieri, Gianfranco Pardi and the Kings duo. I come to an unassuming threshold and am greeted by the fantastic, intense light of a floor-to-ceiling window and a work by Daniele Innamorato hanging on the wall. Here, Gordon Guillaumier and his dog Ottone greet us with a warm, friendly welcome.

Excerpt of a discussion between Maria Vittoria Capitanucci and Gordon Guillaumier, Milan, March 2024

He tells us how empathising with people and places is essential for him and how aged just twenty-two, after taking a year off in his birthplace Malta, he decided to move to Italy, initially only for a short while, “as a transition phase to attend a Design school and then perhaps move on to Kings College in London”. For him, Italy was something distant, off the map. “All I knew about it were the classic clichés: Rome, Florence, Venice and Naples, with their art and history. Aside from a few firm favourite design pieces, the only Italian thing I had in my home was the Domus magazine my dad subscribed to. I couldn’t speak Italian and had never been to Milan. Since someone had suggested it for the role it played in the design world, which I was already showing a keen interest in, it was a delightful discovery: the city of fashion, of Tangentopoli, of cultural effervescence”. It is only after some time that he realised that Milan (and Italy) were actually already part of his family history. He only reached this conclusion at a later date, when his brief training experience turned into a decision to stay in Milan permanently and discover the rest of Italy and the world, departing from here and returning every time.

His first stop in the world of design was the Istituto Europeo di Design (IED). It is certainly no coincidence that he chose Aldo Cibic as his tutor for his master’s at the Domus Academy, despite the fact there were also many other excellent lecturers, with whom he had however not formed that special bond required for creativity. “Perhaps I have a poetic vision – he explains in perfect, sophisticated Italian – but I am convinced that empathy is an essential quality for a designer to succeed. Although I am curious about everything different from me, I did occasionally venture into relations with clients who saw things differently from me, but in the end our collaboration didn’t get very far.”

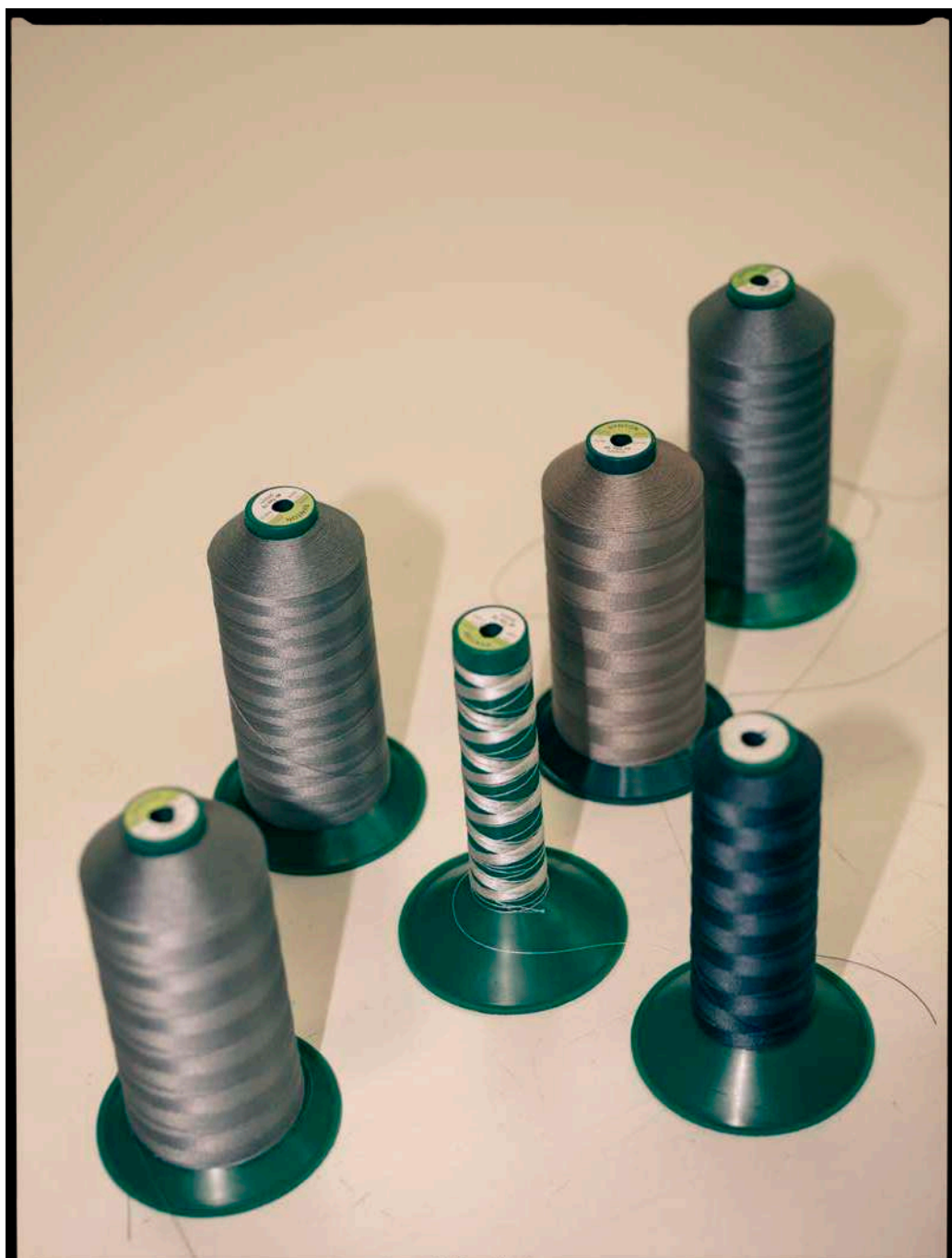
Gordon has had teachers of the highest calibre. Once he had completed his studies, he worked together with Enrico Baleri, an entrepreneur and great cultural connoisseur. “The drafting machines – which is what was used at the time for technical drawings – played host to the first designs of Philippe Stark and Riccardo Dalisi, before any other company. That time spent learning about the product development process from the company’s perspective, in other words ‘behind the scenes’ was very important, as it taught me what it means to take a sketch and turn it into a finished product”. Then came the essential move to Driade with Enrico Astori, a company with which Gordon worked extensively and during which time he had the opportunity to develop several designs by Rodolfo Dordoni. He shared part of his life with him, along with another interesting aspect of his research: architectural and interior design. Delving deeply into the experience gained, he decided to design a few pieces himself. “It wasn’t easy” – he recalls – “people knew me as someone who worked at the company... but it was a fantastic challenge. Partnerships with Foscarini and with Bosa were soon established, just small things, but at the time things were less competitive and it was easier to have a complete view of what was going on. Since the nineties, the scope of action in this sector has grown exponentially”.

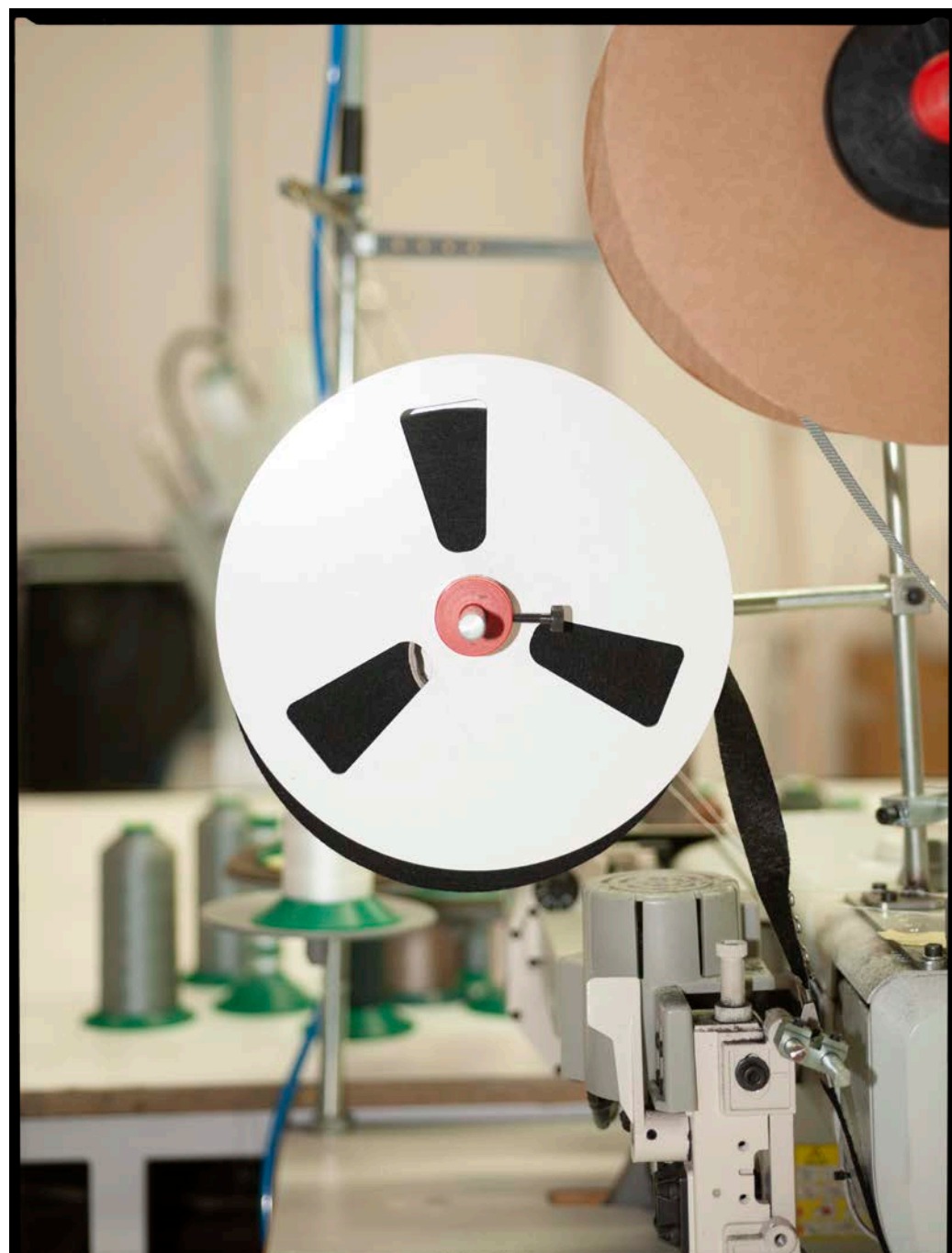
The magnificent adventure with Alf DaFrè began about eight years ago. “I had returned from a trip to China and got a call from Mariangela Viterbo, one of the people I respect the most in the world of design communication, and beyond, and she started telling me about one of her clients. As I mentioned, I have a profound professional respect for her and decided it was worthwhile looking into this offer, so our first meeting was set up in my studio. Afterwards, I went to visit the company headquarters: for me, the factory is essential to understanding who I’m dealing with. We immediately hit it off. Just as the start of a relationship requires plenty of energy, the launch of a professional partnership is very important”. Smiling, he adds: “After almost a decade, a genuine connection was formed, allowing for a human and deeply meaningful dialogue. Sometimes it’s Alf DaFrè who contacts me, suggesting new initiatives, and other times I’m the one suggesting a new idea, in a productive professional exchange”.

Alf DaFrè is “a company with a different business approach compared to other brands. It has a free attitude, willing to accept certain provocations even and to experiment with innovative materials and manufacturing methods while remaining in line with its economic and financial parameters”. “In one of my first designs of storage units and cabinets, I wanted to use solid wood in line a specific concept: I wanted to re-style a traditional piece of furniture while retaining its industrial dimension to go back to the company’s roots (in the late 1950s), using a method that elevated the quality of the material”. He enthusiastically adds: “I discovered a rich and promising landscape ripe for exploration, the people were willing to try, without fear... Besides, if my design were based solely on the formal aspect, I would have nothing more to give, but instead if it becomes part of a different, innovative manufacturing process, that is already a design in itself...”.

That’s how iconic pieces such as the Rigadin cabinet came to be. It is made of fluted solid wood, named after the Venetian term used for a glass blower’s rod. Or the Jetty bed, from which the padding has been removed based on the concept of taking away. Or even the Neyō bed, where a soft organic sinuosity makes a come back. These three pieces differ greatly from one another, bearing witness to a very clear take on design seen not only as form. They are just three of the many designs that, according to Gordon, have made a significant impression on a long, shared journey within a unique company with an original vision. Establishing durable relations with companies is essential to him. “It is a little like making a timeless design piece, an evergreen which is a source of great satisfaction to the author while also embracing a concept of sustainability. If the criteria are right and stand the test of time, then the goal has been achieved by both the company and the designer”.

Architecture has also been part of Gordon’s professional life for some time now. His first encounter dates back to his country house in Noto, “a beautiful and private story, a joint project with Rodolfo Dordoni, who was an architect, and I wasn’t. I had so much fun replacing the staircase. It was a major challenge, with extremely different criteria from the logic of design – it was an opportunity better to understand the space where furniture fits in. It takes a great deal of sensitivity to design a building because it is something that stays in the landscape, a presence with a very long life”. It was the beginning of an interesting journey, which continued over time in parallel with his activities as a designer, as Gordon himself outlines, “the opposite journey to the one taken by historic Italian architects who came to the object from architecture”. The two worlds have meshed together throughout his career, as has his thoughts on the relationship between ‘furniture object’ and ‘space object’, “an essential concept for those who focus on design”.





An enthusiastic, passionate, professional and clear tale of the stars of Alf DaFrè, heirs of an amazing story. The adventure began in the early 1950s as the artisan cooperative ALF (Artigiana Legno Francenigo) and continued, six years later, when the two young Piovesana brothers, mere workers/craftsmen, took over the company and turned it into a remarkable production concern in post-war Italy, subsequently creating, in the eighties, the internationally renowned industrial concern it is today through the acquisition of Da Frè. Today, their children Maria Cristina and Piero Piovesana along with Flavio Da Frè, together with the art director Brunella Vaccher, continue to tell the tale. They bring to life the vision which has always underpinned the group philosophy: combining the artisan aspect with the industrial dimension, focusing on customers and the market as priorities, in an unwavering dialogue between the developments of manufacturing systems and artisan woodworking. "A tradition that comes from a distant place, from the oldest story, the story of the Venice Arsenale" explains Maria Cristina Piovesana, Chair and CEO of the Alf Group, who holds the Order of Merit for Labour from the Republic of Italy and has also been awarded the 2021 Marisa Bellisario Award dedicated to "women who make a difference".

She is the one who breaks the ice, telling the story of the company and its commitment to listening, striking the balance between traditional and contemporary: "We house a collection of about 700 pieces of equipment from the past in the factory, including a wonderful wooden lathe, which reminds us of our roots. It's a little museum," she adds, "but looking at the past is for us also a way to link back to the present, to the future, and to the local territory. The production supply change is extremely important, as the specialist craftsmen make the real difference, with their skills in crafting details."

What exactly triggered the alchemy with Gordon Guillaumier?

MCP It was empathy. Gordon is an outstanding designer, there is no doubt about it, but what struck me about him was how calmly and sensitively he approached the company. We all really appreciated his attitude, and his open, thoughtful dialogue. As well as his impeccable attention to detail, embracing flawless craftsmanship while using traditional materials with the modernity of contemporary materials.

Which of Gordon's projects for Alf DaFrè best represents/embodies this connection?

MCP I would say Rigadin, the first piece we made together and perhaps also the one that proved most successful. It owes its name to the Venetian term for "little line", which refers to the fluting that distinguishes the wood treatment in this collection (cabinet and table) with a traditional look. I could in fact add that Gordon is a skilled interpreter of the stylistic and design-based bond between the past, present, and future.

BV Gordon gradually became part of the company, curious to understand and interpret each project, combining creativity, craftsmanship, and industrial mass production.

So you discuss everything with him, even during the production start-up and tuning phases?

BV Of course, the project requires several opportunities for discussion and the correct prototype stems from the fine-tuning of subsequent processes, which interconnect the creative artisan detail resulting from design reflections on the material, the shape and the industrial process itself.

I have a question for you Flavio. As MD of the Alf Group and head of the Alf DaFrè R&D department, how did you communicate with Gordon? Was it all entirely natural for you too?

FDF Gordon's suggestions have always caught our attention; what I mean is that even if they were not immediately feasible, with just a few adjustments due to the actual implementation requirements, we have always succeeded in completing the concept as closely as possible to his original design. The dialogue between the implementation perspective and the design concept has always been linear, as has the choice of materials.

Which is Gordon's reference material?

FDF Definitely wood and wood processing constitute the core element and character of our group. We're an industrial wood and furniture manufacturer at heart, with strong artisan links. This is a world that Gordon consistently refers to, also in his choice of materials.

BV I would like to add a comment on shape. Gordon loves soft shapes that are not too jagged or sharp and all the products he has designed for Alf DaFrè demonstrate how rounded silhouettes are in sync even with the most compact domestic spaces, both in regard to the cabinet as well as the upholstery.

A style and a language that belong especially to Gordon, distinguishing him, which you decided to embrace...

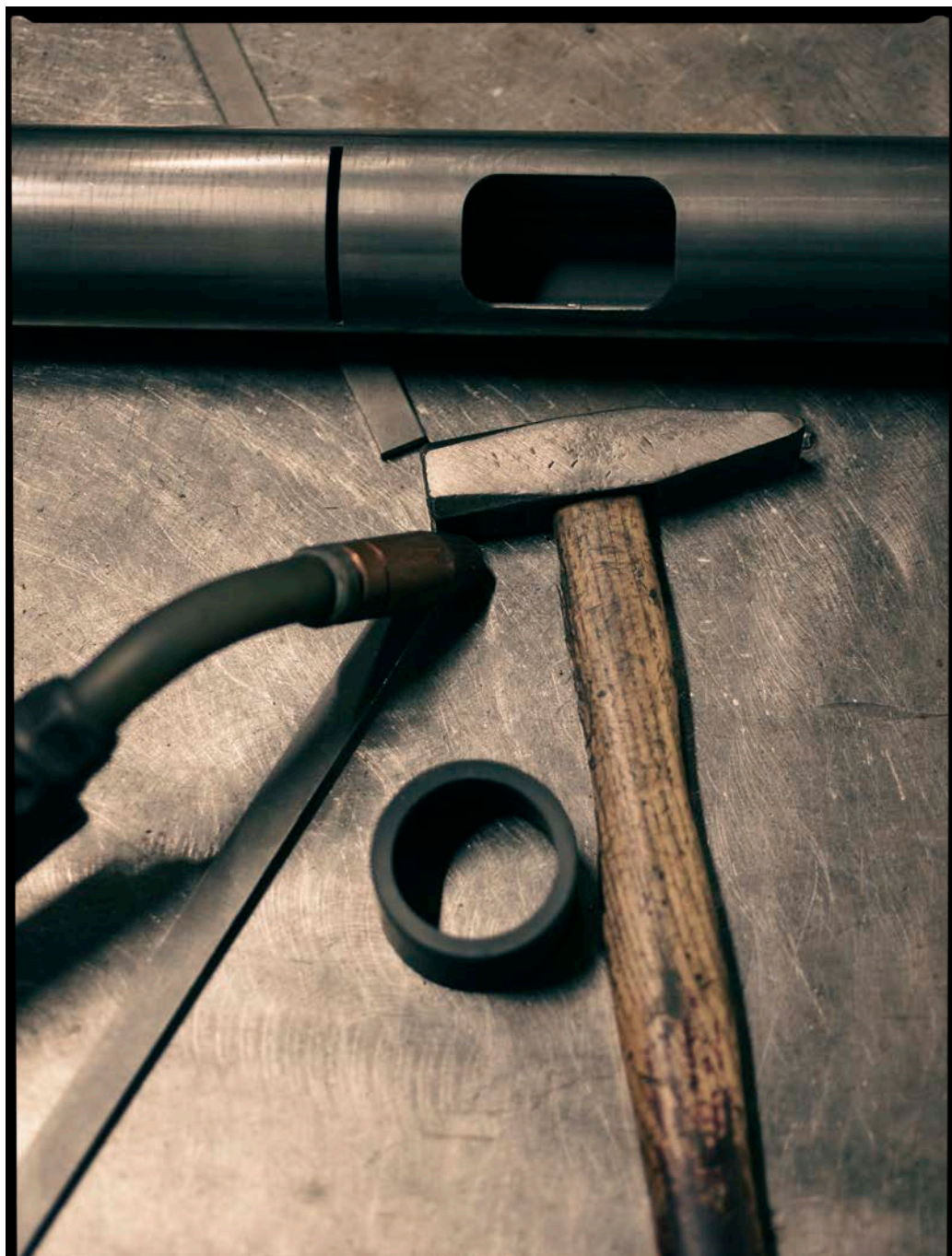
BV Indeed, we decided to embrace this language because, in every single item, it retains that relationship with "carpentry" and the craftsmanship expertise of our roots. As for the industrial part, it can be seen in the production of systems that tell other lifestyle stories.

What adjective or expression would you use to describe Gordon?

BV Working with Gordon is relaxing. All the proposals and thoughts about design find the right space and time for reflection combining past and future.

FDF Reassuring, meaning that both the relationship established with him and the product Gordon designs for us always have a reassuring value. In the soft shapes mentioned a little earlier, in the enveloping allure of the furniture designed for Alf DaFrè, in the way of liaising and discussing projects with us, that feeling of reassurance always prevails.

MCP For me, it is passion. Every human being, in this case even the company itself, aspires to immortality, to leave a legacy. This partnership between Gordon and our company aims to be just that. Passion can generate a child but also a masterpiece. In this case, multiple masterpieces were born from our love of the job, from our passion for what we do, from pursuing that Italian tradition that has generated timeless masterpieces. We believe this monograph, which we want to dedicate to Gordon, tells the story of designs and values that are worthy of becoming a legacy. They should not be forgotten, because they are part of that genius loci with very distant roots, it belongs to our people and generates the beauty that surrounds us. This monograph therefore aims to go beyond the product and is almost an act of love towards what is beautiful, well crafted and sustainable, all typical features of Italian know-how. In addition, at a historic time when people can only afford limited dreams, when there is a shortage of ambition, having the ability to dream big should in my opinion serve as an example to us all. Small dreams can wait. Let's chase the big ones!





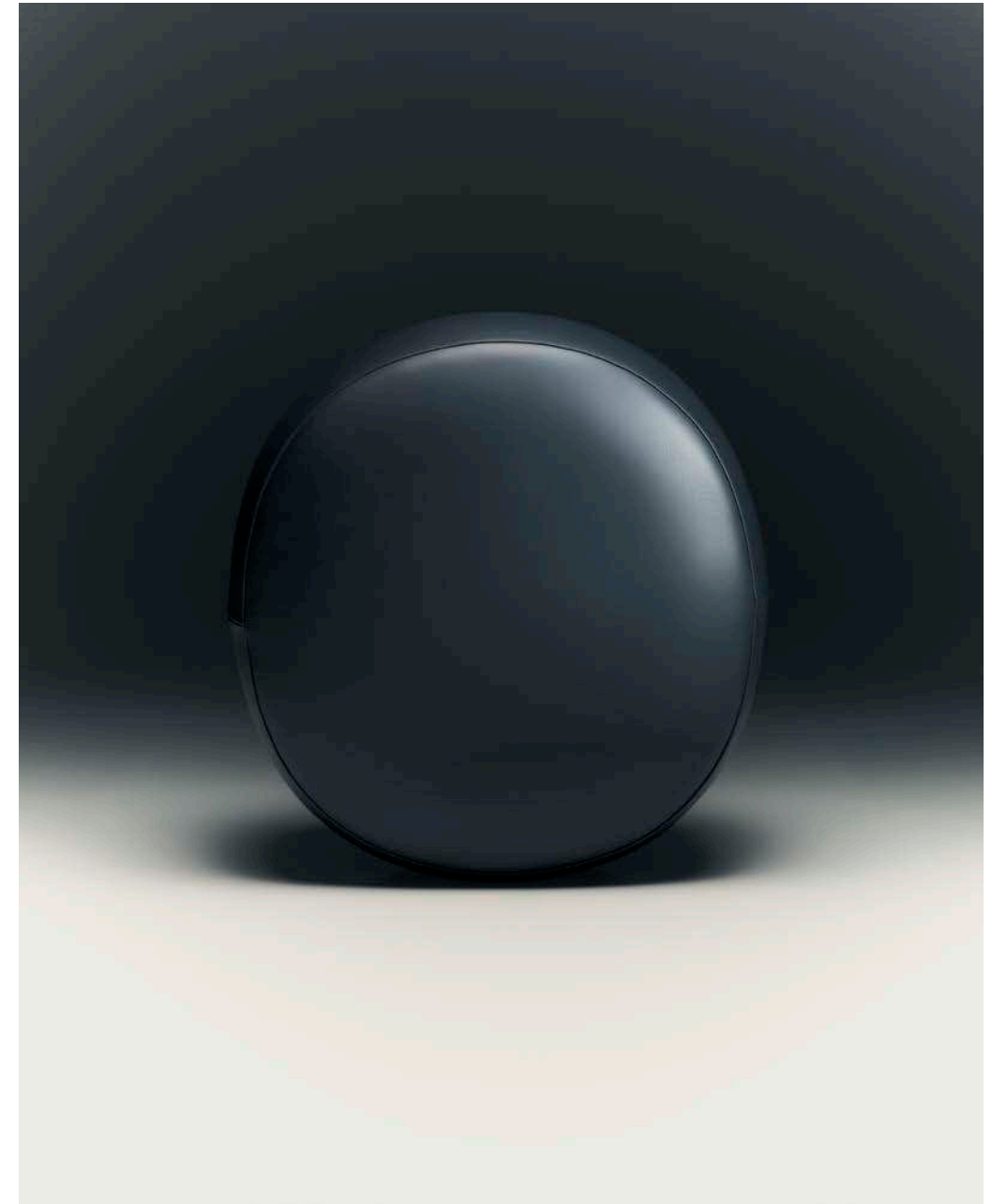
Sobi, sofa

Un disegno dove la matita non si solleva mai dal foglio: in un progetto senza soluzione di continuità. — A seamless design traced without the pencil ever leaving the page.



Sobi, sofa with lounge end unit

La forma asseconda la sostanza, creando un'estensione di sagoma per accogliere diverse posizioni di seduta. — Form follows substance, extending the limits of its contours to accommodate different seating positions.



Sobi, footstool

Autentico punto di sospensione: unica forma possibile per staccarsi da terra comodamente. — An authentic suspension point: the only possible form lifting you effortlessly off the ground.



Sobi, armchair



Archetipo della poltrona nella sua forma essenziale. — An archetypal armchair in its purest form.



Rigadin, table



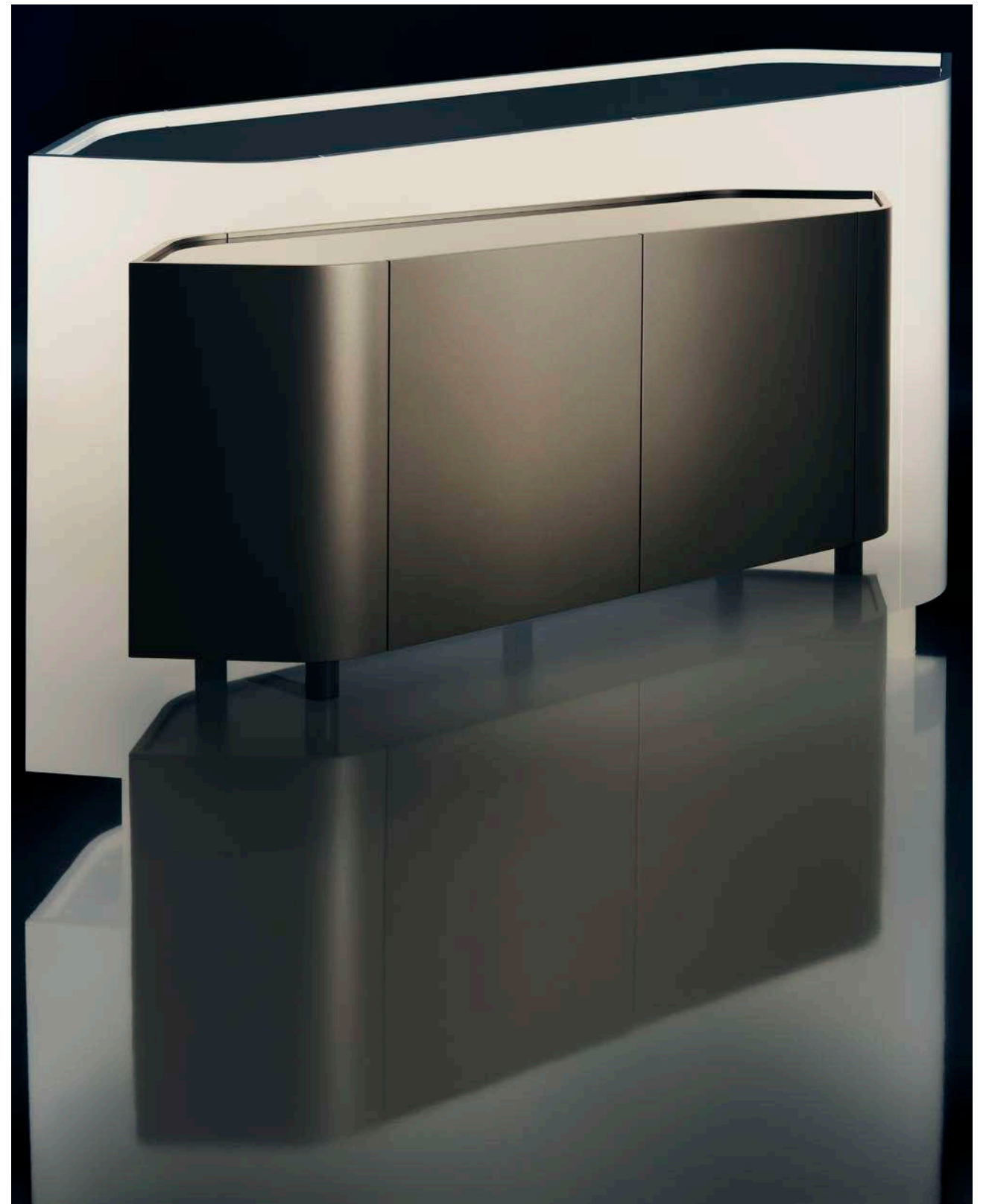
Rigadin, sideboard

Una texture verticale e ordinata che accompagna geometrie pure: mosse solo dalla vibrazione della superficie, in un continuo chiaroscuro. — An orderly vertical texture accompanies pure geometric lines, shaken only by the vibrations of the surface finish in a continuous chiaroscuro contrast.



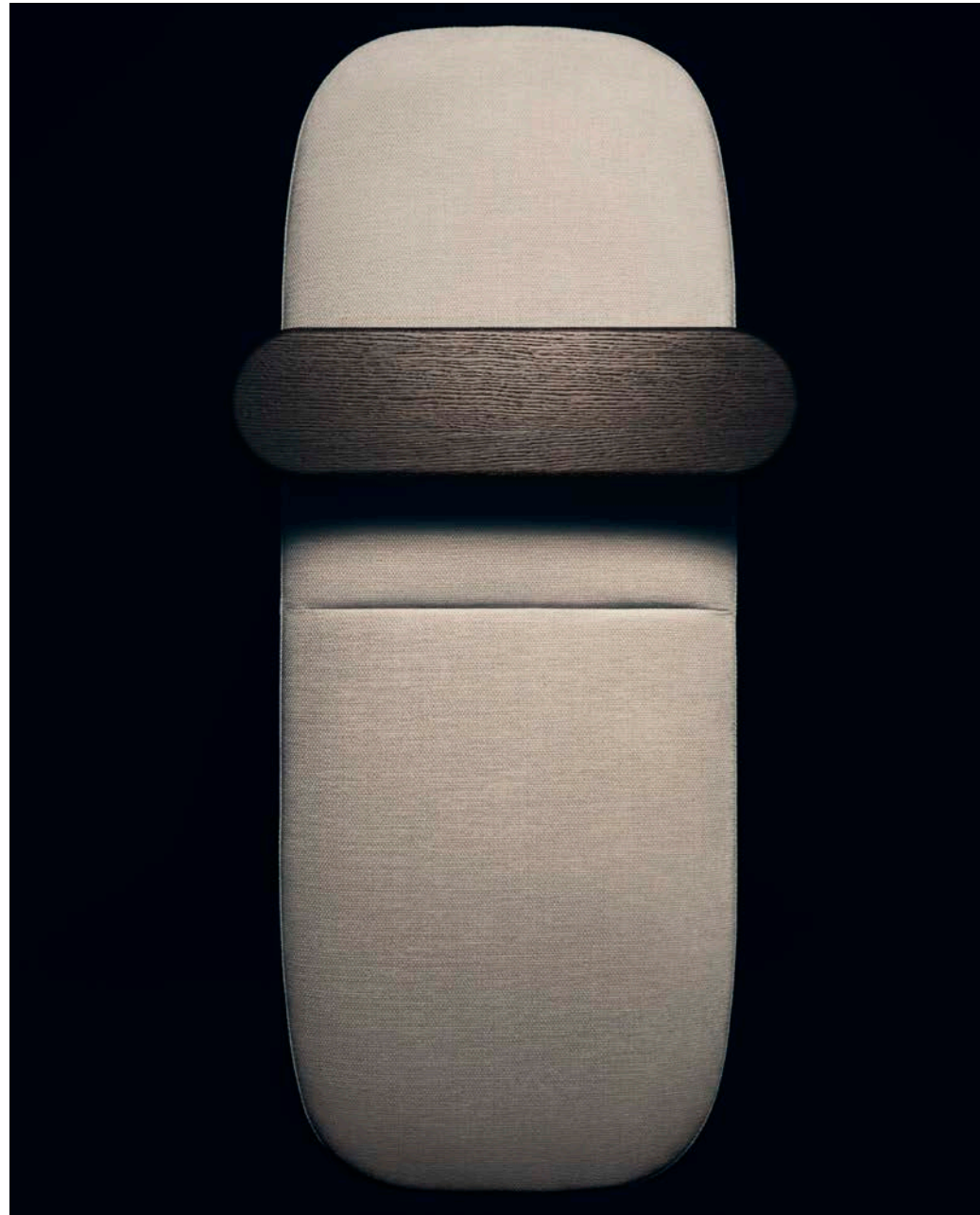
Tsuki, occasional table

Forme levigate dal tempo diventano istanti dell'abitare, isole flottanti che chiosano lo spazio e lo rendono luogo. — Forms polished by the passage of time morph into moments of everyday living: floating islands that punctuate the space and make it a place.



Gioberg, sideboard

Un cristallo che sembra fendere l'aria anche nella sua staticità. Un monolite minimamente segnato nella sua funzionalità, la cui forma è già custode del contenuto. — A crystal pierces the air, even in its static nature. A minimally marked monolith in its functionality, whose form is already guardian of the content.

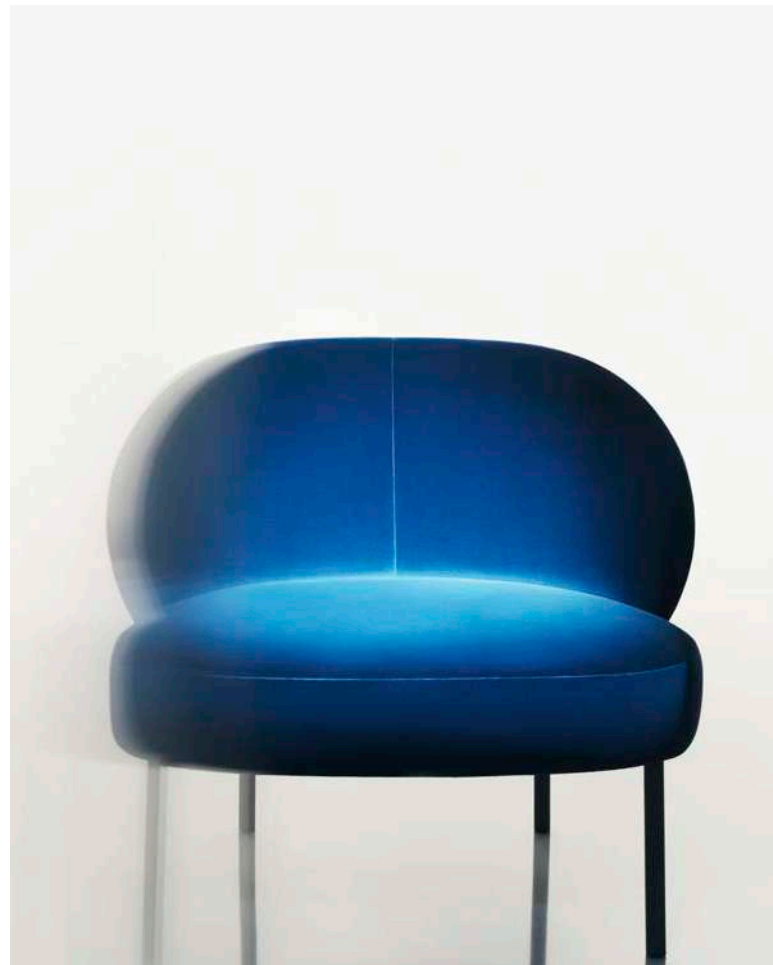
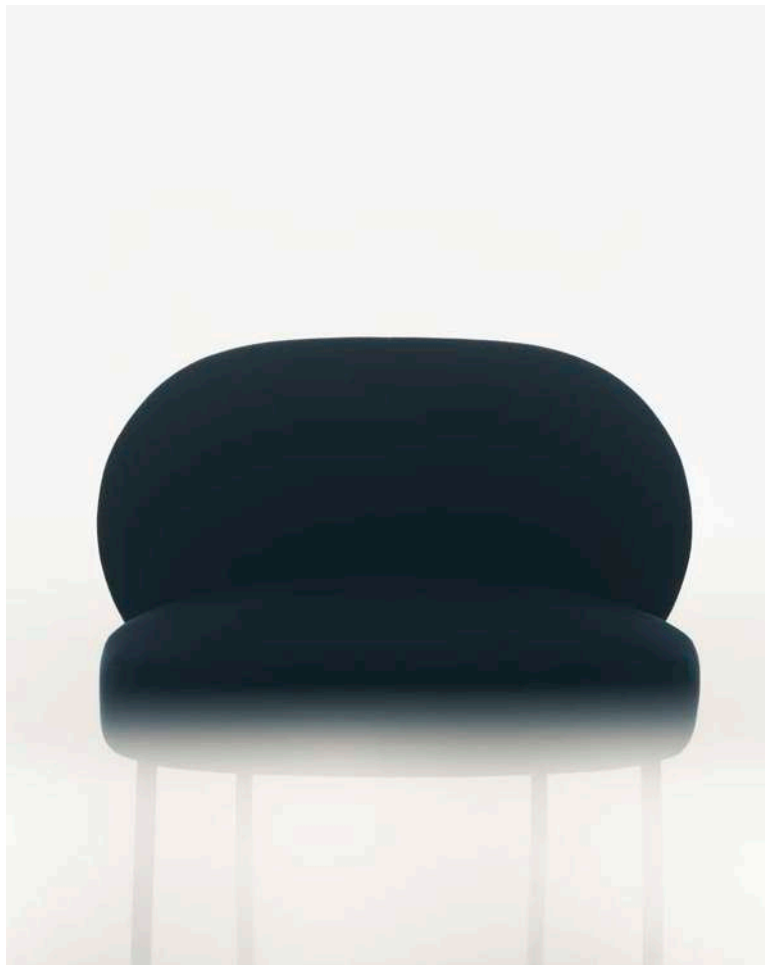


Raku, bench



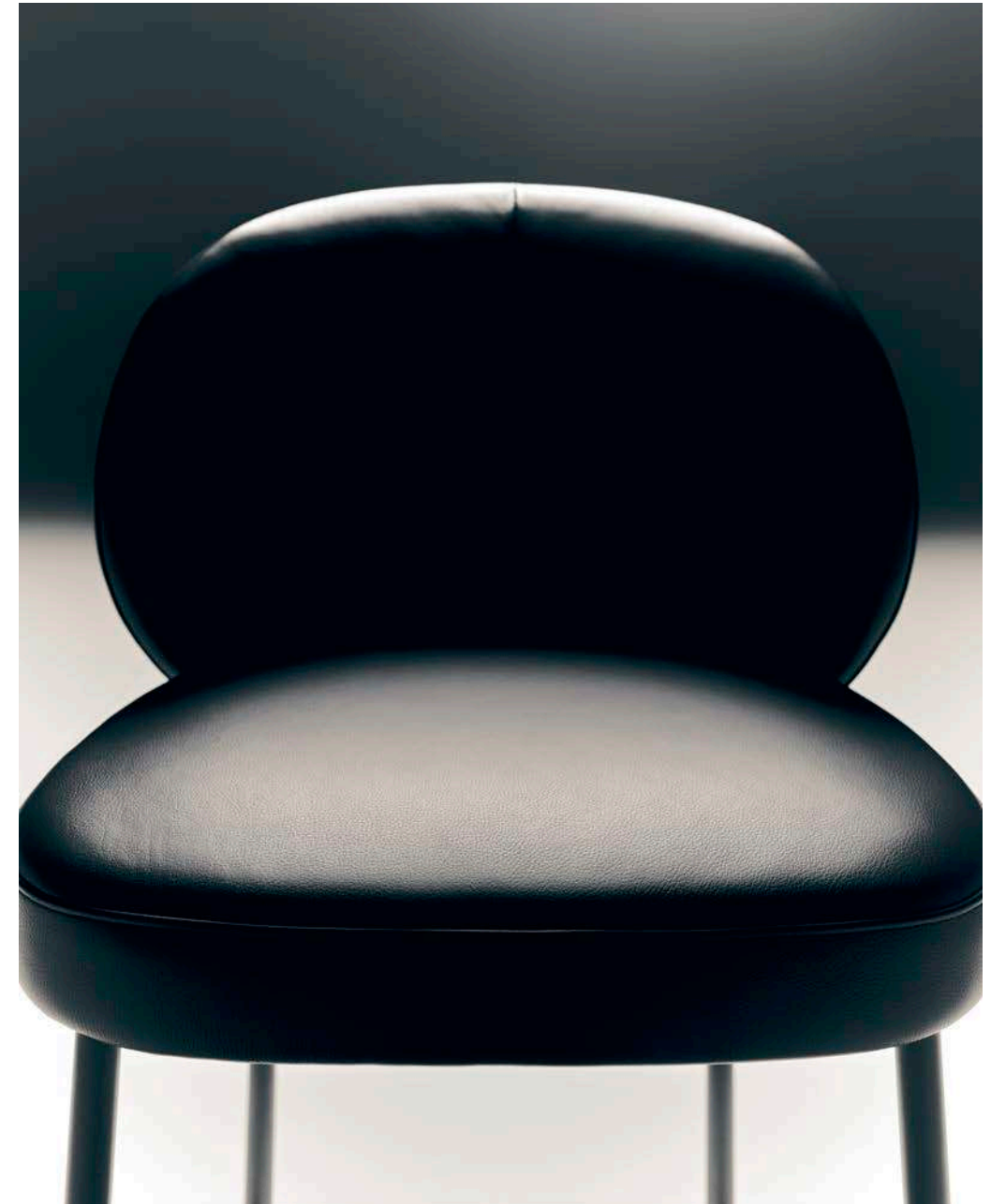
Raku, sofa

Composizione di forme semplici, assemblate solo a contatto nella sezione schematica di una seduta: la semplicità come scelta di creatività. — Composition of simple shapes, touching only schematically at the cross-section of the seat: simplicity as a creative choice.

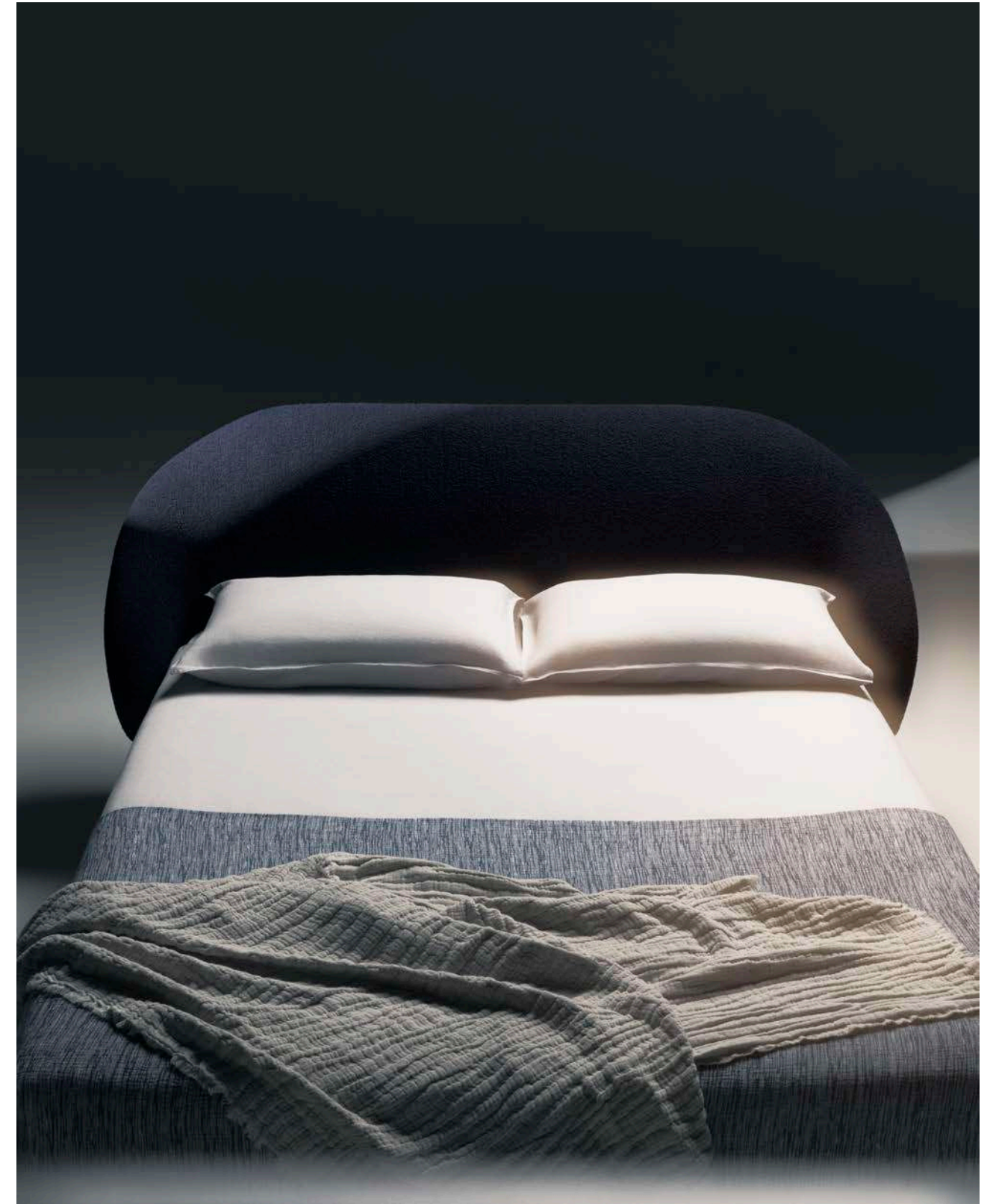


Raku, armchair

Le stesse forme, scomposte o dimensionalmente scalate, diventano panca, poltroncina o sedia: declinazione della creatività, senza perderne la semplicità. — The same shapes, broken down or scaled to size to become bench, armchair or chair: a form of creativity that leaves simplicity untouched.



Raku, chair



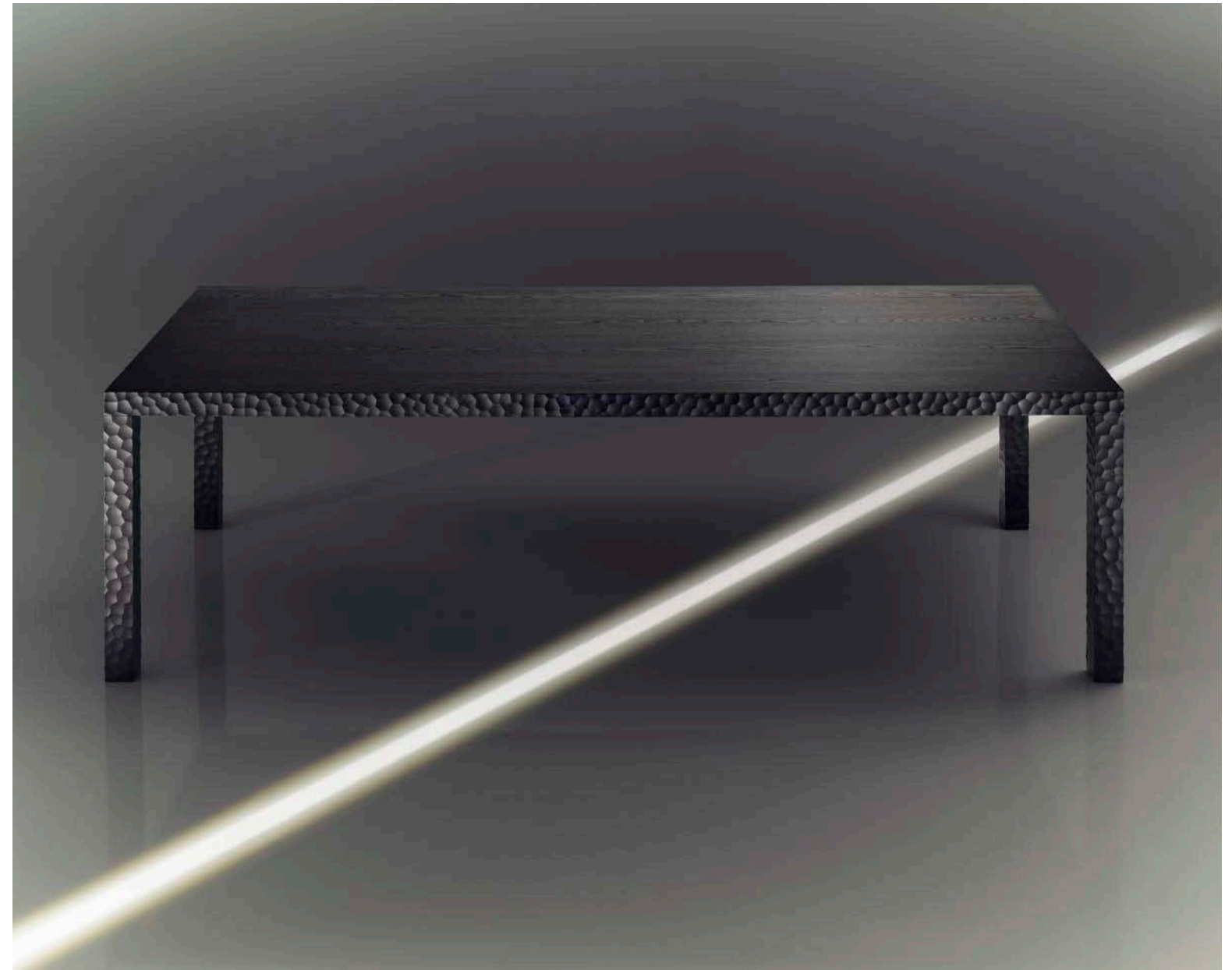
Yume, bed

Se Morfeo di notte prende la forma dei sogni, la sagoma di questo letto ne racconta altre interpretazioni possibili. — As Morpheus takes the shape of dreams at night, this bed's silhouette narrates other possible interpretations.

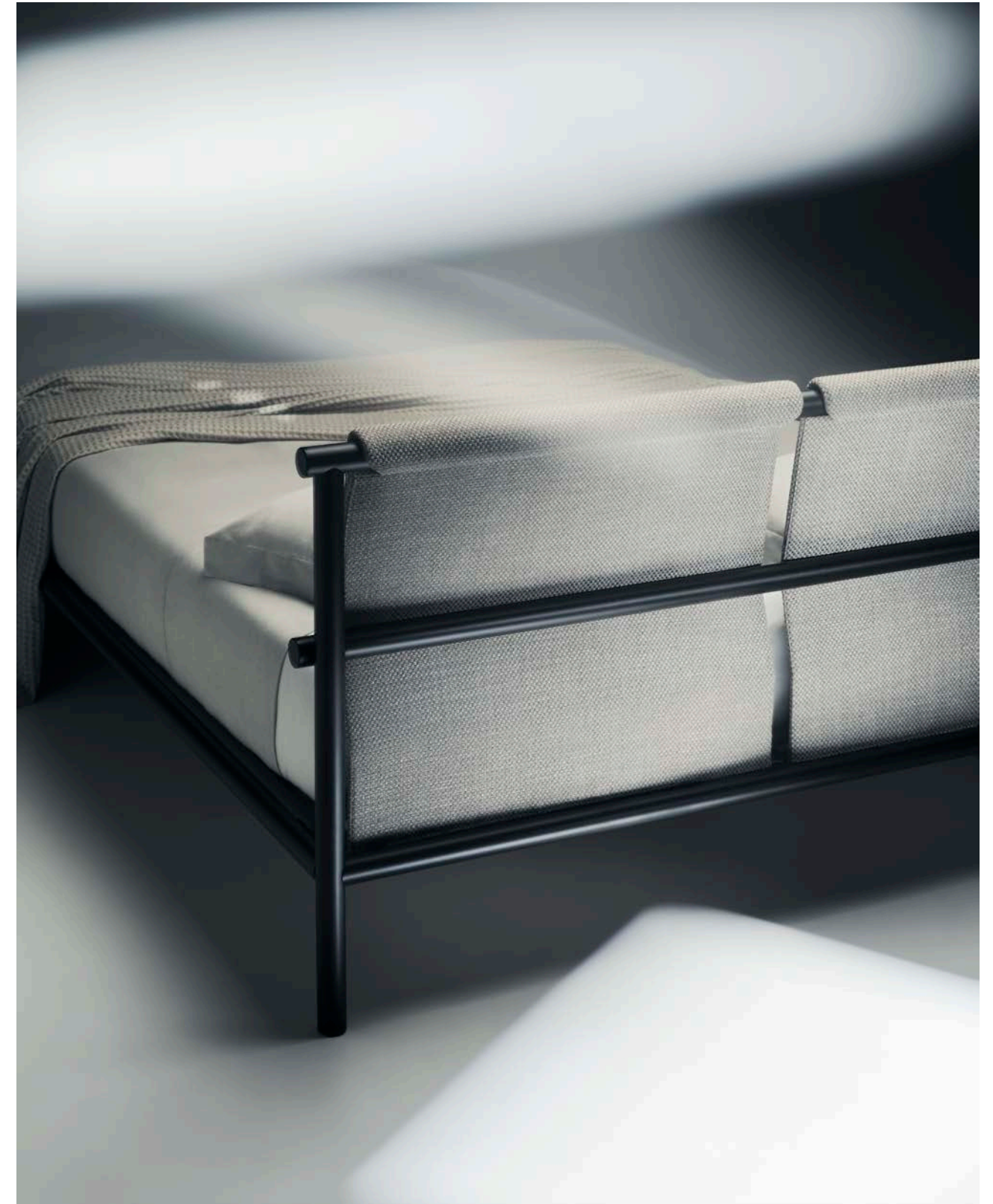


Gubia, sideboard

Volumi geometrici come scolpiti sulla superficie: la sottrazione di materiale diventa momento di definizione della forma e del decoro. — Geometric volumes are sculpted into the surface: by taking away material, the form and finish come into focus.



Gubia, table



Jetty 2, bed

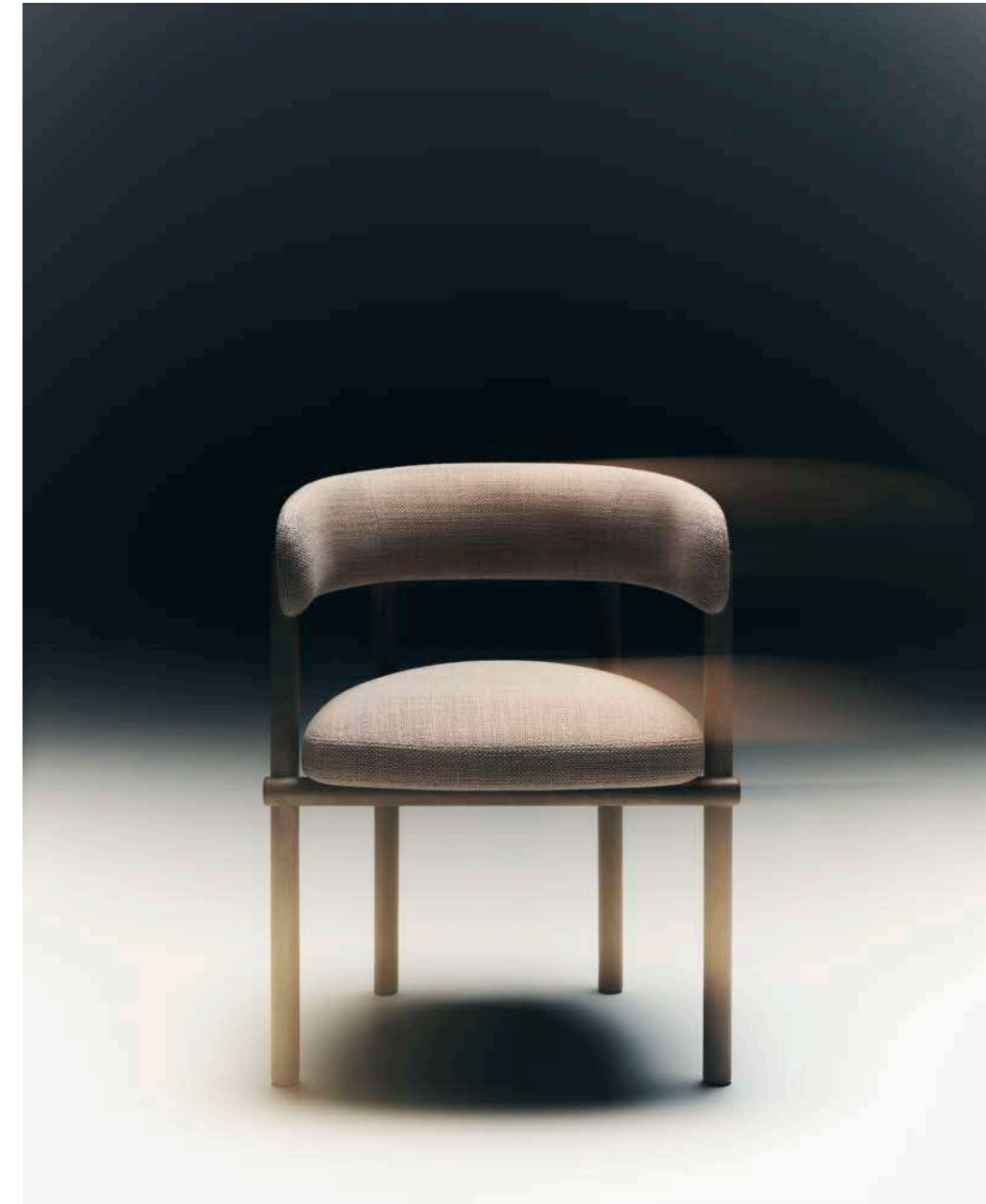
Linee dritte e schematiche svelano l'inaspettata leggerezza di un letto disegnato in un wireframe e riempito nel volume dallo stesso materasso. — Straight, schematic lines reveal the unexpected lightness of the bed designed in a wireframe. The mattress itself is what gives substance to the form.



Pols, table



La superficie del piano, leggermente mossa in un liquido vibrare, in trasparenza mostra l'incastro e svela il dettaglio come cifra progettuale: tra passato e sempre. — The surface of the tabletop undulates delicately with see-through liquid vibrations, revealing the interlocking structure below. Details turn into design features, suspended between past and the forever.



Stiks, chair

Una seduta che si racconta nella razionale e ortogonale struttura, a cui si contrappongono le curve concave e convesse degli imbottiti: in un equilibrio di stili che diventa stile. — This seat is defined by its rational, orthogonal structure, contrasted by the concave and convex curves of the upholstery in a balanced mixture of styles that becomes style itself.



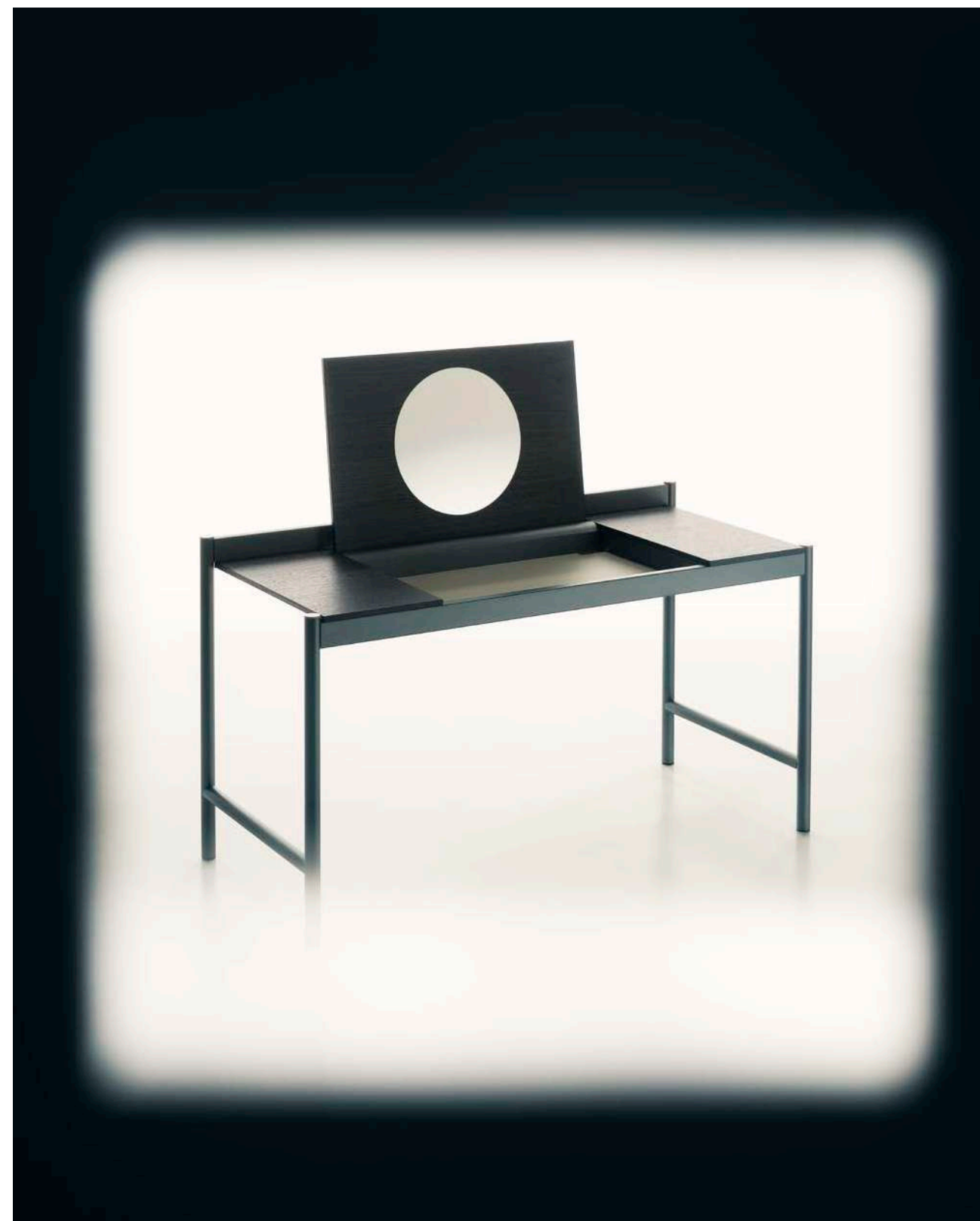
Neyō, bed



Il concetto di ospitalità trova il suo punto di tangenza in questo progetto: non un semplice arredo, ma un autentico luogo del riposo con una definizione spaziale e di confini. — Hospitality has found its tangential point in this design: more than a simple piece of furniture, it represents an authentic place for rest, clearly defined within the boundaries of space.



Neyō, occasional table



Yukio, desk

In una composizione tridimensionale di sole linee e superfici bidimensionali, il piano si ribalta a svelare un sottofondo dal volume invisibile: una piccola magia, che ci riporta a quando si stava sui banchi di scuola. — In a three-dimensional design made up of only two-dimensional lines and surfaces, the top lifts up to reveal a hidden space below: a touch of magic to take you back to your school days.

Concept and design
Multi Form
Photographs
pp. 02-31
Andrea Ferrari
Still life photographs
pp. 33-63
Mattia Balsamini
Post production
Alessandra Distaso
Styling
Bruna Vaccher
Rosanna Bignucolo
Claudia Barberi
Interviews
Maria Vittoria Capitanucci
Enrico Morteo
Product texts
Massimiliano Di Bartolomeo
Copy editing
Studio Viterbo
Translations
Lexilab
Pre-press and printing
Sincromia
COM. 240285

First Edition 04.2024

ALF UNO Spa
Via S. Pio X 17
31018 Francenigo di Gaiarine
Treviso, Italy
www.alfdafre.it

T +39 0438 997111
F +39 0438 997245 (Italy)
F +39 0438 997246 (estero)
E alf@alf.it

ALF UNO Spa è certificata
ISO 9001:2015
ALF UNO Spa is certified
by the ISO 9001:2015

Alf DaFre®



p. 33
Sobi, sofa



p. 34
Sobi, sofa with lounge end unit



p. 36-37
Sobi, armchair



p. 35
Sobi, footstool



p. 45
Raku, sofa



p. 44
Raku, bench



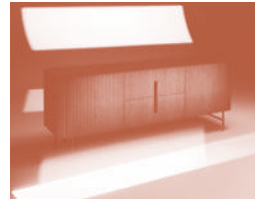
p. 46
Raku, armchair



p. 47
Raku, chair



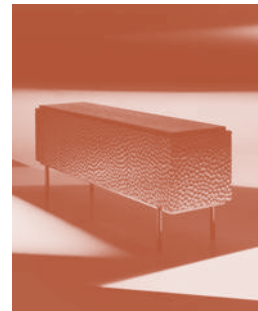
p. 38
Rigadin, table



p. 39
Rigadin, sideboard



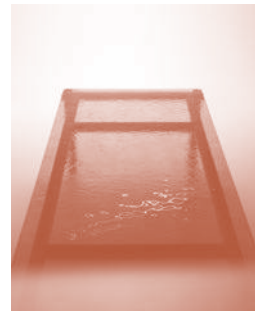
p. 43
Gioberg, sideboard



p. 51
Gubia, sideboard



p. 53
Gubia, table



p. 56-57
Pols, table



p. 59
Stiks, chair



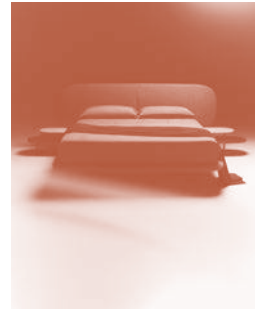
p. 63
Yukio, desk



p. 49
Yume, bed



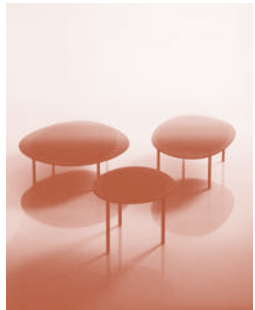
p. 55
Jetty 2, bed



p. 60-61
Neyō, bed



p. 62
Neyō, occasional table



p. 41
Tsuki, occasional table

