

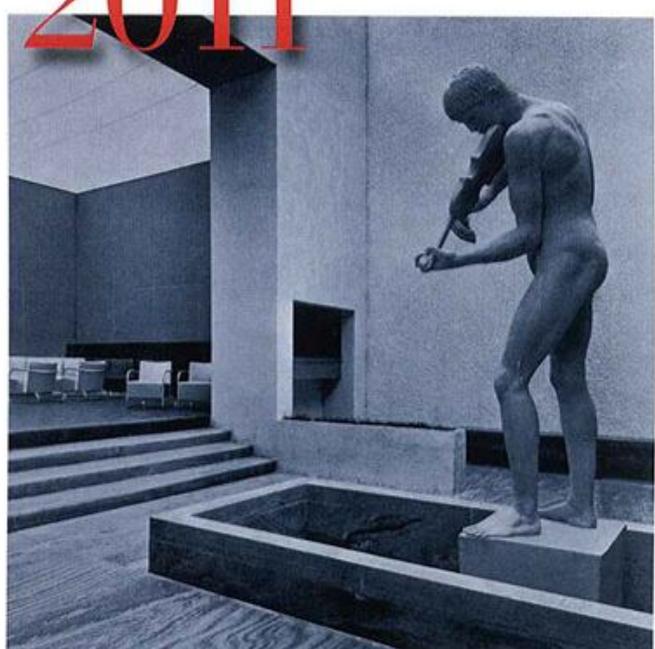
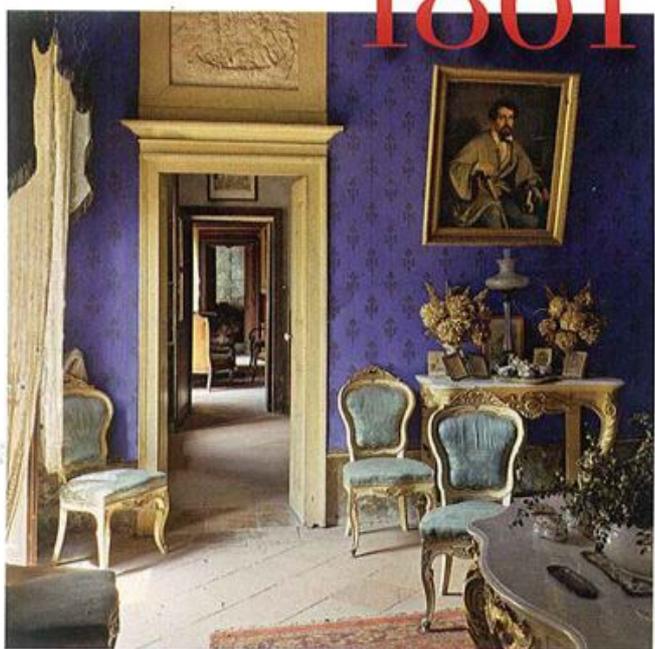
RIVISTA
DI
NUMERO
DA COLLEZIONE
30th Anniversary

AD

N. 366 - NOVEMBRE 2011
€ 3,50
Poste Italiane Spa - Sped. A.P.
D.L. 353/03 Art. 1, Cm. 1, DCB MI
EDIZIONE ITALIANA

ARCHITECTURAL DIGEST. LE PIU' BELLE CASE DEL MONDO

1861 2011



UN'AVVENTURA STRAORDINARIA

LA CASA DEGLI ITALIANI

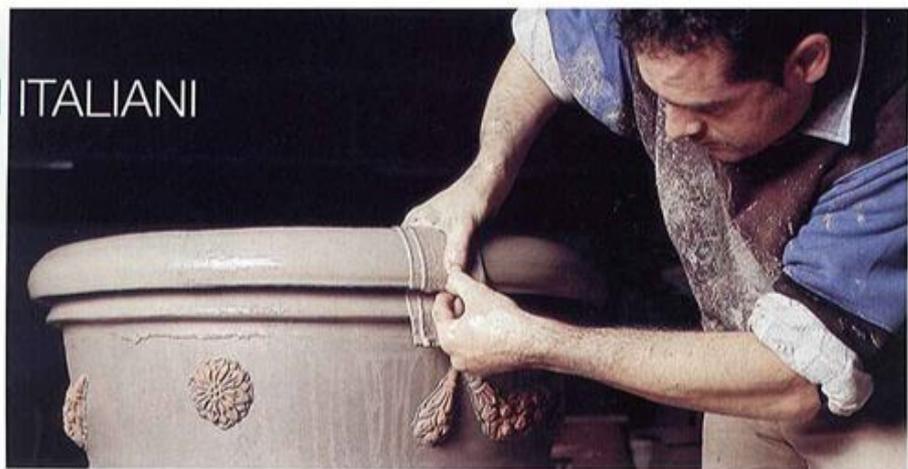
150 ANNI DI STORIA.
COME È CAMBIATO IL MODO
DI ABITARE IN ITALIA

L'ORGANIZZAZIONE DEGLI SPAZI, I MOBILI, GLI OGGETTI, L'ARTE E LE ABITUDINI DI VITA



AD LA CASA DEGLI ITALIANI

Da sempre la qualità degli interni italiani si alimenta con il saper fare dei nostri inarrivabili maestri d'arte



Fondazione Cologni dei Maestri d'Arte

Oggetti dal design perfetto creati da maestri d'arte o da imprese dove il rapporto tra la mente, le mani e il cuore si traduce in uno stile unico: quello italiano. Nel sistema produttivo del nostro Paese l'eccellenza dovrebbe essere un criterio centrale, in riferimento a quel "Nuovo Rinascimento" che sociologi, economisti e studiosi tanto evocano. Un'eccellenza tutta giocata su parole quali passione, creatività e talento, associate però al concetto di maestria. Al cuore dello stile italiano, che sempre più conquista le case non solo del Bel Paese ma anche del mondo intero, ci sono dunque il savoir-faire insostituibile dei maestri d'arte e la perfetta funziona-

lità del design: un incontro che non nega l'espressione più autentica della creatività, ma che prudentemente ne libera l'essenza da sovrastrutture non necessarie. A questo bisogna aggiungere la considerazione che un prodotto "autentico" non è solo frutto di un'eccellenza artigianale ma anche di una "eccellenza morale", che nasce dal riconoscimento dell'importanza del legame tra prodotto e territorio d'origine, includendo il rispetto delle norme di tutela ambientale. Un'etica importante nella formazione del maestro d'arte, imprescindibile dal risultato estetico del prodotto.

Non solo, quindi, qualità tecniche, esecutive e pratiche ma anche motivazione e significato dell'oggetto entrano in gioco nel determinare la vera eccellenza di un prodotto, ovvero quella caratteristica che lo rende capace di comunicare unicità, personalità, emozione, pur senza tradire la realtà concreta di un metodo artigianale di totale dedizione alle regole dell'arte. Eccellenza e cultura formano dunque un binomio ben più saldo e tenace di quello, legittimo ma spesso illusorio, che solitamente lega l'eccellenza al lusso. □

—Franco Cologni e Alberto Cavalli

Dall'ETICA all'ESTETICA

FRANCO COLOGNI E ALBERTO CAVALLI: È LA COSCIENZA DEI LEGAMI CON I SAPERI DEL TERRITORIO A FARE L'ECCCELLENZA DEI PRODOTTI ITALIANI

IN ALTO: Lorenzo Andrei, titolare della ditta Terrecotte Poggi Ugo di Impruneta, Firenze, che dal 1919 produce pezzi della tradizione imprunetana.

A SINISTRA: Alessandro Bianchi, maestro dell'antica tecnica fiorentina di decorazione realizzata con la scagliola. La sua azienda, Bianco Bianchi, nata negli anni '60, ha sede a Pontassieve, Firenze.

