

## Eventi

# Da Kartell a Venini, l'arredo va in scena a Design Miami

La fiera fa da traino a numerosi opening, come quelli dei flagship store di Paola Lenti, Kreoo e Rimadesio. Ma amplifica anche le celebrazioni del 2022, tra tutte i 110 anni di Poltrona Frau. Gli spazi di Art Basel ospitano invece i progetti artistici di Venini e Molteni & C. **Cristina Cimato**

**E**ntrata nel vivo della sua settimana, la 18ª edizione di Design Miami ha riaperto i riflettori sull'arredo, facendo da volano invernale alle molte anteprime e ai lanci che hanno debuttato alla Milano design week, ma richiamando anche l'interesse di diversi brand che hanno scelto di scommettere sugli Usa, partendo proprio da qui. È il caso di Kartell, che ha appena aperto il suo nuovo flagship di 500 metri quadrati affacciato sull'area di Coral Gables e ha scelto la città per focalizzare l'attenzione sulle icone del brand e sulle proposte outdoor, in particolare Hiray di Ludovica+Roberto Palomba. Strategia di espansione anche per Rimadesio, che oggi 2 dicembre aprirà il proprio monobrand nel Design district con il partner Solesdi. Paola Lenti ha appena festeggiato l'inaugurazione del suo flagship di mille metri qua-



Il flagship di Paola Lenti e l'arte di Claudia Vieira per Molteni & C



drati quartiere di Wynwood, realizzato con Casual furniture group e all'opening ha unito la presentazione della collezione Metamorfosi, disegnata da Estúdio Campana. Punta sul mercato statunitense anche Kreoo, che ha lanciato il suo primo showroom negli Usa in col-

laborazione con il partner Unico design lab. Situato nella zona di Ironside, mette in evidenza le ultime collezioni del marchio, tra cui gli oggetti della capsule firmata con Dwayne Bergmann. Un'altra collaborazione speciale vola a Miami, con Cassina che porta Modular imagina-

tion concepita da Virgil Abloh. Grazie ad Art Basel, arte e design si uniscono nel progetto di Venini, che espone negli spazi della Gary Nader gallery l'opera *Pentaura* dell'artista dominicana Amanda Valle, prodotta in collaborazione con Brumance. Anche Molteni & C. spinge sull'arte con la performance grafico-pittorica di Claudia Vieira, andata in scena il 30 novembre nello store del brand. Lo stesso giorno hanno avuto luogo i festeggiamenti per i 110 anni di Poltrona Frau, che è volata negli States per fissare una tappa di celebrazione dell'importante anniversario. Per l'occasione, ha portato qui la riedizione dell'Ouverture sofa di Pierluigi Cerri, divano che quest'anno ha compiuto 40 anni. Infine, grande comeback per la galleria Nilufar, che traghetta a Miami il lavoro degli artisti Audrey Large e Khaled El Mays. (riproduzione riservata)

## Iniziativa

**Rick Owens porta in Florida le sue opere**



Accanto alle celebrazioni per i 15 anni di Studio Drift e a nomi come Martin Laforêt, Niko Koronis, Aldo Bakker e Johanna Grawunder, la galleria Carpenters workshop porta a Design Miami anche il lavoro di Rick Owens, che sviluppa la sua produzione di opere d'arte minimaliste, aggiornando le loro forme archetipiche con nuovi materiali. La collezione comprende lo sgabello Curial (nella foto), realizzato in alluminio con linee pulite, e le due sedute angolari Half-box, una in compensato e l'altra in alabastro. In dialogo con Curial, il lavoro di Owens Corp, il collettivo di designer di Rick Owens, è esposto in contemporanea nella sede di Los Angeles della galleria. (riproduzione riservata)

**Cristina Cimato**

segue da pag. I

rimanda alla storia dell'antica Roma, ricordando corpi femminili adagiati su sedute dell'epoca. «Se la moda può essere arte?», ha detto a *MF* lo stesso Lukas Gschwandtner, «Sì, certo. Lo può essere come oggetto che si indossa. Si può spingere tanto sulla moda e spero sempre che le persone siano incoraggiate a superare i propri limiti». Limiti da superare, cambiamenti in atto, come ha ricordato Silvia Venturini Fendi, presente a Design Miami assieme alla figlia Delfina Delettrez Fendi, direttore artistico dei gioielli della fashion house. «È difficile oggi poter fare delle previsioni, perché la moda è influenzata da tanti fattori. Bisogna saper modulare le esigenze ed essere molto flessibili», ha spiegato a *MF* la stessa Silvia Venturini Fendi in un'intervista speciale. **C'è un po' più di arte quest'anno a Design Miami?**

Crede che questo sia un progetto molto completo, sicuramente con un approccio più artsy, ma è anche un progetto che fonde le due anime di quello che è il nostro impegno qui. Per me questi triclini sono una sorta di design portatile e indossabile, quindi c'è questa fusione tra il capo d'abbigliamento e l'arredo. In più, è anche un progetto performativo, perché in base a come ti appoggi sulle sedute le puoi indossare a modo tuo, come forse una borsa o un cappotto.

**La moda e il design in questo modo entrano in una nuova fase?**

Di questo progetto mi piace che dà una funzione diversa alle cose, che però hanno una radice molto comune, perché proprio questo è stato ciò che ci ha spinti a sostenere con sincerità questi progetti a Design Miami. Abbiamo capito che poteva esserci uno scambio, un dialogo. Assieme a Craft punk, questo è un dei progetti che più rappresen-

ta quello che è questo connubio. **Com'è affrontare questi progetti in tre, lei, Kim (Jones, direttore artistico della donna per Fendi) e Delfina?**

Il primo progetto con Kim è stato lo scorso anno assieme a Peter Mabeo. È interessante perché facciamo delle scelte condivise, come in questo caso con Lukas. A me è sempre piaciuto il confronto e Fendi è un marchio dove



Da sinistra, il flagship di Fendi casa a Miami e l'allestimento in fiera (foto Robin Hill)

ciò è sempre avvenuto in maniera spontanea. Prima era un confronto familiare, poi si è allargato con la famiglia di adozione, da Karl Lagerfeld a Kim.

**Le figure delle donne ritornano sempre...**

È una costante, come l'abbinamento Fendi e Roma. Ci sono tante sfaccettature nel nostro Dna che Lukas ha saputo cogliere.

**In questo caso, il design si sposa con l'abbigliamento. Cosa sta succedendo alla moda? Dove stiamo andando? Prima era tutto logo e ora...**

È difficile oggi poter fare delle previsioni, perché la moda è influenzata da tanti fattori. Bisogna saper modulare le esigenze ed essere molto flessibili. Probabilmente succederà quello che non è successo dopo la pandemia, perché abbiamo fatto tutti tanti bei propositi, però poi non li abbiamo rispettati.

Amo molto il logo, ma l'importante è che ci sia quello e anche altro. Ma credo che marchi come il nostro, che ha un logo che racconta una storia, debbano restargli fedele.

**Cosa prometteva la pandemia?**

Prometteva molto rigore, il riposizionamento della scala di valori. Credo sia qualcosa di assolutamente necessario, i tempi stanno maturando e questo deve avvenire.



**Miuccia Prada con Raf Simons, oppure l'atteso comeback di Phoebe Philo, voi di casa Fendi e Maria Grazia Chiuri. Perché si parla così tanto di donne?**

Era ora che si parlasse di donne. A casa nostra se n'è sempre parlato, non è un argomento di cui ho mai sentito la mancanza, ma forse sono stata privilegiata, perché da Fendi è sempre stato un terreno diverso, una sorta di «Stato indipendente». In questo momento, forse, si parla di più di donne perché esse stesse hanno saputo dimostrare che quando sono brave lo possono essere tanto quanto gli uomini, se non di più. Una volta che ciò è stato dimostrato, una volta che una si sottrae, se ne sente di più la mancanza. Tutti sentono la mancanza di Phoebe Philo, che ha saputo parlare alle donne come forse un uomo non riesce. Ha creato una community che si è sentita abbandonata.

**Quanto è importante mantenere vivo questo rapporto con la community del marchio e quanto è rischioso tagliarlo in modo netto?**

Le persone che ti comprano diventano come dei partner, quindi è importante instaurare un dialogo e non tradirli.

**Secondo lei siamo di fronte a una nuova frontiera della moda? C'è qualcosa che deve scattare?**

A una persona che sa leggere il momento viene naturale capirlo. Personalmente mi ascolto molto, quando mi scopro a dirmi: «Non ho voglia di niente», vuol dire che ho voglia di qualcosa.

**Che cosa pensa invece di questo autunno caldo degli stilisti? Alessandro Michele che lascia Gucci, Tom Ford che vende l'azienda e poi Raf Simons che chiude la sua linea. È un momento difficile per i designer?**

È un momento difficile, ma racconta anche di una grande libertà. Non è detto che bisogna per sempre rimanere incasellati in un ruolo, anzi le contaminazioni ormai definiscono il mondo in cui viviamo. Un creativo è spesso tale a 360°.

**E a lei cosa piacerebbe fare un domani?**

Me lo chiedo spesso, ma in questo momento non sento l'urgenza di cambiare. Sono appagata da quello che faccio e sento di avere ancora tanto da dire.

**Intorno a lei che cosa fa scattare la famosa «ispirazione»?**

Sono una grande osservatrice, mi piace informarmi, mantenere un collegamento con la realtà più che con la fantasia. Dalla realtà traggio moltissima ispirazione.

**La moda oggi è più realtà oppure fantasia?**

Deve essere un mix delle due cose. Deve essere una fantasia che ti aiuta a vivere meglio. (riproduzione riservata)

**Stefano Roncato (Miami)**