

PROGETTO CUCINA

PERSONE · MERCATO
TREND · PRODOTTI

N. 9 - SETTEMBRE 2020
www.e-duesse.it

SCENARI
PARTNERSHIP
E CROSS-CANALITÀ
IL RETAIL RIPARTE DA QUI

TENDENZE CUCINE
NUOVI SPAZI
CONVIVIALI

INDUSTRIA
CHE COS'È IL DESIGN?

A portrait of Matteo Thun, an Italian architect and designer, smiling. He is wearing a dark pinstriped suit jacket over a light blue shirt. The background is a plain, light-colored wall.

HEALTHY LIVING

MATTEO THUN
ARCHITETTO
E DESIGNER

COME L'ARCHITETTURA
INFLUENZA IL BENESSERE



CLICCA PER VEDERE
LA GALLERY

HEALTHY LIVING

“CREDO FERMAMENTE CHE L'ARCHITETTURA POSSA INFLUENZARE IL BENESSERE”. È DA QUESTA AFFERMAZIONE CHE INIZIA LA NOSTRA INTERVISTA A MATTEO THUN, NOTO ARCHITETTO E DESIGNER, CHE CI RACCONTA COME LEGNO E PIETRA NATURALE, COLORI CALDI E FORME MORBIDE, SIANO IN GRADO DI GENERARE BENEFICI PER L'ANIMA E IL CORPO. ANCHE IN CUCINA.

di Arianna Sorbara

La tenuta Winery Longen-Schlöder situata a Longuich nella valle della Mosella in Germania concepita come una struttura articolata in venti casette in ardesia immerse in una vegetazione fatta di alberi da frutta e vigneti. Ciascuna ospita una camera e un bagno dalle linee essenziali dove le pareti sono bianche e gli arredi in legno chiaro. Soprattutto si affaccia su un giardino privato dove, volendo, si possono anche gustare i frutti che vi maturano. Il JW Marriott Venice Resort & Spa nato sull'isola delle Rose nella laguna di Venezia dalla trasformazione di alcuni edifici risalenti agli inizi del 900. Oltre a una Spa ospita anche un boschetto di ulivi e un orto botanico dal quale provengono le erbe utilizzate quotidianamente dallo chef. E, infine, i 190 ristoranti Vapiano, dove

ancora una volta le erbe e la loro freschezza sono protagoniste, visto che gli ospiti hanno la possibilità di aggiungerle a piacere alla propria pizza scegliendo tra quelle che trovano nell'erbario che si trova su tutti i tavoli.

Sono solo tre esempi del modo in cui Matteo Thun e la sua società la Matteo Thun & Partners approcciano l'architettura e il design di prodotto, sposando un concetto di economia e di sostenibilità e reinventando la freschezza ispirandosi alla natura. Il termine Ecotecture, contrazione dalle parole inglesi ecology, economy e architecture, è stato coniato proprio per definire questa visione nella quale natura e architettura devono e possono essere integrate puntando su una selezione mirata di forme e materiali, ma

anche progettando interni in cui siano fisicamente presenti delle piante.

Il suo approccio creativo si basa sulla ricerca della semplicità da raggiungere attraverso un lavoro di sottrazione e semplificazione, in un progressivo avvicinamento all'essenza, alla forma iconica che produce una forza espressiva ed estetica capace di durare e di bloccare lo spirito del tempo, senza nulla togliere alla funzionalità e all'utilizzo della tecnologia che, anzi, viene integrata nella forma fino a diventare invisibile.

E proprio in questo consiste il concetto di Zero Design che, insieme a quello della sostenibilità e al tema della durevolezza - intesa come longevità degli elementi, è la base della filosofia dei Tre Zero (Zero Km, Zero Design e Zero Waste).



//

SOLO SE HAI IL CORAGGIO DI
FARE QUALCOSA DI NUOVO
E DI OLTREPASSARE I CONFINI,
PUOI SPERIMENTARE
NUOVE CONOSCENZE

//

Matteo Thun

© Nacno Alegre

MATTEO THUN

Architetto e designer nato e cresciuto in Alto Adige. Dopo gli studi con Oskar Kokoschka ed Emilio Vedova all'Accademia di Salisburgo, si è laureato con lode in architettura, presso l'Università di Firenze. Nel 1981 ha co-fondato il Gruppo Memphis con Ettore Sottsass e nel 1984 ha aperto a Milano il suo studio di architettura e design.



Da questi temi che inizia l'intervista per Progetto Cucina.

Partiamo dal concetto dei "Tre Zeri": ci spiega cos'è?

Il concetto dei 3 Zeri è un concetto semplificatore che si applica a qualsiasi progetto. Garantisce che l'edificio sia stato progettato nel rispetto di tre linee guida principali. Zero chilometri: vicinanza di materiali da costruzione e competenze locali; Zero CO₂: gestione energetica e minori emissioni e Zero rifiuti: gestione del lifecycle nel processo di costruzione e riutilizzo dei materiali da costruzione.

E come si applica, per esempio, in un prodotto come la cucina? Mi faccia degli esempi...

Per esempio, Zero km significa evitare di importare marmo dall'estero per privilegiare i materiali di origine locale con l'obiettivo di ridurre al massimo i percorsi di trasporto e, di conseguenza, le emissioni che da esso derivano. Analogamente, grazie all'utilizzo di tecniche costruttive tendenti a zero emissioni e usufruendo di energie alternative, si arriva a realizzare edifici che minimizzano la produzione di CO₂. Infine, Zero Waste significa riorganizzare la fine dei prodotti. Considero sempre più fondamentale che l'architetto, già in fase

di ideazione, si ponga il problema di quanto il prodotto o l'edificio dovrà necessariamente essere eliminato. In questo senso "Zero Rifiuti" sottolinea la necessità di considerare l'intero ciclo di vita del prodotto o dell'edificio, dalla costruzione fino allo smantellamento con l'obiettivo di cercare di evitare la creazione di rifiuti superflui.

Quali sono gli aspetti fondamentali da tener conto quando progetta una cucina?

In cucina il criterio da seguire non è tanto quello della *form follows function* (la forma segue la funzione), quanto quello della *form follows hygiene*



©Nacho Alegre-Carlo Furgieri/Gilbert

ANTONIO RODRIGUEZ

Designer, nato e cresciuto in Spagna. Dopo gli studi a Valencia e a Milano, si è trasferito nel 1990 a Milano, e ha lavorato presso il Taipei Design Center e dal 2000 al 2005 presso l'Istituto Europeo di Design (IED) in qualità di tutor. Antonio Rodriguez è partner di Matteo Thun dal 2003. Il suo approccio al design è sinonimo di semplicità e innovazione.

ne (la forma segue l'igiene). Un altro elemento determinante sul quale ci focalizziamo molto è la tattilità e la sensorialità, che servono a evitare cucine fredde, e sono parte integrante del piacere di mangiare.

Per noi l'idea di "freschezza mediterranea" è alla base, anche quando disegniamo posate, pentole e tutti gli altri elettrodomestici da cucina.

In una delle nostre ultime chiacchierate mi affermò che "la cucina 4.0 era un goal del 2025"...

Glielo confermo. Tanto più l'offerta delle aziende diventerà sfaccettata e complessa, tanto più

questa sarà la strada da seguire per valorizzare in modo sinergico il valore che il marchio è in grado di esprimere in ciascuno dei segmenti in cui opera.

... e a proposito di brand, di recente avete realizzato il primo showroom per un importante marchio... Insieme al mio partner Antonio Rodriguez abbiamo realizzato il flagship-showroom di Euromobil a Milano esclusivamente in collaborazione con fornitori italiani. È un progetto "Made in Italy" al 100%. L'architettura incornicia il cuore del marchio, il cuore della casa: la cucina.

Altri due termini che ritornano sempre quando si parla con lei di architettura, sono: "Ecotecture" e "Botanical Architecture". Spieghiamo cosa significano e come si traducono nei suoi lavori?

Uso queste espressioni da quando ho iniziato. Sono sempre stato interessato al concetto di "value for money", infatti uno dei nostri obiettivi è cercare soluzioni in linea con i budget indicati. Questo è il motivo per cui credo molto nella costruzione prefabbricata di legno, per esempio.

Dove Eco = Economy / Tecture = Architecture.

L'architettura botanica cerca, invece, una simbiosi con la natura. Riteniamo la natura parte





La Cucina, Riva1920

integrante del nostro lavoro, la portiamo anche all'interno degli edifici, rendiamo omaggio alla natura e lasciamo che si sviluppi senza forzature. Nulla di nuovo, se ci pensa: un'architettura "verde" non è l'ultima tendenza, è come dovrebbe essere da sempre.

L' "Healthy living" è, invece, da sempre al centro della vostra filosofia. Su cosa si basa?

Una vita sana inizia con ciò che mangiamo poiché il cibo sano è la fonte del benessere. Significa respirare aria pulita, significa benessere fisico e psicologico. Credo fermamente che l'architettura possa influenzare il benessere. Proponiamo ambienti naturali utilizzando legno e pietra naturale, colori caldi e forme morbide, in grado di generare benefici per l'anima e il corpo.

Come giudica l'attuale produzione di cucine ed elettrodomestici? Secondo la sua visione, risponde realmente alle esigenze del consumatore finale? O è troppa rispetto alla reale domanda di mercato?

Preferisco l'high-touch all'high-tech. Lavoriamo da oltre 12 anni con Zwilling, azienda tedesca esperta nella realizzazione di utensili da cucina per la quale disegniamo dai coltelli alle pentole

agli elettrodomestici. Insieme al loro eccellente team cerchiamo di trovare soluzioni per creare prodotti che il consumatore possa comprendere in modo intuitivo, che siano timeless, semplici, ma altamente innovativi.

Durante il lockdown la cucina è stata la stanza più vissuta e quella più usata. Si è riscoperto il suo ruolo "vitale e conviviale" ed è diventata il centro dell'interazione sociale. Immagino che di tutto questo un designer dovrà tenerne conto... come?

Sì, la cucina è sempre stata il cuore della casa, il luogo della convivialità, lo spazio per riunirsi, bere, mangiare, incontrarsi, cucinare insieme e comunicare. Idealmente dovrebbe essere progettata con volumi flessibili e illuminata dalla luce naturale. L'uso di materiali naturali come legno e pietra, colori caldi e una disposizione ergonomica lo rendono uno spazio accogliente. Questo non significa materiali costosi, ma è importante che si rispettino tre concetti relativi a uno stile di vita autentico: tempo, spazio, discrezione.

Molti designer mi hanno confidato che la cucina della loro infanzia li ha ispirati nella realizzazione dei modelli prodotti. Anche per lei è così? Quali ricordi ha della sua?

... calore, profumi, conversazioni intorno a un grande tavolo, che è poi l'essenza della famiglia.

E com'è, invece, quella attuale?

Uguale!



Thermal Spa JodSchwefelBad, Bad Wiessee, Germany



Zwilling Kitchen Appliances, Enfinigy

Parlando della casa in generale, concorda sul fatto che non sia un semplice elemento contenitore, ma un condizionatore attivo, un convertitore di emozioni e di stato d'animo, un amplificatore di situazioni?

Assolutamente sì, cosa dovrebbe essere se non proprio questo?

Quali saranno i cambiamenti nel futuro prossimo dell'abitare? Esistono nuove modalità di relazione, di progettazione, di arredo e materiali in grado di agevolare il benessere personale negli ambienti interni, a livello fisico e non solo?

Siamo tutti (e ovunque!) consapevoli delle procedure di sicurezza che implicano la modifica dei layouts, anche nelle nostre case... Vedremo uno spostamento verso spazi che evocano consapevolezza e atmosfere calde e umane. Vedremo modularità e flessibilità, porte e rubinetti touch-free. Unità di climatizzazione sanificate, impianti di puri-

ficazione dell'aria interna più rigogliosi, pavimenti, pareti e soffitti sigillati.

Tornando alla cucina, anche gli elettrodomestici sono diventati, negli anni, sempre più prodotti di design, belli da vedere e da esibire. Sono un nuovo status symbol?

Piuttosto che uno status symbol direi che è una questione di know-how e sensibilità. Gli elettrodomestici da cucina devono essere performanti: devono semplificare la preparazione del cibo e devono essere sia tecnologicamente innovativi sia duraturi.

Come designer dobbiamo fornire un modulo che consenta una gestione semplice e intuitiva.

Mi faccia un esempio...

Abbiamo appena progettato un power table e un personal blender per Zwilling che si attiva con una sola manopola rotonda. La lama in acciaio al

carbonio, le 6 impostazioni pre-programmate, le 12 impostazioni di velocità variabile alimentata da un motore da 1.400 Watt rimangono invisibili.

Questo ha inevitabilmente influito anche sul modo di esporli insieme alle cucine. Ma non tutti i negozi di arredamento riescono a enfatizzare al meglio i prodotti. Lei che ha esperienza anche nel retail, dà ai nostri lettori qualche consiglio?

Consiglio di scoprire, imparare e divertirsi. Un negozio dovrebbe invitare a un viaggio visivo e dinamico e consentire un'esperienza completa della gamma di prodotti e dell'identità dei marchi. L'ultimo negozio che abbiamo progettato a Shanghai include una scuola per buongustai, un bar e un ristorante.

...e con chi vorrebbe lavorare nel mondo delle cucine?

(Ride) Con un contadino altoatesino!