



Il Design

siamo noi

Idee da vivere e abitare
design.repubblica.it

Mentre la Settimana dell'arredamento di Milano è in corso
vi raccontiamo e vi mostriamo le persone che lavorano senza visibilità
sconosciute ai più, ma indispensabili. Con le loro voci



➔ **Il prossimo numero**
Design sarà di nuovo in edicola
con Repubblica il 20 maggio
e nei giorni successivi a richiesta

Supplementi de la Repubblica del 21/04/2026 da vendersi obbligatoriamente con la Repubblica
al prezzo complessivo di € 1,90: Repubblica € 1,40 + Design n.1 e n. 2 € 0,30 + Libro "Satira" € 0,20.
Dal giorno successivo Design n.1 e n. 2 opzionali a € 0,30 più il prezzo del quotidiano.
Sped.abbon.post.-articolo1 Legge46/04 del 27/02/2004-Roma



All'ex macello di Porta Vittoria
Per gli studenti Glitch Camp
il campeggio gratuito

Torna The Glitch Camp, il campeggio urbano gratuito per studenti promosso da Fondazione Francesco Morelli e led, con il supporto di Fondazione Cariplo. Ospitato negli spazi rigenerati dell'Ex Macello di Porta Vittoria da Near Sgr, accoglie studenti di

design da tutto il mondo per favorire la partecipazione al Salone del Mobile e alla settimana del design milanese malgrado gli alti costi di hotel e affitti. Tra i collaboratori Ikea, sponsor ufficiale che ha arredato il campo insieme a Ferrino, e Pane Morato.



Igea, l'eleganza di un carattere di ferro

La nuova collezione outdoor di Matte Thun e Benedetto Fasciana per Unopiù punta sulla rilettura di un materiale antico: "I classici elementi saldati sono diventati componibili, quindi sono assemblabili"

di Gaia Giuliani



FOTO MATTIA AQUILA

▲ Gusto retrò
 Un contesto storico è ideale per valorizzare lo stile retrò ma contemporaneo delle poltroncine e del tavolino della collezione Igea

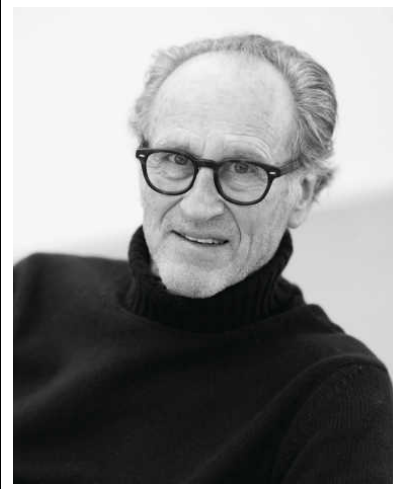


FOTO CATHERINA HESS

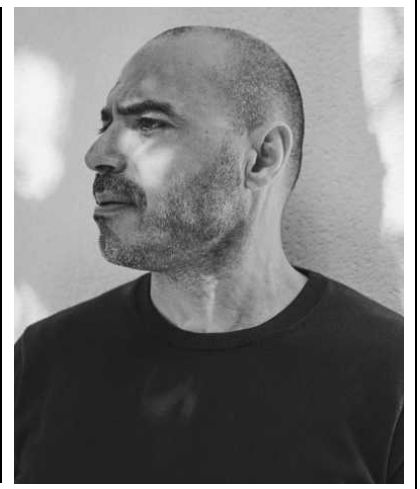


FOTO STEFANO GALUZZI

▲ Tappa speciale

Matteo Thun e Benedetto Fasciana firmano Igea, tappa speciale del progetto outdoor Diario di viaggio ideato da Unopiù

L'ispirazione viene dai giardini privati delle dimore storiche: spazi raccolti, attraversati da un calpestio rarefatto, nascosti agli occhi dei più e per questo ancora più preziosi. È il mondo che Matteo Thun e Benedetto Fasciana svelano nella collezione Igea per Unopiù. Una tappa speciale del Diario di viaggio, un progetto per l'outdoor affidato a un collettivo di designer e puntellato da nomi di isole del Mediterraneo, dove Igea si ritaglia un spazio a sé, raccontando in questo percorso corale le novità che l'azienda presenta alla Settimana del design milanese. Sia nello stand del Salone firmato da Calvi Brambilla con lo styling di Studio Salaris, che nel rinnovato showroom di via Pontaccio 9 (Milano Brera), curato dall'architetto Diletta Stazzi.

«Abbiamo scelto il nome Igea, che deriva dalla mitologia greca e richiama l'idea di benessere, per parlare di quello che oggi definisce il nuovo lusso: il desiderio di rallentare, riposarsi», racconta Fasciana. «Ci piaceva immaginare queste sedute all'interno del giardino nascosto di un palazzo rinascimentale o barocco come luogo in cui ritrovare tranquillità, pace». L'elemento principe è il ferro battuto, un classico degli arredi da esterni, che Unopiù ha accolto nel suo dna fino dagli anni Settanta del secolo scorso. La lavorazione è rigorosamente manuale, i braccioli delle sedute sono curvati con i procedimenti artigianali riservati a questo materiale, nulla è lasciato agli stampi. Ma l'in-

novazione principale riguarda l'ingegnerizzazione del prodotto: «Nel ferro battuto tradizionale gli elementi sono quasi sempre completamente saldati, nel nostro caso invece la collezione è componibile: i pezzi vengono assemblati», spiega ancora il designer, «questo consente di ridurre i costi, soprattutto nel trasporto, semplificando i processi produttivi». Con lo stile che resta invece intatto, evocando memorie antiche anche nella "mandorlina" - così la chiamano gli autori - che suggella gli apici degli schienali nell'incontro delle strutture tubolari. Un richiamo alle piccole sfere dorate proprie della tradizione del ferro battuto per esterni.

L'intenzione di Thun e Fasciana resta chiara, non vuole essere autoreferenziale, preferiscono parlare di "archetipi": «Per noi il *genius loci* è uno dei pilastri della progettazione. Sia per scelta creativa che per i contesti di hospitality inseriti in edifici storici, spesso vincolati, dove il linguaggio dell'arredo è molto importante». A volte infatti interviene la soprintendenza perché non si può inserire la severità di una collezione high-tech in alluminio nel giardino di un palazzo del Cinquecento. Così le linee restano esili, sinuose, in un insieme volutamente discreto dove a fare da protagonista è piuttosto il tessuto, in cui spicca il rigato senza tempo, blu e verde, di Ralph Lauren. Tanti gli elementi in cui si declina la collezione: poltrone, divani, sedie, tavoli e tavolini da caffè, un pouf e anche un'alcova con baldacchino, «il pezzo più richiesto perché esprime al meglio il ritrovato lusso del riposo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



FOTO MATTIA AQUILA

▲ In sintonia con la tutela
 Igea è stata ideata anche pensando agli hotel e resort ubicati in palazzi antichi, dove la tutela delle Soprintendenze è più rigida