

REPORT
FROM THE
WATERFRONT

FANTINI

:

G E S C H I C H T E N E I N E R
ITALIENISCHEN
DESIGNFABRIK



Rizzoli

REPORT FROM THE WATERFRONT

FANTINI: GESCHICHTEN EINER ITALIENISCHEN DESIGNFABRIK

Von Renato Sartori und Patrizia Scarzella



Dieses Buch erzählt die Welt Fantinis, einer eng gebiets- und seeverbundenen „italienischen Designfabrik“, für die der Ortasee der wahre Genius Loci ihres Schaffens ist.

Es ist die Geschichte eines originellen und faszinierenden Unternehmens, das von dem kleinen Dorf Pella am norditalienischen Ortasee seine hochwertigen Produkte über ein internationales Netzwerk in die ganze Welt gebracht hat. Entworfen wurden diese von sehr berühmten Designern wie Piero Lissoni, Matteo Thun und Antonio Rodriguez, Vincent Van Duysen, Michael Anastassiades und Naoto Fukasawa.

Der sich durch das ganze Buch ziehende rote Faden ist das Wasser.

Dieses unabdingliche Element für die vom Unternehmen hergestellten Armaturen, kleine Juwelen und Meisterwerke des täglichen Gebrauchs, die das Wasser jeden Tag aufs Neue auf wundersame Weise in unsere Häuser bringen. Und das Wasser des Sees, das auf Einladung Fantinis Jahr für Jahr von großen Fotografen in Bildern gefangen wurde, darunter: Gianni Basso, Franco Fontana, Giorgio Lotti, Gabriele Basilico, Gianni Berengo Gardin, Ferdinando Scianna, Gabriele Croppi, Walter Zerla.

Dieses Buch erzählt die Welt Fantinis, einer eng gebiets- und seeverbundenen „italienischen Designfabrik“, für die der Ortasee der wahre Genius Loci ihres Schaffens ist.

Es ist die Geschichte eines originellen und faszinierenden Unternehmens, das von dem kleinen Dorf Pella am norditalienischen Ortasee seine hochwertigen Produkte über ein internationales Netzwerk in die ganze Welt gebracht hat. Entworfen wurden diese von sehr berühmten Designern wie Piero Lissoni, Matteo Thun und Antonio Rodriguez, Vincent Van Duysen, Michael Anastassiades und Naoto Fukasawa.

Der sich durch das ganze Buch ziehende rote Faden ist das Wasser.

Dieses unabdingliche Element für die vom Unternehmen hergestellten Armaturen, kleine Juwelen und Meisterwerke des täglichen Gebrauchs, die das Wasser jeden Tag aufs Neue auf wundersame Weise in unsere Häuser bringen. Und das Wasser des Sees, das auf Einladung Fantinis Jahr für Jahr von großen Fotografen in Bildern gefangen wurde, darunter: Gianni Basso, Franco Fontana, Giorgio Lotti, Gabriele Basilico, Gianni Berengo Gardin, Ferdinando Scianna, Gabriele Croppi, Walter Zerla.













REPORT FROM THE WATERFRONT

FANTINI

:

G E S C H I C H T E N E I N E R
ITALIENISCHEN
DESIGNFABRIK

VON

RENATO SARTORI

UND

PATRIZIA SCARZELLA

M I T E I N L E I T U N G V O N

JOSEPH GRIMA

Rizzoli

Vorwort

Report from the Waterfront erzählt die Welt einer typischen „italienischen Designfabrik“, der des Unternehmens Fantini, das hochwertige Designarmaturen und Duschsysteme herstellt. Es ist die Geschichte eines originellen und faszinierenden Unternehmertums und einer besonderen unternehmerischen und strategischen Vision, die nicht nur ausgesprochen innovative Produkte hervorgebracht hat, sondern auch eine Reihe von emblematischen Projekten im Zusammenhang mit der Umwelt und der Aufwertung des Territoriums.

Der Ortasee, ein kleiner See in Norditalien, an dem seit Urgedenken Metalle verarbeitet werden, ist der eigentliche Genius Loci seines Schaffens. Fantini ist im kleinen Dorf Pella am Seeufer ansässig, von wo es seine Produkte in die ganze Welt bringt, Produkte, die von berühmten Designern entworfen wurden, darunter Piero Lissoni, Matteo Thun und Antonio Rodriguez, Vincent Van Duysen, Franco Sargiani, Yabu Pushelberg, Michael Anastassiades, Naoto Fukasawa, Paik Sun Kim.

Wasser ist der rote Faden, der sich durch das ganze Buch zieht. Es ist das zentrale Thema, um das sich die verschiedenen Inhalte und Projekte drehen, die in der Karte der Welt Fantinis am Anfang des Buches festgehalten und auf zwei Ebenen erzählt werden: im allgemeinen Text und in erster Person von Daniela Fantini mit einer Vielzahl von Gedanken in Textsegmenten unter Anführungszeichen. Gemeinsam bilden sie das komplexe Mosaik der Unternehmensrealität und umreißen seine Einzigartigkeit im internationalen Panorama.

Das Wasser des Ortasees ist auch in den Bildern großer Fotografen wie Gianni Basso, Franco Fontana, Giorgio Lotti, Gabriele Basilico, Gianni Berengo Gardin, Ferdinando Scianna, Gabriele Croppi, Walter Zerla allgegenwärtig. Sie haben es im Laufe der Zeit auf Einladung Fantinis für das Projekt „Autorenkalender“ mit ihren Fotografien eingefangen.

100 Fontane Fantini for Africa erzählt hingegen das Wasser als kostbares Element und Quelle des Lebens. Das Projekt betrifft den Bau einer Wasserleitung, die rund 25.000 Menschen in den Hügeln von Masango in Burundi mit sauberem Wasser versorgt.

Eigentlich ist dieses Buch jedoch eine Geschichte in progress, eine Art „Logbuch“, mit sich in ständiger Entwicklung befindlichen Projekten.

— DIE HERAUSGEBER

Beiträge von Beth Dickstein, Brigitte Fitoussi, Anna Maria Canopi, FRANKREICHsca Molteni, Livia Peraldo Matton, Marco Romanelli, Renato Sartori, Zosia Swidlicka, Emanuela Valeri.

s. 14

TANZEN UNTER KOSMISCHEM REGEN

Joseph Grima

p. 16

FANTINIS WELT IN EINER KARTE

s. 19

01.

ÜBER WASSER UND ÜBER DEN SEE

s. 37

02.

INDUSTRIE & NATUR- LANDSCHAFT

*Projekte der Fabrik
am See und von Casa
Fantini Lake Time*

s. 71

03.

FAMILIEN- WURZELN

Daniela Fantini erzählt

s. 97

04.

DNA DESIGN

s. 137

05.

EINZIG- ARTIGKEIT

Daniela Fantini erzählt

s. 151

06.

*SEETAGE
Ziel der Fotografen
für die Kalender von
Fantini*

s. 183

07.

100 FONTANE FANTINI FOR AFRICA

*Ein Projekt
Corporate Social
Responsibility*

s. 199

08.

FANTINI IN DER WELT

s. 236

TIMELINE DER PRODUKTE

TANZEN

unter

KOSMISCHEM REGEN

JOSEPH GRIMA

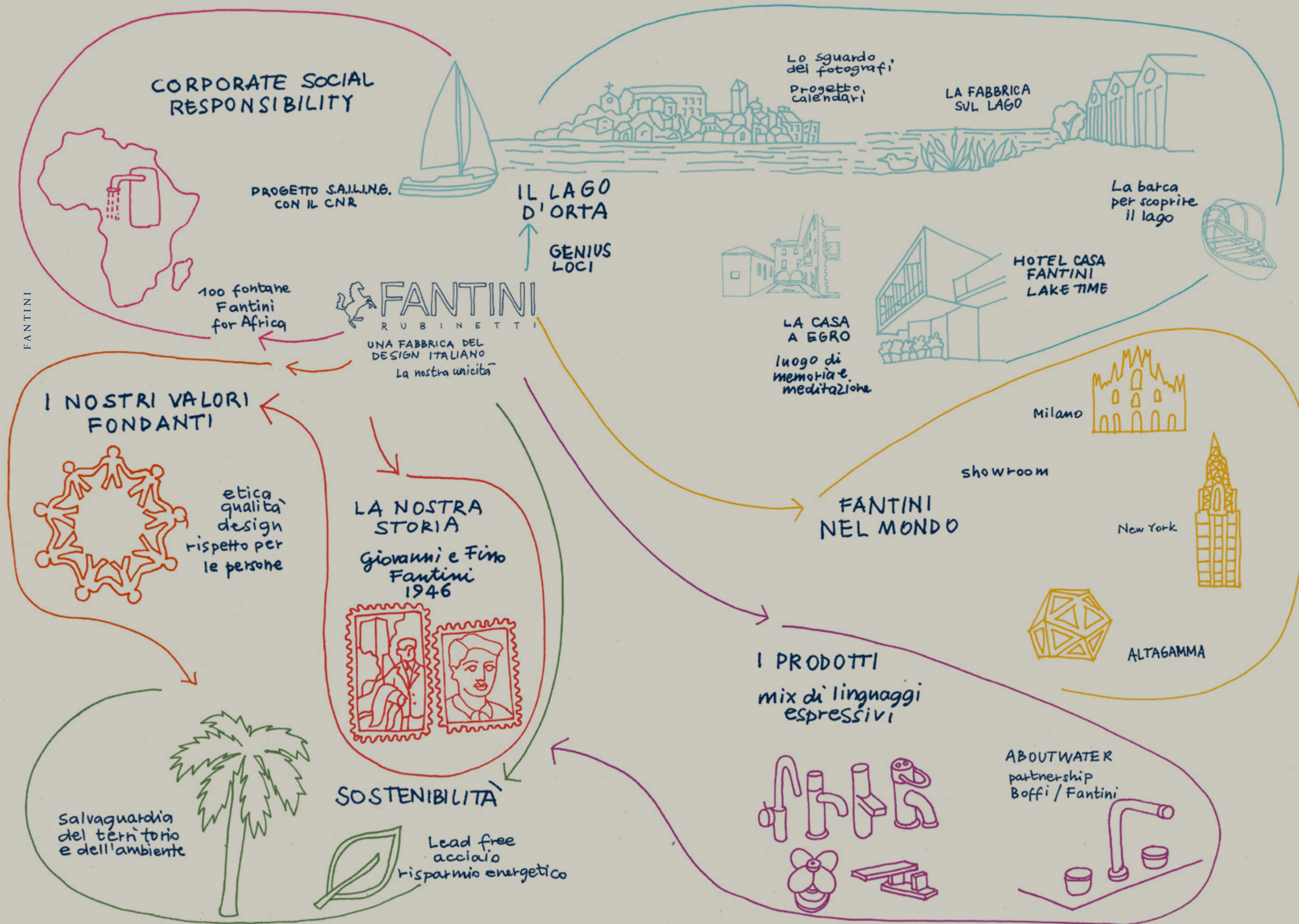
Im November 2014 beherrschte die Nachricht von der ersten sanften Landung der Raumsonde Philae auf einem Kometen die Titelseiten der Zeitungen in aller Welt. Sie war mit der Raumsonde Rosetta der Europäischen Weltraumorganisation zum nach seinen ukrainischen Entdeckern benannten Kometen 67P/Churyumov-Gerasimenko unterwegs. Die vom Roboter geschickten Fotos waren außergewöhnlich und unwahrscheinlich: geheimnisvolle Nahaufnahmen eines staubigen, entenförmigen Felsblocks, der mit einer beinahe unvorstellbaren Geschwindigkeit durch den Weltraum raste und geschickt von einem Gerät aufgenommen wurde, das im Verhältnis die Größe einer Mücke hatte. Diese Bilder waren so fremdartig, dass sie die Aufmerksamkeit der Menschheit für einige Tage in Beschlag nahmen und den eigentlichen Zweck der Mission überschatteten. Philae war über 6,4 Milliarden Kilometer gereist, um ein karges Stück Gestein abzufangen und nach den Ursprüngen des Wassers zu suchen. Ist es möglich, dass die ersten Wassertropfen unseren Planeten über Kometen erreichten, den schillernden Vagabunden unserer Galaxie? Ist Wasser eine Konstante nur auf unserem Planeten oder im gesamten Universum? Dies waren die existenziellen Fragen, die die Wissenschaftler dem Roboter von bescheidener Größe auf seine etwas mehr als ein Jahrzehnt lange Reise mitgaben. Wasser ist der reichlichste, aber auch der wundersamste Stoff in unserer Welt, und die Vorstellung, nicht zu wissen, woher es kommt, quält uns.

Ein wunderschönes Zitat von Frank Lloyd Wright, besagt in etwa Folgendes: „Gib mir den Luxus des Lebens und auf das Notwendige verzichte ich gerne.“ Ist Wasser wirklich so bescheiden? Ist es eine Notwendigkeit oder ein Luxus? Rein physiologisch gesehen ist es natürlich eine Notwendigkeit, aber kulturell gesehen sind nur wenige Dinge so eng mit der sich über Jahrtausende entwickelten Vorstellung des Wohlbefindens verbunden. Die Fähigkeit, Wasser in das tägliche Leben einzubinden, ist Kern des menschlichen Erfindungsreichtums und geht weit über die Grundbedürfnisse des menschlichen Körpers hinaus. Um es mit den Worten von Wright zu sagen: Im Laufe der Geschichte verwandelten wir eine Notwendigkeit in einen Luxus, weil die magische Erfahrung des Wassers und seine allgegenwärtige Präsenz in unserem Leben ein unersetzlicher Bestandteil dessen ist, was uns tagtäglich Freude bereitet.

Wenn es um Wasser geht, ist die Frage nach dem was leicht zu beantworten, aber die Frage nach dem warum ist so einnehmend und undefinierbar wie der Ursprung des Lebens. Tatsache ist, dass diese uns umgebende Sache, diese Substanz, die vielleicht mehr als jede andere definiert, wer wir wirklich sind, für uns ein Geheimnis bleibt. Vielleicht, weil es so viel davon gibt, oder vielleicht weil es die einzige chemische Formel ist, an die sich die meisten Menschen leicht erinnern können, oder vielleicht weil es das ist, woraus wir tatsächlich bestehen, stellen wir selten Fragen über die Umstände, die vor vielen Millionen Jahren den blauen Planeten blau gemacht haben. Und hier sind wir nun. Wir sehen uns selbst als eine prometheische Spezies, die durch ihre Fähigkeit, das Feuer zu nutzen, in einen Zustand der Erleuchtung versetzt wurde, aber in Wirklichkeit ist es unsere Abhängigkeit von der bescheidensten aller Substanzen, dem Wasser, die uns als Lebewesen und damit als Mitglieder der privilegierten Crew des Raumschiffs *Erde* definiert.

Unsere Rolle als Besatzung und Flugbegleiter auf dem Planeten Erde wird sich in den kommenden Jahren darin erweisen, wie wir eine Beziehung zum Wasser auf planetarischer Ebene aufbauen. Denn ist diese bescheidene Flüssigkeit, wie die Wissenschaftler behaupten, der Ursprung aller Lebewesen, dann ist unser Schicksal für immer mit ihr verwoben. Es ist unsere Pflicht, uns bewusst zu machen, dass dies kein Luxus ist, auf den wir verzichten können, und dass auf unseren Schultern als Gemeinschaft die Verantwortung liegt, diese wertvolle Ressource allen zur Verfügung zu stellen und mit unserer Gier nicht die Ökosysteme zu gefährden, die, wie wir, von ihr abhängig sind.

Als die Wissenschaftler auf der Erde endlich die Daten von der auf dem durch den Weltraum rasenden Kometen 67P/Churyumov-Gerasimenko gelandeten Raumsonde Philae erhielten, wurden sie von einer vorübergehenden Enttäuschung überwältigt. Die von der Landefähre gesammelten und analysierten Proben enthielten tatsächlich Wasser, aber es konnte nicht der Ursprung des uns bekannten Wassers sein. Tatsächlich war das, was die Raumsonde gefunden hatte, zwar Wasser, aber von einer anderen Art als das auf unserem Planeten. Die Enttäuschung schlug schnell in Fassungslosigkeit um, denn nur wenige Dinge können ein solches Gefühl der Verwunderung hervorrufen wie die Vorstellung von „einem anderen Wasser“. Ist es möglich, dass in einer fern liegenden Landschaft, irgendwo, Lichtjahre entfernt, ein kosmischer Regenschauer eine andere Art von Wasser in eine andere Art von stürmischer See schüttet? Die Szenarien sind zu aufregend, um sie sich überhaupt vorstellen zu können.





FANTINI
:
REPORT FROM THE
W A T E R F R O N T

01
ÜBER
WASSER
UND ÜBER
DENSEE



Antonio Calderara (1903-1978), *Das Fenster und das Buch*, 1935, Öl auf Leinwand, 185 × 123 cm. Mit freundlicher Genehmigung der Fondazione Antonio e Carmela Calderara

„Unsere Geschichte und unser tägliches Leben sind seit jeher vom Wasser und vom See geprägt. Meine Familie und unser Unternehmen waren schon immer eng mit dem Leben am Ortasee verbunden. Hier in Pella, an den Ufern dieses kleinen, von Bergen umgebenen, romantischen Sees in Norditalien ist Fantini ansässig. Dabei ist Wasser unser roter Faden, für mich eine konstante und unverzichtbare sichtbare Präsenz, die unsere Gedanken und Projekte beeinflusst. Die friedliche und ruhige Atmosphäre unseres Sees und die ihn umgebende mystische Aura mit der diskreten Präsenz der Nonnenklausur auf der Insel San Giulio, machen diesen Ort für uns zu etwas Besonderem.“

Und so schufen die Einwohner Orta, / reich an Fischen, Früchten und schönen Oliven. / Jenes auf gleicher Höhe gegenüberliegende Tal / ist Pella, / das der Honigwabe Honig und der Weinrebe süße Trauben entnimmt.
— Enea Silvio Piccolomini (Papst Pius II), *Ekloge*, 1434

Die Familie Fantini und ihr Unternehmen sind seit jeher fest am Seeufer von Pella verwurzelt. In diesem ganz besonderen kleinen Dorf ist das Wasser absoluter Protagonist und das beherrschende Thema der Traditionen, der Volksweisheit und der Fantasie. Die Bewohner am See kennen seine Kraft und sind daran gewöhnt, es in all seinen Formen zu respektieren: Wasser aus dem See, dem Fluss, dem Regen, den Brunnen ... Hier an den Seeufern und in der Umgebung werden Alltagsprodukte aus Metall hergestellt, wie Wasserhähne, die das Wasser in unsere Häuser bringen und so immer wieder aufs Neue ein kleines großes Wunder vollbringen. Das Wasser ist der rote Faden, der alle Tätigkeiten des Unternehmens durchzieht und der See ist eine konstante Präsenz und der wahre Genius Loci bzw. *nume tutelare*.

s. 18
Insel San Giulio, Ortasee, Holzschnitt aus dem 19. Jahrhundert
Signiert von Whymper, nach einer Zeichnung von H. Fenn, aus der Sammlung Picturesque Europe.



Costanzo Borrone,
Carte du lac d'Orta,
1746

Wer am Ortasee lebt, fühlt sich als bevorzugt. Gewohnt an eine Landschaft mit einer im Laufe der Zeit kristallisierten Schönheit, an eine feine Luft, die die Landschaft wie eine illusorische Erscheinung, die jeden Moment verschwinden kann, zuweilen beinahe unwirklich erscheinen lässt, ist er oder sie stark von der Präsenz des Wassers abhängig. Beinahe alle Einheimischen arbeiten rund um das Thema Wasser und Metall, die seit jeher eng miteinander verbunden sind und historisch zur Tradition dieses Landes gehören. Hier am Ortasee und in den umliegenden Tälern wird schon seit Urzeiten Metall verarbeitet. Es gibt Belege für die Tätigkeit von Zinngießern, Zinnschmieden und Gießern aus der zweiten Hälfte des 15. Jahrhunderts, als sich in der Region um das Schmelzen und die Metallverarbeitung ein verbreitetes Handwerk entwickelte. Diese umherziehenden Handwerker wanderten aus dem Aostatal nach Frankreich, dem traditionellen Ziel der Zinngießer, und nach Spanien aus. Sie erreichten auch Deutschland und traten, wie es scheint, in einen harten Wettbewerb mit dort einheimischen Erzeugern. Vor allem das von Omegna aus nach Nordwesten aufgehende Stronatal kann auf eine sehr alte Tradition der Eisenverarbeitung blicken. Das Wasser des Baches Strona war schon damals zur Energiegewinnung für die Errichtung von Eisenverhüttungs- und -verarbeitungsbetrieben entlang des Tals wichtig. Hier entwickelte sich in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts die große Stahl-, Textil- und Maschinenbauindustrie.

Der See, rebellisch und geheimnisumwoben.

Der Ortasee, der westlichste aller Voralpenseen, ist ein geheimnisumwitterter kleiner See in Norditalien. Die Mysterien beginnen schon bei der komplexen Geschichte seiner vielen Namen: Cusio, traditionell der lateinische Name von San Giulio, wie der See in langobardischer Zeit genannt wurde; Orta, wie er seit Ende des 15. Jahrhunderts genannt wird, vermutlich im Zusammenhang mit der zunehmenden politischen, wirtschaftlichen und demografischen Bedeutung des Ortes Orta.



Im Vergleich zu allen anderen italienischen Seen ist der Ortasee außergewöhnlich. Schon Gianni Rodari, der 1920 hier in Omegna geborene bekannte Schriftsteller und Dichter erzählte in seinem Buch *Zweimal Lamberto oder das Geheimnis der Insel San Giulio* (1978) von diesem „rebellischen See“: „Der Ortasee, in dem die Insel San Giulio liegt, auf welcher der Baron Lamberto wohnt, ist anders als alle anderen Seen des Piemont und der Lombardei. Ein eigenwilliger See, der ganz seinen eigenen Ideen folgt. Anstatt, wie der Lago Maggiore, der Comer See und der Gardasee, sein Wasser mit Disziplin in Richtung Süden zu schicken, schickt er es nach Norden, so, als wolle er es nicht dem adriatischen Meer, sondern dem Monte Rosa schenken. Wenn Ihr Euch in Omegna auf den Platz des Rathauses stellt, könnt Ihr sehen, wie aus dem Cusio ein Wasserstrom heraustritt, der direkt auf die Alpen hinzu fließt. Kein großer Fluß, aber größer als ein Wildbach. Dieser Fluß nennt sich Nigoglia und besteht darauf, dass man ihn in der weiblichen Form mit „die Nigoglia“ anspricht. Die Einwohner Omegnas sind sehr stolz auf diesen rebellischen Fluß und haben in Anlehnung an ihn ein Motto in Mundart geprägt: „La Nigoja la va in su e la legg la fouma nu.“ In etwa auf Deutsch: „Die Nigoglia fließt aufwärts und das Gesetz machen wir.“

Die Insel im See ist dem von der griechischen Insel Ägina stammenden Heiligen Julius geweiht. Gemeinsam mit seinem Bruder Julianus kam Julius Ende des 4. Jahrhunderts an das Ufer von Cusio. Mit Zustimmung von Kaiser Theodosius I. zerstörten die Brüder heidnische Kultstätten und bauten Kirchen. Der Legende zufolge soll Julius es seinem Bruder überlassen haben, in Gozzano di neunundneunzigste Kirche zu gründen, während er sich allein auf die Suche nach einem Ort begab, an dem er die hundertste errichten würde. Er erkannte die kleine Insel als geeigneten Ort, fand aber niemanden, der bereit war, ihn von Omegna auf die Insel zu bringen, deren Felsen voll von Schlangen waren. Da habe Julius an der Küste von Pella seinen Mantel auf dem Wasser ausgebreitet und sei auf diesem zur Insel gefahren. Weil die Einwohner von Omegna dem hl. Julius nicht halfen, dürfen sie auch heute noch nicht am 31. Januar,

J.T. Willmore,
Lac d'Orta,
épreuve de
gravure sur
acier d'après
un dessin de
W. Brockedon,
1829.

- 24 Antonio Calderara (1903-1978), Pella, *Insel San Giulio*, 1934, Öl auf Leinwand, 70 x 60 cm.
Mit freundlicher Genehmigung der Fondazione Antonio e Carmela Calderara

dem Tag des Schutzpatrons, an den Feierlichkeiten teilnehmen, sondern erst an den darauffolgenden Tagen. Auf der Insel besiegte Julius die dort ansässigen Drachen und Schlangen – ein offensichtliches Symbol des heidnischen Aberglaubens – und legte den Grundstein für die Kirche, heute die Abtei, die seinen Namen trägt.

Das Benediktinerkloster auf der Insel San Giulio, die Abtei Mater Ecclesiae, ein imposantes Gebäude, das die gesamte Insel einzunehmen scheint, wird heute von fleißigen Benediktinerinnen in Klausur bewohnt. Mit ihrer diskreten und stillen Präsenz hüllen sie den Ort in Spiritualität und unterstreichen seine mystische, gedämpfte und meditative Atmosphäre, die auf die Menschen und das Leben rund um den See ausstrahlt.

Zum Mysterium des Sees trägt auch der Sacro Monte di Orta bei, der 2003 zusammen mit anderen acht Heiligen Bergen der lombardischen und piemontesischen Alpen in die Liste des Weltkulturerbes der UNESCO aufgenommen wurde. Franziskus von Assisi gewidmet, besteht der Komplex aus einundzwanzig unterschiedlich großen und stilistisch verschiedenen Kapellen, dem ehemaligen Hospiz des hl. Franziskus, einem monumentalen Tor und einem Brunnen. Er wurde in drei Phasen gebaut. Die erste begann 1590 auf Veranlassung der örtlichen Gemeinde, währte bis etwa 1630 und ist durch einen manieristischen Stil gekennzeichnet. In der bis zum Ende des 17. Jahrhunderts andauernden zweiten Phase herrschte der Barockstil vor, der sich in der dritten Phase bis zum Ende des 18. Jahrhundert in eklektische Formen entwickelte. Dieser heilige Berg ist der einzige, der seit dem 16. Jahrhundert in seiner topologischen Form unverändert geblieben ist. Der Garten gibt einen herrlichen Blick auf den Ortasee frei.



Einladung zur Erkundung der Orte am See

Ein kurzer Führer zu den Sehenswürdigkeiten am Ortasee. Eine Art „Schatzsuche“, die die persönliche Neugierde und den Wissensdurst befriedigt. Nur so wird sich der Zauber dieses Ortes erfassen lassen.

EIN ALTES BOOTSAHRER- UND FIESCHERDORF. In Pella verbergen sich in den Falten der Geschichte uralte Gegebenheiten: Eine Seidenfabrik aus dem 18. Jahrhundert musste aufgrund eines Schiffbruchs zweier mit Seidenraupen aus dem Orient beladener Schiffe stillgelegt werden und erwacht als religiöses Institut zu neuem Leben. Die renommierte Papierfabrik Sonzogno wurde infolge unternehmerischer Entscheidungen des frühen 20. Jahrhunderts stillgelegt. Ihre aufgeteilten und zweckveränderten Gebäude prägen das urbanistische Gesicht des Dorfes neu.

DIE SUGGESTION EINES KIRCHHOFS. Der tausendjährige Komplex San Filiberto. Vom See aus lädt die Kopfsteinpflastertreppe aus dem 18. Jahrhundert ein, zum Kirchenvorplatz aufzusteigen. Die Kirche mit ihrer Giebelfassade aus dem 11.

Jahrhundert ist eine der vier ältesten an der Riviera. Der schlichte und schlanke Glockenturm wird auf die Zeit zwischen 1075 und 1110 datiert. Seit Anfang des 19. Jahrhunderts rahmen die vierzehn Kreuzwegkapellen den Kirchhof.¹

KUNST AUS STEIN. Alzo: Hört ... und ihr werdet immer noch in der Luft den rhythmischen Klang der Meißel vernehmen, die den Granit aus den Steinbrüchen bearbeiten, wo Hunderte von *picasass* (Steinmetze) den Stein geformt haben. Ringsum offenbaren sich einem aufmerksamen Blick die vielen daraus gefertigten Artefakte: Türstürze, Balkone, Säulen anmutiger Arkaden der Balkone, Bordsteine, Zierkapitelle, alle aus Granit von Alzo.

EINE ZEITREISE ZURÜCK. Ein wenig Ruhe zum Meditieren. Hier eine gepflasterte Straße, enge Gassen zwischen den Mauern alter Steinhäuser, und schließlich der See, der antike „Hafen“ des Staates der Riviera di San Giulio, eine Transitstrecke für Künstler, Handwerker und Arbeiter von den Baustellen zur Insel und zum Sacro Monte di San FRANKREICHSCO. Das

ist Ronco, drei Kilometer von Pella entfernt. Ein Spaziergang zwischen Kastanienbäumen und Wildkräutern. Von Ronco aus führt ein alter Saumpfad bergauf und bietet abschnittsweise in den Kehren selten schöne Ausblicke. Und dann gibt es das Oratorium von San Giulio (1672) mit wertvollen Fresken in seinem Inneren.²

ANLEGESTELLE DER HEILIGEN. Die Insel San Giulio mutet wie eine anziehende, aber unbeschreibbare Meerjungfrau an und ist als eine intime, persönliche Entdeckung zu erleben. Sie birgt eine tausendjährige, faszinierende Geschichte für den Besucher, der unbewusst zum Pilger wird,

sobald er seinen Fuß auf diesen Landstreifen setzt. Die Geschichte erzählt von Schlangen, die der Kleriker von Ägina verjagte, vom Becher, aus dem der hl. Julius trank, vom Drachenwirbel, der in der Sakristei aufbewahrt wird, von römischen Fundstücken, vom Kaiserdiploma Ottos I. aus dem Jahr 962, von der Geburt Wilhelms von Dijon, von der Tradition des in Prozession getragenen eisernen Drachens, von den Fresken in der Basilika mit Inschriften von Reisenden aus vergangenen Jahrhunderten und von anderen faszinierenden, wahren oder weniger wahren Gegebenheiten, die Sie in ihren Bann ziehen werden.

ORTA, „DAS ACQUARELL GOTTES“. Schließlich landen Sie in Orta San Giulia, der „Hauptstadt“ der Riviera! Die Briten entdeckten sie im 19. Jahrhundert und versäumten es nicht, sie in Gemälden und Aquarellen wiederzugeben, sie zu erzählen und zu romantisieren. Ein literarischer Rundgang schlängelt sich um den See und ist eine Reise entlang von auf Tafeln eingravierten Autoren und Auszügen aus ihren Werken, wie das Zitat von Balzac: „... ein reizender kleiner See wie der Ortasee am Fuße des Monte Rosa...“ und der Reisenden Eliza Robinson Cole, die während ihrer Reise 1859 die kuriose Praxis beschreibt, Maultiere oder Esel auf Booten vom Orta-Ufer

zum Pella-Ufer zu transportieren.

PILGER ... Die strengen Paläste der Adelsfamilien säumen den Aufstieg zum Monte, ein heiliger Ort par excellence. Sie wurden ab 1592 nach einem Entwurf von Pater Cleto da Castelletto *ingegniero* gebaut und säumen einen Andichtspfad, der die Ablenkung durch die Schönheit des Sees und seiner Umgebung ausschloss.

EMANUELA VALERI
(Textausschnitt aus *Lake Time*,
Interlinea, Novare 2019)
Emanuela Valeri ist eine angesehene
Historikerin und Gelehrte für die
Traditionen des Sees.



¹ Piero De Gennaro, *San Filiberto sul lago d'Orta*, Nuova Trauben, Turin 2015.

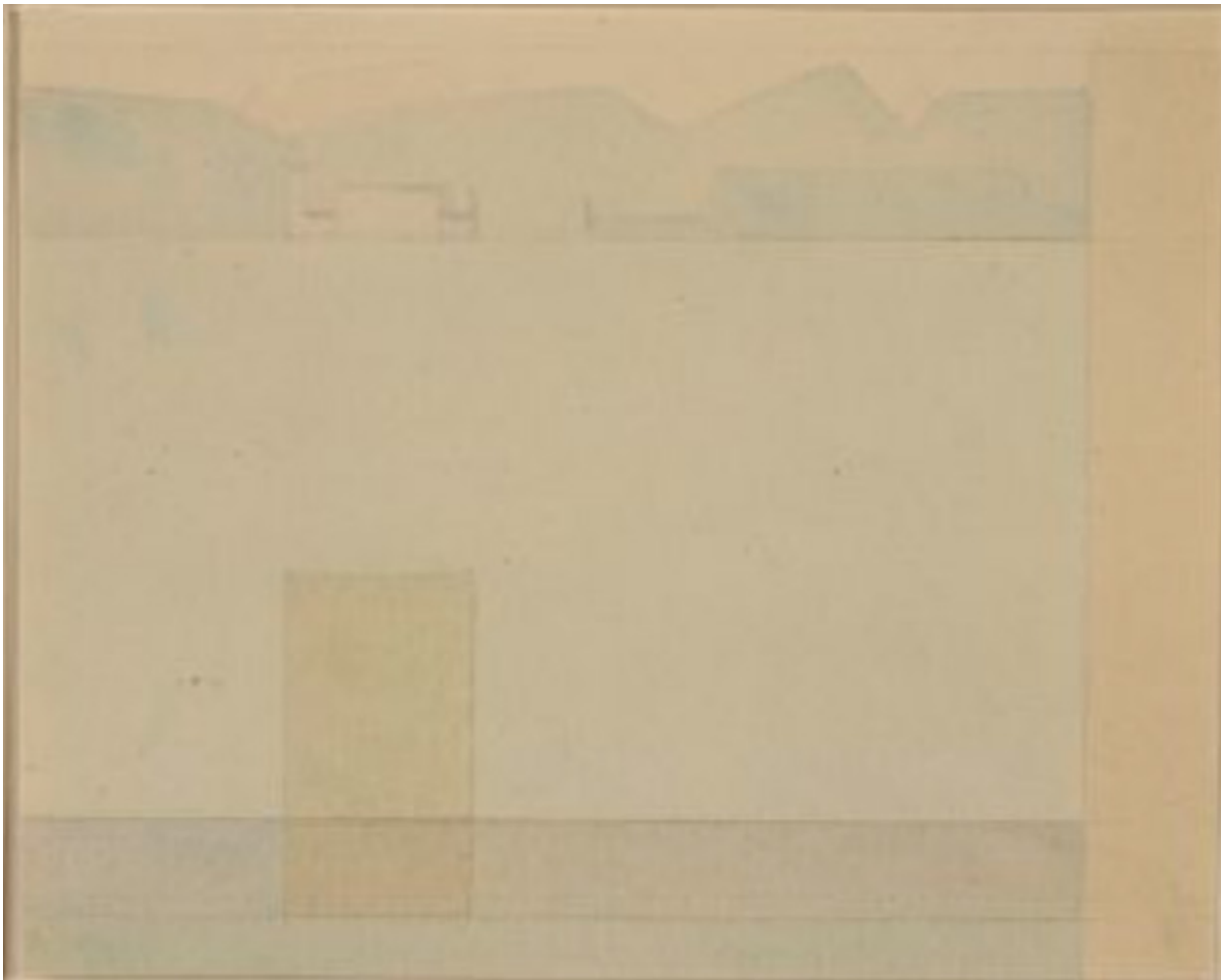
² Fiorella Mattioli Carcano, *Il Sacro: segni, istituzioni religiose e*

forme devozionali, in *La memoria è la nostra storia*, San Giulio a Ronco Superiore, Comune de Pella, 2009, p. 47.

³ Ecomuseo del Lago d'Orta e Mottarone, Pettenasco.

⁴ Giulio Bedoni, *Tracce d'Autore, Luoghi e itinerari letterari del*

lago d'Orta e del Mottarone nelle pagine di narratori e poeti, Ecomuseo Cusius e Italia nostra, Pettenasco 1989, p. 27.



Antonio Calderara
(1903-1978), *Ortasee*,
1956, Aquarel auf
Papier, 11 × 13,5 cm.
Mit freundlicher
Genehmigung von
Fondazione Antonio
e Carmela Calderara.



Worte zum See

Dieser See, der wie kein anderer zwischen bewaldeten Bergen und von den großen Alpengletschern zurückgelassenen Moränen eingeschlossen und geschützt ist, mit seiner so perfekten Insel, dass sie zu bestimmten Tages- und Abendzeiten fast wie ein Hologramm erscheint, eine platonische Idee von einer Insel, hat natürlich die Worte unzähliger Dichter und Schriftsteller – von Honoré de Balzac bis Mario Soldati, von Robert Browning bis Sebastiano Vassalli – aus aller Welt inspiriert.* Darunter auch Eugenio Montale, der dem See ein Gedicht widmete. Es wurde erstmals im „Corriere della Sera“ vom 26. Oktober 1975 veröffentlicht, dem Tag nach der Verleihung des Nobelpreises für Literatur an den Dichter.

(*) Um sich einer Bibliographie des Ortasees zu nähern, kann es sinnvoll sein, zunächst einige anthologische Essays zu diesem Thema zu lesen. Darunter den Aufsatz *Il Cusio degli scrittori*, in „*Immagini del lago d’Orta nella pittura dal Quattrocento ad oggi*“ von Carlo Carena, herausgegeben von Luigi Alberti, veröffentlicht von Lo Strona mit der Fondazione Arch. Enrico Monti.
Zum gleichen Thema, *Il lago d’Orta nella letteratura*, Unterlagen zum Fortbildungskurs für Lehrer, Edizioni Comunità Montana Cusio Mottarone, s. l. 1986
Eine der ersten Anthologien war die von Renato Verdina, *Il lago d’Orta nella poesia e nell’arte*, L. Vercelli, Omegna 1936.
Und 1996 bzw. 1998, versch. Autoren, *Il lago d’Orta. Arte e Storia. Ambiente. Letteratura. Tradizioni* vom Istituto Geografico De Agostini, und versch. Autoren, *Riflessi poetici sui laghi d’Orta e Maggiore*, herausgegeben vom Centro Studi Piemontesi der Region Piemont.
Zahlreiche Seiten von „Literatur, Reisen und Erinnerungen“ wurden in der von 1976 bis 1982 aufgelegten Zeitschrift „Lo Strona“ veröffentlicht. 2008 wurde eine Auswahl veröffentlicht und eine schöne Sammlung in einem von der Fondazione Enrico Monti herausgegebenen Band veröffentlicht.
Eine angenehme Lektüre, *Il lago d’Orta, in Versen und Prosa*, von Giulio Bedoni, für Alberti Libraio Editore, Verbania 2002. Aus dieser Arbeit entstanden die „Itinerari letterari“, eine Initiative des Ökomuseums des Ortasees und Mottarone und der Sektion Novara von Italia Nostra, die darin besteht, an verschiedenen Orten Metalltafeln mit Zitaten von Dichtern und Schriftstellern anzubringen, die über diese Orte geschrieben haben oder von denen sie sich für ihre Werke haben inspirieren lassen.
Schließlich, von aktuellem Interesse, *Il lago dove nacque Zarathustra, Guida letteraria di Orta*, von Nicola Fantini und Laura Pariani, für Interlinea, Novara 2018.

F. Gonino
(zugeschr.),
Vista del lago,
Stich nach einer
Zeichnung
von Marco
Nicolosino
(1787- 1856)

Antonio Calderara (1903-1978), *Senza titolo*, 1934-1935, auf Leinwand, 60 × 50 cm. (Das Gemälde wird auf die Zeit vor 1936 datiert, da der auf dem Gemälde dargestellte Glockenturm der Kirche in Pella in diesem Jahr abgerissen und durch einen neuen Glockenturm auf der linken Seite der Fassade ersetzt wurde.) Mit freundlicher Genehmigung der Fondazione Antonio e Carmela Calderara.

„Wasser ist das Bindeglied zu unserer Produktion. Das ideell, symbolisch durch umweltfreundliche Objekte so sauber wie möglich zu den Familien zu bringende Wasser. Die Formen unserer Produkte sind Formen des Wassers. Sie erinnern an dieses saubere, flüssige, kostbare, nützliche und gesunde Element, das für das Leben von grundlegender Bedeutung ist. Dem Wasser seine beste Form zu geben, ist unsere Mission.“



Mystik des Sees

Eine kleine Insel in einem See mit schillernden Farben im Spiel des Lichts und des Herbstes, der die Blätter der Bäume in einem leidenschaftlichen Schrei nach Leben erstrahlen lässt.

Es sind nun schon fünfundvierzig Jahre, dass ich von diesen ruhigen Ufern aus Sonnenauf- und -untergänge betrachte. Die Schönheit, die mich fasziniert hatte, als wir vor langer Zeit auf diesem Felsen ankamen, wurde mehr und mehr Teil von mir, von uns, von unserem Leben, das sich gnädig als außerordentlich fruchtbar erwies. Auf diese damals noch wilde und unerforschte Insel kam im 4. Jahrhundert der Priester Julius und pflanzte das Wort des Lebens: das Evangelium. Dieser harte Felsen nahm uns im Oktober 1973 auf, damit wir weiterhin Jesus, den Guten Hirten, suchen und feiern konnten, denn allein er versteht es, zum Herzen eines jeden Menschen zu sprechen und es mit Leben, Wahrheit und Liebe zu erfüllen. Und so kam es, dass die kleine Unterkunft, die wir in jenen ersten Tagen auf der Suche nach Stille und Einsamkeit bewohnten, auf geheimnisvolle Weise wuchs, um für viele Schwestern und Brüder Platz zu schaffen. Sie alle sind von der

Gnade dieses Ortes fasziniert, an dem seit Jahrtausenden die Geheimnisse des Glaubens zelebriert werden, eine Quelle, aus der wir einen Frieden schöpfen, der nicht enttäuscht.

Wer auf diese Insel kommt, spürt, dass dort eine besondere Atmosphäre herrscht: eine Stille, die Gebet ist, eine Stille, die die Seele durchdringt. Die grauen Steine des Glockenturms laden uns ein, den Blick zum Himmel zu erheben und innezuhalten, schüchtern dem Bedürfnis Platz zu machen, den frenetischen Rhythmus der ohrenbetäubenden Kommunikation zu unterbrechen, um aus dem Herzen kommende Worte wiederzuentdecken, die wir kaum noch zu hören vermögen. Beruhigend ist auch das Zeugnis des Gemeinschaftslebens, das im Takt der tausendjährigen Erfahrung des heiligen Benedikt im ora et labora verläuft. Selbst in unserer Zeit ist es noch möglich, nach einer Dimension zu leben, die dem Menschen und seinen ureigensten Bedürfnissen Raum lässt und dabei die Einsamkeit und Gemeinschaft, Stille und Sprache, Hören auf das Wort Gottes und Lobpreis miteinander zu verbinden. Viele Menschen, die auf die Insel kommen, verlassen sie mit Freude im Herzen und in

Saint Jules,
Fresko in der
Basilika auf der
Insel San Giulio



der Sicherheit, eine kostbare Perle gefunden zu haben, eine sichere Hoffnung auf ein friedliches Leben, in dem der Mensch – um es mit den prophetischen Worten des seligen Paul VI. zu sagen – „zu sich selbst zurückfindet“.

Unsere Aufgabe ist es daher, zu wachen, zu beten, zu meditieren und durch die Nacht zu blicken, beinahe um das Anbrechen des Morgens zu beschleunigen und die Offenbarung der Liebe Gottes in Christus zu empfangen, der gekommen ist, um uns seinen

Vater bekannt zu machen und uns zu seinen Kindern und Teilhabern am göttlichen Leben zu machen. Wenn wir uns vor der Morgendämmerung im Chor versammeln, denken wir, dass wir geistig alle Völker in der Gegenwart des Herrn versammeln und das rettende Wort vernehmen, und wir wissen, dass sie in dem Maße, in dem wir dieses Wort ausleben, in der Lage sind. Wir sind aufgefordert, in unseren Herzen die Ängste und das Leiden der ganzen Menschheit zu tragen, damit

sie zum unsterblichen Leben wiedergeboren wird. Wir sind aufgefordert, in der Welt mit der Fürsorge der Jungfrau Maria, der Mutter Kirche, präsent zu sein und das Geheimnis ihrer Mutterschaft auszuleben, die alle Schmerzen des kirchlichen Leibes auf sich nimmt und ihn mit der beruhigenden Gegenwart Gottes durchdringt.

MUTTER ANNA MARIA CÀNOPÌ,
ABTEI MATER ECCLESIAE,
INSEL SAN GIULIO

Anna Maria Cànopi war Gründerin und Äbtissin der Benediktinerabtei Mater Ecclesiae auf der Insel San Giulio. Autorin zahlreicher Bücher über monastische und christliche Spiritualität, arbeitete sie an der Bibelausgabe der italienischen Bischofskonferenz, dem Katechismus der Katholischen Kirche und den Ausgaben der neuen Messbücher und der Lektionare mit. Sie bereitete 1993 den Text des Kreuzwegs von Papst Johannes Paul II. im Kolosseum vor. Im Alter von siebenundachtzig Jahren, am Tag des hl. Benedikt, verstarb sie auf der Insel San Giulio.





FANTINI

:

REPORT FROM THE
W A T E R F R O N T

02

INDUSTRIE
&
NATÜRLICHE
LANDSCHAFT

PROJEKTE DER FABRIK AM SEE
UND VON CASA FANTINI LAKE TIME



„Mit diesem Projekt haben wir einen Traum verwirklicht: nämlich Industrie auf harmonische und perfekt ausgewogene Weise in die Umgebung zu integrieren. Unser Hauptsitz am See gilt heute als ein hervorragendes und sehr innovatives Beispiel für die gelungene Einbindung eines Industrieunternehmens in die natürliche Landschaft.“

Die Integration der Architektur in die Landschaft rückte in den letzten Jahren in der kulturellen Debatte zwischen Architekten, Stadtplanern und Landschaftsarchitekten immer stärker in den Mittelpunkt und führte zu einer neuen, sich mittlerweile fest etablierten Denkweise.

Der fortschrittliche zeitgenössische Gestaltungsansatz basiert auf der vermittelnden Wirkung der Architektur als Schnittstelle zwischen der natürlichen und der künstlichen Umgebung. Bei der Planung stellt man sich dabei die Architektur als einen nachhaltig in ein Ökosystem eingebetteten Organismus vor, bei dem jede Verwandlung Teil eines Prozesses ist, der auf den Zielen ökologischer Nachhaltigkeit beruht.

Das sind die Grundvoraussetzungen für die beiden von Fantini in der Umgebung des Ortasees realisierten Architekturprojekte, in einer Umgebung von seltener Schönheit und landschaftlichem Wert und mit einem empfindlichen ökologischen Gleichgewicht.

Die Fabrik am See und das Hotel Casa Fantini Lake Time befinden sich im Dorf Pella, direkt am Seeufer. Die Projekte sind zwei miteinander verbundene und sich ergänzende Bausteine der gleichen strategischen und unternehmerischen Vision des Unternehmens und seines Engagements für die Aufwertung des Gebiets. Dem Architekten Piero Lissoni, gelang es, die Absichten des Unternehmens optimal zu interpretieren. Beide Eingriffe bedienen sich der gleichen Ausdrucksweise und haben morphologische Merkmale, durch die sie sich ganz natürlich und beinahe unauffällig in die Umgebung einfügen. Bei der Wahl der Materialien, Farben und Konstruktionsdetails wurde die Umgebung respektiert, um ein harmonisches Gesamtbild zu erreichen. Der Hauptsitz Fantinis und das Hotel Casa Fantini sind heute unter den erfolgreichsten internationalen Beispielen für eine gelungene Integration von gebauter Architektur in die natürliche Landschaft, ein wahres, innovatives und nachahmenswertes Modell *Best-Practice*.

AUF DEN
VORHERGEHENDEN
SEITEN: Die vom
Architekten Piero
Lissoni entworfene
Architektur des
Hauptquartiers
Fantini vom See
aus gesehen, mitten
im Grünen und
in die Umgebung
eingefügt

GEGENÜBERLIEGENDE
SEITE : Das Dorf
Pella, in dem sich
das Hauptquartier
befindet
und das Hotel Casa
Fantini Lake Time,
beide entworfen
vom Architekten
Piero Lissoni.





Die Fabrik am See

42

Wie ein Fernrohr, das sich dem See nähert, führt die Pergola auf einem grün gerahmten Weg und mit dem Rauschen des Wassers des Baches, der vom Eingang des Unternehmens vorbeifließt, zu den Büros und zum Ausstellungsraum am Seeufer

Die Aufwertung des bislang den bestehenden Fabrik- und Bürogebäuden vorbehaltenen Seeblicks war Grundvoraussetzung für das architektonische Konzept der Erweiterung des Hauptsitzes Fantinis durch den Architekten Piero Lissoni.

Die Umstrukturierung des Unternehmens und der Projektstart fielen mit dem Beginn einer Reihe von für die neue Organisation des Produktionsprozesses und der Unternehmensführung entscheidenden externen Partnerschaften zusammen. Sie leiteten damit einen Weg ein, der zu einem Modell eines kleinen diffusen Unternehmens führen könnte.

Am Seeufer wurden die strategischen Funktionen wie die Büros und der Ausstellungsraum untergebracht. Dank großer Glasflächen dialogieren sie synergetisch mit der Landschaft und die Außen- und Innenbereiche stehen in visuellem und physischem Kontakt.

Eines der Hauptziele war die architektonische Vereinheitlichung der bestehenden Gebäude des in verschiedenen Epochen errichteten Unternehmens. Die für alle Wandflächen gewählte Verkleidung aus dunkelgrauem Profilglas ist wie eine „Haut“, die dem Komplex und den beiden Hauptfabrikgebäuden Kontinuität und optische Sauberkeit verleiht und sich natürlich in die Naturlandschaft einfügt.

Der industrielle Charakter der Architektur wird nach außen hin durch die Wahl der Materialien verdeutlicht: sehr roher Stahlbeton und Betonplatten für den langen überdachten Gehweg, der vom Firmeneingang bis zum Empfangsbereich führt und mit dem Wasser dialogiert, indem er den Bach flankiert und in Richtung See begleitet. Dort befindet sich auch eine Anlegestelle für das Gästen und Kunden vorbehaltene Boot, das das Unternehmen mit dem Hotel Casa Fantini verbindet.

Die grüne Pergola überdacht den Weg, der die beiden Fabrikblöcke trennt, und hat die Funktion, natürliche Elemente in die Gestaltung der Industriearchitektur einzubeziehen.



43



Große, raumhohe Fenster verbinden alle Räume des Hauptsitzes mit dem See, dem wahren Protagonisten des Projekts

GEGENÜBERLIEGENDE SEITE: Nüchterne Farben prägen die Gemeinschaftsbereiche des Ausstellungsraums und ergänzen das den architektonischen Raum dominierende Weiß.



Le caractère fort des bâtiments industriels préexistants au bord du lac, peints en gris foncé, a été conservé, tandis qu'à l'intérieur des bureaux et du showroom dominant la luminosité du blanc, de la résine claire et la transparence des grandes surfaces vitrées, d'où l'on accède au jardin, qui offrent une vue extraordinaire sur le lac et l'île San Giulio.

L'extension des bâtiments industriels a coïncidé avec la réorganisation de certaines fonctions et de certains processus de production, ainsi qu'avec le développement d'un modèle intégré qui couvre l'organisation de l'usine dans son ensemble selon les lignes directrices et les principes du *Lean Manufacturing* : de la gestion des aspects environnementaux et de la sécurité du travail, à la maintenance, en passant par la logistique, en prêtant une attention particulière à l'élimination des déchets. Optimisation des résultats grâce à l'amélioration continue des processus et de la qualité des PRODUKT, au contrôle et à la réduction progressive des coûts de production, à la flexibilité dans la réponse aux besoins du marché et à l'implication et à la motivation des personnes.

Im Erdgeschoss
Großraumbürobereich
mit Seeblick

GEGENÜBERLIEGENDE
SEITE Arbeits- und
Besprechungsbereiche
im Ausstellungsbereich



Architekt Piero Lissoni,
Autor des Projekts
für den Hauptsitz,
in Gesellschaft von
Daniela Fantini

GEGENÜBERLIEGENDE
SEITE: Treppe zum
ersten Stock der
Büroräume

Piero Lissoni, die Projekte Casa Fantini und des Hauptsitzes

Piero Lissoni, einer der international bekanntesten italienischen Architekten und Designer, arbeitet seit Ende der 1990er Jahre mit Fantini zusammen. Er ist der Autor der Projekte der Showrooms von Fantini in Mailand und New York, der Messestände und, in Zusammenarbeit mit GraphX, der gesamten Image- und Grafikkommunikation, signierte er die beiden architektonischen Projekte für das Hotel Casa Fantini Lake Time (2017) und den Hauptfirmensitz (2018), beide in der Ortschaft Pella, am Ufer des Ortasees.

Über das Hotelprojekt Casa Fantini Lake Time sagt Lissoni: „Als ich mit dem Projekt Casa Fantini Lake Time begann, stellte ich mir vor, kein Hotel, sondern ein Haus bauen zu wollen. Es war ja auch kein typisches Hotel, weil es nur so viele Zimmer hat, wie sie auch in einem Wohnhaus sein könnten. Und es musste auch nicht den hoteltypischen Rhythmen folgen, weil es, wie alle Wohnhäuser über einen Living-Bereich und eine Küche

verfügt. In Wirklichkeit ist alles darauf ausgelegt, diese Art von Doppelleben zwischen Haus, Garten und Wasser zusammenzuhalten. Und dann ist da noch die Verbindung zwischen einem vollständig neugebauten Element und seiner Präsenz inmitten einer Reihe historischer Gebäude und zu dem, was vor ihm passiert: eine Art Spiegeleffekt. Dort liegt eine sehr eindrucksvolle Insel, San Giulio, mit Gebäuden aus den 1600er Jahren und auf der anderen Seite eine andere Art von Insel, eigentlich eine Halbinsel,

mit einer anderen Geschichte, sehr neuen Gebäuden und alten Häusern, alten Gärten, alten Bäumen ...

Die Räumlichkeiten von Casa Fantini sind warm und luftig, angenehm, um innezuhalten, Musik zu hören, zu lesen, zu plaudern, zu meditieren und sich in der herrlichen Aussicht zu verlieren. Alles ist umsichtig, gestaltet, alles ist integriert. Um eine Atmosphäre von heiterer Beschaulichkeit zu vermitteln. Hier kann man gar nicht anders, als sich einfach „heimelig“ zu fühlen. In Wirklichkeit steht eine sehr einfache Idee hinter einem Projekt wie Casa Fantini Lake Time. Ich glaube, dass alle Architekturprojekte Interferenzen sind. Es ist, als ob sich eine Art Schallwelle „kräuseln“ würde. Meiner Ansicht nach besteht die Kunst darin, diese kleine Störung

mit dem, was um sie herum geschieht, in Wechselwirkung zu bringen. Also habe ich einfach versucht, so „leise“ wie möglich zu sein. Und auf die gleiche Weise wollte ich das Gebäude der

auf den Platz gehenden alten Villa in einen Dialog mit dem neuen Gebäude bringen, also versuchte ich, es einzubinden und gleichzeitig mit dem neuen, um sie herum gebauten Gebäude zu vereinheitlichen. Das war es. Das ist das architektonische Projekt von Casa Fantini.“

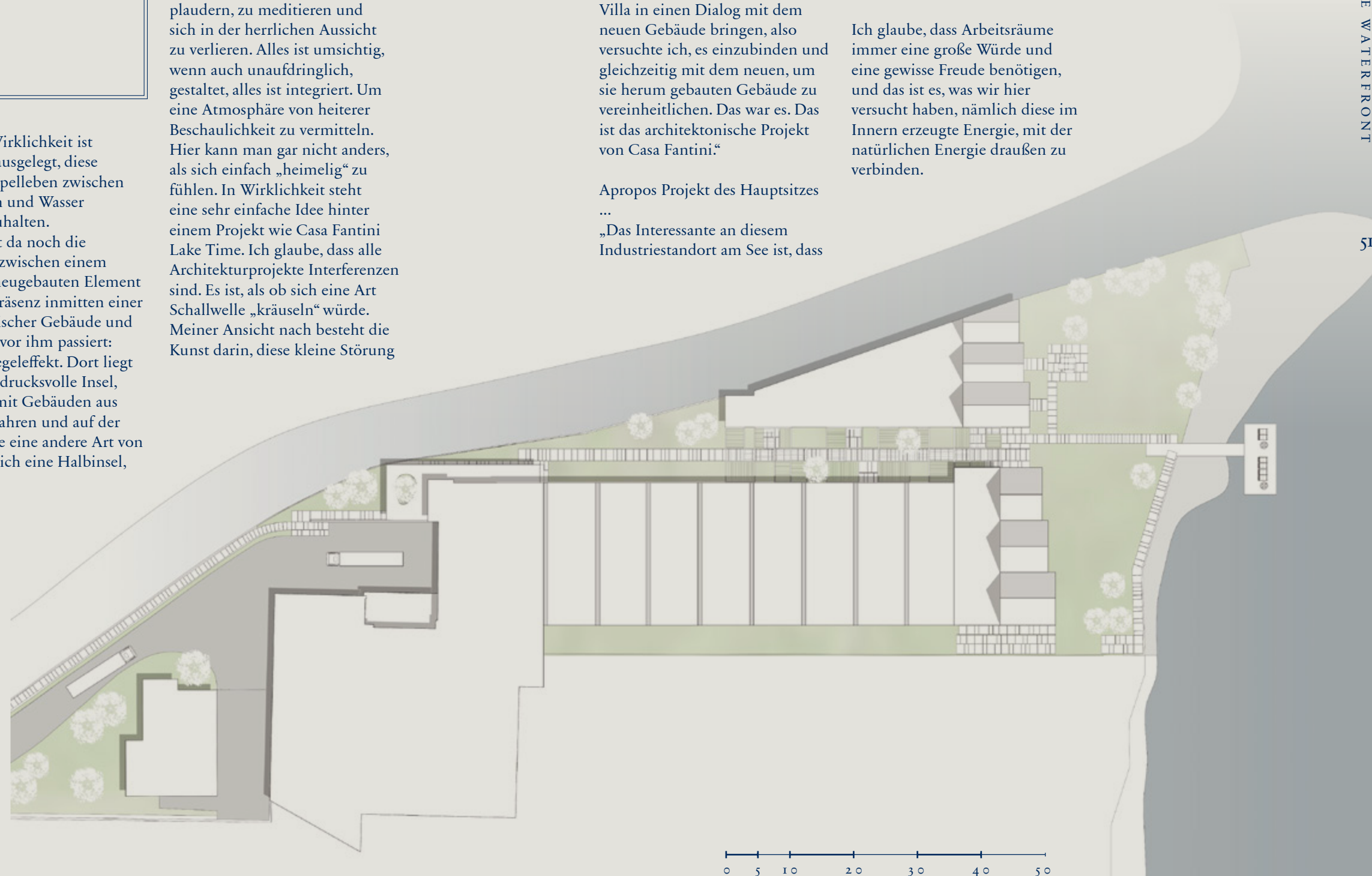
Apropos Projekt des Hauptsitzes

... „Das Interessante an diesem Industriestandort am See ist, dass

in der Fabrik bereits eine ganze Menge eigene Energie steckt, sie wartete nur darauf entdeckt zu werden, wie ein Rohdiamant. Wir haben nur versucht, einen Dialog zwischen dem, was draußen passiert, und dem, was drinnen passiert, herzustellen.

Ich glaube, dass Arbeitsräume immer eine große Würde und eine gewisse Freude benötigen, und das ist es, was wir hier versucht haben, nämlich diese im Innern erzeugte Energie, mit der natürlichen Energie draußen zu verbinden.

Plan des
Hauptsitzes von
Fantini am See





Das langsame Tempo in Casa Fantini

Die Idee, ein kleines Hotel mit Blick auf den Ortasee gegenüber der Insel San Giulio, zu bauen, ist von Daniela Fantini und Teil ihrer besonderen unternehmerischen Strategie, die darauf abzielt, das Gebiet aufzuwerten, in dem ihre Familie und ihr Unternehmen verwurzelt sind.

Ihre tiefe Verbundenheit und Liebe zum See waren ausschlaggebend für die strategische Entscheidung, das Unternehmen nicht ins Landesinnere zu verlagern. Im Gegenteil wollte sie um diese „italienische Designfabrik“ am See ein weitreichendes Sanierungs- und Förderungsprojekt aufzubauen, das nicht nur auf das kleine Dorf Pella, in dem es keine Beherbergungsbetriebe gab, sondern auf die gesamte Riviera des Ortasees positive Auswirkungen haben sollte.

Die Debatte über die theoretischen Voraussetzungen des vom Unternehmen geförderten Hotelprojekts und die Auswirkungen, die es auf das Unternehmen selbst und die Region haben würde, war intensiv und bezog ein ausgezeichnetes multidisziplinäres Expertenteam unter der Leitung von Massimo Ianni, einem internationalen Spezialisten für die gehobene Hotellerie, ein.

Einige Eckpunkte und grundlegende Leitlinien kristallisierten sich als entscheidende Inputs für die Entwicklung des Architekturprojekts heraus, mit dem der Architekt Piero Lissoni betraut wurde.

Zeitgenössisches Design und Architektur sind heute ein wirkungsvolles Instrument, um neue Tourismusströme in Städte und besondere Orte zu leiten und zu entwickeln. Sie ziehen einen anspruchsvollen, hochkulturellen internationalen Tourismus an, der die standardisierte und laute Erfahrung meidet und auf der Suche nach Qualität, versteckten Besonderheiten und emotionalen Erfahrungen in besonderen Umgebungen ist.

Die Architektur der Empfangsräume geht in Richtung konzeptioneller, ästhetischer und formaler Wesentlichkeit, hin zu ökologischen und nachhaltigen Materialien. Dabei kommt den Details eine besondere Aufmerksamkeit zu. Sie bestimmen die Qualität von Orten und Objekten und ermöglichen einzigartige und personalisierte Erfahrungen von scheinbarer Einfachheit, bei denen nichts dem Zufall überlassen, sondern alles kontrolliert und geplant ist.

Stein und Wasser sind die natürlichen Elemente des vom Architekten Piero Lissoni entworfenen Hotels Casa Fantini Lake Time, einem Ort, an dem die Zeit langsam verstreicht.



„Das Projekt Casa Fantini Lake Time ist kohärenter Teil der Unternehmensvision und der Tatsache, eine international orientierte, typisch italienische „Designfabrik“ zu sein. Es ist Träger der gleichen Werte: Innovation, Streben nach Qualität und dauerhafter Schönheit, Gebietserhaltung.“

Holz ist der Protagonist der Architektur des Hotels Casa Fantini Lake Time, wo alle Zimmer einen Blick auf die Insel San Giulio haben.

Langsames Tempo ist der wahre zeitgenössische „Luxus“, die ideale Dimension zur Regeneration von Körper und Geist, begünstigt durch eine harmoniebeherrschte Umgebung, um das eigene Gleichgewicht wiederherzustellen.

Die Exklusivität der Erfahrungen, die Zeit für sich selbst, die Aufmerksamkeit und die Sorgfalt sind die Eckpfeiler, auf denen die Inhalte des „einfachen Luxus“ beruhen und die die Qualität der Orte und Gastgewerbeobjekte bestimmen.

So nahm die Idee Form an, dass das Hotelprojekt auf dem Konzept von „Lake Time“ beruhen sollte, einem von den Amerikanern geprägten Ausdruck, der einen Urlaub, einen Traum und damit eine Art Leben „im Seerhythmus“ bezeichnet.

Die Atmosphäre der Stille, des Friedens und der Ruhe, der Blick auf besondere, reizvolle und geschützte Winkel der Landschaft, weit weg vom Chaos, und die Präsenz von kristallklarem Wasser sind alles Elemente, die das exakte Gegenteil des zerstreuen und lärmenden Massentourismus darstellen.

Der See hat einen langsamen Rhythmus, eine mystische Aura, die auch von der diskreten, stillen, aber spürbaren Präsenz der Klausurnonnen auf der Insel San Giulio ausgeht.

Es herrscht eine magische Stille, und zuweilen scheint die Zeit stillzustehen. Ein Ort, an dem – und sei es auch nur für ein Wochenende – nicht die Uhr das Verstreichen der Zeit anzeigt, sondern der innere Rhythmus jedes einzelnen Gastes.

Dies sind die Gedanken, die das Projekt inspiriert haben.

Der Name war gefunden, ein echter Leitfaden für die architektonische Gestaltung: Casa Fantini Lake Time. Casa Fantini, weil sich die Gäste in einem Ambiente mit einer seltenen Mischung aus natürlicher Schönheit, Design und Architektur wie zu Hause fühlen sollen. Und dann Lake Time, um auf seinen Charakter zu verweisen.

Piero Lissoni, der seit Jahren das Image Fantinis betreut, ist es gelungen, die grundlegenden Vorgaben im Hinblick auf Materialien, die Raumkomposition, die Atmosphären der Innenräume und die Baudetails perfekt zu interpretieren.

Das Hotel besteht aus zwei benachbarten und vom Projekt Lissonis miteinander verbundenen Gebäuden am Seeufer: einem bestehenden und einem neu errichteten, dem Garten zugewandten Gebäude.

Das Ergebnis ist ein gelungenes Beispiel dafür, dass Alt und Neu harmonieren können, ohne die eigene Identität sowie die expressive und morphologische Sprache aufgeben zu müssen. Die lokalen Materialien – Stein und Holz – fungieren als Bindeglied zwischen Geschichte und Gegenwart.





58

Garten und Pool von Casa Fantini Lake Time direkt am See.

In den Zimmern spiegelt das blaue Glas die magische Aussicht auf die Insel San Giulio wider.



59

Holz und Stein fügen sich harmonisch in die Landschaft und den Geist des Ortes ein. Die weiche und warme Beleuchtung kommuniziert mit dem natürlichen Licht und den sich ständig verändernden Spiegelungen des Seewassers.

In allen Räumen sind Schlichtheit, Eleganz und Komfort allgegenwärtig, um sich wohl und gut aufgehoben zu fühlen, um zu entspannen und eine emotionale Erfahrung im Geist von Lake Time zu erleben, und um sich selbst und sein Gleichgewicht an einem Ort wiederzufinden, der eine besondere Mischung aus natürlicher Schönheit, Design und Architektur ist.

Wieder ist das Wasser der rote Faden, der Casa Fantini mit der Geschichte, der Natur des Ortes und den Lake-Time-Elementen verbindet: das ruhige Wasser des Sees, immer präsent und von allen Zimmern aus sichtbar, und das Wasser des Pools, in der Stille des Gartens. Ein Raum, mit den Eigenschaften einer *Lounge*, die den Innen- und Außenbereich, nahtlos verbindet und in dem die Zeit langsam verstreicht, beinahe steht.

Die *Lounge* ist ein gemütlicher Raum, der eine heimelige Atmosphäre vermittelt. Zudem ist es ein flexibler Raum, der in einen gut ausgestatteten Tagungsraum oder eine Showküche verwandelt werden kann. Im schon bestehenden Gebäude ist die Bar Blu Lago Café untergebracht, ein Bindeglied, offen für die Gemeinschaft von Pella und eingebettet in die lokale Realität. Ein Ort, an dem Geschichte und Design Teil derselben Erzählung sind.

Die Wesentlichkeit, ist die stilistische Handschrift des Architekten Piero Lissoni und die Strenge in der Verwendung von Materialien und Farben kennzeichnen das architektonische Projekt von Casa Fantini Lake Time, das, schon angefangen beim Namen, eher an ein Haus als an ein klassisches Hotel erinnert.



„Casa Fantini entstand aus der Leidenschaft für den Geist des Ortes, für das, was echt und authentisch ist und die Kultur der Region repräsentiert, in der wir unsere Wurzeln haben. Hier gibt es eine außergewöhnliche Mischung aus Design, Architektur und der Schönheit der Naturlandschaft. Es ist ein Ort, an dem Sie eine besondere emotionale Erfahrung im Geiste von Time Lake machen, Zeit sich selbst widmen und die Schönheit des Ortes mit dem langsamen Rhythmus und der mystischen Aura des Sees genießen können.“

Die Räume im Casa Fantini Lake Time, wie der große Living-Bereich und das Blu Lago Café, sind mit heimeligen Details gemütlich eingerichtet, damit sich die Gäste so gut wie zu Hause fühlen können.

62 Die Zimmer und Suiten im Casa Fantini Lake Time sind mit großer Liebe zum Detail und für eine ganz besondere *User Experience* der Gäste gebaut. Blau und Wasser sind der rote Faden, der sich durch alle Räume zieht.





Orta reloaded: das empfindliche Gleichgewicht zwischen Industrie und Umwelt

Die jüngste Geschichte des Ortasees ist etwas Besonderes, denn nachdem er jahrzehntelang durch die Chemieunternehmen in der Region so stark verschmutzt wurde, dass er als der größte versauerte See der Welt galt, wurde er in den 1990er Jahren zu neuem Leben erweckt. Eugenio Montale definierte ihn 1975: „Ein toter See ..., in dem nicht einmal ein Aal zu überleben versucht.“ Nach eingehenden Studien starteten Wissenschaftler des CNR, Consiglio Nazionale delle Ricerche di Verbania, das Projekt „Liming“, eine Maßnahme zur Verringerung des Säuregehalts. Sie wurde zwischen 1989 und 1990 durchgeführt und heilte den Ortasee durch die Einbringung von Tonnen an Kalziumkarbonat und das Streuen von fein gemahlenem natürlichem Kalkstein auf die Oberfläche. Durch diese chemische Kombination wurde der Säuregehalt des Sees, also der pH-Wert, in weniger als einem Jahr wieder auf das natürliche Niveau der frühen 1900er Jahre gebracht. Eine komplexe, bis dahin für einen See mit einer Fläche von über 18 Quadratkilometern und einem Volumen von 1,3 Kubikkilometern noch nie dagewesene Operation.

„Heute ist das Wasser chemisch gesehen rein und mit dem ursprünglichen Wasser vergleichbar“, erklärt Marina Manca, Direktorin des CNR-Instituts für das Studium der Ökosysteme in Verbania. Allerdings kann der See allein nicht den Zustand des Reichtums an Lebensgemeinschaften erreichen, der ihn vor seiner Verschmutzung auszeichnete. Vor allem der pelagische Fischbestand – einst unter den reichsten in den tiefen subalpinen Seen – ist stark dezimiert. Das vor kurzem dank der Finanzierung des Projekts „Ittiorta“ durch die Anrainergemeinden in Angriff genommene Projekt zur Wiederbesiedlung der pelagischen Fischfauna soll die Eigenschaften des Sees vollständig wiederherstellen. „Natürlich zu gegebener Zeit, denn die Reaktion des biologischen Systems ist nicht, wie die des chemischen Umfelds, unmittelbar. Es erfordert Sachverstand, Hingabe, Sorgfalt, große Geduld, Hartnäckigkeit... und ein bisschen Glück.“ Andrea Del Duca, Leiter des Ökomuseums Cusius, ist davon überzeugt, dass der Ortasee in den kommenden Jahren ein echtes Laboratorium zum Erproben

guter Nachhaltigkeitspraktiken werden kann und hat Schritte unternommen, um einen „Seevertrag“ zu erstellen und einzurichten. Damit sind Leitlinien, an die sich Industrieansiedlungen, Institutionen, öffentliche und private Entwicklungspläne halten müssen und ein Umweltobservatorium gemeint. Die Vorschläge der Experten sind in einem den Verwaltungen zur Verfügung stehenden Weißbuch enthalten.

In den Jahren 2014 und 2015 führte das CNR in Verbania in Zusammenarbeit mit Fantini und Walter Zerla, Skipper und Fotograf, das wissenschaftliche Projekt S.A.I.L.I.N.G. (Sensor-based Assessment on In Lake Processes and Water Quality Scientific Investigation and Growing Environmental Awareness) zur ständigen Überwachung der Gewässer des Lago Maggiore und des Ortasees durch. Auf dem Kiel des Bootes *Caipirinha Fantini*, das zwei Jahre lang die Gewässer der beiden Seen überwachte, wurden spezielle, für langfristige Wasseraktivitäten geeignete Sensoren angebracht. Sie ermöglichten dank einer Funkverbindung zu den CNR-Laboratorien zu allen Jahres- und Tageszeiten die kontinuierliche Hereinnahme in Echtzeit während der Navigation von Daten und Parametern: Temperatur, pH-Wert, elektrische Leitfähigkeit, gelöster Sauerstoff, mit einer auf europäischer Ebene noch nie dagewesenen Präzision und räumlich-zeitlichen Ausdehnung. Für Fantini war die Unterstützung dieses Projekts eine Geste der Zuneigung und Fürsorge für ihr Gebiet und verfolgte damit den Zweck, die Menschen für Umweltfragen zu sensibilisieren und ihnen die Notwendigkeit verständlich zu machen, Wasser als kostbares Gut zu schützen.





Panoramablick von Egro, dem Dorf, in dem sich das Haus des Großvaters von Daniela Fantini befindet, die ein Projekt im Kopf hat, um es in einen Ort der Poesie und der Meditation zu verwandeln. Von hier ist erkennbar, wie sich die Fabrik am See dank der verwendeten Materialien, der Farben und der geschickten formalen architektonischen Lösungen beinahe unauffällig in die Umgebung einfügt hat.



FANTINI
:
REPORT FROM THE
WATERFRONT

03 *FAMILIEN- WURZELN*

DANIELA FANTINI
ERZÄHLT



„Leidenschaft ist etwas, das uns jenseits aller Berechnungen und rationalen Planungen antreibt, das zu unterstützen, was wir lieben, manchmal allen Schwierigkeiten zum Trotz. Es ist die Kraft, die es uns ermöglicht, an unsere Träume zu glauben und manchmal, trotz aller Widrigkeiten, überraschende Ergebnisse zu erzielen. Gäbe es sie nicht, würde sich niemand für eine Sache einsetzen, die verloren scheint, niemand würde sich auf die Seite der Schwächsten stellen oder eine gegenläufige Idee unterstützen. Die Welt wäre logisch, rational, vorhersehbar, aber völlig steril und unbeweglich. Es ist die Leidenschaft, die zu großen Taten anspornt. Dann braucht es auch ein bisschen Glück, um sie zu realisieren!“

Familie

Meine Familie hat eine sehr schöne Geschichte. Es ist die von zwei Brüdern, Giovanni, meinem Vater, und Fino, meinem Onkel. Vor ihnen gab es Generationen von Köchen, Großvätern, Urgroßvätern, die sich eine schöne Stellung geschaffen hatten. Mein Urgroßvater hieß Juan Fantini und lebte in Barcelona, wo er in der Gastronomie Karriere gemacht hatte. Mein Großvater und seine Brüder, alles Köche, waren nach Afrika gegangen, nach Asmara. Dort hatten sie ihr Glück gemacht. Auch ich liebe alles, was mit Essen, Catering und Gastronomie zu tun hat, und als Kind habe ich meinem Vater immer vorgeworfen, kein Koch zu sein! Als Großvater aus Afrika zurückkehrte, lies er sich in Genua nieder. Entgegen der Familientradition träumte mein Vater davon, Rennfahrer zu werden. Seine Leidenschaft galt Ferraris und Sportwagen. „Du willst Pilot werden? Nun, dann beginne damit, zu lernen, wie man Motorräder repariert,

s. 70
Historisches
Emblem des 1946
von Giovanni
und Fino Fantini
gegründeten
Unternehmens, der
Schubladenschrank
mit alten Modellen
und Armaturenteilen
aus Messing, heute
am Eingang zu den
Büroräumen.

GEGENÜBERLIEGENDE
SEITE:
Die Brüder Fantini,
Firmengründer,
oben Giovanni und
unten Fino.

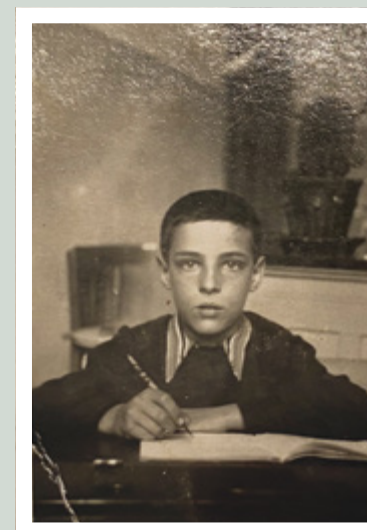
„Verrichten wir unsere Arbeit mit Leidenschaft, macht alles mehr Spaß und die Dinge gewinnen an Bedeutung. Ich bin der festen Überzeugung, dass ein Unternehmen niemals bestimmte Grundwerte wie Ethik, Respekt gegenüber der Umwelt und der Menschen außer Acht lassen sollte und dass es gegenüber seinen Mitarbeitern und seinen Kunden eine präzise soziale Verantwortung übernehmen sollte.“

werde Mechaniker und dann sehen wir weiter!“ riet ihm sein Großvater und so wurde er ein guter Mechaniker und auch ein erfahrener Fahrer. Doch dann kam der Krieg, er wurde nach Griechenland verlegt, geriet in Gefangenschaft und kam nach Deutschland, nach Essen, in ein Konzentrationslager. Nach seiner Rückkehr aus dem Krieg war alles anders. Der Traum, Rennfahrer zu werden, wurde aufgegeben, aber seine Leidenschaft für die Mechanik blieb bestehen. Er erwarb eine kleine Drehbank und stellte sie in den Keller, dann kaufte er ein Motorrad und führte jeden Tag eine Bearbeitung aus. Er schnitt Gewinde für „Schwimmer“. Am nächsten Abend packte er die bearbeiteten Teile in den Motorradkasten und brachte sie zu einer der ersten Firmen der Gegend, die Armaturen herstellte und immer mehr bestellte. Da er darin ein kleines Business sah, gründete er zusammen mit seinem Bruder eine kleine Firma und begann mit der Entwicklung mechanischer Kleinteile. Und so begann diese Geschichte.

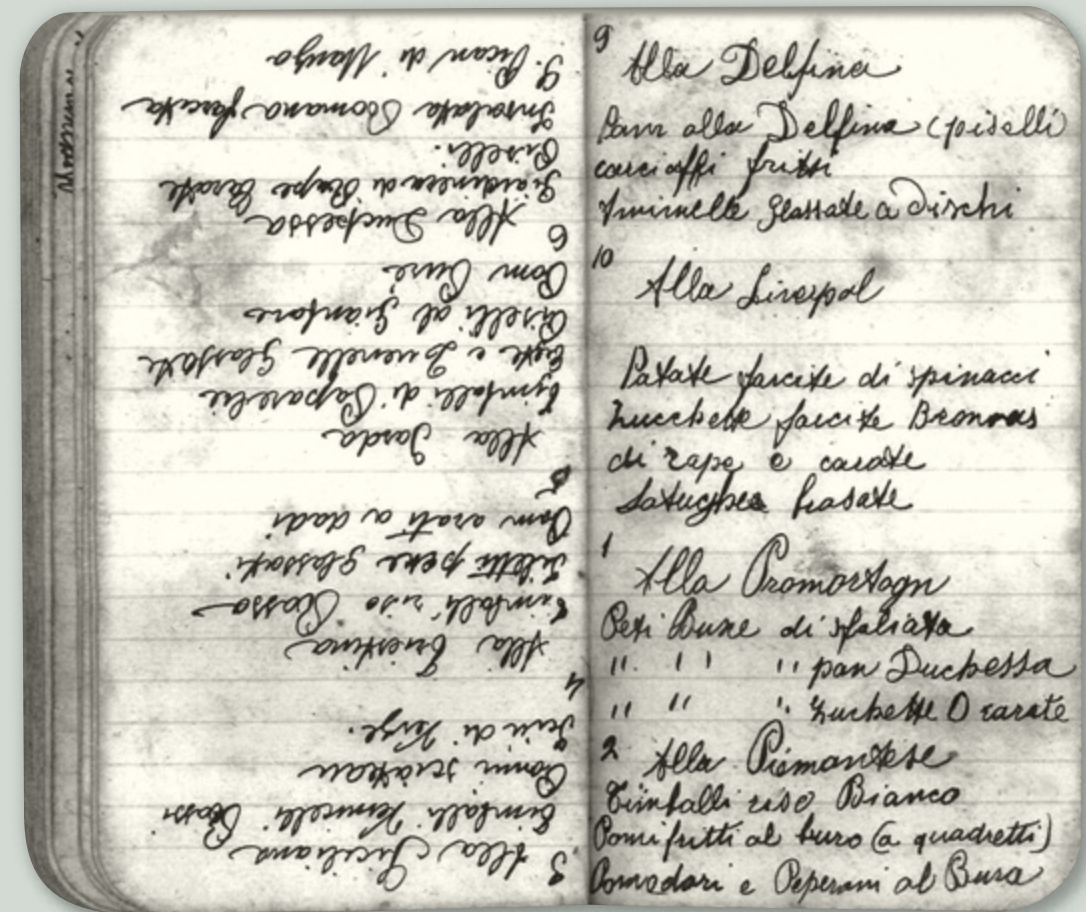
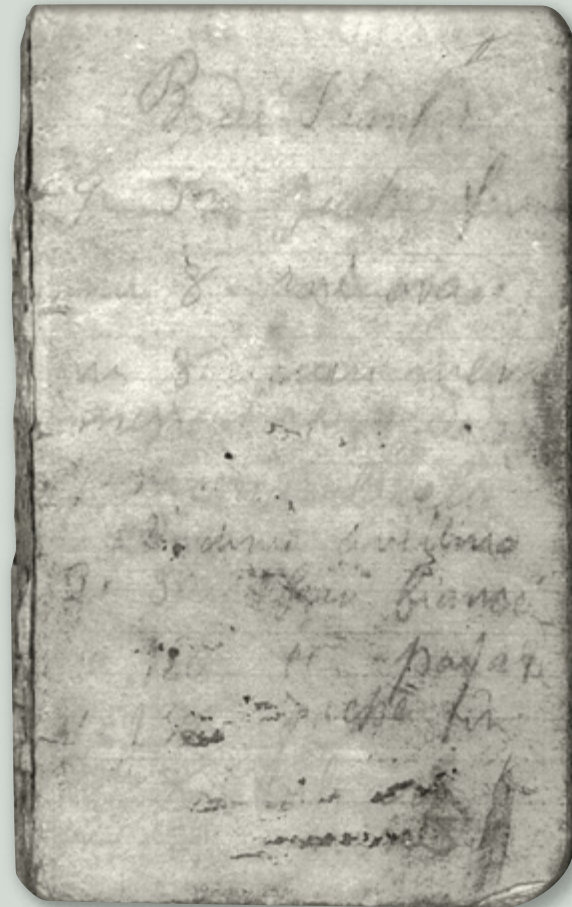
Geschichte

Die 1946 gegründete Firma Fratelli Fantini wurde 1951 zu einem kleinen Unternehmen und die Produktion entwickelte sich rasant. Im Vordergrund stand dabei von Anfang an die Qualität. Mein Vater und mein Onkel wollten gut gemachte Produkte herstellen, die sich von anderen Produkten abhoben. Ein bisschen dicker chromatisieren, ein bisschen sorgfältiger reinigen, die mechanischen Arbeiten präzise ausführen.

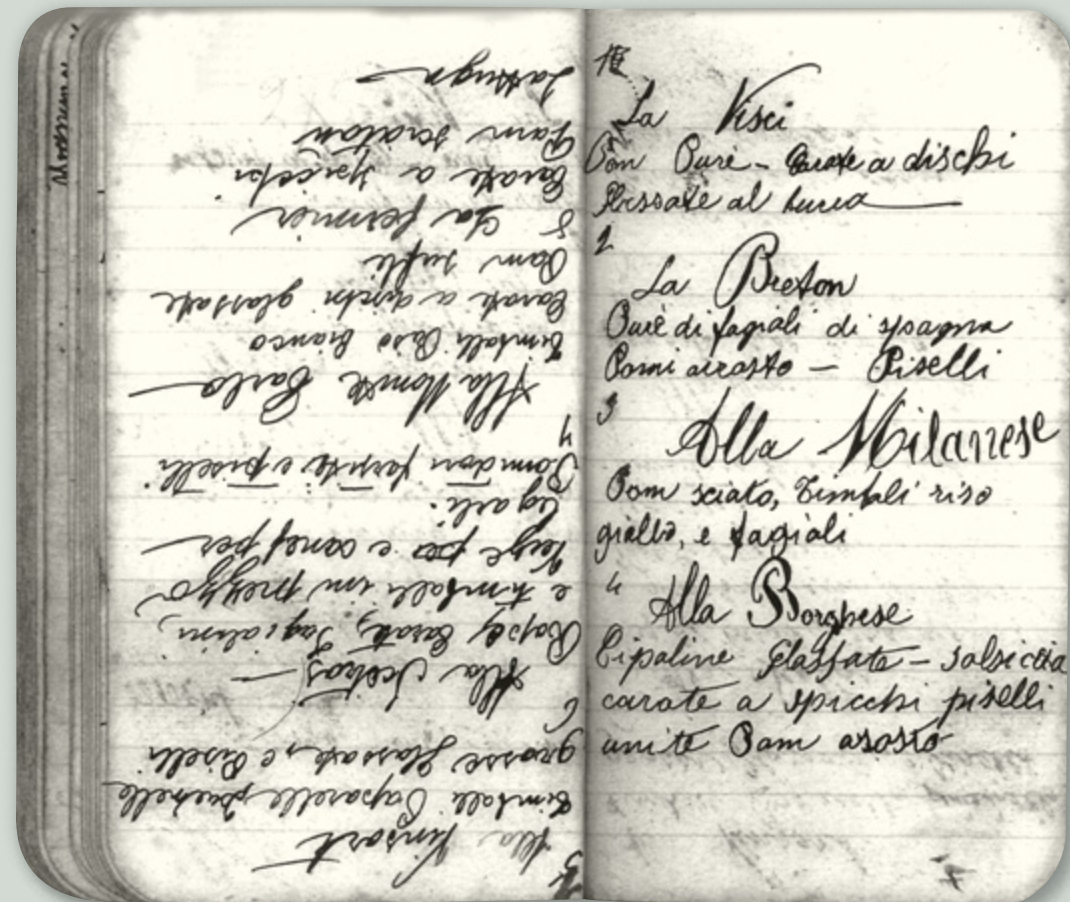
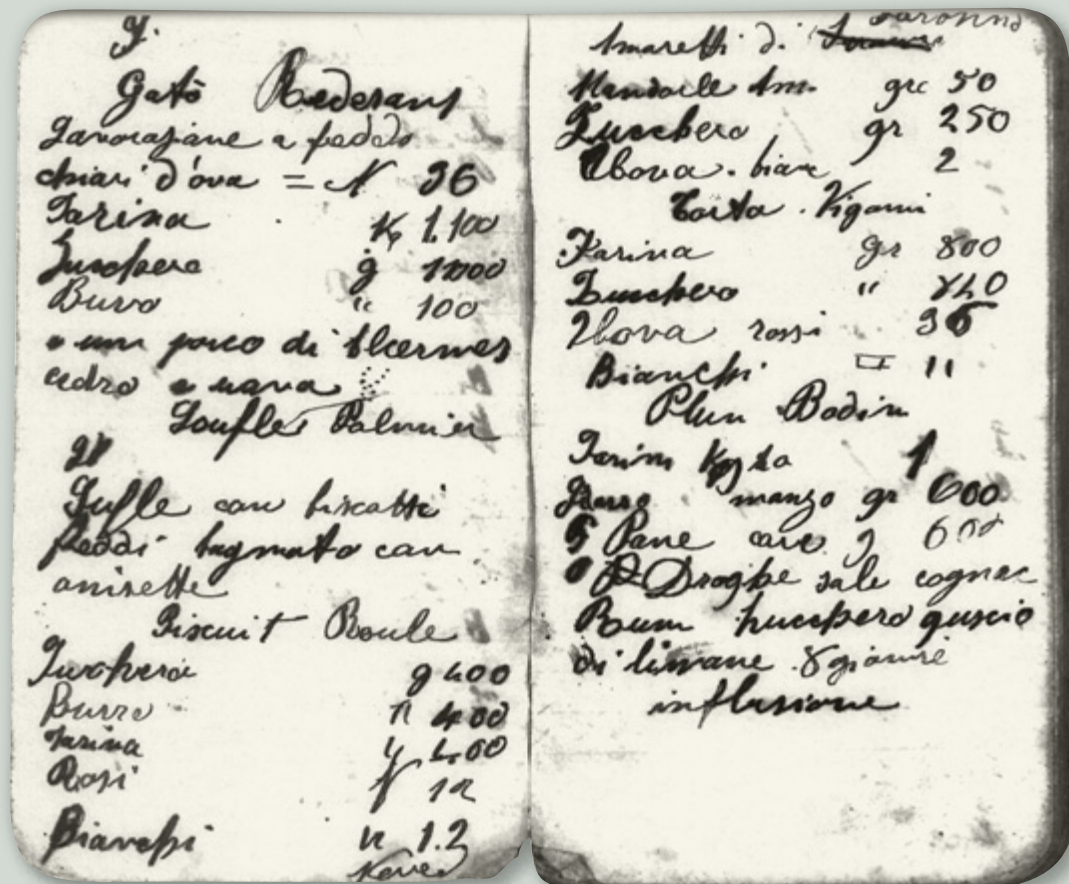
Mein Vater war der ältere, die Figur, unter deren Fittichen wir alle standen, er war ein Leader, ein ruhiger, ausgeglichener Unternehmer, eine Art „Hafen“, in dem man Zuflucht und Trost ebenso wie Ratschläge und Mutzuspruch finden konnte. Das familiäre Umfeld war sehr wichtig, weil er die Arbeit mit einem großen Familiensinn leitete. Er war derjenige, der das Projekt ins Leben rief und das Unternehmen koordinierte. Onkel Fino war ein ausgezeichneter Mechaniker, hatte einen außerordentlichen Scharfsinn für Technik und konnte Maschinen besser zerlegen und zusammenbauen als die Hersteller selbst. Er besaß eine enorme Fähigkeit, den Dingen auf den Grund zu gehen, sie zu untersuchen und neue Lösungen vorzuschlagen.



Historische Familienfotos: oben Giovanni Fantini als Junge, unten Fino Fantini und auf dem Gruppenfoto von links Giovanni, Fino mit seiner Schwester Paola und einer Freundin



Familienerinnerungen:
Luigi Fantini, Vater
von Giovanni, Fino
und Paola, in Afrika
in den 1930er Jahren,
wo er als Koch tätig
war und in seinen
Notizbüchern vor
allem Rezepte
niederschrieb



Familienanekdoten Daniela erzählt

*Mein Vater, seine Leidenschaft
für Mechanik, Motorräder, Autos
und ein daraus entspringendes Firmenlogo.*

Mein Vater wurde 1922 geboren und hatte ein ziemlich ungewöhnliches Leben in einer Familie, in der er von klein auf als Ältester in gewisser Weise Familienoberhaupt sein musste.

Sein Vater lebte in Afrika, wo er als Koch arbeitete und als er zwölf Jahre alt war, starb ein kleiner Bruder, der lange krank gewesen war. Er musste früh anfangen zu arbeiten, während sein Bruder und seine Schwester länger zur Schule gehen konnten. Das Konzept, sich „nützlich zu machen“ und die Familie zusammenzuhalten, stammt aus diesen Fakten seiner Kindheit. Ich glaube, er hatte eine große intuitive Fähigkeit in sich, die schönen, wichtigen Dinge zu erfassen. Es gibt da eine Anekdote, die mir oft in den Sinn kommt und die er mir genau erzählte. Als er sieben Jahre alt war, sah er beim Nachhausekommen ein Motorrad, das er noch nie in seinem Leben in echt gesehen hatte. Er legte seine Hände auf den Lenker und zog es vom Ständer, da wurde ihm erst bewusst, wie schwer es war und dass es umfallen konnte. So stellte er seinen Fuß unter das Motorrad und begann um Hilfe zu rufen. Als ihm jedoch bewusst wurde, dass ihn niemand hörte, dachte er sich, dass es das Beste sei, das Motorrad mit seinem Fuß und mit seinen Armen abzustützen. Die Zeit, die er so zubrachte, nutzte er, um es genau zu studieren. Von da an wurde ihm klar, dass das Schönste auf der Welt für ihn Motoren und die

Mechanik waren.

Er erzählte davon seinem Vater, der inzwischen aus Afrika zurückgekehrt war und in Genua in einem Gebäude auf der Piazza De Ferraris arbeitete, wo er für Offiziere und Kommandanten der Reedereien kochte. Mein Vater begab sich ebenfalls nach Genua und ging zu einem Mechaniker an der Salita della Madonnetta, um den Beruf zu lernen. In Genua erlebte er in den Jahren vor dem Zweiten Weltkrieg viele schöne Momente, dort waren seine Tante und sein Onkel und viele Freunde der Familie.

In dieser Zeit entstand sein Traum, Formel-1-Fahrer werden zu wollen. Aber dann zog er stattdessen in den Krieg.

Mich überraschte es immer, dass er über diese Erfahrung mit so großer Ausgeglichenheit sprach.

Er war Fahrer eines Generals und kümmerte sich um dessen Lastwagen, der immer kaputt war und repariert werden musste. Dann kam er in Gefangenschaft nach Deutschland. Er sprach über die Gefangenschaft mit einer gewissen Gelassenheit, weil er die Ereignisse philosophisch akzeptierte, da er sein Schicksal nicht ändern konnte. „Weil es einfach so war“, pflegte er zu sagen. „Es war die Logik des Kriegs.“

Ich versuchte in diesen Situationen zu leben, schloss sogar Freundschaften und versuchte daraus zu lernen.“ Diese dramatische Erfahrung begann im Alter von dreiundzwanzig Jahren

und prägte ihn stark. Auch als Häftling sah er gute Produktionen und Arbeit. Er arbeitete bei Krups, und vielleicht formte sich dort seine Vorstellung von einem „schönen und gut gemachten“ Produkt. Ich glaube, er nahm von dort ein Konzept der Arbeit mit nach Hause, das ihm später ein Leben lang diente. Die Gefangenschaft führte ihn auch zu einem tiefen, schönen und einfachen Glauben. Er sagte nur wenig zu diesem Thema, aber diese wenigen Worte durchdrangen die Dunkelheit.

Er hielt sich sehr an Regeln und versuchte, das auch mir beizubringen. Ich habe viel von seiner Toleranz und seiner Ausgewogenheit gelernt. Und dies scheint mir eines der wertvollsten Vermächtnisse zu sein, die ich in meinem Leben erhalten habe.

Wieder aus dem Krieg zurück, erwarb er ein wunderschönes Motorrad, das erste im Ort. Tagsüber arbeitete er in einer Maschinenwerkstatt, und abends fuhr er die Haarnadelkurven in den Nachbardörfern rauf und runter, holte die Schwimmer bei einer Firma namens Rolex ab und drehte sie dann zu Hause im Keller auf einer Drehbank. Er hatte erkannt, dass er ein kleines Business im Bereich der Armaturen gründen konnte, und beschloss an einem gewissen Punkt mit seinem Bruder Fino gemeinsam, eine kleine Fabrik zu gründen.

Man schrieb das Jahr 1946.

Zwischen den beiden bestand ein Gleichgewicht und sie ergänzten sich. Beide arbeiteten hart. Ich erinnere mich daran, dass mein Vater ernsthaft war, mit viel Sinn für Pflicht, Schönheit und guten Geschmack, denn er fühlte sich befriedigt, Dinge gut zu machen. Ein besseres Leben bedeutete für ihn, sich schöne Dinge leisten zu können, aber immer mit Nüchternheit. Onkel Fino war sehr nett, aufgeschlossen, lebhaft und brillant. Er war technisch hervorragend und berühmt dafür, Werkzeugmaschinen Stück für Stück auseinanderzunehmen, sie wieder zusammenzusetzen und dem Hersteller Verbesserungsvorschläge zu geben. Mein Vater und seine Schwester Paola hatten immer eine beschützende Haltung gegenüber



Onkel Fino, der jünger, fröhlicher und unbekümmerter war. Paola wurde 1923 geboren und verstarb früh, im Alter von neunundvierzig Jahren. Sie war eine außergewöhnliche Frau mit einer für ihre Zeit sehr modernen Mentalität. Sie arbeitete in der Gemeinde, und alle erinnern sich dankbar an sie, weil sie jedem den richtigen Rat und die richtige Hilfe geben konnte. Nachmittags ging sie zu Fantini. Mein Vater stand seiner Schwester sehr nahe, er und Tante Paola sahen sich so ähnlich. Sie hatten großen Respekt voreinander und mochten sich sehr. Beide waren sehr ernsthaft und hatten eine ähnliche Integrität. Für meinen Vater war sie eine große Inspiratorin, mit der er sich auseinandersetzen konnte und die ihm Mut machte. Bei seinen wichtigen Entscheidungen stand diese erleuchtete Person immer hinter ihnen. Er war mutig, aber sie spornete alle an, sie war eine großzügige Führungspersönlichkeit,

was sehr dazu beitrug, ihm ein tiefes Gefühl für den Zusammenhalt der Familie zu geben und ihn zu einem überzeugten Feministen im besten Sinne des Wortes zu machen.

Im Berufsleben ließ sich mein Vater bei seinen Entscheidungen stets von seinem angeborenen Sinn für Schönheit leiten. Ich habe ihn als elegant in Erinnerung. Er liebte es, sich hin und wieder schöne Maßanzüge anfertigen zu lassen, die er an Sonntagen trug, und er hatte eine Leidenschaft für gepflegte Schuhe.

Meine Mutter war eine gute Schneiderin, eine Expertin in der Herstellung von Mänteln. Sie nähte für mich und meine Schwester und für die ganze Familie sehr feminine und raffinierte Bekleidungsstücke, aber mein schlichter Geschmack in Sachen Kleidung kommt eher von meinem Vater, der mir merkwürdigerweise immer riet, ich solle mich nicht mit den Kleidern im Schaufenster aufhalten, sondern ins

Geschäft gehen und das Beste nach meinem Geschmack auswählen.

Selbstverständlich pflegte er auch sein Auto mit großer Sorgfalt. Das kleine Pferd in Fantinis Logo entsprang seiner Liebe zu Automobilen und Mechanik, seinem unverwirklichten Traum, ein Formel-1-Fahrer zu werden, sowie aus der Verbindung zu seinem Familiennamen (Fantini = Rennreiter, Jockeys).

„Wir in diesen Gebieten sind sehr pflichtbewusst, arbeitsfreudig und unermüdlich! Wir protzen nicht, aber halten an Werten fest. So ist Fantini. Ein ruhiges Unternehmen mit Substanz und Inhalten, das seinen Weg geht, ohne der Mode zu folgen. Es hat sein eigenes Tempo, wie die Bergbewohner, die gleichmäßig atmend bergauf gehen und nie stehen bleiben.“

AUF DER VORHERIGEN SEITE: Luigi, Sohn von Fino Fantini, und Daniela, Tochter von Giovanni Fantini, in der Fabrik an Bord des Lancia Ardea

Das erste Logo Fantinis mit dem tänzelnden Pferd, das aus Giovannis Leidenschaft für Motoren und seinem Jugendtraum, Formel-1-Fahrer zu werden, entstand.

Es war also eine Art stetiger Zusammenarbeit, bei der auch sonntags, nachts und die ganze Zeit über gearbeitet und nachgedacht wurde.

Zwischen den beiden Brüdern herrschte ein hohes Maß an Respekt und Rücksichtnahme, und ich hatte immer den Eindruck, dass die Entwicklung des Unternehmens auf eben diese Harmonie, diesen Respekt und diese Rücksichtnahme zurückzuführen war.

Die Geschichte Fantinis ist eine Geschichte der Leidenschaft. Ich sah meine Familienmitglieder immer als sehr engagiert in ihrer Arbeit. Man strebte nicht nach einem großen Unternehmen, großen Zahlen und großen Dimensionen, sondern nach gut Gemachtem, nach Annehmlichkeit der Produkte, nach Leidenschaft, um einzigartige, ausgereifte Gegenstände mit einer persönlichen Note herzustellen, die auf große Wertschätzung stießen.

Werte

Respekt, Geschäftsethik, Fairness sind seit seiner Gründung die zentralen Werte des Unternehmens. An der Basis, würde ich sagen, steht eine große Menschenachtung. Ernsthaftigkeit und Pflichtbewusstsein sind ebenfalls sehr wichtige Werte für uns. Unser Konzept war es schon immer, nicht zu übertreiben, sondern ernsthaft zu arbeiten und unseren Verpflichtungen nachzukommen, bevor wir einen weiteren Schritt tun, natürlich nie auf Kosten der Qualität unserer Produkte.

Diese Ethik Fantinis ist auch nach außen hin wahrnehmbar, ebenso wie seine Fairness, seine Ernsthaftigkeit, sein Qualitätsbestreben. All dies hat einen gemeinsamen Nenner: die Leidenschaft für das, was wir tun, heute wie damals. Die Arbeit meines Vaters und meines Onkels beruhte auf diesen Werten. Und heute sind dieselben Grundsätze, auf denen das Unternehmen aufgebaut wurde, die Grundlage der Entwicklungsstrategie, die wir in der zweiten Generation – meine Schwester, ich und meine beiden Cousins – verfolgen. Wir glauben in diese Werte, die Kunden erkennen und schätzen wissen, weil sie die tiefe Seele Fantinis zum Ausdruck bringen.



Mein Werdegang

Ich trat 1982 ins Unternehmen ein, auf dem Höhepunkt des Booms der Serie I Balocchi.

Die Arbeit bei Fantini machte mir auf Anhieb sehr großen Spaß. Es war in der Tat das einzige Unternehmen der Branche, das etwas wirklich Neues zu erzählen hatte. Damals arbeitete und studierte ich. Auf der einen Seite hatte ich die Welt der juristischen Bücher, die ich liebte, aber die Atmosphäre bei Fantini war zu gut und ich wollte nicht darauf verzichten! Es war die Zeit von Davide Mercatali und Paolo Pedrizzetti, junge Architekten voller erstaunlicher Ideen, und es war wirklich schön, hier zu arbeiten! Zunächst übernahm ich operative Aufgaben, um zu verstehen, wie alles funktionierte, und so habe ich sozusagen ganz unten begonnen. Heute bin ich froh, dass ich zehn Jahre an der Seite meines Vaters arbeiten konnte. Er war die Seele des Unternehmens, aber ganz plötzlich verstarb er, innerhalb eines Monats. Ich war damals achtundzwanzig. Wenn man einen Vater hat, dessen große Persönlichkeit das ganze Unternehmen durchdringt, ist es schwierig, ihn zu ersetzen, und ich fühlte diese große moralische Verantwortung auf mir. Später trat Luigi, der Sohn meines Onkels, ebenfalls mit einer Leidenschaft für Fertigungstechnik, in das Unternehmen ein. Heute ist die zweite Generation Fantinis durch mich, meine Schwester Luciana und meine Cousins Luigi und Domizio vertreten.

Nach Übernahme des Unternehmens von meinem Vater war meine Hauptsorge die Produktwahl. Fantini ist kein Unternehmen, das sich über Volumen, Mengen und Preis entwickeln kann. Mir war klar, dass der einzig mögliche Weg nach vorne darin bestand, weiterhin originelle Produkte auf den Markt zu bringen, die etwas Neues erzählen konnten. Mein Vater hatte diese vermutlich angeborene Fähigkeit zu wählen, das richtige Produkt und den richtigen Designer zu erspüren und zu identifizieren. Ich stellte mir also folgende Fragen: „Werde ich in der Lage sein, unter mehreren Projekten das richtige auszuwählen?“, „Was kann ich nicht?“. Ich versuchte deshalb, mich an diejenigen anzulehnen, die es besser können als ich. Was aber nicht bedeuten sollte, zu delegieren, sondern zu wachsen und zu lernen. Es gab viele Faktoren, die mich dazu brachten, Mitarbeiter auszuwählen, die mir einen starken Impuls für das Image und die Sicherheit des Fortgangs gaben. Und so bildete sich so ein Team von Personen, die sich ebenso wie wir auf der Suche nach Fairness und Loyalität befanden und die mir geholfen haben, diese Linie beizubehalten. Diese Personen standen mir

Familienerinnerungen Daniela Fantini baut mit ihrem Vater Sandburgen am Meer.



„Ich habe das Glück, in dem von meinem Vater und meinem Onkel gegründeten Familienunternehmen einen Beruf auszuüben, der mich begeistert und mir Spaß macht, ohne dass ich dabei andere persönliche Interessen wie Kochen, Gartenarbeit, die Pflege von Freundschaften und das Engagement in soziale Tätigkeiten vernachlässigen muss.“

auch in schwierigen Momenten nahe, Momenten, in denen wir Fehler gemacht haben! Aber manchmal hilft auch das! Ich versuchte, mein Feingefühl zu schärfen. Es war wie eine Schule vor Ort, in die Besonderheiten jedes Projekts eingetaucht, um zu lernen, zwischen zwei Prototypen den richtigen zu wählen. Obwohl ich mich heute aufgrund meiner Erfahrung wertgeschätzt fühle, bin ich ein Mensch, der mehr Zweifel als Gewissheiten hat! Ich bin gerne so. Ich fühle mich sicher, über Dinge zu entscheiden, weil ich aus meiner Erfahrung heraus die Fähigkeit erlangt habe, es zu tun und sonst vertraue ich meinem Instinkt. Gibt es in bestimmten Situationen Grauzonen, ist es gut zu wissen, Personen um mich zu haben, die die Geschichte Fantinis gut kennen, die uns zugeneigt sind und die mir bei der Entscheidung helfen werden. Ich fühle, auf solide Bezugspersonen zählen zu können.

Unternehmerin heute

Aus meiner Sicht als Unternehmerin half es mir sehr, Frau zu sein. Wenn ich mich als Frau und Eigentümerin präsentiere, muss ich mich nicht mit der ganzen Welt auseinandersetzen wie jemand, der seinen Platz noch finden muss. Ich weiß, dass ich diese außergewöhnliche Chance dem Unternehmen verdanke. Es war ein großes Glück, einen Vater zu haben, der größten Wert auf weibliche Fähigkeiten legte. Nach außen hin musste die Glaubwürdigkeit erobert werden. Es war eine ziemliche Herausforderung, zu Kunden zu gehen, die es gewohnt waren, nur über Preise und technische Details zu sprechen, und sie mit anderen Themen zu überraschen und über Produktdesign zu sprechen!

Freundlichkeit und ein Lächeln halfen vielleicht beim ersten Treffen, aber dann mussten solide Inhalte auf den Tisch gelegt werden.



84 Industrielle Technologie und extrem sorgfältige handwerkliche Bearbeitungen des Produkts sind die Besonderheiten des Unternehmens, einer weltweit geschätzten, typisch italienischen Designfabrik.

Auf dem heutigen Markt muss das Unternehmen auf internationaler Ebene mit einer starken, kompetenten Struktur kämpfen, die in der Lage ist, eine vielseitige, anspruchsvolle und kulturell vorbereitete Kundschaft zu verstehen und ihr angemessene Antworten zu geben. Auf einem globalen Markt, auf dem das Angebot überproportional zugenommen hat und die Unterschiede immer weniger werden, müssen wir unseren Marktanteil halten und konsolidieren, indem wir hart an unserer Produkt- und Markenidentität arbeiten. Wir müssen versuchen, unsere ethischen Verhaltensweisen beizubehalten, wir müssen kämpfen, besonnen sein, uns nicht von Konkurrenten einschüchtern lassen, die manchmal eine höhere Dosis Aggression einsetzen als wir, und wir müssen weiterhin unermüdlich die Besonderheit und die Werte Fantinis unterstreichen. Heute sage ich mir, dass man schnell sein muss und immer überall sehr gut vorbereitet auftreten muss!

Fantini ist ein menschengerechtes Unternehmen. Es besteht aus leidenschaftlichen, engagierten Menschen, die sich dem Unternehmen verbunden fühlen, die mich mit Ihrer täglichen Arbeit unterstützen und die sich als Teil dieser Reise fühlen. Manchmal verlange ich Ihnen mehr ab, ihre Denkweise zu überdenken, Methoden, Prozesse, Softwares zu nutzen, die das Unternehmen heute zur Verfügung stellt und die die Arbeitsmethoden verändern. Ich ermutige alle, sich ebenfalls auf einen Weg des persönlichen Wachstums zu begeben, sich selbst zu hinterfragen. Fantini ist ein Unternehmen, das sich der Herstellung schöner Dinge verschrieben hat. Wir arbeiten im Bereich der Ästhetik, der Schönheit, mit kultivierten Menschen, und das ist ein Privileg. Es ist ein Unternehmen, das verdient, das die Möglichkeit hat, zu investieren, sich der besten Partnerschaften zu bedienen, was wiederum dazu führt, dass die Arbeit Vergnügen bereitet. Es ist eine schöne, interessante Welt, die jedem die Möglichkeit gibt, zu wachsen.





Wasserlinie: historische Ursprünge der Metallverarbeitung und -herstellung um den See

Aufgrund einer Reihe einzigartiger Umstände, von denen einige allgemeiner, andere spezieller und lokaler Natur sind, entwickelten sich zwischen dem Ende des 19. Jahrhunderts und vor allem in den ersten fünf Jahrzehnten des letzten Jahrhunderts rund um den Ortasee zwei der markantesten Pole der italienischen Qualitätsmetallmanufakturen. Im oberen Bereich des Sees, im Norden, der so genannte „Haushaltssektor“ und im Süden und am Westufer der Armaturenssektor.

Die Morphologie des Geländes mit den zahlreichen Bächen, die von den Bergen rund um den See und aus den Tälern in ihn münden, trug zunächst direkt zur Erzeugung der Wasserkraft bei, die für die Bewegung der ursprünglichen Werkzeugmaschinen eines immer weiter entwickelten und artikulierten Handwerks notwendig war. Später trug sie zur Speisung von Anlagen für die Erzeugung von Wasserkraft bei, deren kapillare Verbreitung die Entstehung der ersten Industrieanlagen ermöglichte, die fast immer aus dem Beitrag

des Know-hows derselben Handwerker und dem Beitrag von Kapitalen entstanden sind, auch externer Herkunft, wenn das mutige Ergebnis von kleinen Einzelunternehmen und Familienunternehmen nicht ausreichte.

Relativ klar, oder zumindest allgemein akzeptiert, sind die mehr oder weniger fernen Ursprünge des Sektors „Haushaltswaren“. Die Metalle aus den alten Minen des Stronatal und seinen Edelholzwäldern haben im Laufe der Jahrhunderte zu einer bemerkenswerten Tradition in der Herstellung von Geschirr, Küchenutensilien und Einrichtungsgegenständen für die Dekoration und den Schmuck von Wohnbereichen geführt. Es ging aber nicht nur um die Produktion allein, sondern auch um den Vertrieb und die Ausfuhr längs aller wichtigen, sich konsolidierenden Handelslinien in die europäischen Nationen. Zinngießer, Blechschmiede, Messinggießer, Blechschläger und -verformer, die berühmten Tiralastre (Blechzieher) und etwas später die geschickten Modellierer und Drechsler, die sich neue und innovative

Gegenstände ausdachten, sie in ihren Fabriken herstellten und sie dann in die ganze Welt trugen, waren die Stammväter der großen italienischen Marken in diesem Bereich. In jenen Jahren wurden in diesen Gebieten die Trink- und Siphonflasche erfunden. Einige Jahrzehnte später erfand und verbreitete Bialetti die Mokka-Kanne, Lagostina industrialisierte den Schnellkochtopf, Girmi kleine Haushaltsgeräte und Alessi verstand und interpretierte bestens die Kraft des großen italienischen Designs.

Die Industriegeschichte der Armaturen am Ortasee lässt sich nicht so einfach linear und progressiv beschreiben, und genau betrachtet, ist sie immer noch nicht ganz eindeutig. Aus historischer Sicht ist es allgemein akzeptiert, sich auf die „Fusine“ des benachbarten Valsesia zu beziehen. Unmittelbar jenseits des einfach überquerbaren Bergrückens zwischen dem See und dem Tal des vom Gletscher Monte Rosa herabfließenden Flusses Sesia liegt eine kleine Enklave mit dem bedeutsamen Namen Valduggia. Sie war die Heimat des großen Malers Gaudenzio Ferrari, auch bekannt als Michelangelo des Nordens, und galt mit ihren Gießereien, Schmieden und ihren Herstellungsgeheimnissen als Ort, an dem die besten Glocken hergestellt wurden.



Die 1875 gegründete und 1990 geschlossene Glockengießerei Mazzola in Valduggia ist eines der historischen Zeugnisse für die alte Tradition der Metallverarbeitung im Gebiet des Ortasees und in den umliegenden Tälern.

Diese westliche Seite des Sees war immer das magere, ärmere und weniger urbanisierte Ufer, verglichen mit dem gegenüberliegenden Ufer, dem von Orta und seinen reichen Hügeln, mit den bedeutenden Sommerresidenzen des Kleinadels und der guten Bourgeoisie der reichen Ländereien zwischen dem Piemont und der Lombardei. Am weitverbreitetsten war seit jeher der Beruf des Steinmetzes und Granitsteinbrechers, manchmal auch der des Schuhmachers. Die Unternehmungslustigsten hatten, wer weiß warum, eine gewisse Professionalität als Gastwirte und Weinhändler, manchmal auch als kleine Hoteliers, aber um diese zu entwickeln, mussten sie in reichere Städte und Länder auswandern. Landwirtschaft, Viehzucht und Weinbau gingen kaum über die familiären Bedürfnisse hinaus.

An Blechschmieden, Klempnern, Messing- und Zinngießern mangelte es auch hier nicht, aber sie waren allein tätig und bildeten kein echtes Handwerksgefüge. All dies vermittelte dennoch den Eindruck einer weit verbreiteten und unermüdlichen Emsigkeit, die teils von Natur aus, teils aus harter Notwendigkeit heraus, offen für die Möglichkeiten war, die der rasche Wandel der nationalen und internationalen Gesellschaft bieten konnte. Vor diesem Hintergrund und als sich insbesondere die Notwendigkeit ergab, das Trinkwasser in immer mehr Wohnungen und öffentlichen Räumen zu verteilen, zu steuern und zu regeln, waren einige dieser Metallhandwerker, einige Gießereifachleute, die ihr Handwerk in Valduggia erlernt hatten, vielleicht einige Steinmetze, die das Modellieren und die Arbeit nach Zeichnung

beherrschten, und einige Emigranten mit ein wenig verfügbarem Kapital bereit und in der Lage, diese neuen und einladenden Möglichkeiten für qualifizierte Arbeit in diesem neuen Sektor zu nutzen, in dem alles noch erfunden, konstruiert und in angenehme und funktionelle Produkte verwandelt werden sollte. In kürzester Zeit gab es eine Vielzahl von kleinen Unternehmen, die ihre Tätigkeit oft in den Kellern ihrer eigenen Häuser aufnahmen. Es musste dennoch ein geniales Schicksal in der Luft und im Wasser dieses Sees gelegen haben, wenn gerade hier das noch heute berühmte, wichtigste Segment italienischer Qualitätsarmaturen geboren und entwickelt wurde

Renato Sartori

Die verspielte, zur Seele des Produkts passende Werbung der Serie I Balocchi, entworfen 1977 von Davide Mercatali und Paolo Pedrizzetti.



Die Geschichte der Armaturen I Balocchi, Ikone Fantinis

Wir sind in den späten 1970er Jahren, als bei Fantini das Phänomen Design explodiert. 1977 entwarfen Paolo Pedrizzetti und Davide Mercatali, beides brillante junge Architekten, gemeinsam eine Reihe von ungewöhnlichen Wasserhähnen, die, wie ihr Name I Balocchi bereits verrät, verspielt anmuteten und Fantini in den Mittelpunkt der Designwelt stellten.

Es war ihre erste Design-Erfahrung in diesem Bereich, aber Pedrizzetti und Mercatali fanden ein Unternehmen, das instinktiv und ohne viel darüber nachzudenken ihre völlig innovative Idee aufgriff, sie sich zu eigen machte, an sie glaubte, in sie investierte und sie dann nachdrücklich kommunizierte. Es waren die Brüder Fantini, die erkannten, dass diese etwas verrückte Serie mit ihrem spielerischen Geist, ihren markanten Formen und Volumina und ihren entschiedenen, satten Farben – gelb, rot, orange, aber auch weiß, schwarz, braun –, wie es nur damals sein konnte, ein Ass in ihrem Ärmel sein konnte.

Sie haben einen an Comics erinnernden Namen, poppige Formen und leuchtende Farben. Und gerade die Farbe in Verbindung mit den besonderen Formen, ergaben zusammen und genau zur richtigen Zeit ein ausgesprochen innovatives Produkt.

Schon der Name allein – I Balocchi (Spielsachen) – verrät, dass es sich um Spielzeugarmaturen handelt, um lustige Objekte, die zum Schmunzeln anregen, die zur wichtigen Präsenz im Bad werden, die plötzlich Protagonisten sind und nicht mehr nur Zubehör und ergänzende Elemente.

I Balocchi wurden zum ersten Mal auf der Mostra Convegno 1978 in Mailand vorgestellt, in einem ebenfalls von den Designern Mercatali und Pedrizzetti signierten Stand mit dem Titel „Il Paese dei Balocchi“ (Schlaraffenland), eine Hommage an Collodi und Pinocchio. Sie brachten die optische Landschaft des Sektors buchstäblich aus den Fugen.

Sie vollzogen eine unumkehrbare Revolution, indem sie die Vergangenheit der Armatur als kleines, funktionales, unscheinbares Accessoire urplötzlich beiseite schieben und sie zum Star des Badezimmers machen. Diese traditionell nur mit Metall assoziierte Welt wird plötzlich farbenfroh und der spielerische und ästhetische Aspekt erscheint zum ersten Mal in einem Produkt, das bis dahin immer nur als technisches Element gesehen wurde.

Die leuchtenden und satten Farben der Balocchi erneuerten die Welt der Armaturenproduktion völlig und eröffneten den Weg zu einem Trend, der alle Badaccessoires, Griffe und Wohnaccessoires miteinbezog.

Die Balocchi sind in der Tat eine Art Spielzeug, fröhlich und ansprechend, zielen sie direkt darauf ab, die mehr oder weniger verborgene kindliche Seite in uns allen zu wecken. Der Erfolg war unmittelbar, überwältigend und dauerhaft.

Wer glaubt, es handle sich nur um ein kurzlebiges Phänomen, wird eines Besseren belehrt. Die Marktresonanz ist enorm. Sie werden für den Designerpreis Compasso d'Oro ADI 1979 und den BIO in Ljubljana 1981 ausgewählt, auf den Titelseiten der Fachzeitschriften abgebildet und sind in mehreren Sammlungen einiger der weltweit wichtigsten Designmuseen ausgestellt.

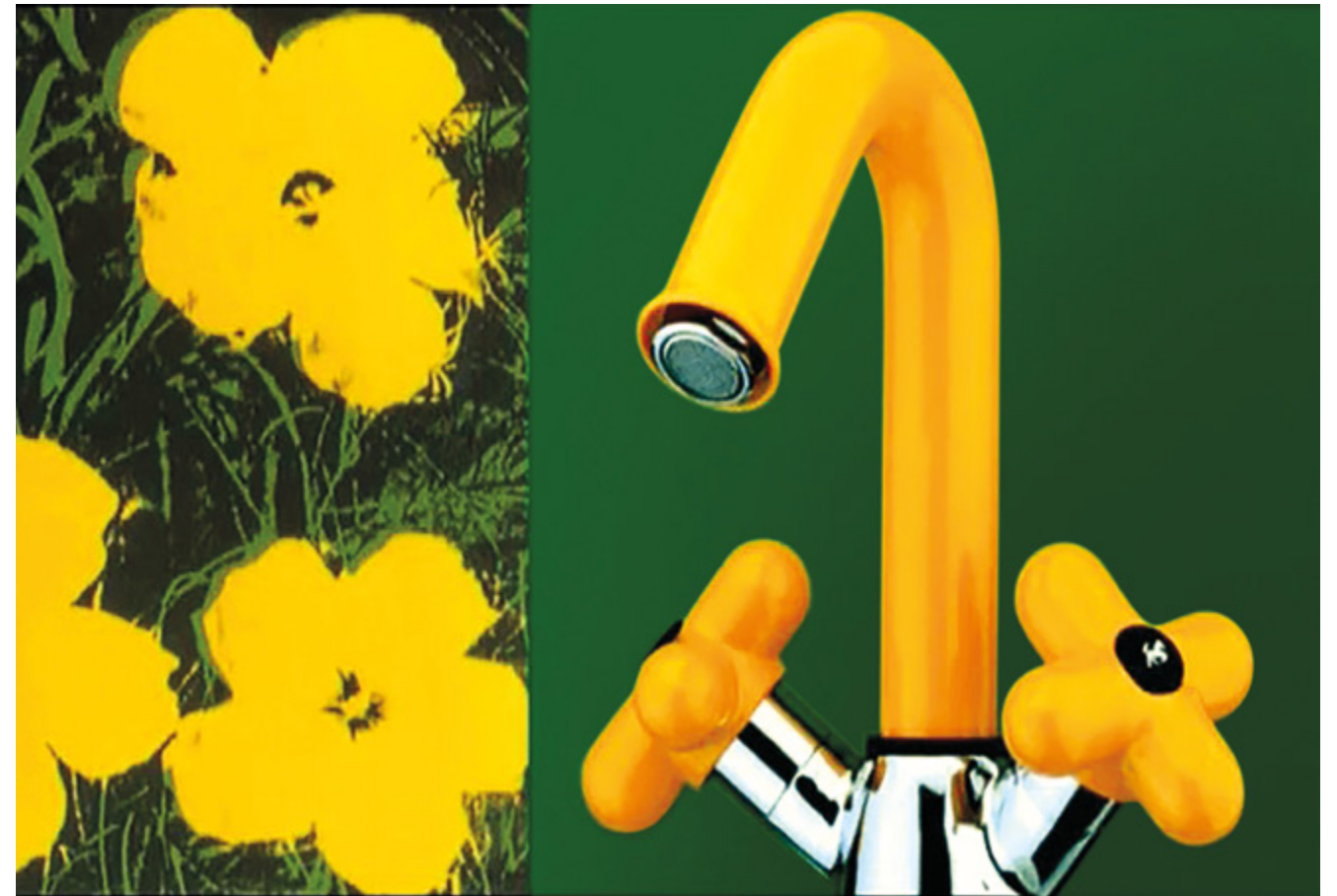
I Balocchi etablierten sich durch ihre Medienpräsenz und ihren Erfolg in der Öffentlichkeit als das jemals auf dem Armaturenmarkt erschienene innovativste Produkt und es sollte noch Jahre dauern, bis diese Position durch andere Produkte in Frage gestellt wird.

Heute sind I Balocchi eine historische Kultserie des Unternehmens und nehmen zu Recht einen herausragenden Platz in der Geschichte des italienischen Industriedesigns ein.

Dazu sagt Davide Mercatali: „Der Geist des Projekts war bereits im Entwurf zu erkennen, einer Filzstiftzeichnung im Comic-Stil mit schwarz umrandeten Primärfarben, einfachen Formen und der unmittelbaren Wirkung klarer Formen, ohne Hell-Dunkel und Schattierungen. Ein Entwurf, der einem Traum glich, einer realistischen Comicform, die den Geist eines Projekts für „Leute wie wir“ vermitteln sollte. Dieser Traum wurde durch die glückliche Situation des Unternehmens, das sich mit der Serienproduktion und einer nicht wettbewerbsfähigen Situation konfrontierte, Wirklichkeit.

Paolo Pedrizzetti erinnert sich: „Es war sowohl unsererseits als auch von der Unternehmensseite her ein instinktives Projekt. Die Stärke des Produkts liegt darin, dass die ursprüngliche Idee nicht durch Marktforschung oder andere rationale Überlegungen gemäßigt wurde.

Der von unserer Intuition ausgehende Dialog zwischen Auftraggeber und Designer war spontan und naiv. Die Innovation liegt im comic- bzw. cartoonhaften Gesamtbild. Ein völlig neues, fröhliches, unbeschwertes und junges Image für junge Leute. Ein Image, das meiner Meinung nach auch heute noch aktuell ist.“



I Balocchi, poppige Farben und ein cartoonhaftes Image: ein perfekter Mix in den späten 1970er Jahren zwischen der Ikonographie der Pop-Art und den Cartoons von Walt Disney.

Davide Mercatali und Paolo Pedrizzetti, junge Designer in einem Foto von 1978.

Geschichte und Anekdoten des Projekts I Balocchi

Aus einem Gespräch zwischen
Daniela Fantini und Davide Mercatali
März 2021

Daniela : Das Projekt der Balocchi entstand aus einem zufälligen Zusammentreffen zwischen zwei Designern, die aufmerksam und intelligent gegenüber dem Weltgeschehen und unserem Unternehmen, das über das technische Know-how und eine offene Mentalität verfügte, waren. Und da sprang auf eine ganz andere Weise der Funke über, als wenn wir einem Designer sehr präzise Anweisungen geben. Es gibt da diese beiden unterschiedlichen Arbeitsweisen, und ich erzähle diese Geschichte gerne, weil sie sehr echt und spontan ist. Ich erzähle sie so, weil ich sie mir so vorgestellt und auch ein wenig „ausgeschmückt“ habe, aber auch, weil du mir im Laufe der Jahre einige Ideen gegeben hast. Also, mein Vater Giovanni war sehr gut mit Mattia befreundet, der ihn mit Messing versorgte, und in jenen Tagen waren Freundschaften wirklich stark. Mattia erzählte ihm, dass seine Tochter Raffaella einen jungen Architekten, Paolo, heiraten würde, der 1968 seinen Abschluss gemacht hatte und mit einem sehr kreativen und sehr unkonventionellen Partner, nämlich dir, zusammenarbeitete. Beide waren sehr unkonventionell. Dies bedeutete für ihre Familie eine große Veränderung, und sie mussten sich sehr bemühen, die Entscheidung ihrer Tochter

zu verstehen. Nach Anhören der Geschichte dieses jungen Architektenpaares bemerkte mein Vater: „Die Art und Weise, wie du über dieses junge Architektenpaar sprichst, inspiriert mich. Vielleicht können sie mir eine Armatur entwerfen!“. Mattia ließ sich daraufhin einen Katalog mit allen Produktserien Fantinis der damaligen Zeit, Oval, Egizia, Cristallo usw. geben. Und ihr habt euch diesen Katalog angesehen und daraufhin gesagt: „Ja, das ist eine schöne Firma, wir können eine Armatur für sie entwerfen ...“. Und während ihr euch noch die Produkte angesehen habt, nahmst du ein Blatt Papier und einen grünen Filzstift, eine Art Textmarker, und mit deiner Illustratorenhand, die du zweifellos von deinem Vater geerbt hattest, der Kinderbücher illustrierte, hast du einen Wasserhahn im Walt-Disney-Stil skizziert, verspielt, witzig, genau das, was später produziert wurde.

Davide : Ja, ich habe den Drehgriff so gezeichnet, wie es Goofy in einem Cartoon getan hätte!

Daniela : Diese spontane Skizze räumte das Feld frei von allem, was bisher als Armatur entworfen worden ist. Aber dann sagtet ihr: „Wir können doch nicht hingehen und Giovanni nur diese eine Zeichnung zeigen! Sie ist zu

unkonventionell “... und ihr legtet sie ganz unten in eure Mappe, unter eine Reihe von Zeichnungen, die mehr oder weniger von Modellen der Fantini-Produktion inspiriert waren. Giovanni, der sich eure mitgebrachten Zeichnungen ansah, begann zu denken: „Das hatte ich mir so nicht vorgestellt, das sieht ja mehr oder weniger aus, wie das, was wir schon haben ... Vielleicht hat Mattia doch recht, das ist nicht, was wir wollen ...“. Als er aber die letzte Zeichnung mit der Skizze der Balocchi sieht, springt er von seinem Stuhl auf und ruft: „Aber Jungs, das lässt ihr als letztes?“ Woraufhin du antwortest: „Nein, aber Herr Giovanni, das muss noch farbig ausgemalt werden!“ Und er: „Ja natürlich, müssen sie bunt sein!“ Als ihr auf die Messe gingt, um sie zu präsentieren, entfernte er alle vorherigen Armaturen und präsentierte nur dieses eine Modell, das obendrein I Balocchi hieß! Einige Leute konnten das nicht begreifen: „Herr Giovanni, sind Sie verrückt geworden, es ist nichts mehr da, aber werden wir nichts verkaufen?“ Der Name Balocchi, so argumentierten sie, erinnere an ein Kinderzimmer, an die Welt des Spielzeugs, er vermittele in keiner Weise die Vorstellung von Robustheit und Langlebigkeit ... Heute wissen wir, wie es lief und welch überwältigenden Erfolg sie hatten. I Balocchi sind für meinen Vater eine Art „Enkelkinder“ und Davide und Paolo Söhne geworden. Es waren lustige Augenblicke, eine unvergessliche Zeit.

Davide : Als wir mit Herrn Bona mit den industriellen Farbexperimenten begannen, war das reiner Spaß, keine Arbeit! Es waren hohe Kosten im Spiel, und wir kamen versuchsweise zur Färbearanlage, wobei wir versuchten, die Dinge so gut wie möglich anzugehen, um die Balocchi zu einem echten Industrieprodukt zu machen.

Daniela : Es gab noch keine beschichteten Wasserhähne in der Produktion und ich erinnere mich daran, dass mein Vater die Firma Siltal besuchte, die Töpfe und



Pfannen herstellte, und eine andere, die Coca-Cola-Spender färbte, und dann hatte er Farbflocken, die er zu Hause in der Kaffeemühle mahlte und im Ofen erhitze, um zu testen, was passierte, wenn sie flüssig wurden.

Davide : Die Idee der Balocchi entstand, wie schon gesagt, durch den Gedanken an Goofy im Badezimmer, der seinen Wasserhahn aufdreht. Wie hätte das wohl ausgesehen? Die Zeichnung war genau das, ein „pfannkuchenförmiger“ Drehknopf im Stil von Goofy und seinen Haushaltsgegenständen. Dann zeichneten wir den Ausfluss, und auch der ist sehr schön geworden. Unmittelbar danach entstand Calibro und folgte dem gleichen Weg wie die Balocchi. Dieses Produkt musste aber aktualisiert werden, weil einhändig zu bedienen. Also fragten wir uns, wie Goofy oder Mickey Mouse einen Einhebelmischer in ihrem Badezimmer benutzen würden und haben ihn so gezeichnet! Unsere Idee für beide Produkte entsprang den Cartoons, aber die maximale Vergrößerung der Zeichnung, das vergrößerte Detail hervorzuheben, wurde

offensichtlich auch davon beeinflusst, was mit der Explosion des Pop-Art-Phänomens in der Luft lag. Ich dachte an Goofy, unsere primäre Matrix, aber ich glaube, dass Roy Lichtenstein beim Zeichnen auch einen beliebigen Cartoon-Streifen in Zeitungen im Kopf hatte.

Es war ein magischer Moment in der Kunst. Alles war neu, selbst wenn man sich die Schaufenster von Fiorucci ansah, konnte man spüren, wie alles im Wege der Veränderung war. Wir waren oft im Geschäft Fiorucci in Piazza San Babila, mein Haus ist voll mit Gegenständen von ihm. Ich erinnere mich daran, dass es mir während der Messe größtes Vergnügen bereitete, in einem bizarren gelb-blauen Pullover von Fiorucci herumzulaufen – schrecklich, heute darf ich gar nicht daran denken! Als ich aus New York zurückkam, wo ich in der Factory und im Studio 54 gewesen war und Andy Warhol gesehen hatte, war mein Treffen mit Giovanni ein einziges „Erzähl, erzähl!“ Er wollte alles über meine Erfahrungen und Persönlichkeiten wissen, die ich dort kennen gelernt hatte ... es war eine so ganz andere Welt als die unsere bis dahin ...

Die erste Skizze der Serie I Balocchi, gezeichnet mit einem grünen Filzstift von Davide Mercatali

Daniela : Das Paar Mercatali-Pedrizetti war perfekt, denn es bestand aus zwei völlig unterschiedlichen Seelen: Davide war eine Pop-Persönlichkeit, auch in der Art, wie er sich kleidete, Paul ein klassischer Gentleman. Vermutlich hätte Davide ohne Paolo nicht seine ganze Kreativität kanalisieren können, und Paolo war ein sehr guter Organisator, ein Planer, der die Projekte auf Kurs halten konnte. Sie waren ein sich wirklich ergänzendes und symbiotisches Paar. Als sie sich in den Neunzigern trennten, tat es meinem Vater sehr leid und er suchte nach einer Möglichkeit, sie zusammenzuhalten. Er fragte sie sogar: „Also empfindet ihr gar nichts für mich?“ Beide hattet ihr in meinem Vater ein Gefühl der Zärtlichkeit, der Freundschaft und des Schutzes geweckt. Er wollte euch unter seinen Fittichen halten!

Davide : In jenen Jahren war ich in Mailand ständig auf Ausstellungen und in Lokalen unterwegs, Paolo war immer zu Hause bei seiner Frau und seinem Sohn. Er war sehr neugierig und hörte meinen Erzählungen mit großem Interesse zu. Wir waren oft bei den Fantinis essen, und deine Mutter kochte Fleisch für mich und Fisch für Paolo. Wir haben uns auch oft im Restaurant Leone in Mailand getroffen. Auch Tobia, mein Hund, ein schwarzer Cocker, war immer dabei. Er war es gewohnt, jeden Abend mit mir ins Restaurant zu gehen und auch außerhalb der Messe stundenlang auf mich zu warten. Ich habe die berühmten mythischen achtziger Jahre in Mailand sehr genossen, war immer dabei. Es war eine wunderbare Zeit für kreative Menschen. Ich bedaure nichts, was bleibt ist ein wenig Nostalgie.

04

DNA
DESIGN





98 I Balocchi, Design von Davide Mercatali und Paolo Pedrizzetti. Sie wurden 1977 in Produktion genommen und sind zur Ikone des Unternehmens geworden.

Fantini ist Teil eines Phänomens, das heute unter dem Namen italienische Designfabriken allgemein anerkannt ist. Innerhalb dieses Systems, das den zeitgenössischen Einrichtungssektor im Allgemeinen betrifft, steht es voll und ganz für „Armaturen“, so wie beispielsweise Flos und Artemide für „Beleuchtung“, Boffi für „Küche“, Alessi für „Haushalt“, Kartell für „Kunststoff“, Cassina und B&B für „Polstermöbel“ usw. stehen.

Diese italienischen Designfabriken sind eine Zeiterscheinung, die von weit her kommt und derzeit das letzte Glied in einer Kette sind, die gemeinhin mit den Bewegungen zwischen den angewandten Künsten (Arts Décoratifs) und der industriellen Produktion beginnt, wie die Bewegung Arts & Crafts in der angelsächsischen Welt in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, über die Wiener Werkstätte, das Bauhaus, das skandinavische Design, um nur einige zu nennen.

Es sind Unternehmen, für die Design nicht nur einfach eine formale Produktpraxis ist, sondern eine exklusive *Mission*. Es ist die eigentliche Grundlage dieser Unternehmen und wird ausdrücklich ihre präzise „Weltanschauung“, die allen Unternehmensaktivitäten zugrunde liegt.



Unternehmen als Mittler

Es sind Unternehmen, die ihre Berufung ausleben und ihre Rolle in erster Linie darin sehen, als intelligente „Mittler“ in bestimmten Bereichen der industriellen Produktion aufzutreten, als Mittler zwischen den besten kreativen Fähigkeiten – den Designern – einerseits und den tiefen Bedürfnissen und Wünschen der Menschen andererseits. Dabei verbinden sie beinahe immer die Notwendigkeit, in industriellem Maßstab zu denken und zu produzieren, mit dem Anspruch, gleichzeitig Forschungs- und auch handwerkliche Produktionslaboratorien zu sein. Für diese Art von Unternehmen ist Design eine sehr delikate Tätigkeit, die darauf abzielt, Produkte zu identifizieren und in Umlauf zu bringen, die sich immer durch ein hohes Maß an Ästhetik und eine sorgfältige Beachtung qualitativer und funktioneller Aspekte auszeichnen. Sie tragen aber auch die Fähigkeit in sich, die Menschen, die diese Produkte für sich selbst und für ihr Zuhause auswählen, angemessen zu repräsentieren und für diese Menschen zu einem Element zu werden, durch das sie nicht nur ihren Lebensstil, sondern auch ihre Gedanken kommunizieren können, um sich selbst und ihre tiefen Werte zu repräsentieren.

Es sind Unternehmen, die es verstehen, in allen Formen und Momenten, in denen sie sich manifestieren und darstellen, vom Produkt bis hin zu allen Aktivitäten und Instrumenten des Marketings und der Kommunikation, ihre eigene präzise und unverwechselbare Identität, einen immer sichereren Ruf und eine Beziehung der Korrespondenz und des Vertrauens zu den verschiedenen Akteuren zu schaffen und aufzubauen, sei es das Wettbewerbsumfeld, das Vertriebssystem, die Einflussnehmer wie Architekten und Innenarchitekten, die Planer und die feinsinnigere Gruppe der Endverbraucher.

Fantini ist Mitglied von „Altagamma“, jener angesehenen italienischen Stiftung, die Unternehmen aus der Kultur- und Kreativwirtschaft zusammenbringt und vertritt, welche die herausragende Qualität, Einzigartigkeit und Lebensart Italiens weltweit fördern.

In Altagamma sind die besten Marken aus den Bereichen Mode, Design, Schmuck, Gastgewerbe und Wellness vertreten.



„Design ist Teil der DNA des Unternehmens und das
 Erbe seiner langjährigen produktiven Erfahrung. Die
 Arbeit ist jedoch immer das Ergebnis von Teamarbeit
 und einer Vorgehensweise, bei der viele Akteure auf
 der Bühne stehen, jeder in seiner jeweiligen Rolle,
 aber ohne hierarchische Maßstäbe. Sie stellen den
 Menschen, seine Eigenschaften und Fähigkeiten in
 den Mittelpunkt des Prozesses. Vom Designer bis zum
 Techniker, vom Manager bis zum Arbeiter, jeder trägt
 in seiner Rolle zum Endergebnis des Produkts bei.“

Themen und Gedanken zur „Fantinität“

Bei Fantini sind einige der wichtigsten internationalen Designer an der Gestaltung von Produkten beteiligt, die unserer Meinung nach im Einklang mit der Firmenphilosophie stehen. Das charakteristische Ergebnis ist eine Produktpalette mit einer sehr breiten Palette von Form- und Ausdruckssprachen, die sich bewusst stark voneinander unterscheiden, obwohl sie durch einen dünnen roten Faden verbunden sind, den wir als „Zeitgenossenschaft“ bezeichnen könnten, sowie durch andere, subtilere formale Merkmale – wie eine gewisse Leichtigkeit, eine nie banale Eleganz, etwas Sanftes... Gerade sie unterscheiden die Produkte Fantinis von den Armaturen anderer Unternehmen, mit dieser spezifischen Identität, die als „Fantinität“ anerkannt wird.

Die gleiche Strategie liegt der Auswahl der Designer von Aboutwater zugrunde, der aus der Partnerschaft zwischen Boffi und Fantini hervorgegangenen Marke, mit dem Ziel, eine noch speziellere und einzigartige Kollektion zu schaffen.

Calibro, Design von Davide Mercatali und Paolo Pedrizzetti, 1978, ein ikonisches Produkt, das in die prestigeträchtige Designsammlung des MoMA in New York aufgenommen wurde

Calibro —
 design D. Mercatali e
 P. Pedrizzetti, 1978
 MoMA NY
 Permanent Collection



Farbe

Mit der von Paolo Pedrizzetti und Davide Mercatali entworfenen Serie I Balocchi, die heute als Ikone des Unternehmens gilt, taucht 1977 plötzlich Farbe bei Fantini und in der Armaturenszene auf.

Mit den Balocchi erfährt die Armatur eine tiefgreifende und radikale Veränderung, die sie in ein neues Licht stellt. Die Farbe, zusammen mit der poppigen Form und dem ungewöhnlichen Volumen, verwandeln sie von einem rein technischen Objekt in ein Einrichtungsaccessoire, das nicht länger nur zweitrangiger Protagonist der Badezimmerumgebung ist.

Nach dem enormen Erfolg der Balocchi entwarfen die beiden Designer unmittelbar danach gemeinsam Calibro, einen weiteren großen Bestseller des Unternehmens, der Teil der Sammlung des MoMA in New York wurde.

Als Interpret des Designgeistes der 1980er Jahre nimmt Calibro mit seiner jugendlich-verspielten Seele, seiner kühnen, imposanten Form und seinen leuchtenden Farben die Instanzen von Form und Stil vorweg.

Ein darauf folgender langer Weg der formalen Subtraktion führte Davide Mercatali 1999 zu einem erstaunlichen Ergebnis: Nostromo war geboren, ein Produkt, das die extreme Essenz der Funktion darstellt, ohne deshalb seine tiefgründige Pop-Seele zu verraten.

Die leuchtenden Farben der siebziger und achtziger Jahre hatten ausgedient und verschwanden in den neunziger Jahren aus der Möbelszene, aber die Suche nach Farbnuancen und -effekten ging weiter und wurde immer raffinierter.

Fantinis Suche nach neuen Oberflächen und Materialien wurde jedoch nicht eingestellt. Franco Sargiani entwickelte die Serien Stilo und Sfera mit Hebeln aus verschiedenen Materialien, darunter Holz und Glas, die bei der Transparenz und Opazität von Glas, dem Satineffekt von Harz und umgekehrt der „Fülle“ und Farbintensität von Holz und der Materialität von Terrakotta neue Akzente setzen.

Nostromo, Design von Davide Mercatali, 1999: ein zeitloser Evergreen mit großem Erfolg

„Wasser ist das Leitmotiv
unserer Arbeit und unserer
Produktion von hochwertigen
Design-Armaturen, die großes
handwerkliches Geschick mit
fortschrittlicher Technologie
und industriellen Prozessen
verbinden. Das geht so weit,
dass wir heute international
als Maßstab für Trends in der
Branche anerkannt sind.“



Stilo und Sfera,
Design von
Franco Sargiani,
1996: Zwei
Projekte, die eine
neue Gestik bei
der Verwendung
des Wasserhahns
und eine Reihe
von raffinierten
Materialien und
Farbeffekten
einführten

Die Suche basierte auf einer Mischung aus drei Faktoren – Farbe, Material, Verarbeitung – und deren enger Wechselwirkung, um einen endgültigen „materischen Effekt“ zu erzeugen, der sowohl für das Auge als auch für die Haptik unverwechselbar und innovativ ist. Und die Technologie hat an dieser Front dazu beigetragen, neue Oberflächen und neue Ausdrucksformen zu finden.

Stilo und Sfera wurden sofort zum Synonym für Mischpulte der neuen Generation. Der Bedienhebel, der dank innovativer Technologie mit einer sehr sanften und präzisen Orbitalbewegung arbeitet, ist eine perfekte Synthese aus Ästhetik und Funktion. Kugel und Griffel sind die starken visuellen Elemente, die das Projekt charakterisieren. Gewagt aufgrund ihrer, in der traditionellen Armaturenszene ungewöhnlich neuen Form, ungewöhnlich auch im Hinblick auf ihre Materialien, darunter Muranoglas und farbiges Harz. Dennoch zeichnen sie sich durch ihre Fähigkeit aus, sich diskret und elegant jeder Art von Badezimmer anzupassen. „Sie erinnern an einen Joystick“, erläutert Sargiani, „eine instinktive Bedienung durch Drehen einer Kugel. Man legt die Hand auf und sie reagiert mit einer fließenden Bewegung, die im Vergleich zum orthogonalen Hebel eine neue Gestik ermöglicht. Für den Körper dachte ich an geometrische Formen ohne figurative Selbstgefälligkeit und wählte zwei archetypische Formen, die Kugel und den Griffel, für die Bedienung. Bewegung, Material und Farben, Emotion.“

Stilo, Design von
Franco Sargiani,
1996





Transparenz

106

Nice, Design von Matteo Thun und Antonio Rodriguez, 2017. Ein innovatives Projekt mit Transparenz und dem materiellen 3D-Effekt von Methacrylat.

Transparenz ist ein sehr faszinierendes Designthema und im Falle des Armaturendesigns von erheblichem symbolischen Wert, da sie eng mit dem Wesen des Wassers und seinem ungreifbaren Bild verbunden ist.

Dieses Thema wurde von den Designern Matteo Thun und Antonio Rodriguez gekonnt interpretiert und führte zu einem besonderen Projekt mit einer starken Identität, der Serie Venezia. Mit ihren raffinierten Griffen aus Muranoglas und den erhabenen Farben der antiken Tradition – Weiß, Schwarz, Blau, Rot –, die ihre Kostbarkeit hervorheben, evoziert die Serie Stil, Eleganz, Raffinesse, Luxus und Erinnerungen an venezianische Geschichten und Umgebungen.

Schwarz, Weiß, Rot und das typische Kobaltblau des Muranoglases sind die absoluten Protagonisten einer sehr einfachen Form, eines Parallelepipedes mit rechteckiger Basis, das die „Liquidität“ der Farbe und die magische Tiefe des Materials betont.

Das Projekt wurde dann mit zwei unterschiedlich geformten Griffen weiterentwickelt. Beim ersten handelt es sich um eine Scheibe aus transparentem, massivem Kristall mit facettiertem Rand, der den Blick auf den Siebdruck auf dem Sockel mit einem überraschenden dreidimensionalen Effekt freigibt; der zweite hat eine schmale, horizontale, hebelartige Form.

Die gemeinsame Suche und Experimentierfreude des Unternehmens mit den beiden Autoren zu den kombinierten Effekten von Transparenz und Transluzenz (die es dem Licht ermöglicht, die Materie diffus zu durchdringen) führten zu der Serie Nice: „Eine Hommage an das Wesen des Wassers und seine Schönheit: transparent, frisch und farbig“, erläutern die Autoren.

Die farbigen Methacrylat-Knöpfe von Nice haben die Form einer aus einem Zylinder geschnittenen „Scheibe“, bei der die Effekte der wahrgenommenen Transparenz, Tiefe und Farbe je nach Blickwinkel und Licht variieren. Die Farbpalette in Verbindung mit den transluzenten Elementen sorgt so für auffällige optische Effekte und bietet gleichzeitig durch ihre glatte, weiche, beinahe samtige Oberfläche ein sinnliches Erlebnis.

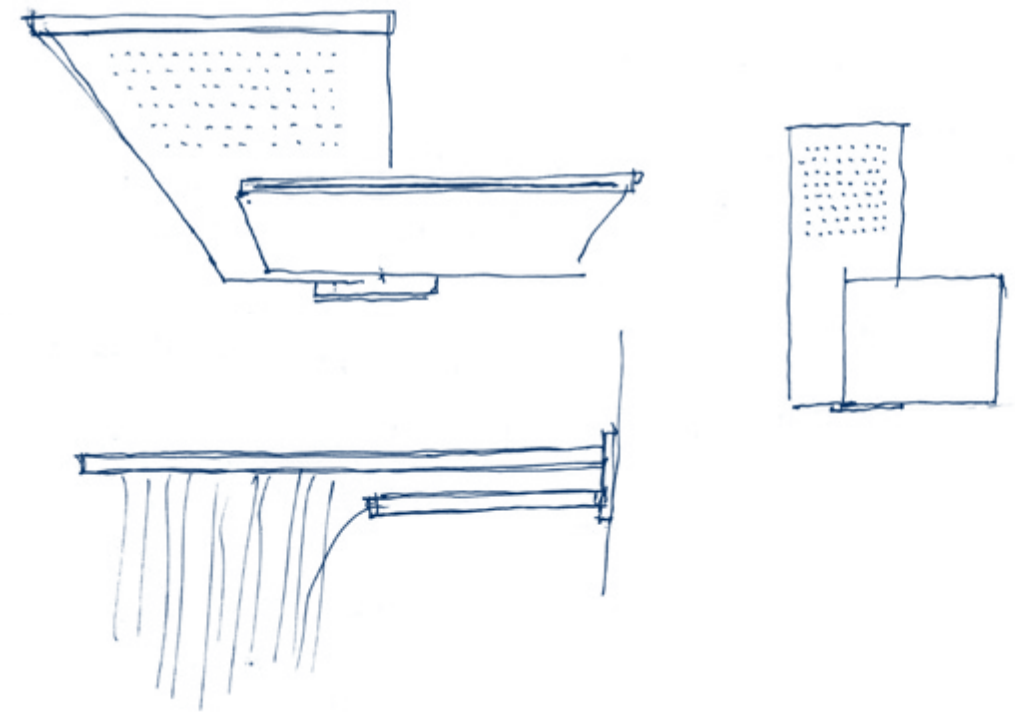
„Produktqualität und
-zuverlässigkeit sind
die transversalen Werte
jedes unserer Projekte,
wobei wir uns als
italienische Designfabrik
stets darum bemühen, eine
perfekte Mischung aus
industrieller Technologie
und Handwerkskunst
hervorzubringen.“

107



Venezia,
entworfen von
Matteo Thun
und Antonio
Rodriguez, 2010,
brachte die
Schönheit und
raffinierte Eleganz
von Muranoglas
in die Welt des
Badezimmers





Reinheit der Technik

Die Suche nach Verknappung, nach klaren und präzisen grafischen Linien, nach visueller Leichtigkeit, die die technischen Grenzen des Materials ausreizt, um eine absolut ausdrucksstarke Synthese zu erreichen, ist das grundlegende Ziel der Designarbeit von Franco Sargiani, Architekt und Designer, Autor vieler sehr erfolgreicher Produkte in der Geschichte Fantinis.

Sargiani steht für zwei Jahrzehnte großartiger Erfolge Fantinis. In den 1990er Jahren mit denkwürdigen Produkten, die durch ihre innovative Form und Funktion auffallen, und in den 2000er Jahren mit der radikalen Überarbeitung des häuslichen „Wassersystems“. Eines seiner ersten Projekte aus dem Jahr 2002 heißt Zen und schon der ausgesprochen treffende Namen verrät, was es damit auf sich hat. Es handelt sich um eine konzeptionelle Abstraktion der Duschsäule. Man könnte sie sich nicht schlanker vorstellen, optisch leicht, eine Form, von der nichts entfernt und der nichts hinzugefügt werden kann, von absoluter ästhetischer und formvollendeter Eleganz.

Milano, aus dem Jahr 2007, ist ein weiteres sehr erfolgreiches Projekt von ihm. Hier führt das Streben nach Entmaterialisierung zu einem beinahe futuristischen Ergebnis, einer so klaren und präzisen grafischen Linie, dass sie sozusagen zur abstrakten Darstellung der Armatur wird.

„Das Projekt hatte zwei Zielsetzungen“, erinnert sich Sargiani, „Wasser auf breiter Front zu verteilen und ein Instrument auszuarbeiten, das wie das Wasser essenziell, reflektierend und transparent erscheint. Um die erste zu befriedigen, musste das Wasser mit geringem Druck und in kleinen Mengen abgelassen werden, um sein natürliches Fallen durch die Schwerkraft zu erreichen. Zum Vorteil des geringeren Wasserverbrauchs gesellt sich der optische Genuss einer Wasserfallwirkung. Die Verwendung elementarer Formelemente wie Ebenen und Zylinder und ihre Kombination ermöglichten es, dank des Phänomens der Oberflächenreflexion eine Kontinuität der Wahrnehmung der Komponenten zu erreichen, gerade so als ob die Materialien transparent wären.“

Die vom Designer seit Jahren mit dem Unternehmen zum Thema Dusche getätigte komplexe Projektarbeit hat äußerst interessante Ergebnisse gebracht. Als Resultat kontinuierlicher technischer Forschung und der Verfeinerung des Produktions-Know-hows haben sie die Art und Weise revolutioniert, wie dieser Raum und seine Objekte konzipiert werden.

Milano, Design von Franco Sargiani, 2007. Ein sehr erfolgreiches klassisch-modernes Produkt, in dem die Technik eine extrem formale Wesentlichkeit erreicht



- II2 Doppelkopfbrause mit Regen- und Wasserfallfunktion der Dusche Milano, Design von Franco Sargiani; rechts, vom gleichen Designer, die Duschsäule AcquaAzzurra
- Die Projekte AcquaTonica (2004), AcquaAzzurra (2006), AcquaPura (2007), Acqua Zone (2011), AcquaDolce (2015) sind ihre fortschreitende Entwicklung, bei der das Konzept des Duschrums durch eine neue Vision der Nutzung mit radikal veränderten Objektformen verdrängt wird.
- Nach Sargiani „ist die häusliche Dusche ein Objekt, das dem Nutzer großen Komfort und Vergnügen bereiten soll. Der Kontakt mit Wasser sollte eine glückliche Erfahrung sein, eine Rückkehr zum natürlichen Zustand.“
- Die Herausforderung besteht also darin, die technologische Komplexität der neuen Produkte in reine, optisch extrem einfache Formen zu übersetzen und diese sinnliche Erfahrung in vollem Umfang erlebbar zu machen.
- Ohne mechanistische Selbstgefälligkeit werden diese hochfunktionalen und effizienten Produkte in eine Welt der virtuellen und emotionalen Abstraktion gestellt, die neue mögliche Designhorizonte zur Erforschung eröffnet.
- „Für AcquaTonica dachte ich an ein vollständig in das Mauerwerk integriertes Element, das keine Stellfläche benötigt und separate Bedienelemente hat. Der Spiegelschliffeffekt sorgt für optische Transparenz, die, ebenso wie das Spiel der Reflexion, ein wiederkehrendes Thema in meinen Entwürfen ist. Hier wird die Dusche zum reinen Vergnügen. Unter einem natürlichen, leicht rieselnden, weichen Wasser ist es gerade so als ob man im Regen stünde.“
- AcquaPura hingegen ist eine radikale Neuinterpretation der Dusche. Es handelt sich um einen architektonischen Monolithen mit wasserabgebenden Teilen zur Begrenzung des Duschrums, der überall im Haus positioniert werden kann.“
- Das jüngste Projekt, AcquaDolce, erreicht mit einer Reihe innovativer Funktionen, die ein Maximum an multisensorischem und umgebungsbezogenem Komfort bieten, eine extrem formale und konstruktive Wesentlichkeit. Regenwasser-, Wasserfall- oder Zerstäuberfunktion, Weißlicht, Chromotherapie und das Programm Feel schaffen eine emotionale Atmosphäre und die Touch-Technologie ermöglicht das Aktivieren der verschiedenen Funktionen durch leichtes Berühren.



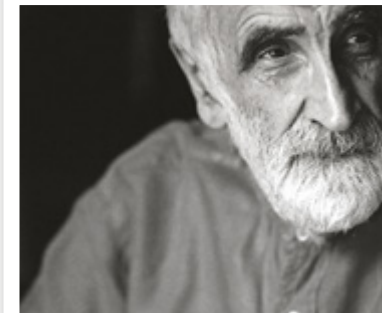
„Fantini muss ein sehr freidenkendes Unternehmen sein. Mein heutiges Ziel ist es, ein Planungsbüro sui generis zu haben, das in der Lage ist, die Dinge umzudrehen, die Dinge aus einem anderen Blickwinkel zu betrachten. Es sollte auch ein Ort der experimentellen Forschung sein, mit einer immer stärker ausgeprägten Einstellung zu Design und Innovation.“

Dusche AcquaPura in freistehender Ausführung.

„Im Wort ‚Manovella‘ (Drehhebel) ist offensichtlich das Wort Hand (mano) enthalten. Genau genommen ist es die Wurzel davon: die großen Hände von Enzo Mari.“

Aber vor allem verweist es auf eine bedeutungsvolle Geste, die nichts mit der erstickten Eleganz der heutigen pulslosen Bewegungen zu tun hat. AUFDREHEN- ZUDREHEN: Der Handhebel ist der Vorgänger des Wasserhahns. Die Rotation in einer Ebene ist typisch für Handwerker, zum Beispiel für einen Klempner, der eine Dichtung anzieht. Weil die Gesten, die Mari in ein Projekt umwandelt, in diese Kategorie fallen, kommen sie in der Regel ‚zuerst‘: Vor der stillen Raffinesse bedeutet das Drehen eines Drehhebels (manovella) eine Anstrengung, eine Anstrengung, bei der Aktion und Reaktion genau ausgeglichen sind. Der ‚Handhebel‘ in sich hat die Faszination von Handwerkszeug, er benötigt eine Greiffläche. Das Vergnügen des Aufdrehens (nach rechts), aber vor allem das Vergnügen des Zudrehens (nach links), mit einem abschließenden Kontroll-„Tapser“. Unvergleichlich! Eine solche „Sequenz“ erinnert an das Aufdrehen des Wassers in einem ländlichen Waschhaus, das Aufdrehen einer Wasserpumpe zum Gießen (auch als wir noch Kinder waren und es sehr, sehr verboten war!). Für Mari ist nichts dem Zufall überlassen: Manovella ist eines der vielen Projekte, bei denen die Geste weit vor der Form und weit vor der Schönheit kommt. War Manovella also ein ästhetisch in Frage zu stellendes Objekt? Und selbst wenn dem so gewesen wäre, was war seine Funktion zu jener Zeit? Aus dem postmodernen ‚Vergnügen‘ aussteigen, uns zwingen, das Objekt in seinen konstruktiven Prinzipien zu betrachten. Das ist es, was Maris strenger Blick uns sagen würde, 1993 wie heute. Da bin ich mir sicher!“

— MARCO ROMANELLI



Archetyp

Enzo Mari war einer der größten Meister des italienischen Designs.

Design und Leidenschaft waren die treibende Kraft hinter seinen Gedanken und Werken.

Und Design ist das kraftvolle und anschauliche Instrument seines intellektuellen Ansatzes und seines Wunsches, die Gesellschaft, in der wir leben, durch Objekte zu verändern. Das Studium der Archetypen, das ihn so fasziniert hat, ist auch das grundlegende Element der Designforschung für Manovella, die für Fantini entworfene Armatur.

Manovella, Design von Enzo Mari, 1993. Mit einem klaren Bezug auf den Drehhebel der Kaffeemühle ist es Teil der konzeptionellen Suche des Autors nach archetypischen Objekten und Erinnerungen und zur elementaren Gestik bei ihrer Verwendung

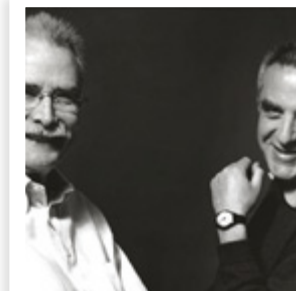
„Bei Fantini erfinden und produzieren wir mit einer klaren und ehrgeizigen Vorgabe, die wir nie aus den Augen lassen: Erfindung, Design und Technik müssen Hand in Hand gehen. Es sind untrennbare Elemente der auf Perfektion abzielenden Kreation. Dabei sind wir der festen Überzeugung, dass auch die Innovation des kleinsten Details dieses produktiven Mikrokosmos zur Verbesserung der Lebensqualität beitragen kann.“

„Design ist Fantinis Berufung. Heute glauben wir behaupten zu können, dass das Produkt Fantinis neu und originell sein muss, aber auch komplex, mit dem gewissen Etwas Mehr, das den Gap zwischen Fantini und seinen Mitbewerbern vergrößern kann. Beinahe jeder stellt heute von bedeutenden Architekten entworfene, qualifizierte, gut gemachte, langlebige Produkte mit unterschiedlichen Verarbeitungen her. Infolgedessen müssen wir die Komplexität unseres Produkts erhöhen. Im Hinblick auf technische und produktive Lösungen stellen wir uns wahren Herausforderungen und verfolgen damit das Ziel, durch Experimentierphasen innovative Lösungen zu finden, die dazu führen, dem Stand der Technik in der Produktion stets einen Schritt voraus zu sein.“

Dolce, Design von Birgit Lohmann, 2006. Klare, gut definierte Linien für ein Produkt im zeitgenössischen Stil



DNA DESIGN

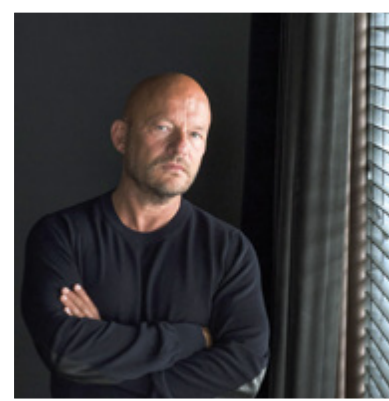


Modern classic

In der Geschichte Fantinis gibt es Autoren, die im Laufe der Zeit Teil der Familie geworden sind, seit Jahren mit dem Unternehmen zusammenarbeiten und viele Produkte hervorgebracht haben. Andere hingegen haben nur ein einziges erfolgreiches Produkt signiert. Dies ist der Fall von Perry King und Santiago Miranda, beides Designer, der eine Engländer, der andere Spanier, seit 1976 mit gemeinsamen Büro und mit einer gemeinsamen Arbeitsvergangenheit bei Olivetti. Sie sind die Autoren von Copernico, einem Produkt mit einem großartigen Image, das sich durch einen bemerkenswert großen Ring auszeichnet. Er ist das herausragende optische Element des Produkts.

Auch Dolce, entworfen von Birgit Lohmann, ist ein bedeutendes und erfolgreiches Beispiel für die Ergebnisse der ständigen Suche nach innovativen und zeitgemäßen Ausdrucksformen für Mischerfamilien. Die Kollektion Dolce wurde aufgrund ihrer charakteristischen, zwischen Moderne und Klassik ausgewogenen Linien 2007 von der historischen deutschen Zeitschrift „Schöner Wohnen“ im Rahmen der Ausstellung „50 Neue Klassiker“ als Ausdruck der neuen Klassik ausgewählt.

Copernico, Design von Perry King und Santiago Miranda, 1994. Ein ikonisches Objekt mit starker formaler Präsenz und optischer Wirkung



Icona Classic und Icona Deco, Design von Vincent Van Duysen, 2016. Bei der Entwicklung des Projekts wurde großer Wert auf die Ergonomie und das weiche, sinnliche Design der Drehknöpfe gelegt

„Kontemplation mag ein unmodernes Wort sein, aber es ist das, was das Design von Vincent Van Duysen evoziert.“ Wir kontemplieren einen Sonnenuntergang, eine Landschaft, ein Gemälde. Wir betrachten und hören in absoluter Stille das, was die Natur oder die Kunst uns suggeriert – die Formen, die Farben, die Kombinationen, die Nuancen und Schattierungen, dieses „ich weiß nicht was“, etwas Faszinierendes, aber Undefinierbares, das diesen Moment, diese Betrachtung einzigartig macht. Wir betrachten, hören und staunen. Und das ist es, das Staunen. Nicht das laute Erstaunen, sondern die Unbeschwertheit einer selbstbewussten, präzisen Geste, dicht an Geschichte und Erfahrung, menschlich, nie selbstverständlich, weil reich an Komplexität der Wirklichkeit. Vincent ist so, er erzeugt dieses nur scheinbar einfache Staunen, dieses sinnliche Staunen, weil es in Harmonie mit den Sinnen steht, allen Sinnen, die uns zu Geschöpfen mit einer einzigartigen und besonderen, allumfassenden Sensibilität machen... Es ist die Atmosphäre, die man im Antwerpener Haus von Vincent Van Duysen atmet, in den Architektur- und Designprojekten, mit der gleichen Intensität im großen und kleinen Maßstab. Schutz und Komfort. Nichts ist übertrieben, aggressiv, kein Element dominiert das andere. Es sind Orte und Objekte zum Betrachten, von großer Qualität, zeitgemäß aber mit einem konservativen Touch, der sie zeitlos und somit klassisch macht. Eine raffinierte, niemals rhetorische Eleganz. Die Fähigkeit, diese Harmonie zu schaffen, findet sich auch in Icona, der für Fantini entworfenen Kollektion wieder. Die Kunst, gut zu leben, Vincent bewohnt sie, er trägt sie und lässt sie in alles einfließen, was er berührt. Es ist dieses „Etwas“, das wir auch Anmut nennen könnten.“

— FRANKREICHSCA MOLteni,
REGISSEURIN



Erinnerung

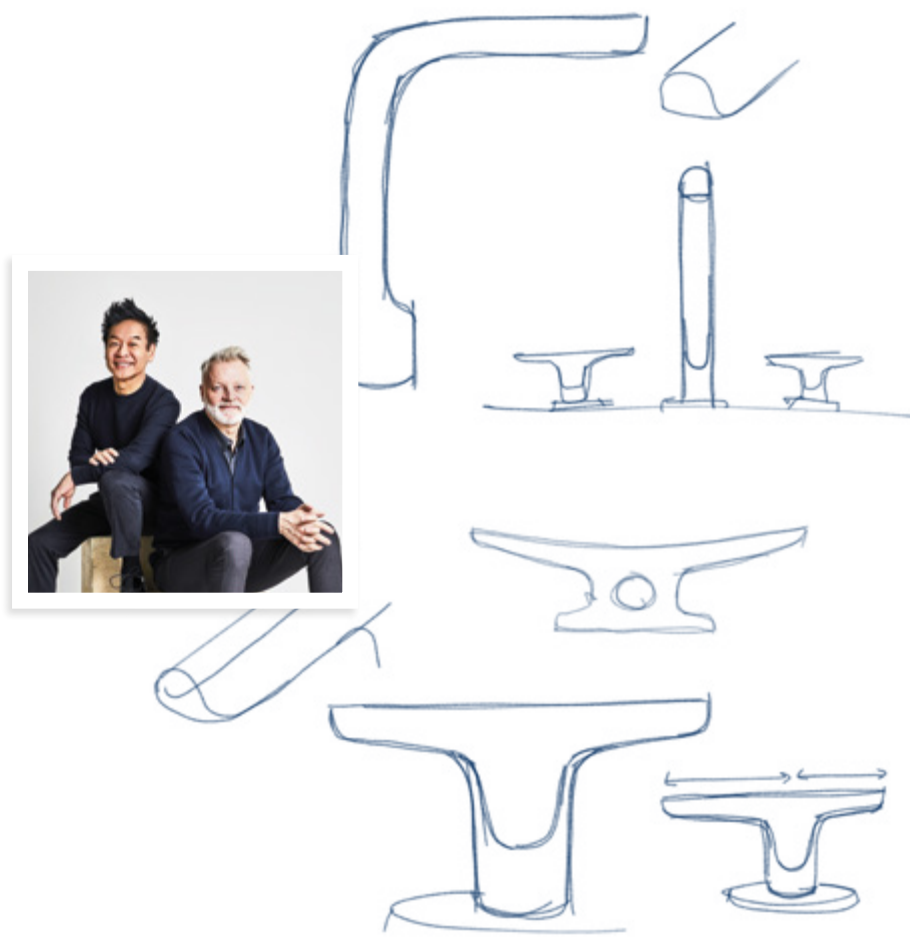
Der belgische Architekt, Designer und Kreativdirektor Vincent Van Duysen hat sich innerhalb weniger Jahre zu einem Star des Designsystems entwickelt. Er kreiert Objekte von großer Reinheit und Wesentlichkeit, die an etwas erinnern, das ihnen Konkretheit, Solidität und Ausgewogenheit verleiht und sie in das Gebiet der zeitlosen Produkte, der so genannten „Evergreens“ einordnet und nicht dem flüchtigen Geschmack des Augenblicks überlassen.

Icona, das Projekt von Vincent Van Duysen für Fantini, ist eine zeitgenössische Neuinterpretation der klassischen Armatur, die auf subtile und elegante Weise mit den Proportionen spielt. Funktionalität, Langlebigkeit und Komfort waren die Vorgaben und Prioritäten für das Projekt, das er mit einer ruhigen Ästhetik interpretierte, die weder Tendenzen noch der Mode hinterherläuft.

„Ich glaube, dass Icona, das Produkt, das ich für Fantini entworfen habe, eine zeitlose Armaturenkollektion ist, eine Art „Passepartout“, mit einem nicht extremen Hauch von Erinnerung, immer noch sehr zeitgemäß und modern, mit Schwerpunkt auf Ergonomie und mit einer gewissen Sinnlichkeit. Ich glaube, dass die Form mehr der Funktion folgen muss. Als Mensch, der für Menschen entwirft, stehen Funktionalität und Komfort definitiv im Vordergrund.“

Für Icona wurden unlängst auch neue Metalloberflächen vorgestellt, die das Ergebnis einer komplexen Forschung über die Kombination von Farbe, Material und Oberfläche sind. Gun Metal, Matt Copper, British Gold, Raw Metal und Pure Brass verleihen Metallprodukten eine besondere Bandbreite an Farbeffekten: die unverwechselbare Farbe „Gunmetal“ – zwischen Dunkelgrau, Blau und verbrannt –, das warme Kupferbronzebraun – eine Art auf Rosa schwenkendes Braun – und das raffinierte, ruhige, elegante „British Gold“.

Icona Classic, Design von Vincent Van Duysen, 2016. Ein zeitloses Design, eine Art „Passepartout mit einem Hauch von Erinnerung“, wie der Autor es nennt.



Der See, Quelle der Inspiration

Sailing, Design von Yabu Pushelberg, 2021. Ein Design mit klar definierter Geometrie, das an die Form von Bootspollern erinnert.

„Der Ortasee ist bekannt für seine romantischen Landschaften und seiner großen Stille. Und das war die Inspiration für unser Projekt. Wir wollten auf das Wesen des Sees als stillen Zufluchtsort verweisen und gleichzeitig die Kühnheit von Fantinis kreativem Blickwinkel würdigen. Das Ergebnis ist ein poetisches und sinnliches Modell eines im Zusammenhang mit dem Wasser nützlichen und grundlegenden Elements, dem Bootspoller.“

So erzählen George Yabu und Glenn Pushelberg, Gründer des kanadischen Studios Yabu Pushelberg, wie die Idee für die Serie Sailing entstand, nachdem sie als Gäste im Casa Fantini Lake Time den Ortasee kennengelernt hatten.

Die Form von Sailing verweist daher durch die poetische Neuinterpretation der klaren Linien und des Volumens der Poller, wesentliche Elemente für die Navigation und das Anlegen eines Bootes, ausdrücklich auf die Welt des Wassers und des Sees, Genius Loci von Fantini. Die Designer verwandelten einen funktionalen Gegenstand in ein elegantes dekoratives Detail fürs Badezimmer, und zwar mit einer Serie, die, wie sie es ausdrücken, „unsere unbekümmerte Art mit dem kraftvollen und innovativen Design der Kollektionen des Unternehmens und seiner Fähigkeit, ständig mit neuen Ausdrucksformen zu experimentieren, perfekt verbindet.“



Aboutwater, eine Allianz zwischen Boffi und Fantini

„Wasser ist unser Rohstoff. Zu den Formen des Wassers, investieren unsere Unternehmen, Boffi und Fantini, seit langem Gedanken, Projekte und Energie. Und in der Zeit, in der wir uns gegenseitig beobachteten, entdeckten wir, dass wir viele Gemeinsamkeiten hatten. Und dass wir viele Ideen und Ideale, Ziele und Haltungen teilten. Da lag es nur nahe, unsere Kräfte zu bündeln und ein gemeinsames Projekt zu starten.“ So erzählt Daniela Fantini die Entstehung von Aboutwater, der Kollektion, die durch die Allianz zweier führender Unternehmen entstanden ist: Boffi und Fantini. Eine Partnerschaft, die auf der Idee basiert, dem Markt Armaturenlinien anzubieten, die sich durch Raffinesse und Modernität des Designs, Exzellenz und Präzision in der Herstellung auszeichnen und über das Vertriebsnetz der beiden Unternehmen vertrieben werden. Gemeinsam möchten sie den Marktzugang über ihre jeweiligen Segmente hinaus erweitern. Boffi und Fantini sind zwei etablierte Akteure in der Landschaft des italienischen Designs. Boffi ist eine weltweit anerkannte Marke für hochwertige Küchen-, Bad- und Systemmöbel und wird seit Jahrzehnten als

innovatives Unternehmen nicht nur für sein Design und seine Produktion, sondern auch für sein Vertriebsmodell und seine Kommunikationsmethoden geschätzt. Fantini ist Synonym für ästhetische Forschung und technologische Perfektion hochwertiger Armaturen. In einem seit jeher der Präzisions- und Qualitätsmechanik verschriebenen Industriegebiet gelegen, eroberte es sich im Laufe der Zeit dank seines Know-hows und der Zusammenarbeit mit hochkarätigen Designern die anspruchsvollsten Segmente des internationalen Marktes. Beide Unternehmen bauten im Laufe der Jahre eine unbestrittene, konsolidierte Führungsposition in ihrem Sektor auf, die auf hervorragende Produktionsleistungen, Kreativität und eine starke Internationalisierung der Märkte beruht. Obwohl es sich bei beiden um weltweit tätige Industrieunternehmen handelt, haben sie sich die Leidenschaft für gut gemachte Arbeit bewahrt, die ihren handwerklichen Ursprüngen entspringt und einen der Eckpfeiler ihres Wettbewerbsvorteils darstellt. Aboutwater, die gemeinsame Kollektion der beiden Marken,

feierte ihr Debüt auf der Mailänder Designwoche 2011 mit der Präsentation von zwei Armaturenserien. Sie wurden von Naoto Fukasawa und Piero Lissoni entworfen. AF/21 von Naoto Fukasawa, in den Ausführungen Chrom, Stahl und PVD, ist das Ergebnis einer auf maximale Reinheit ausgerichtete Formvereinfachung. Durch Reduzierung der Linie auf ein reines Ikon wird die ästhetische Qualität des Materials hervorgehoben. Wasserhähne und Mischer werden zu Scheiben und Zylindern. Die ersteren erinnern an die Regler einer Stereoanlage; die zweiten, an die prägnante Eleganz eines alphabetischen Zeichens. AL/23 von Piero Lissoni, verchromt und beschichtet, entstand aus einer starken Berufung zur Einfachheit, sowohl in Sachen Linie als auch im Gebrauch. In seinen Bestandteilen erinnert es an die Wesentlichkeit von Brunnen und Industrieanlagen, praktisch, bedienungsfreundlich und effizient. Das Design ist schlicht, von einer natürlichen und unmittelbaren Eleganz. Zu diesen ersten beiden Produkten gesellten sich später weitere von zwei anderen



international bekannten Designern: AK/25 von Paik Sun Kim, mit der PVD-Beschichtung Matt Gun Metal, formschlicht und mit einem starken, essenziellen, modernen Design. Inspiriert von Kunst und Natur ist es eine ausdrucksstarke Synthese zwischen der Harmonie der östlichen Philosophie und der zeitgenössischen Ästhetik. AA/27 von Michael Anastassiades, aus gebürstetem Stahl und mit dem PVD-Beschichtung Matt Gun Metal, hat ein originelles, unkonventionelles Design, ein zwischen Kunst und Design fließendes Projekt. Essenziell, funktional und unerwartet.

Daniela Fantini
PDG de Fantini
et Roberto Gavazzi,
PDG de Boffi
avec l'Architecte Paik
Sun Kim, auteur
de la série AK/25,
lauréate du prix
Compasso d'Oro
en 2020; cette
série fait partie
de la collection
Aboutwater née du
partenariat entre les
deux entreprises.

Kollektion
Aboutwater Boffi/
Fantini. AF/21,
Design von Naoto
Fukasawa, 2011.
Klar umrissene
Zeichen, die
stilistische
Handschrift des
Autors, für ein
extrem einfaches
und selten schönes
Produkt



„Wenn es etwas gibt, das unseren Tage heute Rhythmus verleiht, dann ist es das Händewaschen, ein Ritual, das durch die Pandemie auch andere Bedeutungen angenommen hat. Die Beziehung zum Wasser, heute vitaler als nie zuvor, wird seit jeher durch bestimmte Gegenstände vermittelt, die unsere Wohnbereiche einrichten und Teil der häuslichen Landschaft und unseres täglichen Lebens sind. In diesem Kontext kommt Naoto Fukasawas Designvision am besten zum Ausdruck. Er stellt sich Objekte vor, die in einen Dialog mit dem sie umgebenden Raum treten, und entwirft Formen, die im Augenblick der Nutzung intuitiv erscheinen. Er ermöglicht so den Menschen ein harmonisches und natürliches Verhältnis zu den von ihnen bewohnten Räumen. Es ist die Designphilosophie Super Normal, die Fukasawa zusammen mit Jasper Morrison auch durch eine Wanderausstellung im Jahr 2006 popularisiert hat. Diese zelebriert die Essenz der „Normalität“ und bezieht sich auf das, was ein Objekt in der alltäglichen Beziehung zu seinem Benutzer ausdrücken sollte. Zu diesem Designansatz kommt die Suche nach einer universellen Sprache sprechenden Ästhetik, wo oft die Natur Quelle der Inspiration ist. Das Ergebnis zeigt sich insbesondere in Naoto Fukasawas erfolgreicher Zusammenarbeit mit einigen der besten italienischen Designunternehmen. Eine Zusammenarbeit, die, wie in diesem Fall, zu wichtigen Objekten von großer Faszination und Poesie geführt hat.“

— LIVIA PERALDO MATTON,
DIREKTORIN VON „ELLE DECOR ITALIA“



Wesentlichkeit

Das Streben nach Einfachheit und erhabener Schönheit durch klare, natürliche Linien ist die Designphilosophie von Naoto Fukasawa, einem der prominentesten Designer der internationalen Szene.

Über seine Art der Gestaltung erklärte er in einem Interview mit dem Webmagazin „Designboom“: „Design bedeutet, objektiv zu betrachten. Es bedeutet, sich unserer lebendigen Natur bewusst zu sein, dass wir ein einfaches Element in einem größeren Ambiente sind. Ich mag es, wenn ein Projekt nicht meinen Namen oder mein stilistisches Merkmal verkauft, wenn es nur ein Objekt ist, das einfach da ist. Nein, nicht anonym, sondern natürlich, sehr sauber, sehr einfach. Meine Arbeit basiert jetzt mehr auf Instinkt und Bewusstsein. Ich glaube, die Art und Weise verfeinert zu haben, wie ich die Bedeutung des richtigen Platzes, den ein Objekt haben sollte, sofort erkenne.“

Für die Kollektion Aboutwater entwarfen Boffi/Fantini eine extrem einfache und schöne Armatur, eine leichte Linie mit einem ebenso kraftvollen wie absoluten Charakter.

Kollektion
Aboutwater Boffi/
Fantini. AF/21,
Design von Naoto
Fukasawa, 2011. Die
raffinierten Metallic-
Farben der PVD-
Beschichtungen
unterstreichen
die reinen Linien
des Designs von
Fukasawa.

Kollektion
Aboutwater Boffi/
Fantini. AL/23,
Design von
Piero Lissoni,
2011. Optische
Leichtigkeit
und formale
Wesentlichkeit,
die Eckpfeiler
von Lissonis
Designansatz sind
die dieses Projekt
auszeichnenden
Elemente



Leichtigkeit

Piero Lissoni ist ein Meister mit sanftem Touch und liebt Leichtigkeit, ohne bei seiner ständigen Suche nach dem Wesentlichen jemals die Disziplin zu verlieren. Leicht, rigoros und essenziell: So ist auch das Projekt seiner Armatur der Kollektion Aboutwater Boffi/Fantini.

Mit ihm besteht eine besondere Harmonie in Sachen Unternehmensvision, die sich im Laufe der Jahre konsolidiert und verfeinert hat. Das Ergebnis ist eine beinahe 20-jährige Zusammenarbeit, die von Showroom-Projekten bis zu Messeeinrichtungen, von Grafik- und Kommunikationsmitteln bis zur Architektur der Fabrik und des Hotels Casa Fantini Lake Time reicht, die respektive 2018 bzw. 2019 realisiert wurden.

In einem Interview mit der Zeitung „La Stampa“ sagte Lissoni u. a. über seine Art zu gestalten: „Ich bin in erster Linie Architekt, und das Maß, das mich beherrscht, ist die menschliche Proportion. Bevor ich einen Gegenstand zeichne, zeichne ich einen Raum, auch wenn ich nicht weiß, wofür es gut sein wird. Für mich ist die nicht-virtuelle Verbindung zwischen Stift und Hand immer noch grundlegend, weshalb ich alle im Büro gezwungen habe, erst mit der Hand und dann mit dem Computer zu zeichnen. Wir fertigen viele Prototypen, bevor wir in die Produktion gehen. Für mich ist ein Objekt nie fertig, aber irgendwann sagen mir die Kunden, dass es genug sei. Dann suche ich nach Ausreden, sage Termine ab, ändere meine Meinung. Aber da gibt es Termine wie die Mailänder Möbelmesse, die sie terrorisieren und weshalb sie mich zwingen, zu einem Ende zu kommen. Ginge es nach mir, würde ich ewig mit Prototypen weitermachen und nie zum Endprodukt kommen. Ich denke, dass Dinge nicht ewig sind, dass sie ihre eigene gewisse Zeit haben, die nicht immer kurz ist, aber auch nicht zu lang.“

„Als Erbe der inspirierten oder mythologisierten Moderne erinnert er an einen Mies van der Rohe – Held der Architektur des 20. Jahrhunderts. Piero Lissoni wurde zum Meister der Kunst, durch eine radikale Vereinfachung der Linien die extreme Raffinesse eines Objekts oder Raums auszudrücken. Das Objekt auf seine Essenz reduzieren, lärmende oder dekorative Details entfernen, um eine an Reinheit grenzende konstruktive Wahrheit besser zum Vorschein zu bringen. Das stille Objekt, ein niemals gewöhnliches oder banales Passepartout, scheint das Ziel der unermüdlichen Suche dieses Perfektionisten zu sein, um sowohl optische Qualität als auch Bedienfreundlichkeit zu erreichen. „Keine Kompromisse. Niemals“, beteuerte Florence Knoll: eine gut zu den Projekten des Mailänder Architekten passende Aussage.“

AL/23, die für die Kollektion Boffi/Fantini Aboutwater hergestellte Armaturenlinie, ist die perfekte Verkörperung seiner Designphilosophie. Ausgewogenheit, Einfachheit, Funktionalität, aber auch raffinierte Materialien und Oberflächen, die taktile Empfindungen hervorrufen. Eine Form der Sinnlichkeit. Die Opazität und der Glanz eines verchromten Objekts werden durch die Kunst der Mäßigung verstärkt, die die geometrische Vernunft hier in ein Luxusobjekt verwandelt. Zur Metapher eines einfachen Brunnens oder eines kleinen Industriegetriebes gesellt sich hier die Idee zeitloser Reinheit und Schönheit, dank der effizienten, auf das Wesentliche reduzierten Funktionalität der Linien. Jemand spricht von Kälte, andere von radikalem Minimalismus, von Stil oder Snobismus ... Für mich spiegelt es die Idee des Kultes der Eleganz wider, einer Fortsetzung des italienischen Rationalismus, der heute auch die Mailänder Raffinesse oder, allgemeiner, die Kreationen Made in Italy definiert.“

— BRIGITTE FITOUSSI

ARCHITEKTIN, AUTORIN UND JOURNALISTIN, PARIS



Kollektion
Aboutwater Boffi/
Fantini. AL/23,
Design von Piero
Lissoni, 2011. Ein
rationalistischer
Ansatz und eine
präzise Vorstellung
von formaler Eleganz
sind der Schlüssel
zur Interpretation
des Projekts und
seinen tadellosen
linearen und
volumetrischen
Proportionen.



„Unser Ziel war es schon immer, dem Wasser neue Formen zu verleihen. Wir hörten nie auf, diese komplexe Suche voranzutreiben, bei der das Endergebnis, noch bevor es als kleines technologisches Wunderwerk bewertet wird, aus den Prämissen der Beziehung zwischen dem Unternehmen und dem Designer entsteht, aus der magischen Alchemie, die sich manchmal sofort zeigt und manchmal darum ringt, ihr Gleichgewicht zu finden, was den Weg zum fertigen Produkt gewunden und schwierig macht.“

Poesie

Die Begegnung mit dem koreanischen Architekten und Designer Paik Sun Kim und seiner Poetik des Designs war für Fantini von großer Intensität und führte zu einer schönen und fruchtbaren Zusammenarbeit, die leider durch seinen plötzlichen und frühen Tod unterbrochen wurde.

„Ich habe Paik Sun Kim“, schrieb Daniela Fantini, „anlässlich seiner Einzelausstellung in der Hakgojae Gallery in Seoul, für die wir einen Prototyp eines seiner Armaturendesigns anfertigten, getroffen. So konnte ich mehr über seine Arbeit erfahren und verliebte mich buchstäblich in die Leichtigkeit und Poesie seiner Architektur. Paik Sun Kim hatte orientalische Malerei studiert. Sie war die treibende Kraft in seiner Art und Weise, die Projekte mit leicht angedeuteten Linien, markanten Zeichen, viel Weiß und wenigen schwarzen Pinselstrichen darzustellen. Seine Architekturen sind, ebenso wie seine Objekte, eine harmonische Synthese aus östlicher Philosophie und moderner Ästhetik, aus Kunst und Natur. Es war uns eine Freude, mit ihm an dem Produkt zu arbeiten, das aus der Entwicklung dieses ersten Prototyps hervorging, einem Projekt, das uns mit seinem essenziellen, puristischen und modernen Charakter faszinierte.“

AK/25 ist Teil der aus der Partnerschaft der Unternehmen Boffi und Fantini hervorgegangenen Kollektion Aboutwater. 2020 gewann es den vom Verband für Industriedesign (ADI) verliehenen Compasso d'Oro, die bedeutendste internationale Auszeichnung der Designszene. Die Begründung hierfür lautete: „Für seine solide Struktur, ein strenges, elegantes und unerwartetes Design, das Ergebnis eines konstruktiven Dialogs zwischen zwei italienischen Unternehmen und einem orientalischen Designer.“ Zusammen mit den anderen, vom Verband mit dem Compasso d'Oro und einer Ehrenvollen Erwähnung prämierten Produkten wurde es in die Collezione Compasso d'Oro ADI aufgenommen, die am 22. April 2004 vom Ministerium für Kulturgüter und -aktivitäten als „von außergewöhnlichem künstlerischen und historischen Interesse“ erklärt wurde.

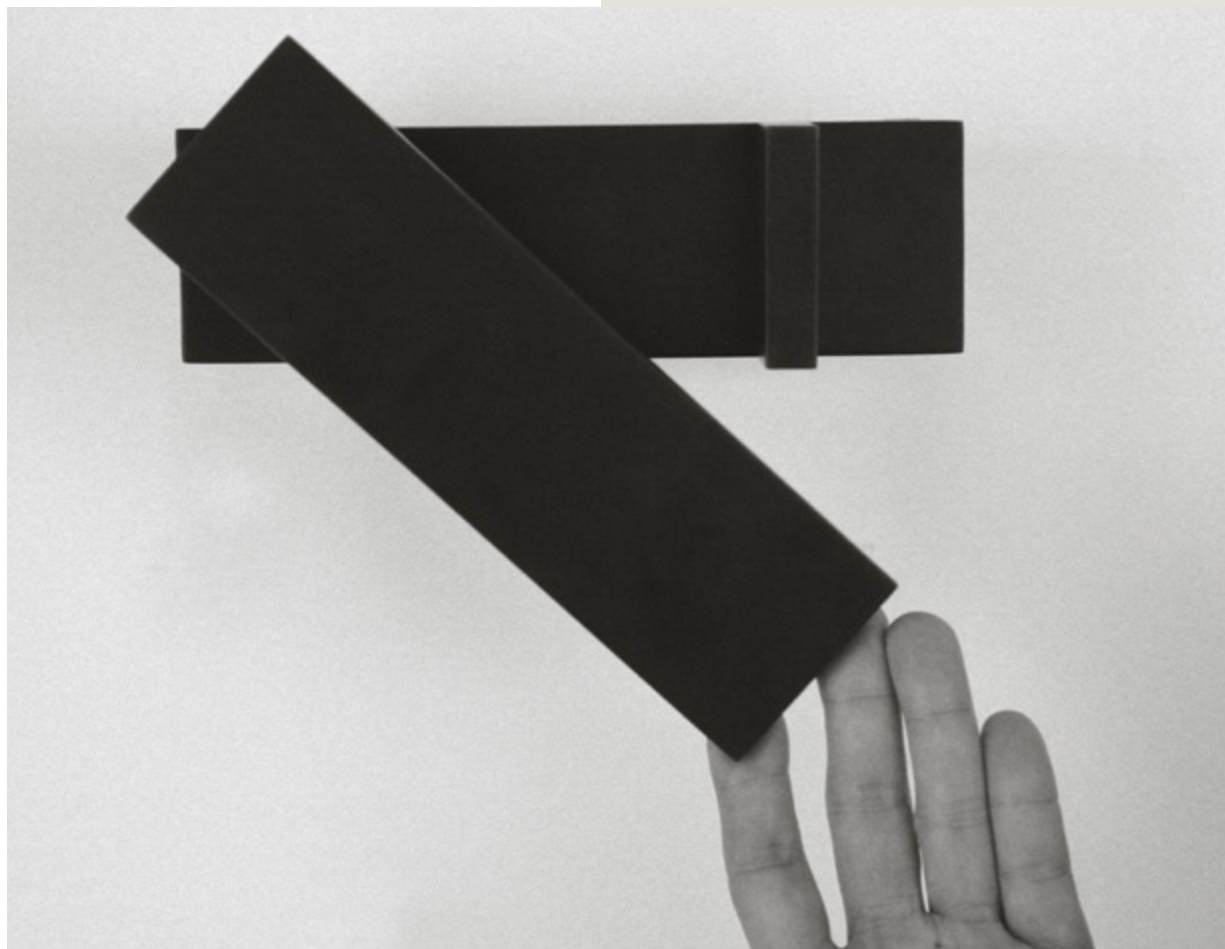
Kollektion
Aboutwater Boffi/
Fantini. AK/25,
Design von Paik
Sun Kim, 2017.
Streng, elegant
und unerwartet
- so definierte
die Jury das
Projekt AK/25
und verlieh ihm
die prestigevolle
Auszeichnung
Compasso d'Oro
2020.

Kollektion
Aboutwater Boffi/
Fantini. AK/25,
Design von Paik Sun
Kim, 2017.
Ein Zeichen mit
einer entschiedenen
und absoluten
Linie, beinahe eine
poetische Abstraktion,
eine perfekte Synthese
der orientalischen
Philosophie und der
zeitgemäßen Ästhetik
des Autors.

GEGENÜBERLIEGENDE
SEITE: Die malerischen
und poetischen
Skizzen von Paik
Sun Kim, Künstler,
Architekt, Designer,
entnommen seiner
Monografie, Kim Paik
Sun solo exhibition,
Katalog zur
Ausstellung 2013 in
der Hakgojae Gallery,
Seoul.

„Nach Paik Sun Kim ist das Wasser eines der Geschenke der Natur an die Menschen. Es ist also nicht verwunderlich, dass AK/25 die perfekte Vereinigung dieser Kräfte ist. Ich bin ihm rein zufällig begegnet. Im Frühjahr war ich in Seoul und klopfte an eine Tür, die meine Aufmerksamkeit weckte. Zu meiner Überraschung öffnete sie sich, und ehe ich mich's versah, befand ich mich in der Lobby des letzten Werks des Designers, im Owall Hotel. Jedes einzelne Detail des Gebäudes mit 32 Zimmern wurde von Paik Sun Kim entworfen, der vorzeitig starb, als die Bauarbeiten zu 80 % abgeschlossen waren. Grauer Granit trifft auf heimische Rotkiefer und unter den Füßen glänzt importierter Marmor aus Carrara. Das Gefühl ist, in der Natur zu sein, in einem konstruierten Ambiente. Die Leichtigkeit seines Stils ist ausdrucksstark und doch essenziell, minimalistisch und doch warm. Mutet also das Hotelinterieur wie ein Gemälde an, so ist AK/25 die Signatur des Künstlers. Aber es ist die Art, wie das Wasser aus der Öffnung fließt, die seine wahre Kunst offenbart: In den Tropfen liegt Würde. Und genauso erwidert Paik Sun Kim das Geschenk der Natur.“

— ZOSIA SWIDLICKA,
JOURNALISTIN, LONDON



„In meiner Karriere hatte ich das Glück, von Design und Designern umgeben zu sein. Eines der Projekte, das mich emotional am meisten beeindruckt hat, ist die Arbeit von Michael Anastassiades. Das Werk von Michael ist Poesie, oft in Bewegung. Michaels innovativer Geist kommt zusammen mit seiner Leidenschaft zum Vorschein, seien es Ausstellungen im NiMAC in Zypern oder in der Galleria Nilufar in Mailand oder Arbeiten für FLOS, Fantini und andere. Sie machen Lust darauf, sie zu berühren. Glücklicherweise kann man das mit seinem Design für Aboutwater von Boffi & Fantini!“

— BETH DICKSTEIN,
FOUNDER & CEO, BDE, NEW YORK



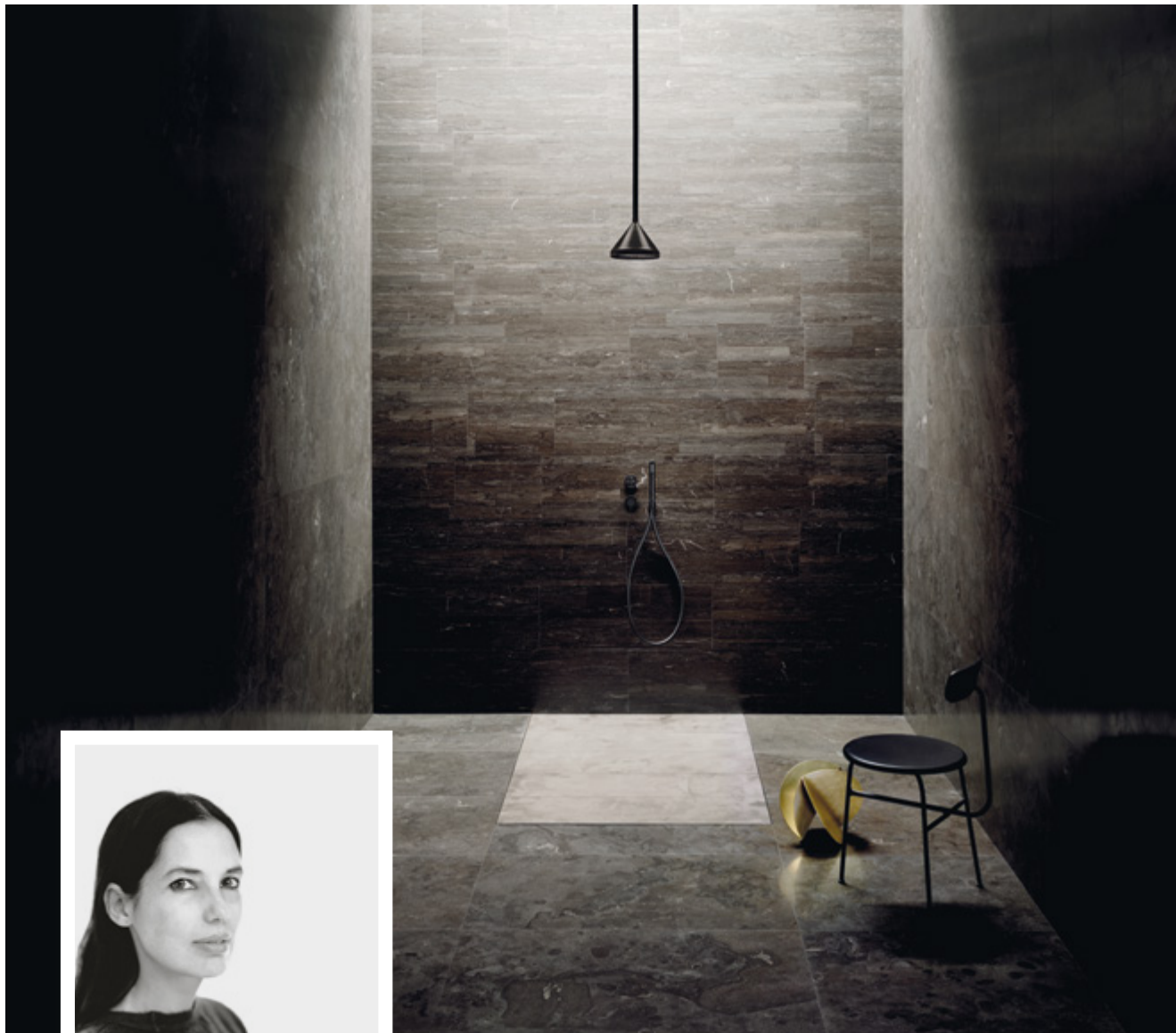
Kollektion
Aboutwater Boffi/
Fantini. AA/27,
Design von Michael
Anastassiades,
2018. Eine
ungewöhnliche,
experimentelle,
innovative und,
wegen ihres
seitlichen Auslaufs,
unerwartete
Armatur. Das
Ergebnis ist ein
überraschendes und
doch vertrautes Bild



Unerwartetes

Im internationalen Designpanorama hebt sich das Werk von Michael Anastassiades mit einer eigenen absoluten und präzisen Identität zwischen Kunst und Design ab. „Ich mag seine Suche nach dem Wesentlichen“, erklärt Daniela Fantini, „seine Art, die Objekte aus einem ungewöhnlichen Blickwinkel zu betrachten und die Materialien zu verstehen, ohne ihnen ihre Natur aufzuzwingen, sondern ihnen jedes Mal eine experimentelle und innovative Interpretation zu geben.“ Mit ihm entwickelte das Unternehmen ein Projekt für die Kollektion Aboutwater Boffi/Fantini, das mehrere Qualitäten aufweist: eine ungewöhnliche Form mit einem unerwarteten, überraschenden, verblüffenden, aber zugleich vertrauten Touch. Dazu erläutert der Autor: „Dieses Projekt hat eine sehr vertraute Form. Vertrautheit ist ein sehr wichtiger Teil meiner Arbeit, denn die Menschen fühlen sich mit Objekten, die eine vertraute Form haben, wohl, und ich denke, das ist der Faktor, der sie zeitlos macht und sie über die Jahre hinweg bestehen lässt. Das überraschende Element des Projekts ist der Monoblock mit dem dezentrierten Wasserhahn. Ich finde, dass die Suche nach Gleichgewicht auch in diesem Projekt, wie übrigens in all meinen Werken, sehr deutlich ist. Unerwartet ist, dass der Wasserhahn unsichtbar an der Seite angebracht ist und so über dem Becken zu schweben scheint.“

Kollektion
Aboutwater
Boffi/Fantini.
AA/27, Design
von Michael
Anastassiades,
2018.
Das gestalterische
Streben nach
formaler Reinheit
zieht sich wie ein
roter Faden durch
die verschiedenen
Projekte der
Kollektion
Aboutwater
und vereint die
Designer, ihre
Autoren.



Stein und Wasser

Fontane Bianche
Salvatori + Fantini,
Design von Elisa
Ossino, 2016.
Ein der
Zusammenarbeit
zweier
Unternehmen
mit gemeinsamen
Leidenschaften
und dem Dialog
zwischen Stein
und Wasser
entsprungenes
Projekt.

Das Projekt Fontane Bianche entspringt einer Zusammenarbeit zwischen Salvatori und Fantini, zwei Unternehmen, die die Leidenschaft für Spitzenleistungen und den Wunsch teilen, Kreativität und Technologie zu vereinen. Die bekannte Fähigkeit von Salvatori, Stein in wunderschöne Texturen für Wände und Objekte zu verwandeln, trifft in diesem Projekt auf die Erfahrung und das meisterhafte Können von Fantini. Das Ergebnis ist eine natürliche und überraschende Verschmelzung von Stein und Wasser. Es ist von Elisa Ossino signiert, einer Designerin und Stylistin mit einer Designerfahrung voller delikater und kultivierter Referenzen, die in ihre Poetik mit großer Sensibilität Strenge, Leichtigkeit und mediterrane Leidenschaft einbindet.

„In all meinen Projekten darf Geometrie nie fehlen. Ich mag sie in jedem Kontext, sei es in räumlichen Kompositionen, um Gewichte auszugleichen, oder in der Verwendung von reinen Formen für Design oder Mustern in Innenräumen und auf Oberflächen.“



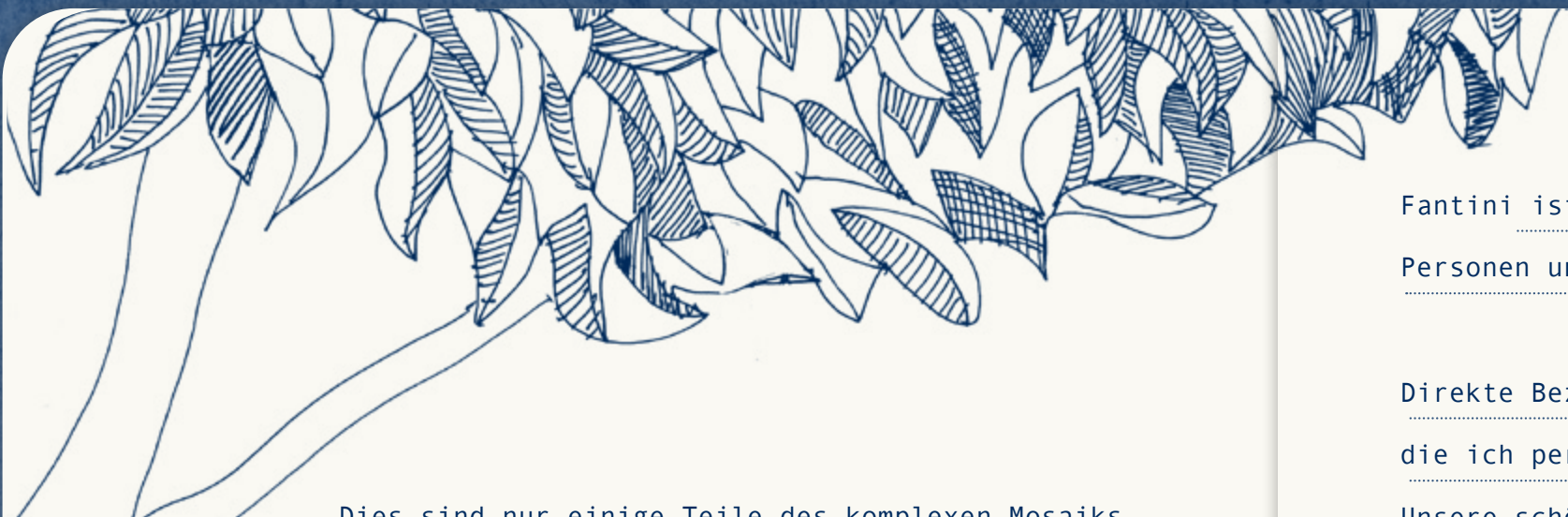
Fontane Bianche,
Salvatori + Fantini
Design von Elisa
Ossino, 2016.
Die meisterhaft
deklinierte
Geometrie
der Autorin, die in
der Lage ist, mit
großer Sensibilität
die Texturen eines so
mächtigen Materials
wie Stein
und die
wasserformenden
Elemente zu
verbinden.

FANTINI
:
REPORT FROM THE
W A T E R F R O N T

05

EINZIGARTIGKEIT

DANIELA FANTINI
ERZÄHLT



MENSCHLICHKEIT

Fantini ist ein „humanes“ Unternehmen und schenkt den Personen und dem Gebiet seit jeher größte Aufmerksamkeit.

Direkte Beziehungen, Zuhören, Gastlichkeit sind Werte, die ich persönlich und das Unternehmen immer gepflegt haben. Unsere schönsten und erfolgreichsten Projekte entstanden aus der Begegnung, aus gemeinsam verbrachter Zeit, aus dem Austausch mit dem Team von Fantini, den Kunden, den Designern und Mitarbeitern, aus Besprechungen, sogar aus guten gemeinsamen Mittagessen, aus dem Wissen, dass man Teil des Unternehmens ist, wie in einer Großfamilie.

UNSERE WERTE

Ich bin der festen Überzeugung, dass ein Unternehmen niemals bestimmte Grundwerte wie Ethik, Respekt gegenüber der Umwelt und der Menschen außer Acht lassen sollte und dass es gegenüber seinen Mitarbeitern und seinen Kunden eine präzise soziale Verantwortung zu tragen hat.“



NÜCHTERNHEIT

Ich denke, dass Nüchternheit – ein Wert, der schon immer zu Fantini und zu unserer Art, das Unternehmen und die Beziehungen zu den Menschen zu führen, gehört hat – immer mehr in den Mittelpunkt unseres Unternehmens und unseres Denkens über zukünftige Entwicklungen rücken wird.

Nüchternheit bedeutet zum Beispiel, aus der Hektik ausubrechen, in einem ständigen Wettlauf um jeden Preis neue Produkte herstellen zu müssen, und ein besinnlicheres Tempo anzunehmen. Auch wenn die Kreativität und der Wunsch, unseren Kunden neue Lösungen anzubieten und die Produktqualität immer weiter zu verbessern, nie endet.

LEIDENSCHAFT

Leidenschaft ist ein weiterer Wert, der uns charakterisiert und auszeichnet. Leidenschaft ist etwas, das uns jenseits aller rationalen Berechnungen und Planungen antreibt, das zu tun, was wir lieben.

Sie ist die Kraft, die es uns ermöglicht, an unsere Träume zu glauben und manchmal überraschende Ergebnisse zu erzielen.



EXPERIMENTIERFREUDE

Die Lust am Experimentieren ist der Motor
unserer Kreativität, der Anreiz, etwas Neues,
Schönes, Nützliches, Besseres zu schaffen als
das Bisherige.

Fantini ist ein experimentierfreudiges Unternehmen.

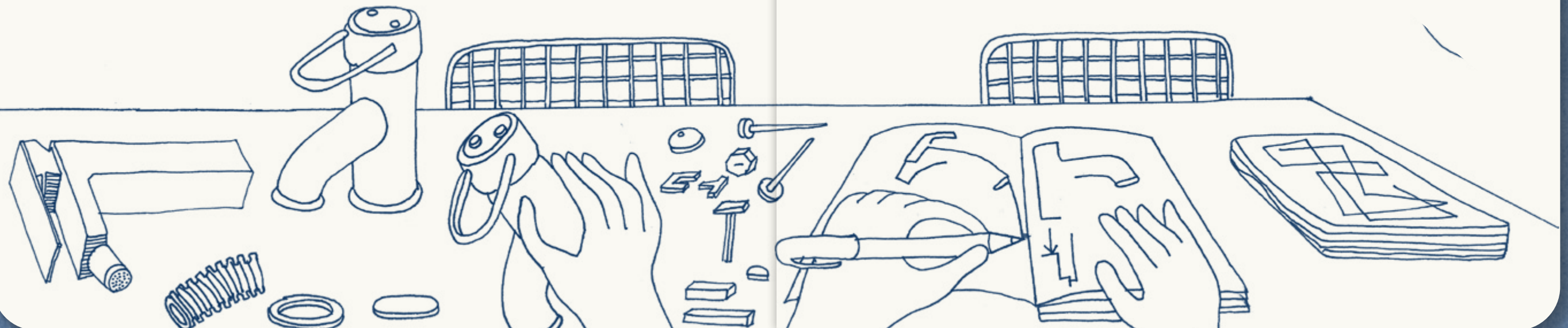
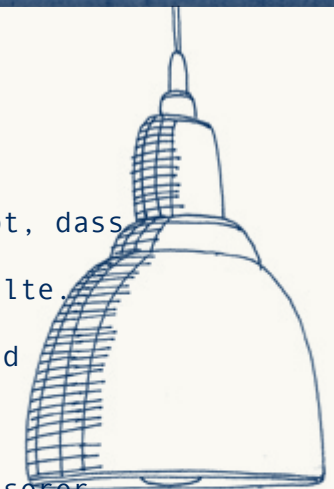
Hinter jedem experimentellen Projekt steht ein
Risiko, aber wir haben uns nie gescheut, dieses
Risiko einzugehen, wenn wir das Gefühl hatten,
dieses Unterfangen könnte besser sein als das,
was wir bisher gemacht haben, es könnte über die
von uns erreichte Schwelle hinausgehen und eine
Innovation bringen, selbst eine kleine, aber
bedeutende. Alle unsere Projekte entstehen auf
diese Weise, aus Neugierde und dem Wunsch heraus,
weiter zu experimentieren.

UNSERE ART, PRODUKTE HERZUSTELLEN

Ich habe immer an den Grundsatz geglaubt, dass
weniger, aber besser gekauft werden sollte.
Qualitativ hochwertige, zuverlässige und
langlebige Produkte.

Das Streben nach tadelloser Qualität unserer
Produkte fängt mit dieser Grundeinstellung an,
die das gesamte Unternehmen teilt.

Es betrifft den gesamten Prozess
der Entwicklung
und Herstellung
unserer Produkte:
vom Design und dem
Prototypenbau,
über die Produktion
bis hin zum
Kundendienst.



Die meiste Energie investieren wir in das Produkt, denn es ist der wichtigste Identitäts- und Kommunikationsfaktor für alle „italienischen Designfabriken“ wie unsere.

Auf diesem langen und komplexen Weg habe ich eine nicht einfache Rolle, die ich gerne als „Mittlerin“ bezeichne. Damit meine ich, dass ich in der Mitte stehe und als Mittlerin zwischen den Wünschen und Bedürfnissen der Menschen und den kreativen Fähigkeiten derjenigen vermittele, die die Produkte entwerfen müssen, und dann zwischen den Designern, und denjenigen, die die Produkte herstellen und dann verkaufen müssen, zwischen kreativen, technischen und kommerziellen Kompetenzen, in einem ständigen Ping-Pong-Spiel, das manchmal anstrengend, aber notwendig und am Ende nicht ohne Befriedigung ist.

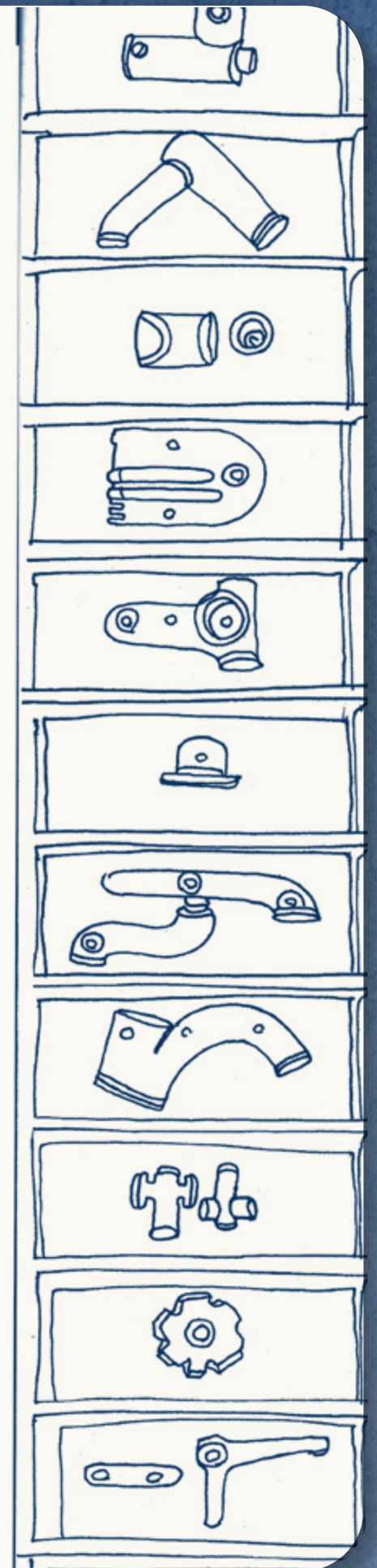
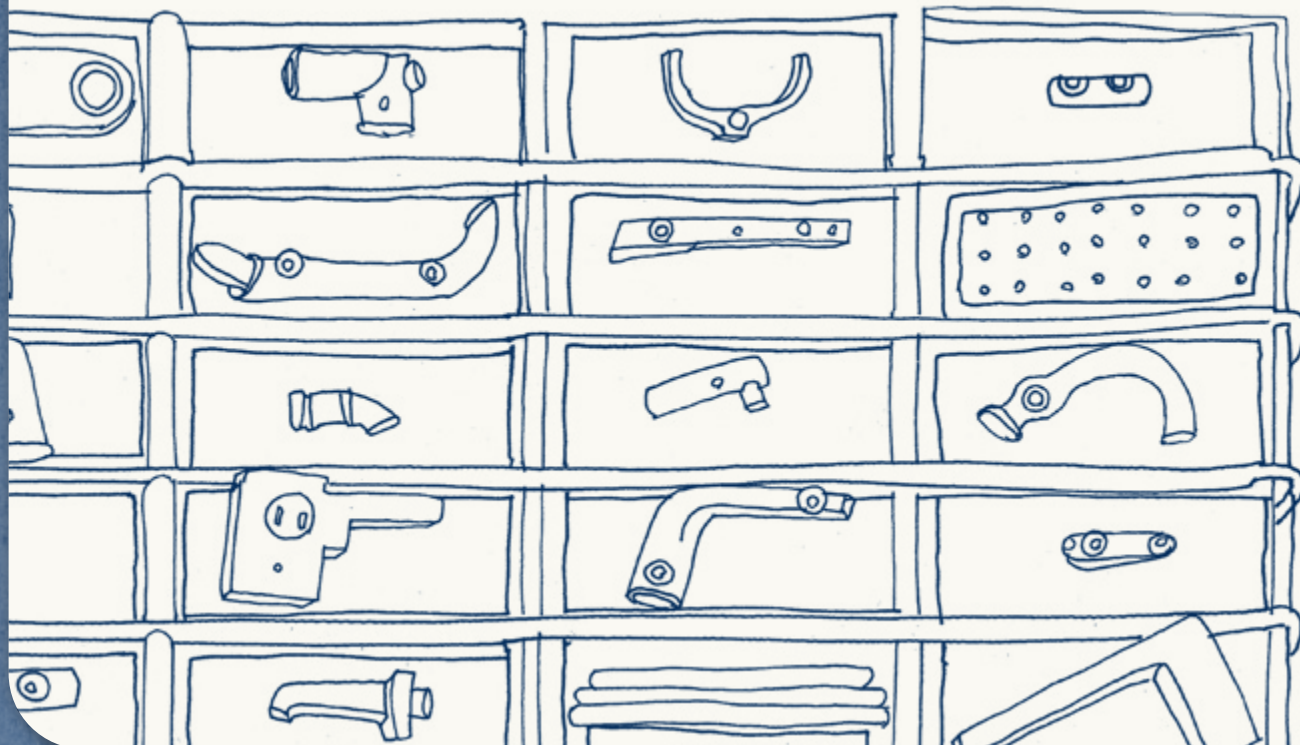
UNSERE PRODUKTQUALITÄT

Ich kann guten Gewissens behaupten, dass unsere Produkte authentisch sind. Sie werden alle mit äußerster Sorgfalt, einer beinahe übertriebenen Liebe zum Detail und meisterhafter Handwerklichkeit erzeugt.

Sie werden vollständig in Italien hergestellt, was uns ein sehr hohes Niveau der Qualitätskontrolle und des Endprodukts ermöglicht.

Unser Ziel, das wir nicht immer erreichen, ist es, Armaturen zu schaffen, die „Juwelen“ gleichkommen, kleinen Meisterwerken, die das Badezimmer so charakterisieren, wie ein Schmuckstück das Kleid und die Person, die es trägt.

Es sind Produkte, die den Menschen und die Umwelt respektieren und für die im Vorfeld präzise strategische Entscheidungen getroffen werden, wie z. B. die Entscheidung für bleifreie Technologien oder für die Verwendung von Stahl, der für uns immer mehr an Bedeutung gewinnt.



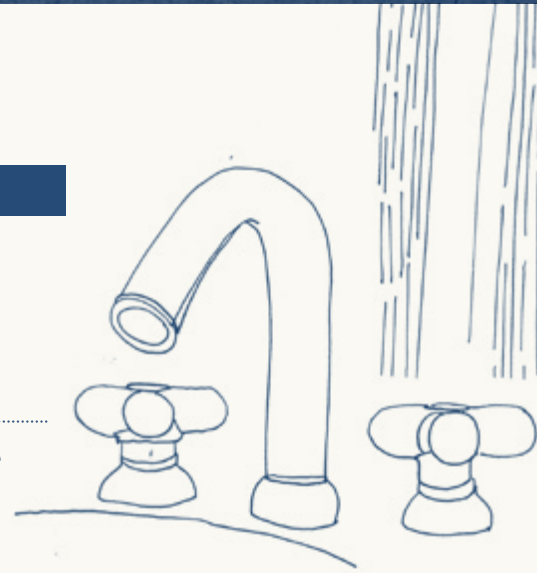
UNSER BESONDERES GEBIET

Wir befinden uns hier an den Ufern
des Ortasees, in einem wunderschönen,
aber leicht verletzbaren Gebiet, in
dem es schwierig ist, das ökologische
Gleichgewicht zu erhalten.

Dieser Ort, den ich liebe und den ich
für den wahren Genius Loci von Fantini halte, ist eine
große Inspiration für unsere Arbeit. Das Gleichgewicht
eines Unternehmens zu erhalten ist eine kontinuierliche
Herausforderung, man darf nie aufgeben, man muss hart und

konzentriert arbeiten, seine Seele, seine ganze
Energie und Leidenschaft einbringen.

Wir tun es jeden Tag, schonungslos, mit Hingabe
und Tatkraft. Jeder von uns ist sich seiner
unternehmerischen Verantwortung bewusst.



Qualität, Nachhaltigkeit und Energieeinsparung

Fantini ist seit über 70 Jahren auf die Herstellung von Armaturen spezialisiert und verbindet hohe Qualität und Handwerkskunst mit fortschrittlichem technologischem Know-how und industriellen Produktionsverfahren. Die Qualität ist ein zentraler Wert des Unternehmens, sie betrifft den gesamten Kurationsprozess, die Forschung und Produktion und setzt sich höchste Aufmerksamkeit gegenüber den Verbrauchern zum Ziel. Die Armaturen werden zwar nach einem industriellen Verfahren vollständig in Italien entworfen und hergestellt, aber mit handwerklicher Sorgfalt verarbeitet. Organisation und Logistik der Produktion folgen zur Steigerung der Produktionseffizienz den fortschrittlichen Richtlinien des Lean-Manufacturing. Forschung und Entwicklung (RND) werden vollständig betriebsintern getätigt, um technisches Know-how und Qualität zu gewährleisten. Die Produkte sind eco-friendly. Sie sind lead free, beinhalten also sehr wenig Blei und viele von

ihnen sind aus Edelstahl. Durch eine Reihe von Geräten wird der Wasserverbrauch pro Minute so niedrig wie möglich gehalten, um Energie zu sparen.

Das Unternehmen sieht sich als Mittler zwischen den besten kreativen Fähigkeiten, den Bedürfnissen und Wünschen der Menschen, die im Mittelpunkt des Produktkonzeptions- und Entwicklungsprozesses stehen. Kontinuierliche Forschung und funktionale, technische und formbezogene Experimente sind die Grundlage seines Innovationsprozesses. Geschäftsethik und soziale Unternehmensverantwortung sind die Leitlinien Fantinis und der anerkannten Zuverlässigkeit des Unternehmens. Zu seinen Stärken gehören das kompetente und umfangreiche Servicenetz, auf das der Vertrieb zurückgreifen kann, sowie ein hauseigener Pre- und After-Sales-Beratungsservice. Unter Beibehaltung des betriebsinternen Know-hows pflegt das Unternehmen fortschrittliche externe Technologiepartnerschaften.

Das Thema Energiesparen steht im Mittelpunkt des Interesses und führt im Hinblick auf Verbraucher- und Umweltschutz zu Eingriffen an mehreren Fronten. Darunter: die Senkung des

Wasserverbrauchs pro Minute; die Anwendung der fortschrittlichsten Norm für bleifreie Wasserhähne und die Entscheidung für den zunehmenden Ausbau von Stahlprodukten.

Zur Reduzierung des Wasserverbrauchs pro Minute verwendet das Unternehmen in seinen Produkten eine Reihe von Techniken, die dazu beitragen, dieses Ziel zu erreichen: die progressive Kartusche, die bei Öffnen des Wasserhahns immer zuerst kaltes Wasser austreten lässt; die Perlatoren mit begrenztem Durchfluss, die den Wasserverbrauch senken; das Umleitungssystem in den Duschen, das das einzelne Bedienen verschiedener Funktionen ermöglicht (Regen-, Zerstäuber-, Wasserfallfunktion ...).

Armaturen mit extrem niedrigem Bleigehalt und aus rostfreiem Stahl sind zwei strategische

Entscheidungen des Unternehmens zum Schutz der Verbrauchergesundheit. Im Hinblick auf den Bleigehalt werden die Armaturen Fantinis in Übereinstimmung mit der US-amerikanischen Norm NSF/ANSI 372 hergestellt, derzeit die fortschrittlichste internationale Norm.

Die Oberflächen der mit Trinkwasser in Berührung kommenden Messingarmaturen enthalten nicht mehr als 0,25 % Blei und können daher in jeder Hinsicht als *bleifrei* eingestuft werden. Das war eine sehr weitsichtige Unternehmensstrategie, denn Fantini ist heute in Europa im Vergleich zu anderen Herstellern zukunftsweisend. Um die Verbraucher zu schützen, hält es sich an genannte Produktionsnorm, obwohl die europäischen Vorschriften noch einen Bleigehalt von 2,2 % zulassen würden.

Die strategische Entscheidung für Stahlprodukte geht in die gleiche Richtung. Den Verbrauchern sollen Produkte angeboten werden, die in Bezug auf Qualität

und Sicherheit immer besser sind. Dieses ausgezeichnete Material bietet hervorragende Leistungen. Es ist robust und somit ausgesprochen langlebig und behält seine Eigenschaften im Laufe der Zeit dank seiner hohen Beständigkeit gegen Korrosion durch äußere Einflüsse bei. Es ist umweltfreundlich und recycelbar. Stahl garantiert ein Höchstmaß an Hygiene sowie eine einfache Pflege und Reinigung.

Die Produktpalette aus rostfreiem Stahl AISI 316 und 316L ist, zusammen mit den bleifreien Produkten, zum Unterscheidungsmerkmal des Unternehmens geworden. Qualität in der Forschung, im Produktdesign und im Produktionsprozess sind die Hauptstärken der Produkte Fantinis. Für den Produktionszyklus werden technologisch fortschrittliche Anlagen eingesetzt, die eine Qualitätskontrolle in jeder Phase der Produktion gewährleisten. Die Produkte werden von den anerkanntesten Prüfinstituten der Welt zertifiziert.

lead  free

Die Oberflächen der mit Trinkwasser in Berührung kommenden Messingarmaturen Fantinis enthalten nicht mehr als 0,25 % Blei und sind daher in jeder Hinsicht als bleifrei einzustufen.



FANTINI
:
REPORT FROM THE
W A T E R F R O N T

06

SEETAGE

ZIEL DER FOTOGRAFEN FÜR
DIE KALENDER VON FANTINI



Im Jahr 2009 wurde die Idee geboren, eine Reihe international renommierter Fotografen damit zu beauftragen, den Ortasee in ihrer ihnen eigenen Bildsprache zu interpretieren und so jedes Jahr einen Autorenkalender zu erstellen.

Weniger bekannt als die großen italienischen Seen, ist der Ortasee eher versteckt, zurückhaltend, ein langsam, mit sensiblen Augen und Seele zu entdeckendes Thema, aber das macht gerade seine Faszination aus.

Vor allem ist es der Ort, der den Genius Loci Fantinis, der hier verwurzelten Familie und des Unternehmens mit Blick auf den See repräsentiert.

Das Fotoprojekt bezog einige bekannte Namen der zeitgenössischen italienischen Fotografie mit ein. Jedes Jahr wurde ein Autor oder eine Autorin damit beauftragt, sich in der ihm bzw. ihr vertrautesten Art und Weise mit dem Thema des Sees auseinanderzusetzen. So entstand ein wertvoller Bilderschatz, der die vielen Aspekte dieses kleinen Juwels von einem See mit unterschiedlicher Poesie, Sensibilität und Sichtweise erzählt.

Die Fotografien der verschiedenen Autoren bilden in ihrer jeweiligen Ausdrucksweise insgesamt gesehen ein großes, mehrteiliges Landschaftsfresko, das die Schönheit, die historischen und architektonischen Details und die mystische Atmosphäre des Ortes offenbart.

Unter anderen beteiligten sich an diesem Projekt nachstehende große Meister der italienischen Fotografie: FRANKREICHsco Fontana (2009), Giorgio Lotti (2010), Gabriele Basilico (2011), Gianni Berengo Gardin (2012), Ferdinando Scianna (2013), gefolgt von einem etablierten Fotografen der neuen Generation, Gabriele Croppi (2014), und Walter Zerla (2015), einem Fotografen und Skipper, der das Gebiet in- und auswendig kennt und schon immer mit dem Ortasee vertraut war.

Die Autorenkalender von Fantini wurden weltweit an Architekten, Journalisten und Kunden des Unternehmens verteilt und trugen dazu bei, ihnen einen den meisten unbekannten, wunderschönen italienischen Ort näher zu bringen.

Fotografen



SS. 156–159

:

FRANCO FONTANA

Ein international anerkannter großer Meister der zeitgenössischen italienischen Fotografie. Er wurde 1933 in Modena geboren und begann 1961 zu fotografieren. Von Anfang an konzentrierte sich seine ästhetische Forschung auf den abstrakten Ausdruck von Farbe und Geometrie. Seine ländlichen, industriellen und städtischen Landschaften mit kräftigen Farben, starken Kontrasten und scharfen, markanten Linien haben eine weltweit geschätzte, innovative und originelle Ausdruckssprache entwickelt.



SS. 150, 160–163

:

GIORGIO LOTTI

Der 1937 in Mailand geborene Fotograf begeisterte sich schon in jungen Jahren für die Fotografie und wurde 1964 Mitarbeiter der Zeitschrift „Epoca“. Als Fotojournalist bereiste er alle Teile der Welt, und seine Bilder und Fotobücher brachten ihn internationale Bekanntheit ein. 1973 wurde er mit dem begehrten Preis The World Understanding Award der Columbia University of Photojournalism ausgezeichnet. In den letzten Jahren widmete er sich dem Gebiet Farbe und Kunst.



SS. 152, 164–167

:

GABRIELE BASILICO

Der Mailänder (1944-2013), ausgebildeter Architekt, ist einer der weltweit bekanntesten Fotografen von Stadtlandschaften. Zu seinen bekanntesten Projekten gehören „Milano. Ritratti di fabbriche“ (1982) und „Borde mer“ (1984), ein Projekt zur Dokumentation der Landschaftsveränderung für die französische Regierung. Die Fotografien von Beirut, das 1991 nach fünfzehn Jahren Bürgerkrieg in Trümmern lag, besiegelten seine endgültige internationale Bekanntheit.



SS. 168–171

:

GIANNI BERENGO

GARDIN

Der 1930 in Santa Margherita geborene Fotograf ist einer der bedeutendsten italienischen Fotografen. Er hat in den letzten sechzig Jahren mit seinem klaren und einfühlsamen Blick die Entwicklung Italiens von der Nachkriegszeit bis zur Gegenwart mit besonderem Augenmerk auf soziale Themen erzählt. Seine Bilder sind Teil von Sammlungen internationaler Museen und Kulturstiftungen und er ist Autor zahlreicher Bücher, darunter einer umfangreichen Serie über Italien und europäische Länder für den Touring Club Italiano.



SS. 172–175

:

FERDINANDO SCIANNA

Der 1943 in Bagheria (Sizilien) geborene Künstler begann schon in jungen Jahren, sich der Fotografie zu widmen, arbeitete mit dem Schriftsteller Leonardo Sciascia zusammen und erzählt seitdem von der Kultur und den Traditionen seines Heimatlandes. Als Fotojournalist für die Wochenzeitschrift „L'Europeo“, widmet er sich auch erfolgreich dem Schreiben. Schon auf internationaler Ebene bekannt, trat er in der zweiten Hälfte der 1980er Jahre in die Welt der Mode ein, ohne jemals auf Sozialreportagen, Porträts und Journalismus zu verzichten.



SS. 176–179

:

GABRIELE CROPPI

1974 in Domodossola geboren. Zu seiner angeborenen Leidenschaft für Malerei gesellte sich im Laufe der Jahre die für Fotografie. Seit Mitte der 1990er Jahre konzentriert sich seine Suche auf die Beziehung zwischen Fotografie und anderen Künsten, Malerei, Literatur und Kino. 2011 gewann er den European Photo Exhibition Award. Er ist Teil eines Teams mit zwölf europäischen Fotografen, die aufgerufen wurden, das Konzept der „Europäischen Identität“ für einen Ausstellungszyklus in Hamburg, Lucca, Paris und Oslo zu interpretieren.



SS. 180–181

:

WALTER ZERLA

1961 im Piemont geboren, begann er seine Karriere bei führenden italienischen Kommunikationsagenturen. Als leidenschaftlicher Bergsteiger und Skipper ist er Autor des detailliertesten fotografischen Dokumentationsprojekts des Lago Maggiore und des Ortasees, auf denen er über viele Monate hinweg zu allen Jahres- und Tageszeiten auf einem Segelboot unterwegs war. Das von ihm seit vielen Jahren betriebene Forschungsprojekt in progress Forme d'Acqua, ist Gegenstand einer Wanderausstellung in Italien und im Ausland.





























Daniela Fantini
während des Baus
der Wasserleitung
in Masango,
Burundi.

100 FONTANE *FANTINI FOR AFRICA*

DANIELA FANTINI
ERZÄHLT

EIN PROJEKT COPORATE SOCIAL
RESPONSABILITY

„Der rote Faden des Projekts 100 Fontane Fantini for Africa ist das uns so sehr am Herzen liegende Thema Wasser, aber dieses Mal aus einem anderen Blickwinkel betrachtet, nämlich dem des dramatischen Wassermangels und der damit verbundenen tragischen Folgen für das tägliche Leben vieler Menschen. Hier ist es augenscheinlich, dass Wasser eine Quelle des Lebens ist und alle Aspekte der Qualität der Existenz und ihrer Entwicklung beeinflusst.“

184

Das tägliche Leben in der Gemeinde Masango. Dank des abgeschlossenen Projekts 100 Fontane Fantini for Africa haben dort etwa 25.000 Menschen Zugang zu sauberem Wasser aus 130 Brunnen, die maximal zehn Gehminuten von ihren Häusern entfernt sind.

Im Herzen Afrikas liegt der kleine Staat Burundi. Er ist eines der ärmsten Länder der Erde und in seinem Norden befindet sich in der Region Masango die Gemeinde Bukinanyana. Die Region ist wiederum in fünf große und siebenundzwanzig kleinere Hügel unterteilt.

Von der ehemaligen Hauptstadt Bujumbura ist sie auf einer unwegsamen und nicht asphaltierten Straße nur mit geeigneten Geländefahrzeugen erreichbar. Es sind vier Stunden Fahrt dorthin, aber sie führt Sie Hunderte von Jahren zurück. Eine wahre Zeitreise.

Masango ist ein wunderschönes hügeliges, fruchtbares und wasserreiches Gebiet, das jedoch wegen seiner steilen Hügel nur schwer zugänglich ist. Das tägliche Leben in Masango ist hart und schwierig. Die mit Würde gelebte Armut ist extrem und dramatisch. Der Kampf ums Überleben lässt keinen Raum für die Vision einer besseren Zukunft.

Ich war hier persönlich an einer humanitären Initiative beteiligt und habe an einem sich seit Jahren in dieser Region hinziehenden, umfangreichen Projekts des Rotary Clubs Orta San Giulio als Freiwillige teilgenommen. Auf diese sehr emotionale persönliche Erfahrung folgte das Engagement des Unternehmens und der Start des Projekts 100 Fontane Fantini for Africa, das den Bau einer Wasserleitung vorsah, um sauberes Wasser so nah wie möglich an die Häuser zu bringen.

Was mein Herz eroberte, waren nicht die atemberaubenden Landschaften oder ihre satten Farben. Es waren die Menschen in Masango, die mich dazu brachten, mich in dieses Land zu verlieben. Ihr Geist und ihr Lächeln. Menschen, die das Land mit jahrtausendealten Werkzeugen bearbeiten. Menschen, die nur mit der Kraft ihrer Arme Felsen bewegen können.

Dort ist seit vielen Jahren die Mission der Schwestern der Nächstenliebe von Novara unter der Leitung von Schwester Celina Tovagliaro tätig.

Die Bevölkerung hat keinen Strom. Der Rotary Club Orta San Giulio setzte eine Wasserturbine wieder in Gang, die für das Dorf Strom erzeugt. Als Ergebnis können die Kinder in Masango während unserer Aufenthalte auch das kleine Vergnügen genießen, sich einen Film anzusehen. Vor allem aber wurden im Zentrum der Mission ein Krankenhaus und ein Waisenhaus gebaut, die seit 2007 dazu beigetragen haben, viele Leben zu retten.



185

Nach dem Bau des Waisen- und Krankenhauses kamen wir zu der Erkenntnis, dass eines der wichtigsten zu lösenden Probleme der Wassermangel war, denn, um ein afrikanisches Sprichwort zu zitieren: „Wasser ist Leben“.

Das unwegsame Gelände und die über die Hügel verstreuten Häuser in den Dörfern von Massango gestalten den Zugang zum Wasser schwierig. Wasser holen bedeutet kilometerweit auf verschlungenen Pfaden zu laufen und stundenlang zu brauchen, um es in schweren Plastikkanistern von fünf Litern oder mehr zu transportieren. Oft ist das Wasser verunreinigt und somit die Hauptursache für die hohe Zahl von Magen-Darm-Erkrankungen. In Masango wurden mit dieser Aufgabe meist die Kinder betraut, die deshalb nicht zur Schule gehen konnten.

Ich glaube, dass Kinder Zeit haben müssen, um zur Schule zu gehen und zu spielen, damit dieses Land eine bessere Zukunft haben kann. Und damit sie dies tun können, musste man ihnen die Last der täglichen Wasserversorgung für ihre Familien abnehmen.

So kam es, dass wir während meiner zweiten Reise nach Burundi im Januar 2012 in Zusammenarbeit mit Riccardo Conti, dem Leiter von Fantini USA, Walter Zerla, dem Fotografen, Franco Piola, dem damaligen Präsidenten des Rotary Clubs Orta San Giulio, und dem Regisseur Justin Tipping ein Video drehten, das von unserem Wunsch erzählte, den Menschen in Masango eine bessere Zukunft bereiten zu wollen und zwar durch die Finanzierung einer Wasserleitung, die sauberes Wasser so nah wie möglich an ihre Häuser bringen sollte. Diesem Projekt gaben wir den Namen: 100 Fontane Fantini for Africa.

Dies war der Ausgangspunkt, um das Projekt dann offiziell der sich um unser Unternehmen drehenden Welt unter Einbeziehung von Vertretern, Kunden, Architekten und Designern vorzustellen. Zum Thema veranstalteten wir zahlreiche Events in den Showrooms unserer Kunden in Italien und im Ausland, insbesondere in den USA. Der Impact war sehr stark und löste unerwartet eine Art „Kettenreaktion“ mit Schenkungen aus, die das ursprüngliche Projekt unterstützen sollten.



Dabei hatten wir auch die Idee, dieses Projekt mit einer kommerziellen Initiative zu verbinden und so unsere Kunden direkt miteinzubeziehen, ohne zu einer reinen Spendenaktion aufzurufen. In den Jahren 2013 und 2014 trug der Verkauf der neu aufgelegten Serie I Balocchi, einer historischen Ikone des Unternehmens, dazu bei, das vom Unternehmen ursprünglich für das Projekt vorgesehene Budget zu erhöhen. Für jeweils zehn installierte Armaturen wurde ein neuer Brunnen zu den ursprünglich geplanten hundert hinzugefügt. Alle halfen mit, die Beteiligung war erstaunlich, und am Ende hatten wir 130 Brunnen!

Bau der Wasserleitung

Das Projekt war alles andere als einfach und voller Herausforderungen. Die Beschaffenheit des Geländes erschwerte den Materialtransport, es gab keine Infrastrukturen und es war schwierig, die besten Stellen zu finden, um das Wasser aus dem Felsen zu holen, denn Regen und Erdrutsche verlangsamten die Arbeiten und erforderten ständige Inaugenscheinnahmen und Änderungen gegenüber der Planung auf dem Papier. Jeder häusernah gebaute Brunnen bedurfte komplexer und mühsamer Hydraulikarbeiten unter schwierigen Umweltbedingungen und in oft unwegsamem und steilem Gelände. Aber wir hatten das Glück, Maurizio Ondei zu begegnen, einem erfahrenen Bauunternehmer, der Rundi spricht. Wir betrauten ihn mit der Bauleitung und der Koordination der lokalen Arbeitskräfte in Zusammenarbeit mit der Gemeinde Masango.

„Wir und unser Unternehmen haben uns für das Projekt „100 Fontane Fantini for Africa“ engagiert, um in Burundi, in der Region Masango, eine Wasserleitung zu bauen, die denjenigen, die kein Wasser haben, gutes Wasser bringen sollte. Damit wollten wir einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, dem dortigen täglichen Leben mehr Würde und die Hoffnung auf eine bessere Zukunft zu verleihen, insbesondere für Kinder und Jugendliche.“

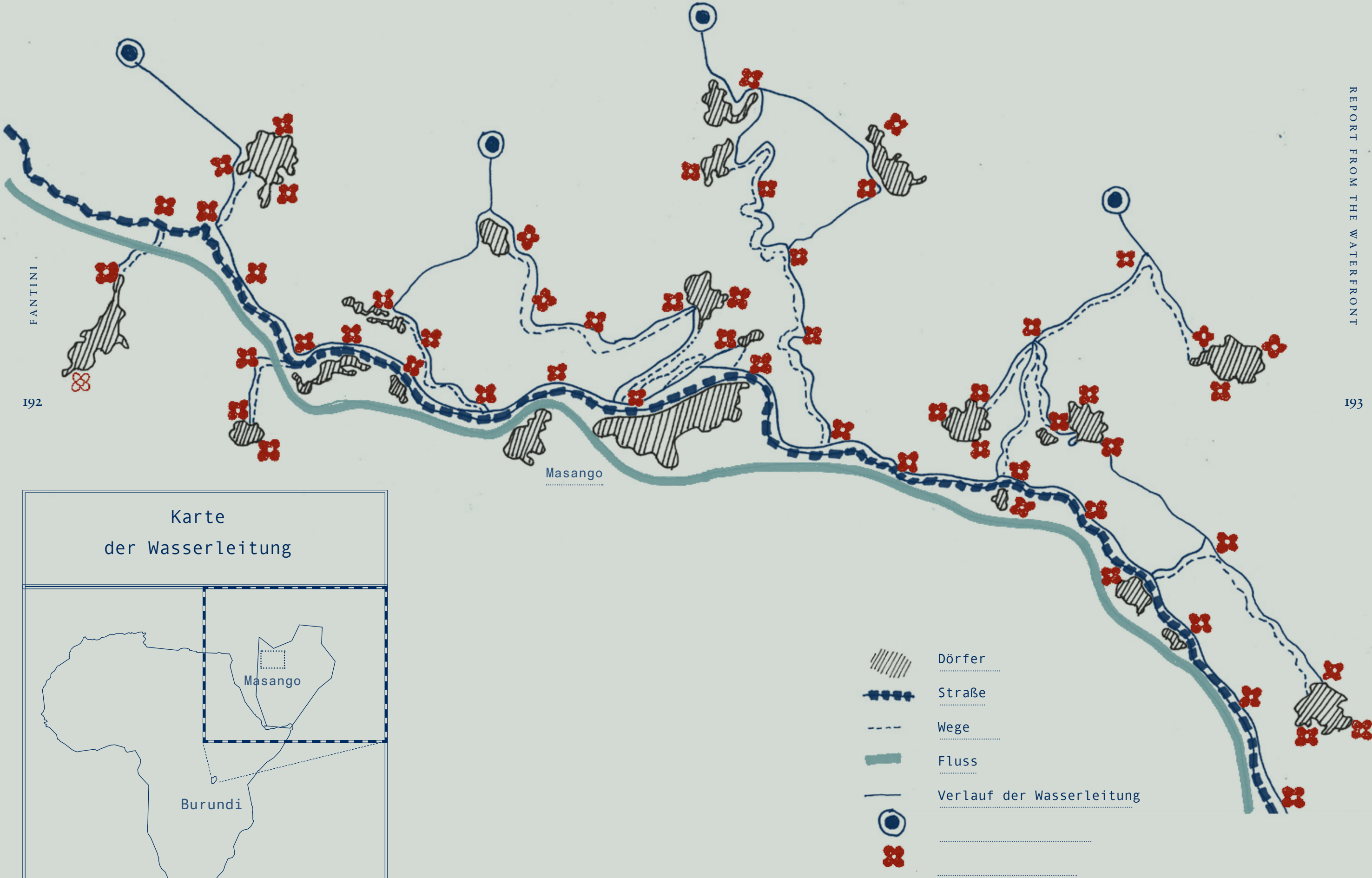
Und wir haben es geschafft! In nur zwei Jahren wurde die Wasserleitung fertiggestellt. Es wurden zwölf „Captage“-Quellen zur Trinkwassergewinnung direkt in den Felsen gehauen, siebenundzwanzig Kilometer Wasserleitungen verlegt und hundert Brunnen gebaut, die rund 25.000 Menschen mit sauberem Wasser versorgen und maximal zehn Gehminuten von ihren Häusern entfernt sind. Das mit dem Rotary Club Orta San Giulio begonnene Projekt wurde fortgesetzt, indem die Zahl der Brunnen in noch abgelegeneren Gebieten mit schwierigerem Zugang zu Wasser auf insgesamt 130 erhöht wurde. Jeder Brunnen hat einen Namen in Rundi, und jeweils ein Einheimischer wurde mit seiner Wartung und Pflege beauftragt. Der einfache Zugang zu sauberem Wasser ist heute ein greifbarer Vorteil für die gesamte Gemeinschaft und ermöglicht es den Kindern, die Schule zu besuchen, mit allen damit einhergehenden positiven Folgen für ihre Zukunft. Und wir sind glücklich darüber, diese Investition getätigt zu haben, um die Lebensbedingungen und die Zukunft der Menschen in Masango zu verbessern. In dem Video, das wir mit dem Regisseur Nilo Zimmermann gedreht haben, um den Abschluss des Projekts zu dokumentieren, haben uns die Kinder von Masango ihr Lieblingslied gewidmet:

„Beim Herumwandern fand ich das Wasser am klaren Brunnen so schön, dass ich ein Bad nahm. Ich habe dich so lange geliebt, dass ich dich nie vergessen werde.“

Dies ist eine kurze Geschichte über Gutes, und deshalb haben wir beschlossen, sie zu erzählen. Wenn man versucht, Gutes zu tun und darüber berichtet, wird der Zuhörer oder Leser vielleicht etwas noch Besseres tun. Ein großes Dankeschön also an alle, die diese Idee aufgegriffen und noch bedeutsamer gemacht haben!

AUF DEN FOLGENDEN SEITEN: Die Hügellandschaft des Masango-Gebiets, wo es zwar keinen Wassermangel gab, das Wasser aber nicht trinkbar war. Vor dem Bau der Wasserleitung war die Wasserversorgung Hauptaufgabe der Kinder, die dafür stundenlange Fußmärsche auf unwegsamen Pfaden auf sich nehmen mussten und sie daran hinderte, die Missionsschule zu besuchen







Jeder der 130 gebauten Brunnen hat einen Namen und einen einheimischen Verantwortlichen, der sich um seine Wartung kümmert

Recht auf Wasser

Burundi ist eines der ärmsten Länder der Welt. 68 % seiner rund acht Millionen Einwohner leben unterhalb der Armutsgrenze. Die Bevölkerung besteht überwiegend aus Hutu und Tutsi. Nach vielen Jahren des Bürgerkriegs findet in Burundi ein massiver Wiederaufbau des sozialen und wirtschaftlichen Gefüges statt. Es ist ein Land, in dem Wasser zwar vorhanden ist, in dem aber die Schwierigkeit der Wasserversorgung Hauptursache für Unannehmlichkeiten und ein Hindernis für die Entwicklung des Landes darstellt.

Das Problem der unzureichenden und abgelegenen Trinkwasserversorgungspunkte wird durch die Verwendung von häufig mit Krankheitserregern verunreinigtem Wasser verschärft, was zur Verbreitung von Krankheiten beiträgt. Der Mangel an gutem Wasser oder die Verwendung von verunreinigtem Wasser sind verantwortlich für die hohe Kindersterblichkeit, hohe Raten von Magen-

Darm-Erkrankungen in der Bevölkerung, die Landflucht junger Menschen und die Unfähigkeit, landwirtschaftliche Nutzpflanzen anzubauen oder andere Tätigkeiten auszuüben, die ein landwirtschaftliches Einkommen generieren würden. Wie Burundi leiden viele arme Länder der Welt noch immer unter Trinkwassermangel oder der schwierigen Zugänglichkeit von Trinkwasser – wichtige Probleme, die eine Entwicklung und die Aussicht auf eine bessere Zukunft verhindern.

Die Vereinten Nationen erkennen Wasser als ein gemeinsames Gut der Menschheit an, und der Zugang zu Wasser als ein Recht. Auf dem Papier sollten die Kosten, die für seine Gewährleistung notwendig sind, von der gesamten Gemeinschaft getragen werden, da Wasser als unveräußerliches Recht gilt und nicht nur als Bedürfnis verstanden werden sollte. Die Leitlinien des von der UN-Unterkommission für die

Förderung und den Schutz der Menschenrechte am 24. August 2006 angenommenen Dokuments „Extreme Armut und Menschenrechte: Die Rechte der Armen“, machen dies deutlich: „Das Recht auf Trinkwasser. Menschen, die in extremer Armut leben, haben ein Recht auf sauberes Wasser [...]. Sollte der Staat dies nicht allein bewirken können, hat er die Hilfe der internationalen Gemeinschaft in Anspruch zu nehmen und diese ist verpflichtet, diese Hilfe zu leisten [...]. Das Recht auf Trinkwasser ist unmittelbar mit dem Recht auf Leben verbunden. Eine fahrlässige, unterlassene oder bewusst nicht geleistete Wasserversorgung ist als Bedrohung für das menschliche Leben anzusehen“. Aber sehr oft werden diese Richtlinien leider missachtet, und das Problem der Wasserknappheit, an das jedes Jahr am 22. März mit dem Weltwassertag – World Water Day – erinnert wird, ist an vielen Orten der Erde noch immer ungelöst.

CSR: soziale Verantwortung des Unternehmens

100 Fontane Fantini for Africa ist in jeder Hinsicht ein CSR-Projekt (Corporate Social Responsibility) des Unternehmens.

Früher nannte man es „soziale Unternehmensverantwortung“, worunter man eine Haltung historischer italienischer Unternehmen, wie beispielsweise die von Olivetti und Marzotto, verstand, und die heute eine neue ethische und soziale Bedeutung erlangt hat. Abgeleitet von der Philanthropie hat sich die Corporate Social Responsibility zunehmend zu einer strategischen Ausrichtung für Unternehmen entwickelt, die sich gegenüber der Öffentlichkeit und ihren Stakeholdern verantwortungsvoll verhalten. Die Europäische Kommission definierte sie in ihrem Grünbuch 2001 – mit dem Titel „Europäische Rahmenbedingungen für die soziale Verantwortung der Unternehmen“ – als „Integration auf freiwilliger Basis von sozialen Belangen und Umweltbelangen in ihre Unternehmenstätigkeit und in die Wechselbeziehungen mit den Stakeholdern“.

Auf den entwickelten Märkten wird von den Unternehmen eine ethische Haltung, eine aktive Beteiligung an der sozialen und politischen Dynamik und ein konkretes Engagement erwartet.

Bereits in einer 2010 von den Beratungsunternehmen Landor Associates, Burson-Marsteller und Penn, Schoen & Berland durchgeführten Umfrage zeigte sich, dass 77 % der befragten Verbraucher soziale Verantwortung als sehr wichtiges Element innerhalb eines Unternehmens betrachten und 56 % von ihnen angaben, dass sie das Produkt eines sozial engagierten Unternehmens einem ähnlichen Produkt vorziehen. Und diese Tendenz ist vor allem bei jüngeren Generationen im Wachstum begriffen, die bei ihren Kaufentscheidungen zunehmend auf das ethische Verhalten eines Unternehmens achten.

In Venedig zitierte Daniela Fantini 2019 in ihrer Rede anlässlich des 5. Wasserfestivals der Fondazione Querini Stampalia zwei berühmte Sätze. Sie machen ihren Standpunkt zur sozialen Verantwortung von Unternehmen deutlich, welche sie als eine Art ethische und moralische Verpflichtung betrachtet: „Ein Geschäft, das nur Geld einbringt, ist ein schlechtes Geschäft“, Henry Ford, und „Gutes muss gut getan werden“, Immanuel Kant. Das Projekt zur Realisierung einer Wasserleitung in Burundi wurde nach zwei

Jahren intensiver Arbeit Ende 2014 abgeschlossen und versorgt heute rund 25.000 Menschen mit sauberem Wasser.

Der einfache Zugang zu Wasser führte zu der unmittelbaren Notwendigkeit, die Bevölkerung zu einem sorgfältigen und korrekten Umgang mit dem Wasser zu erziehen, um die hygienischen Bedingungen zu verbessern, dieses kostbare Gut nicht zu verschwenden und sich um die „Brunner“ zu kümmern, die das Wasser in die Nähe ihrer Häuser bringen.

Dies war das Thema des von Fantini geförderten Workshops „L'eau c'est la vie/Water is life“ für die Ecodesign-Studenten des zweiten Jahrgangs der Fakultät für Industriedesign des Polytechnikums Turin.

Die von Patrizia Scarzella geleitete Lehrveranstaltung hat sie aufgrund des sozialen Charakters des Projekts und des ländlichen und archaischen Kontexts, in dem sich die Designmethodik als wirklich effektiv erweisen kann, tief und emotional involviert und Ideen für ungewöhnliche und unkonventionelle kreative Werkzeuge und Lösungen zur Sensibilisierung und Aufklärung über den Umgang mit Wasser hervorgebracht.

Das Engagement in Burundi wird mit neuen Projekten fortgesetzt. Nach Fertigstellung des Gebäudes im Zentrum von Masango, in dem Missionsschwestern untergebracht sind und das zum einen als strategischer Treffpunkt für die gesamte Gemeinschaft und zum anderen als Gästehaus für Ärzte, Arbeiter und Freiwillige, die bislang keine Unterkunft für längere Zeit hatten, fungieren wird, baut das Unternehmen eine Schule in Bujumbura. Ein grundlegendes Element, um über künftige neue Entwicklungen der Zusammenarbeit nachzudenken und Ausbildungsprojekte für die lokale Bevölkerung unter Beteiligung anderer Organisationen und Unternehmen zu starten.



Das Projekt 100 Fontane Fantini for Africa wurde 2014 vom ADI Design Index für die Sektion Social Design ausgewählt.



FANTINI
:
REPORT FROM THE
WATERFRONT

08

FANTINI IN DER WELT



Mailand und New York sind die beiden zentralen Bezugspunkte für italienisches Design und dessen internationale Bedeutung. Diese beiden Städte sind das pulsierende Herz, das dem italienischen Design, das sich von hier aus in die Welt ausbreitet, mediale Sichtbarkeit verleiht. In Mailand und New York hat Fantini seit Jahren zwei Ausstellungsräume, in denen sich Architekten, Kunden, Journalisten und die Öffentlichkeit treffen.

Fantini Milano befindet sich im historischen Herzen des Brera-Viertels, im gepflasterten Innenhof eines historischen Gebäudes, das die Ruhe und den Charme der Mailänder Architektur des 19. Jahrhunderts ausstrahlt. Die große, von Grün umgebene Eingangsglastür geht für die Besucher auf einen besonderen Raum auf, der architektonische Strenge mit einer sanften Atmosphäre verbindet. Einrichtungsgegenstände und Details eines komfortablen und eleganten Wohnraums vermitteln einen heimeligen Eindruck.

Die Architektur des Standorts wird durch die räumliche Unterteilung der ursprünglichen Struktur bestimmt, von der sie einige Erinnerungselemente bewahrt hat, und durch die Wahl von Stein und Marmor als Werkstoffe. Helligkeit zieht sich durch das gesamte, in neutralen Farben gehaltene Projekt. Es dominiert das Weiß der Wände und der Regale, in denen die Produkte ausgestellt sind. Das Beige der Sessel und das Pastellgrau der bedeutsamen Vorhänge mit szenografischer Wirkung stehen im Kontrast zum dunklen Avola-Stein mit Salvatori's Raw Textur der Produktgalerie. Helle Wände und technische Geräte stehen im Dialog mit typischen Haushaltselementen: Bücherregale, dekorative Sammlerstücke, der große Kronleuchter. Es ist ein Dialog zwischen Moderne und Tradition, eine Metapher für das Unternehmen, eine wahre italienische Designfabrik, die handwerkliche Fertigkeiten mit den innovativsten industriellen Verfahren verbindet. Dem das Projekt unterstehenden Architekten Piero Lissoni ist es gelungen, die ihm gestellte Aufgabe bestmöglich zu interpretieren und ein Konzept zu entwickeln, das

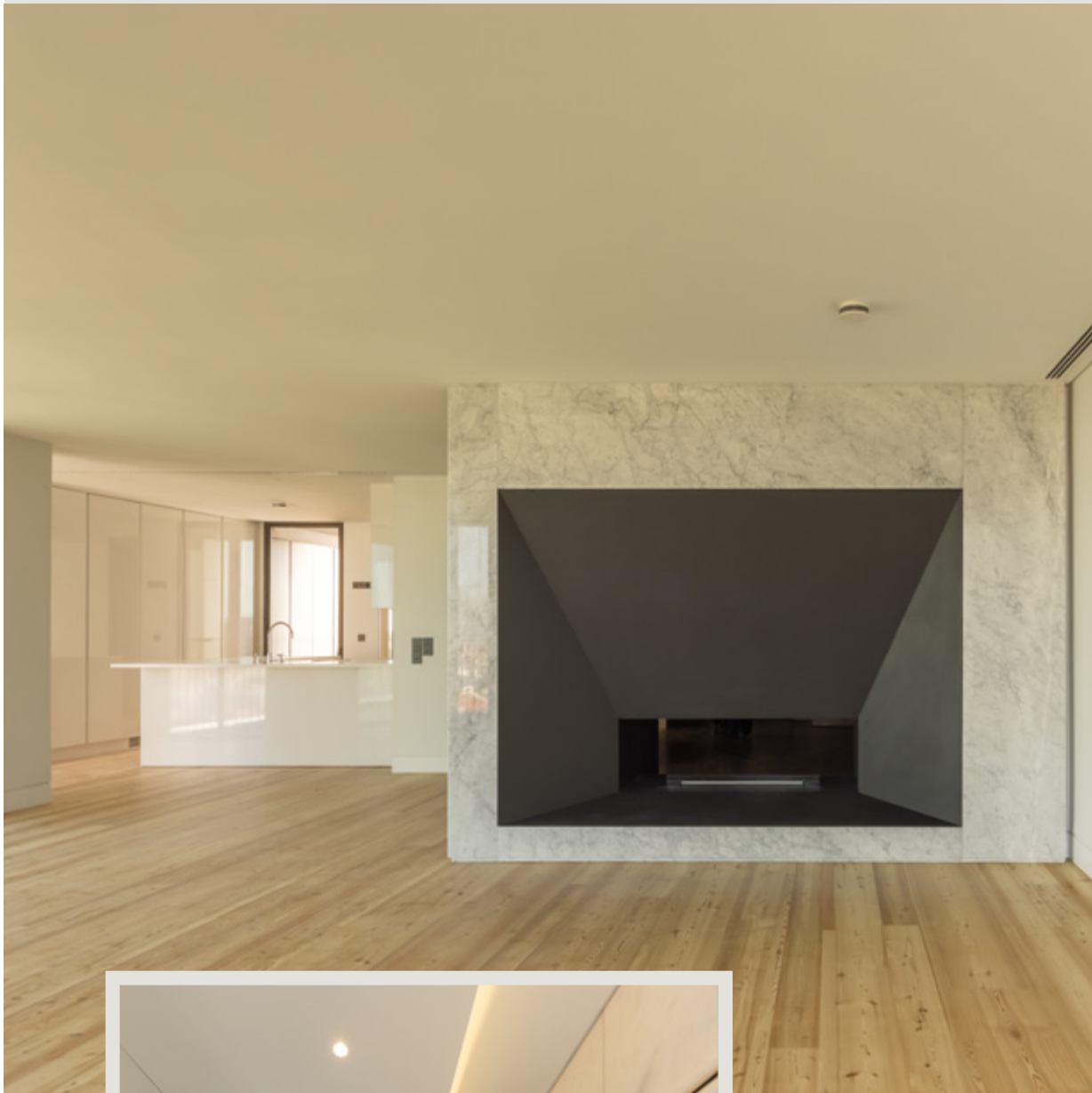


„Die Produkte Fantinis sind heute in der ganzen Welt zu finden: von Italien bis hin zu New York, Washington, Los Angeles, San Francisco, London, Paris, Lissabon, Tokio, Seoul, Singapur, Hongkong, Shanghai, Sydney, Kapstadt... in öffentlichen Gebäuden, Privatwohnungen, Hotels, an den prestigeträchtigsten Orten und in High-End-Projekten, die von den führenden Namen der internationalen zeitgenössischen Architektur signiert wurden. Und wir freuen uns, dazu beitragen zu können, die Schönheit, die Kreativität des Designs, die Exzellenz und die außergewöhnliche Qualität italienischer Produkte in die Welt zu tragen.“

über die Vision des traditionellen Showrooms als Ausstellungs- und Verkaufsraum hinausgeht. Er hat ihn in einen einladenden Ort verwandelt, der die Wärme bewohnter Räume ausstrahlt. Die häusliche Atmosphäre dieses „großstädtischen Interieurs“ ist einer der Pluspunkte von Fantini Milano, einem Ort, an dem man sich entspannen und das optische und akustische Vergnügen des Wassers genießen kann.

Nüchternheit, Strenge und Eleganz sind die Schlüssel zum Verständnis des Designs des ebenfalls von Piero Lissoni realisierten New Yorker Showrooms von Fantini im Building in der 150 E 58th Street, nur einen Steinwurf vom Central Park entfernt. Das durch hinterleuchtete Wände akzentuierte Weiß und der szenische Einsatz von Glas für Regale und Vitrinen prägen den Raum.

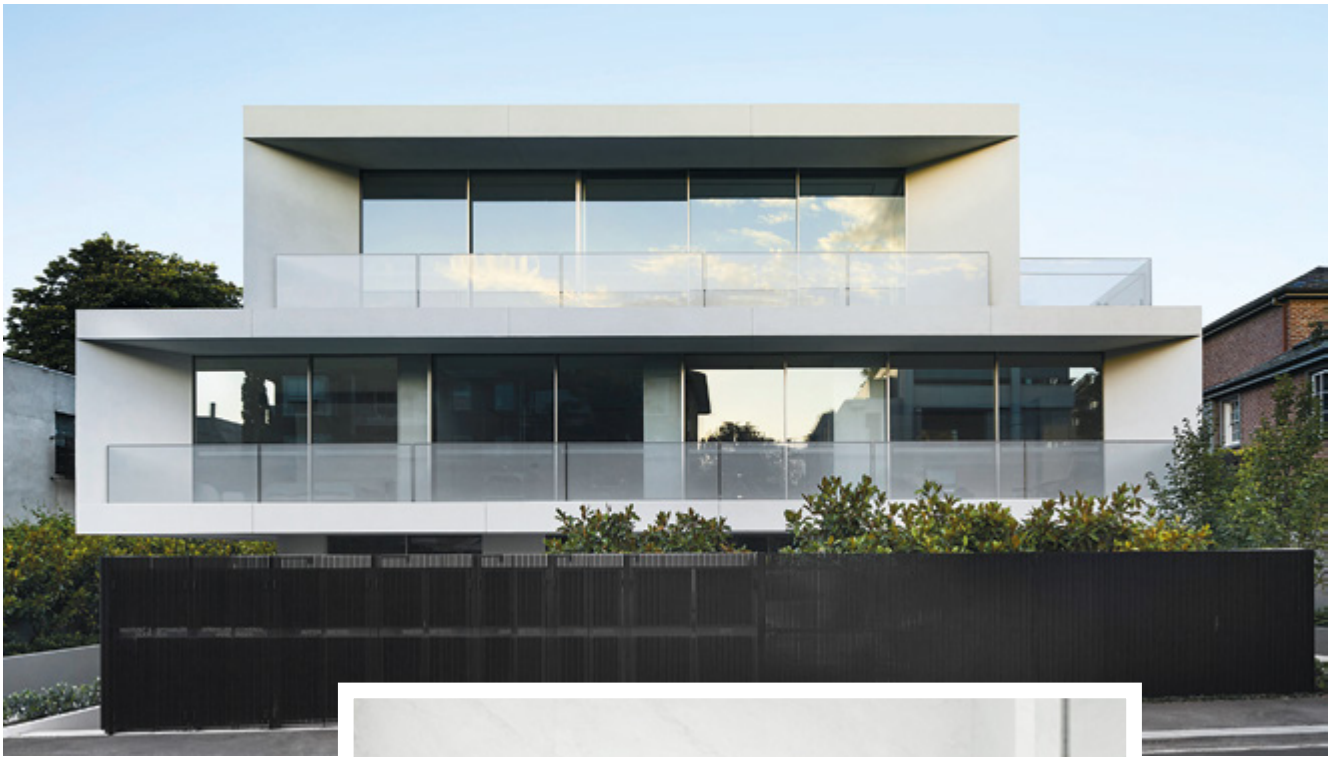
Das essenzielle und funktionelle Ausstellungssystem ist für eine organische Präsentation aller Armaturenkollektionen und Duschprogramme konzipiert. Von strenger Schlichtheit sind der große aufgebockte Tisch, der als Ausstellungsfläche dient, und die Reihe gefluchteter Boxen, in denen die Duschsysteme ausgestellt sind. Ein zweihundert Quadratmeter großer Bereich ist Aboutwater Boffi/Fantini gewidmet. Eine konzeptionelle Installation zur Präsentation der Kollektion, die aus der Partnerschaft zwischen Boffi und Fantini hervorgegangen ist und mit Produkten von Naoto Fukasawa, Piero Lissoni, Paik Sun Kim und Michael Anastassiades entwickelt wurde.



CASTILHO 203

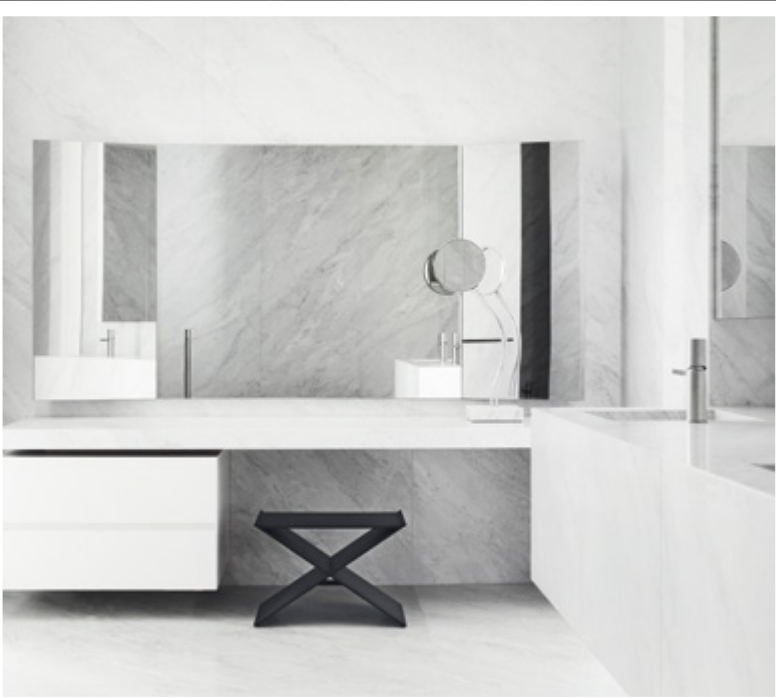
LISSABON
/ PORTUGAL

Architekten:
ARX Portugal Arquitectos
Bildnachweis:
FG+SG



GEGENÜBERLIEGENDE
SEITE:
Castilho 203,
Lissabon, Portugal

TYPLOGIE:
Wohnstätten
PRODUKTE: AF/21
Aboutwater
Boffi/
FantiniDesign
von Naoto
Fukasawa
(im Bild);
Venezia,
Design von
Matteo Thun
und Antonio
Rodriguez



131 RESIDENCES

MELBOURNE
/ AUSTRALIEN

Architekt:
Carr Design
Bildnachweis:
Sharyn Cairns

131 Residences,
Melbourne,
AUSTRALIEN

TYPLOGIE:
Privater
Wohnsitz
PRODUKT:
Milano,
Design
von Franco
Sargiani



GEGENÜBERLIEGENDE
SEITE: CS Residence,
Antwerpen, Belgien

TYPLOGIE:
Privater
Wohnsitz
PRODUKT: Icona
Deco, Design
von Vincent
Van Duysen

Vapor House,
Bethesda, MD,
USA

TYPLOGIE:
Privater
Wohnsitz
PRODUKTE:
Milano,
Design
von Franco
Sargiani (im
Bild);
AF/21
Aboutwater
Boffi/
FantiniDesign
von Naoto
Fukasawa



CS RESIDENCE

ANTWERPEN / BELGIQUE

Architekt:
Vincent Van Duysen
Bildnachweis:
Emiel Vercruyse

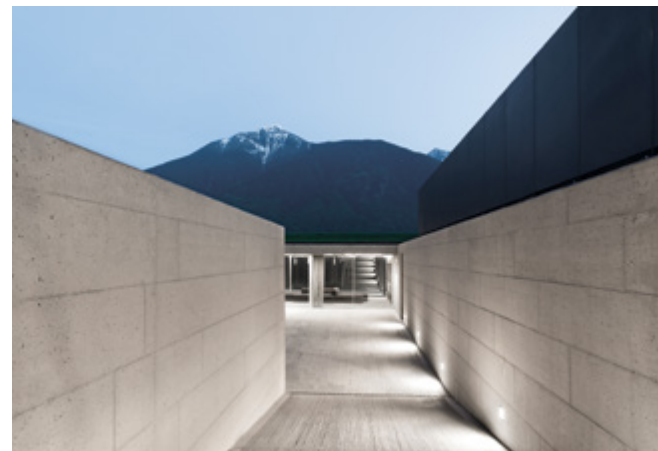


VAPOR HOUSE

BETHESDA, MD / USA

Architekt:
David Jameson Architect
Bildnachweis:
Paul Warchol





CASA G

CASTIONE ANDEVENNO
(SONDRIO)

Architekt:
Alfredo Vanotti
Bildnachweis:
Marcello Mariana

GEGENÜBERLIEGENDE
SEITE :
Casa G, Castione
Andevenno
(Sondrio)

TIPOLOGIE:
Privater
Wohnsitz
PRODUKT:
Fontane
Bianche,
Salvatori
+Fantini,
Design von
Elisa Ossino

Refuge de Solaise,
Val d'Isère, Frankreich

TIPOLOGIE:
Hotel
PRODUKT:
Icona Classic,
Design von
Vincent
Van Duysen



REFUGE DE SOLAISE

VAL D'ISSERE /
FRANKREICH

Architekt:
Jean-Charles Covarel
Bildnachweis:
Andy Parant



Crimson Hill,
Lindfield, New
South Wales,
Australien

TYPOLOGIE:
Privater
Wohnsitz
PRODUKT:
Milano
Design von
Franco
Sargiani



CRIMSON HILL

LINDFIELD,
NEW SOUTH WALES
/ AUSTRALIEN

Architekten:
DKO Architects
Bildnachweis:
Tom Ferguson

GEGENÜBERLIEGENDE
SEITE :
Penthouse in
Manhattan III,
New York, USA

TYPOLOGIE:
Privater
Wohnsitz
PRODUKT: AF/21
Aboutwater
Boffi/
Fantini
Design von
Naoto Fukasawa

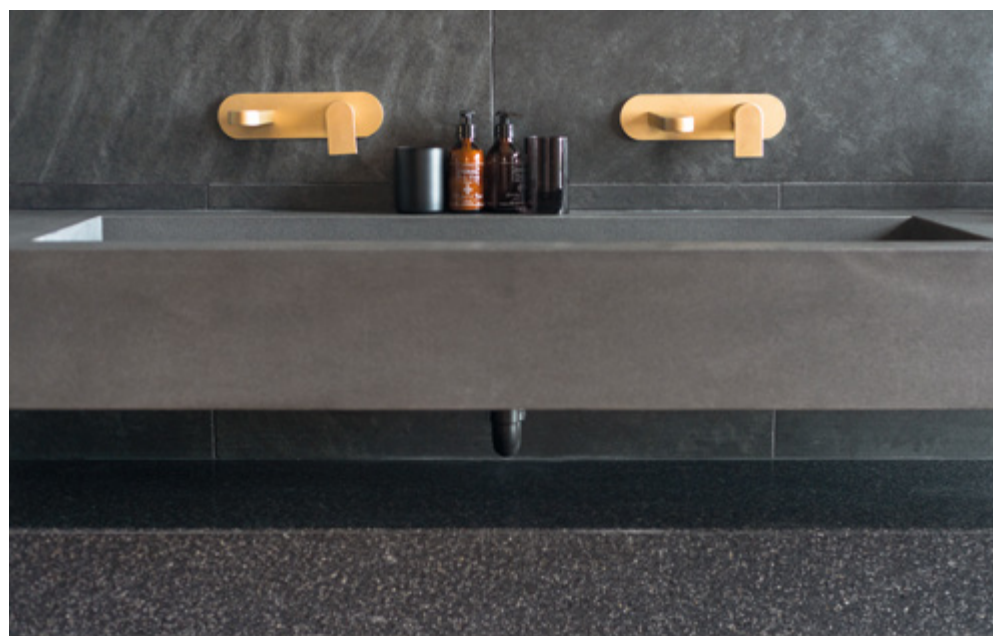


PENTHOUSE IN MANHATTAN III

NEW YORK / USA

Architekt:
Tadao Ando
Bildnachweis:
© *Jeff Goldberg/Esto (oben)*
Federica Carlet (unten)





PRIVATER WOHNSITZ

KAPSTADT
/ SÜDAFRIKA

Architekten:
LCK Architecture and Interiors
Bildnachweis:
Natalie Sternberg

Privater Wohnsitz,
Kapstadt, Südafrika

TYPLOGIE:
Privater
Wohnsitz
PRODUKT:
Mare Design
von Franco
Sargiani

GEGENÜBER-LIEGENDE
SEITE
oben Küche Ratio
Molteni&C|Dada,
Mailand

TYPLOGIE:
Showroom
PRODUKT: *Icona*
Deco Design
von Vincent
Van Duysen



KÜCHE RATIO MOLTENI & C | DADA

MAILAND

Architekt:
Vincent Van Duysen
Bildnachweis:
mit freundlicher Genehmigung
Molteni&C|Dada

JVR Apartment,
Antwerpen, Belgien

TYPLOGIE:
Privater
Wohnsitz
PRODUKT: *Icona*
Classic
Design von
Vincent
Van Duysen

JVR APARTMENT

ANTWERPEN / BELGIEN

Architekt:
Vincent Van Duysen
Bildnachweis:
Koen Van Damme





Sanlorenzo
Yacht SX88

TYPOLOGIE:
Yacht

PRODUKT: AL/23
Aboutwater
Boffi/
Fantini
Design von
Piero Lissoni

SANLORENZO YACHT SX88

Architekten:
Lissoni Associati
Bildnachweis:
Leo Torri



216

Grand Park Hotel
Rovinj, Rovinj,
Kroatien

TYPLOGIE:
Hotel
PRODUKT:
Nostromo
Design von
Davide
Mercatali



GRAND PARK HOTEL ROVINJ

ROVINJ / KROATIEN

Architekten:
Lisconi Casal Ribeiro
Bildnachweis:
Tommaso Sartori



217

Davines Village,
Parma

TYPLOGIE:
Hauptsitz
PRODUKT:
Venezia
Design von
Matteo Thun
und Antonio
Rodriguez



DAVINES VILLAGE

PARMA

Architekten:
MTLC
von *Matteo Thun*
und *Luca Colombo*
Innenräume:
Monica Signani
Bildnachweis:
Max Zambelli



BACCARAT HOTEL

NEW YORK / USA

Architekten:
Skidmore, Owings & Merrill
Innenräume:
Gilles & Boissier
Bildnachweis:
Baccarat Hotel New York



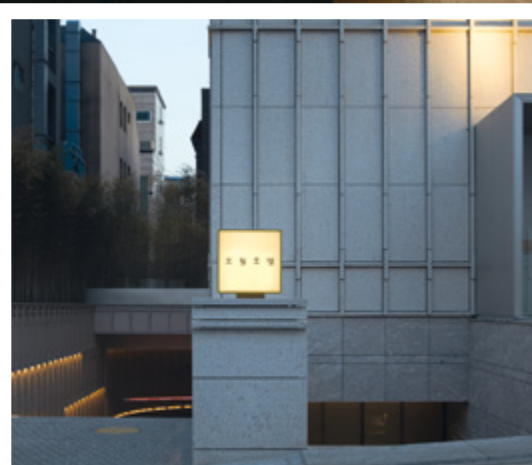
Baccarat Hotel,
New York, USA

TYPLOGIE:
Hotel
PRODUKT:
Venezia
Design von
Matteo Thun
und Antonio
Rodriguez



Owall Hotel, Seoul,
Südkorea

TYPOLOGIE:
Hotel
PRODUKT: AK/25
Aboutwater
Boffi/
Fantini
Design von
Paik Sun Kim



OWALL HOTEL

SEOUL / SÜDKOREA

Architekt:
Paik Sun Kim
Bildnachweis:
Chan Woo Park,
Zosia Swidlicka (oben)



Hotel August,
Antwerpen, Belgien

TYPLOGIE:
Hotel
PRODUKT: Icona
Classic
Design von
Vincent
Van Duysen

GEGENÜBER-LIEGENDE
SEITE Casa Talia,
Modica (Ragusa)

TYPLOGIE:
Hotel
PRODUKT:
Fontane
Bianche
Salvatori
+Fantini
Design von
Elisa Ossino



HOTEL AUGUST

ANVERS / BELGIQUE

Architekt:
Vincent Van Duysen
Bildnachweis:
Mark Seelen (oben)
Robert Rieger (unten)



CASA TALIA

MODICA (RAGUSA)

Architekt:
Viviana Haddad
Bildnachweis:
Matteo Cirenei





Hôtel de Crillon,
A Rosewood Hotel,
Paris, Frankreich

TYPLOGIE: Hotel
PRODUKT:
Venezia
Design von
Matteo Thun
et Antonio
Rodriguez

GEGENÜBERLIEGENDE
SEITE: Hotel Zash,
Riposto (Catane)

TYPLOGIE: Hotel
PRODUKT: AA/27
Aboutwater
Boffi/ Fantini
Design von
Michael
Anastassiades

HÔTEL DE CRILLON A ROSEWOOD HOTEL

PARIS / FRANKREICH

Architekt:
Richard Martinet
Artistic Direction:
Aline Asmar d'Amman
Innenräume:
*Tristan Auer, Chaban Minassian,
Cyril Vergniol and Culture
in Architecture*
Bildnachweis:
Reto Guntli



HOTEL ZASH

RIPOSTO (CATANIA)

Architekten:
Carla Maugeri, Antonio Iraci
Bildnachweis:
Alfio Garozzo





HOTEL MALISGARTEN - ZILLERSEASONS

ZELL AM ZILLER / ÖSTERREICH

Architekten:
Matteo Thun & Partners
Bildnachweis:
Zillerseasons

Hotel MalisGarten
- Zillerseasons, Zell
am Ziller, Österreich

TYPLOGIE:
Hotel
PRODUKT: Nice
Design von
Matteo Thun
und Antonio
Rodriguez

Torre Allianz,
Mailand

TYPLOGIE:
Bürogebäude
PRODUKT:
Milano
Design von
Franco
Sargiani



TORRE ALLIANZ

MAILAND

Architekten:
Arata Isozaki, Andrea Maffei
Bildnachweis:
Riccardo Sala/AGE Fotostock /
Mondadori Portfolio (oben)
Alessandra Chemollo (unten)



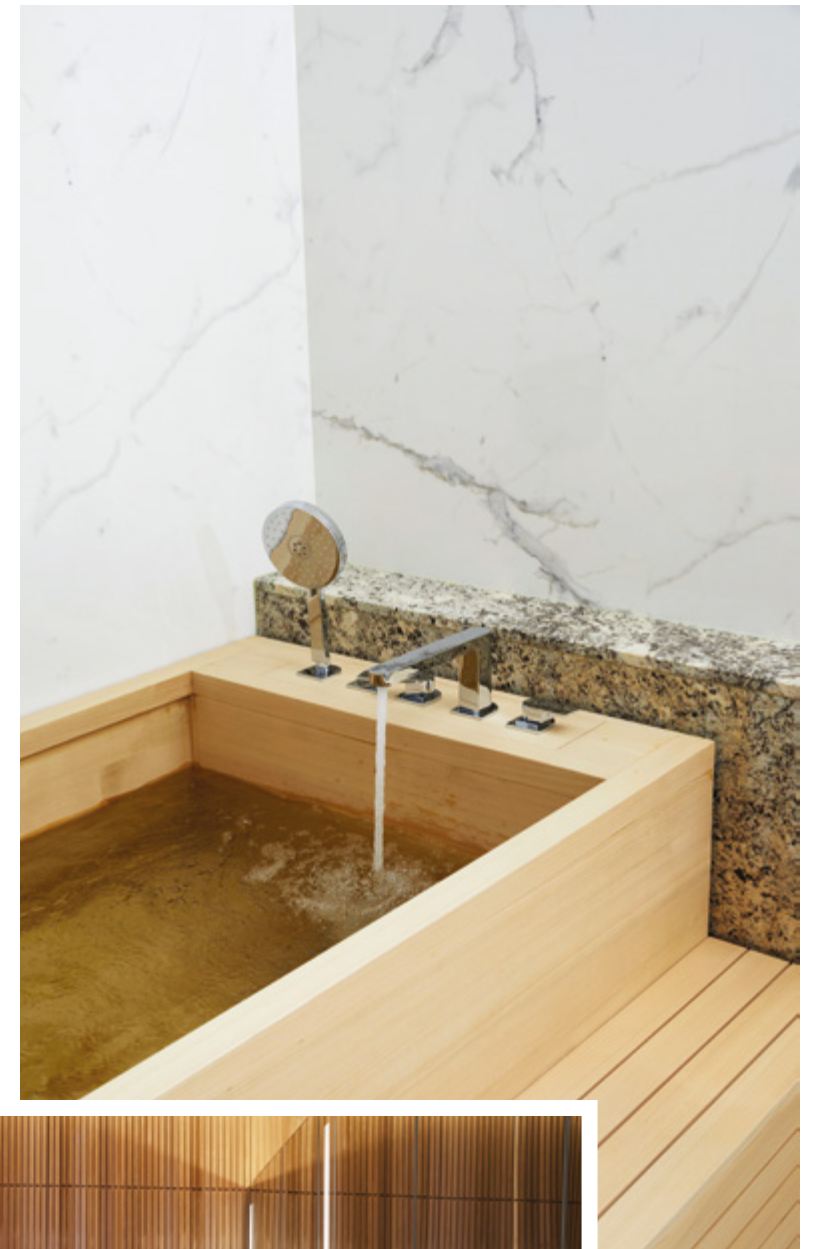
LOTTE WORLD TOWER

SEOUL / SÜDKOREA

Architekten:
*Kohn Pedersen Fox Associates
(KPF)*
Bildnachweis:
*Kang Jinju (Gegenüberliegende Seite)
blognaver.com*

Lotte World Tower,
Seoul, Südkorea

TYPLOGIE:
Wohnstätten
PRODUKTE:
Mare, *Design*
von Franco
Sargiani
(im Bild);
AL/23
Aboutwater
Boffi/
Fantini
Design von Piero
Lissoni
(im Bild);
Milano, *Design*
von Franco
Sargiani;
Mint,
Design von
Silvana
Angeletti
- Daniele
Ruzza;
Nostromo,
Design von
Davide
Mercatali



Four Seasons Resort
Dubai at Jumeirah
Beach, Dubai,
Vereinigte Arabische
Emirate

TYPLOGIE:
Hotel
PRODUKT:
Venezia
Design von
Matteo Thun
und Antonio
Rodriguez



FOUR SEASONS RESORT DUBAI AT JUMEIRAH BEACH

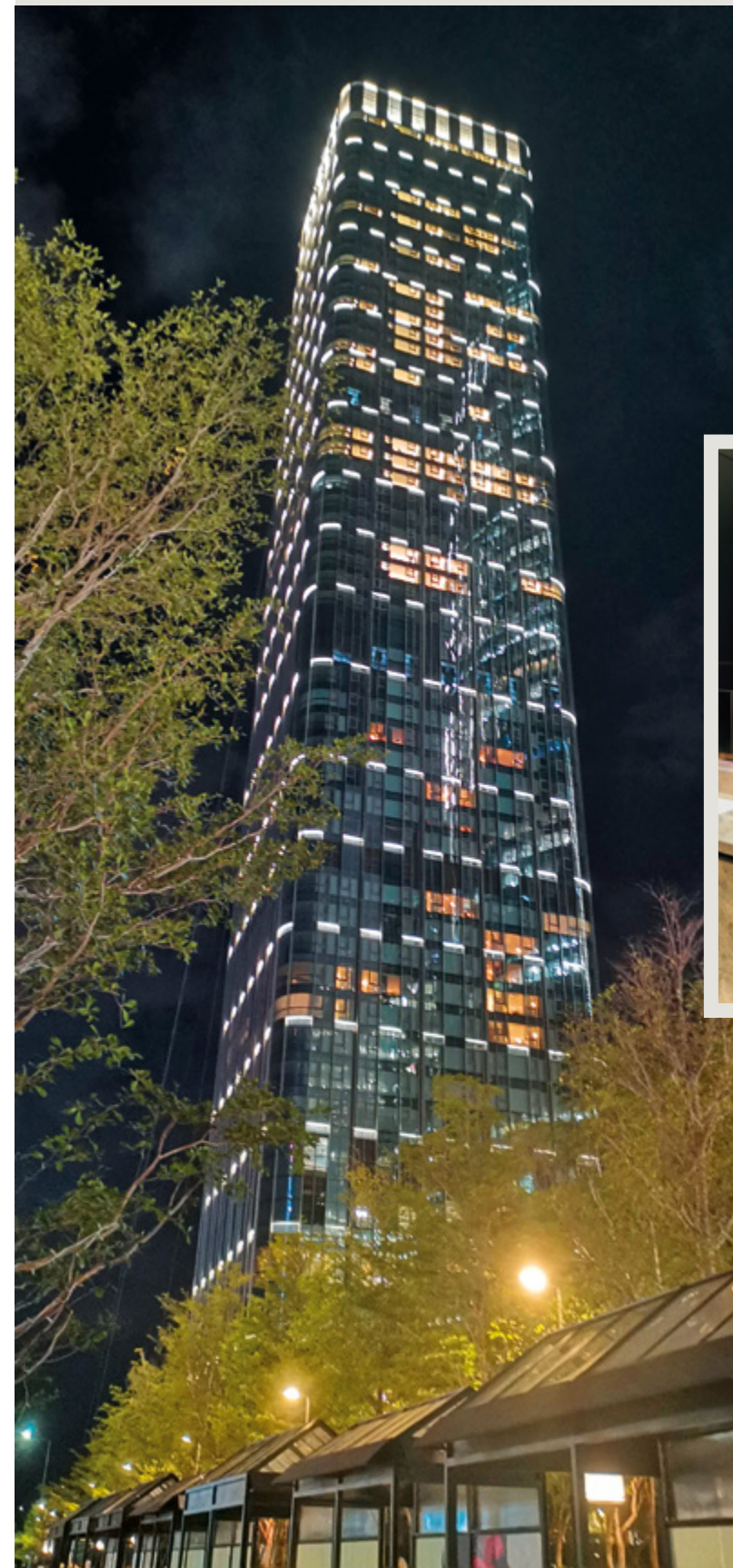
DUBAI / EMIRATS ARABES UNIS

Architekt:
WATG / DSA
Bildnachweis:
mit freundlicher Genehmigung



Shenzhen Bay Ruifu,
Shenzhen, China

TYPLOGIE:
Wohnstätten
PRODUKT:
Icona Deco,
Design von
Vincent
Van Duysen



SHENZHEN BAY RUIFU

SHENZHEN / CHINA

Architekten:
Goettsch Partners
Bildnachweis:
Archiv von Fantini



OKO TOWER

MOSKAU / RUSSLAND

Architekten:
Skidmore, Owings & Merrill
Bildnachweis:
Archives Fantini

Oko Tower, Moskau,
Russland

TYPLOGIE:
Wohnstätten
PRODUKTE:
Mint
Design von
Silvana
Angeletti -
Daniele Ruzza
(im Bild);
Milano, *Design*
von Franco
Sargiani

GEGENÜBERLIEGENDE
SEITE
Manhattan Loft
Gardens, London, UK

TYPLOGIE:
Wohnstätten
PRODUKT: AF/21
Aboutwater
Boffi/ Fantini
Design von
Naoto
Fukasawa



MANHATTAN LOFT GARDENS

LONDON / UK

Architekten:
Skidmore, Owings & Merrill
Innenräume:
Space Copenhagen
Bildnachweis:
Hufton + Crow (oben)
mit freundlicher Genehmigung von
Manhattan Loft Gardens (unten)



THE SCOTTS TOWER

SINGAPUR

Architekten:
UNStudio
Innenräume:
Creative Mind Design
Bildnachweis:
*mit freundlicher Genehmigung
von Far East Organisation*



Abian Botanic
Gardens, Brisbane,
Australien

TYPOLOGIE:
Wohnstätten
PRODUKTE:
Milano
*Design von
Franco
Sargiani*

GEGENÜBERLIEGENDE
SEITE
The Scotts Tower,
Singapur

TYPOLOGIE:
Wohnstätten
PRODUKT:
Milano
*Design von
Franco
Sargiani
(im Bild);
AcquaTonica,
Design von
Franco
Sargiani;
AF/21
Aboutwater
Boff/Fantini,
Design von
Naoto
Fukasawa*



ABIAN BOTANIC GARDENS

BRISBANE / AUSTRALIEN

Architekt:
Wood Marsh Architecture
Bildnachweis:
*Ross Honeysett (oben)
Peter Sexty (unten)*

TIMELINE DER PRODUKTE

FANTINI

236

1977

I Balocchi
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

[XI. AUSWAHL COMPASSO D'ORO
AUSWAHL BIO – LJUBLJANA
BIENNALE]

—

1978

Calibro
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

[XII. AUSWAHL COMPASSO D'ORO
AUSWAHL BIO - LJUBLJANA
BIENNALE] IN DER
DAUERAUSSTELLUNG VON: MOMA,
THE MUSEUM OF MODERN ART,
DEPARTMENT OF ARCHITECTURE
AND DESIGN, NY, USA MUSEUM OF
CONTEMPORARY ART, CHICAGO,
ILLINOIS, USA DIE NEUE SAMMLUNG
STAATLICHES MUSEUM FÜR
ANGEWANDTE KUNST, MÜNCHEN -
DEUTSCHLAND]

—

1983

Petali e farfalle
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

—

1985

Kimono
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

1986

Odeon
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

—

1987

Hi-Fi
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

Club
Paolo Pedrizzetti

—

1990

Misura
CRS Fantini

—

1991

Midi
Paolo Pedrizzetti

Girotondo
Davide Mercatali

—

1992

Mediterraneo
Paolo Pedrizzetti

Oceano
Davide Mercatali

1993

Manovella
Enzo Mari

—

1994

Copernico
King & Miranda

[EHRENVOLLE
ERWÄHNUNG XVIII.
COMPASSO D'ORO ADI]

—

1996

Stilo-Sfera
Franco Sargiani

Atlantico
Davide Mercatali

—

1997

Oriente
Franco Sargiani

Maxim
King & Miranda

—

1999

Nostromo
Davide Mercatali

Punto e Virgola
Franco Sargiani

Navy
CRS Fantini

2001

Fonte
Angeletti & Ruzza

Caf 
Davide Mercatali

—

2002

Zen
Franco Sargiani

Isola
Davide Mercatali

—

2003

AR/38
Angeletti & Ruzza

—

2004

AcquaTonica
Franco Sargiani

[AUSWAHL ADI DESIGN INDEX
2008]

—

2005

Riviera
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

Consolle
Giovanna Talocci

2006

AcquAzzurra
Franco Sargiani

Ala
C&P

Suite
Benedini Associati

Dolce
Birgit Lohmann
/ Designboom

—

2007

Milano
Franco Sargiani

AcquaPura
Franco Sargiani

[AUSWAHL ADI DESIGN
INDEX 2008] EHRENVOLLE
ERWÄHNUNG XXII.
COMPASSO D'ORO]

—

2009

Belvedere
Franco Sargiani

Mare
Franco Sargiani

—

2010

Venezia
Matteo Thun,
Antonio Rodriguez

2011

Aboutwater Boffi/Fantini
AF/21 Fukasawa
Naoto Fukasawa

[AUSWAHL ADI DESIGN
INDEX 2018]

AL/23 Lissoni
Piero Lissoni

Acqua Zone
Franco Sargiani

—

2012

Mint
Angeletti & Ruzza

—

2013

Levante
Rodolfo Dordoni

[EHRENVOLLE ERWÄHNUNG
XXIII. COMPASSO]

—

2016

Icona Classic / Icona Deco
Vincent Van Duysen

Fontane Bianche
Salvatori + Fantini
Elisa Ossino

—

2017

Nice
Matteo Thun,
Antonio Rodriguez

[ICFF EDITORS AWARD, NEW YORK,
USA]

Aboutwater Boffi/Fantini
AK/25
Paik Sun Kim

[AUSWAHL ADI DESIGN INDEX 2018
ARCHIPRODUCTS DESIGN AWARD,
WINNER 2017 ANNUAL AZURE
AWARDS IN THE CATEGORY OF
“ARCHITECTURAL PRODUCTS” 2019
MDO MONTECARLO PRIZE, 2019, 3.
INTERNATIONALER DESIGNERPREIS
COMPASSO D'ORO ADI XXVI]

—

2018

Aboutwater Boffi/Fantini
AA/27
Michael Anastasiades

[ARCHIPRODUCTS DESIGN AWARD,
WINNER 2018]

AcquaFit
CRS Fantini

[WINNER 2020 ARCHIPRODUCTS
DESIGN AWARD]

REPORT FROM THE WATERFRONT

237



ART DIRECTION
Massimo Pitis

GRAFIKDESIGN
Studio Pitis e Associati,
Massimo Pitis mit Andrea Amato

ZEICHNUNGEN
Anna Sutor
(Umschlag, Karten auf SS. 16-17
und 196-197, Kapitel 05)

TEXTE
Patrizia Scarzella

ÜBERSETZUNGEN VON ERIKA PETTER

© 2021 Fratelli Fantini S.p.A.
© 2021 Mondadori Libri S.p.A.

ISBN 978-88-918-2968-9

Erste Ausgabe: August 2021

Jahr 2021-2022-2023 - Ausgabe 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Dieser Band wurde bei Errestampa S.r.l. gedruckt.
Via Portico 27, Orio al Serio, Bergamo Gedruckt in
Italien – Printed in Italy

BILDNACHWEISE

© *Nacho Alegre.bn* s. 106 (Porträt)
Alpen Rose s. 110, 123
Simone Bossi s. 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 70
Santi Caleca s. 96, 98, 99, 102, 108, 109, 110,
112, 118, 119, 125, 200, 201
Gianni Basso s. 67
Roberto Cecato s. 113
Federico Cedrone s. 128, 132, 133
Barbara Corsico © *Style Magazine RCS* s. 82
Fred Debrock s. 118 (Portrait)
DoubleDream s. 133 (Portrait)
Ramak Fazel s. 79
© *CarloFurgeriGilbert.bw* s. 106 (Portrait)
Giorgio Lotti s. 2-3, 26-27
Giovanni Gastel s. 4-5, 6, 7, 8, 9, 10, 54-55, 57,
58 (oben), 59, 60 (oben), 62, 63, 64-65, 134
Veronica Gaido s. 49, 126 (Portrait)
Omar Sartor s. 38, 52, 58 (unten), 60 (unten)
Tommaso Sartori s. 105, 116 (links), 117,
124 (rechts), 126 (rechts), 127, 134 (oben), 135
Tan Yin Wen s. 234,
Walter Zerla s. 1, 34-35, 40-41, 68-69, 84, 85, 86-87,
100-101, 182, 185, 187, 190-191, 194, 197, 239

Der Herausgeber steht den Rechteinhabern für
alle eventuell nicht angeführten Bildquellen zur
Verfügung.

RENATO SARTORI, bekannter Kommunikationsexperte, war Direktor für Kommunikation und Außenbeziehungen bedeutsamer Unternehmen in der Welt des Designs. Er ist seit vielen Jahren als Berater für Strategie, Marketing und Kommunikation von Fantini tätig.

PATRIZIA SCARZELLA, Architektin und Journalistin, ist Autorin von Designbüchern und Kuratorin von internationalen Ausstellungen. Sie ist UNI-DO-Beraterin und hat Ausbildungs- und Social-Design-Projekte in Afrika und Asien realisiert. Seit 1995 arbeitet sie mit Fantini zusammen.





„Denke ich frei über die Schlüsselwörter nach, die unsere Identität definieren, dann komme ich auf: Träume, Gedanken, Projekte, Energie, Design, Schönheit, Harmonie, Leidenschaft, Modernität, Leichtigkeit, Klarheit, Ethik, Sorgfalt, Respekt, Freundlichkeit, Innovation, Erfindung, Authentizität, Originalität, Einzigartigkeit, Forschung, Nachhaltigkeit, Experimentierfreude, Qualität, Perfektion, Technik, Technologie, Know-how, Effizienz, Exzellenz, Nüchternheit ... Worte, die wir immer im Kopf haben, wenn wir ein neues Produkt planen, um dem Wasser die beste Form zu geben.“

DANIELA FANTINI

