

REPORT
FROM THE
WATERFRONT

FANTINI

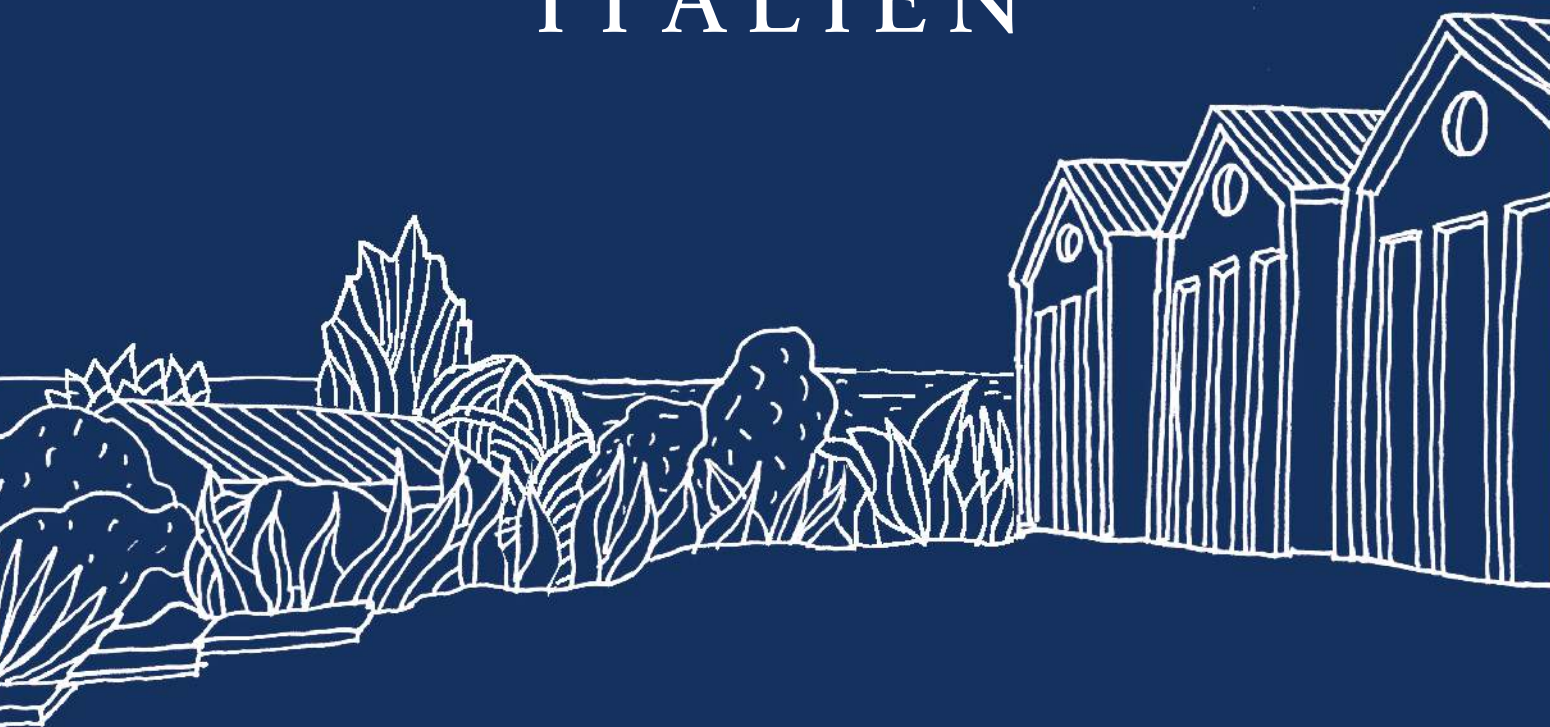
:

HISTOIRES D'UNE

FABRIQUE

DE

DESIGN
ITALIEN



Rizzoli

REPORT FROM THE WATERFRONT

FANTINI:
HISTOIRES D'UNE FABRIQUE
DE DESIGN ITALIEN

Renato Sartori et Patrizia Scarzella



Ce livre raconte l'univers de Fantini, une « fabrique de design italien » fortement liée à son territoire, le lac d'Orta, véritable *genius loci* de son activité.

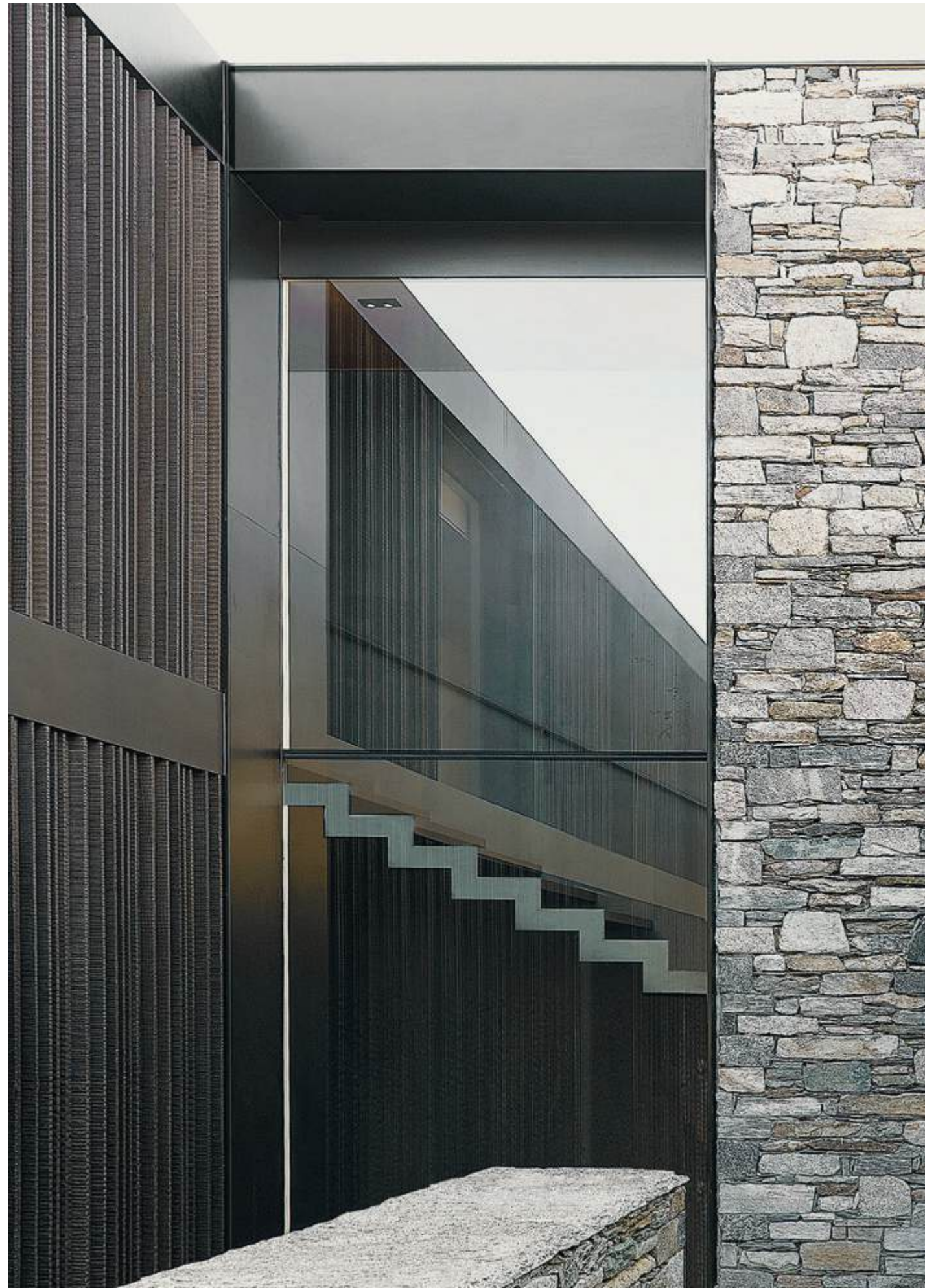
C'est l'histoire d'une entreprise originale et fascinante qui, depuis le bourg de Pella, sur les rives du lac d'Orta, dans le nord de l'Italie, a diffusé dans le monde entier, grâce à un circuit international, ses produits haut de gamme créés par les designers les plus célèbres, dont Piero Lissoni, Matteo Thun et Antonio Rodriguez, Vincent Van Duysen, Michael Anastassiades et Naoto Fukasawa.

L'eau est le fil conducteur que l'on retrouve dans tout le livre. C'est l'élément auquel sont dédiés les merveilleux robinets produits par l'entreprise, de véritables petits chefs-d'œuvre d'usage quotidien qui la font entrer dans nos maisons, en renouvelant chaque jour sa grande magie. Et c'est l'eau du lac, à travers les images de grands photographes qui, à la demande de Fantini, l'ont interprétée au fil du temps, année après année : Gianni Basso, Franco Fontana, Giorgio Lotti, Gabriele Basilico, Gianni Berengo Gardin, Ferdinando Scianna, Gabriele Croppi et Walter Zerla.













REPORT FROM THE WATERFRONT

FANTINI

:

HISTOIRES D'UNE

FABRIQUE

DE

DESIGN
ITALIEN

RENATO SARTORI

ET

PATRIZIA SCARZELLA

INTRODUCTION DE

JOSEPH GRIMA

Rizzoli

	Avant-propos
	<i>Report from the Waterfront</i> raconte l'univers d'une « fabrique de design italien » typique, l'entreprise Fantini, qui produit des robinets et des systèmes de douche design haut de gamme. C'est l'histoire d'une entreprise originale et fascinante et d'une vision entrepreneuriale et stratégique particulière qui n'a pas seulement donné naissance à des produits particulièrement innovants, mais qui a aussi réalisé une série de projets emblématiques liés à l'environnement et à la valorisation de son territoire.
	Le lac d'Orta, un petit lac du nord de l'Italie où l'on travaille les métaux depuis toujours, est le véritable <i>genius loci</i> de son activité. C'est d'ici, depuis le petit village de Pella niché sur les rives du lac où l'entreprise a son siège, que Fantini a diffusé ses produits créés par les designers les plus célèbres du monde, dont Piero Lissoni, Matteo Thun et Antonio Rodriguez, Vincent Van Duysen, Franco Sargiani, Yabu Pushelberg, Michael Anastassiades, Naoto Fukasawa et Paik Sun Kim.
	L'eau est le fil conducteur que l'on retrouve dans tout le livre et elle constitue le thème central autour duquel gravitent les différents contenus et les projets indiqués sur la carte du monde Fantini au début du volume et racontés à deux niveaux : dans le texte général et à la première personne par Daniela Fantini, dans les textes entre guillemets, avec une multiplicité de réflexions qui élaborent ensemble la mosaïque complexe de la réalité de l'entreprise et soulignent sa singularité sur la scène internationale.
	La présence de l'eau du lac d'Orta se retrouve aussi dans les images de grands photographes - Gianni Basso, Franco Fontana, Giorgio Lotti, Gabriele Basilico, Gianni Berengo Gardin, Ferdinando Scianna, Gabriele Croppi et Walter Zerla - qui, à la demande de Fantini, l'ont interprétée au fil du temps pour le projet des « calendriers d'auteurs ».
	<i>100 fontaines Fantini pour l'Afrique</i> , en revanche, raconte l'histoire de l'eau en tant qu'élément précieux et source de vie : le projet de construction d'un réseau qui a apporté de l'eau potable à quelque vingt-cinq mille personnes vivant dans les collines de Masango, au Burundi.
	Ce livre est toutefois une histoire en cours, une sorte de « journal de bord », avec des projets en développement continu.
	— LES RÉDACTEURS
	<i>Contributions de</i> Beth Dickstein, Brigitte Fitoussi, Anna Maria Canopi, Francesca Molteni, Livia Peraldo Matton, Marco Romanelli, Renato Sartori, Zosia Swidlicka et Emanuela Valeri.

P. 14	
EN DANSANT SOUS LA PLUIE COSMIQUE	<i>Joseph Grima</i>
P. 16	
UNIVERS FANTINI UNE CARTE	
P. 19	
01.	
AVEC L'EAU ET LE LAC	
P. 37	
02.	
INDUSTRIE ET PAYSAGE NATUREL	<i>Les projets de la fabrique sur le lac et de Casa Fantini Lake Time</i>

P. 71	
03.	
RACINES DE FAMILLE	<i>Daniela Fantini raconte</i>
P. 97	
04.	
ADN DESIGN	
P. 137	
05.	
UNICITE	<i>Daniela Fantini raconte</i>
P. 151	
06.	
LES JOURS DU LAC	<i>L'objectif des photographes pour les calendriers Fantini</i>

P. 183	
07.	
100 FONTAINES FANTINI POUR L'AFRIQUE	<i>Un projet de responsabilité sociale d'entreprise</i>
P. 199	
08.	
FANTINI DANS LE MONDE	
P. 236	
CHRONOLOGIE DES PRODUITS	

EN DANSANT

sous la

PLUIE

COSMIQUE

JOSEPH GRIMA

En novembre 2014, les unes des journaux du monde entier étaient occupées par la nouvelle du premier atterrissage en douceur sur la surface d'une comète, réalisé par l'atterrisseur Philae, transportée à bord de Rosetta, la sonde de l'Agence spatiale européenne. Sa destination était la comète 67P/Churyumov-Gerasimenko, du nom des deux Ukrainiens qui l'avaient découverte. Les photos transmises par le robot étaient extraordinaires et improbables : de mystérieux gros plans d'un rocher poussiéreux, en forme de canard, qui fonçait dans l'espace à une vitesse presque inimaginable, habilement intercepté par un appareil de la taille d'un moustique. Ces images étaient si hors du commun qu'elles ont monopolisé l'attention du monde entier pendant quelques jours et ont éclipsé le but de la mission, la raison pour laquelle Philae avait parcouru plus de 6,4 milliards de kilomètres pour intercepter un morceau de roche stérile : la recherche des origines de l'eau. Est-il possible que les premières gouttes d'eau aient atteint notre planète à bord de comètes, scintillantes vagabondes de notre galaxie ? L'eau est-elle une constante de notre seule planète ou de l'univers tout entier ? Telles étaient les questions existentielles que les scientifiques avaient confiées à ce robot de taille modeste pour un voyage d'un peu plus de dix ans. Car l'eau est la substance la plus abondante mais aussi la plus étonnante de notre monde, et l'idée de ne pas savoir d'où elle vient nous torture.

Il y a une très belle citation de Frank Lloyd Wright qui dit à peu près ceci : « Donnez-moi les luxes de la vie et je me passerai volontiers des nécessités ». L'eau est-elle vraiment une chose si banale ? Est-elle une nécessité ou un luxe ? Il est clair qu'en termes purement physiologiques, c'est une nécessité, mais d'un point de vue culturel, peu de choses sont aussi étroitement associées à l'idée de bien-être que les humains ont développée au cours des millénaires. La capacité à intégrer l'eau dans la vie quotidienne est au cœur de l'ingéniosité de l'homme et elle va bien au-delà des besoins fondamentaux du corps humain. Pour reprendre les mots de Wright, tout au long de l'histoire, nous avons transformé une nécessité en luxe, car l'expérience magique de l'eau et son omniprésence dans nos vies sont une composante irremplaçable de ce qui nous procure du plaisir au quotidien.

En ce qui concerne l'eau, le quoi est une question facile, mais le pourquoi est probablement aussi alléchant et indéfinissable que les origines de la vie. La vérité, c'est que cette chose qui nous entoure, une substance qui, sans doute plus que toute autre, définit qui nous sommes, reste un mystère pour nous. C'est peut-être parce qu'il y en a énormément, ou parce que c'est la seule formule chimique dont la plupart des gens se souviennent facilement, ou encore parce que c'est ce dont nous sommes réellement faits, que nous nous posons rarement des questions sur les circonstances qui, il y a plusieurs millions d'années, ont fait que notre planète est devenue bleue. Voilà où nous en sommes. Nous nous considérons comme une espèce prométhéenne, élevée à un état d'illumination par notre capacité à maîtriser le feu. En réalité, c'est notre dépendance à l'égard de la plus humble des substances, l'eau, qui nous définit en tant que créatures vivantes et donc membres, comme les autres espèces, de l'équipage privilégié du vaisseau spatial Terre.

Et c'est dans la manière dont nous établissons une relation avec l'eau à l'échelle planétaire que notre rôle de pilotes et d'assistants navigants de la planète Terre sera mis à l'épreuve dans les années à venir. Si, comme nous le disent les scientifiques, cet humble fluide est à l'origine de tous les êtres vivants, alors nos destins sont à jamais liés à lui. Il nous faut donc prouver que nous avons conscience qu'il ne s'agit pas d'un luxe dont nous pouvons nous passer et que nous comprenons la responsabilité qui repose sur nos épaules en tant que communauté : mettre cette précieuse ressource à la disposition de tous et ne pas mettre en danger par notre avidité les écosystèmes qui, comme nous, en dépendent.

Lorsque les scientifiques présents sur la Terre ont enfin reçu les données envoyées par l'atterrisseur Philae, posé sur la comète 67P/Churyumov-Gerasimenko qui se déplaçait dans l'espace, ils ont été saisis d'une déception passagère : les échantillons recueillis et analysés par l'atterrisseur contenaient bien de l'eau, mais celle-ci ne pouvait pas être la source de l'eau que nous connaissons. En fait, ce qu'il avait trouvé était de l'eau, mais d'un type différent de celui que l'on trouve sur notre planète. La déception s'est vite transformée en étonnement, car peu de choses sont capables d'évoquer un tel sentiment d'émerveillement que l'idée d'une « autre eau ». Est-il possible que, dans un paysage lointain, à des années-lumière de nous, une pluie cosmique déverse un autre type d'eau dans une autre mer agitée ? Les conjectures sont trop fascinantes pour être imaginées.

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY

PROGETTO SAILING.
CON IL CNR

IL LAGO
D'ORTA

GENIUS
LOCI

100 fontane
Fantini
for Africa



UNA FABBRICA DEL
DESIGN ITALIANO
La nostra unicità

I NOSTRI VALORI FONDANTI

etica,
qualità,
design
rispetto per
le persone

LA NOSTRA
STORIA

Giovanni e Fino
Fantini
1946

SOSTENIBILITÀ

Salvaguardia
del territorio
e dell'ambiente

Lead free
acciaio
risparmio energetico

Lo sguardo
dei fotografi
Progetto
calendari

LA FABBRICA
SUL LAGO

La barca
per scoprire
il lago

HOTEL CASA
FANTINI
LAKE TIME

LA CASA
A EGRO
luogo di
memoria e
meditazione

Milano

showroom

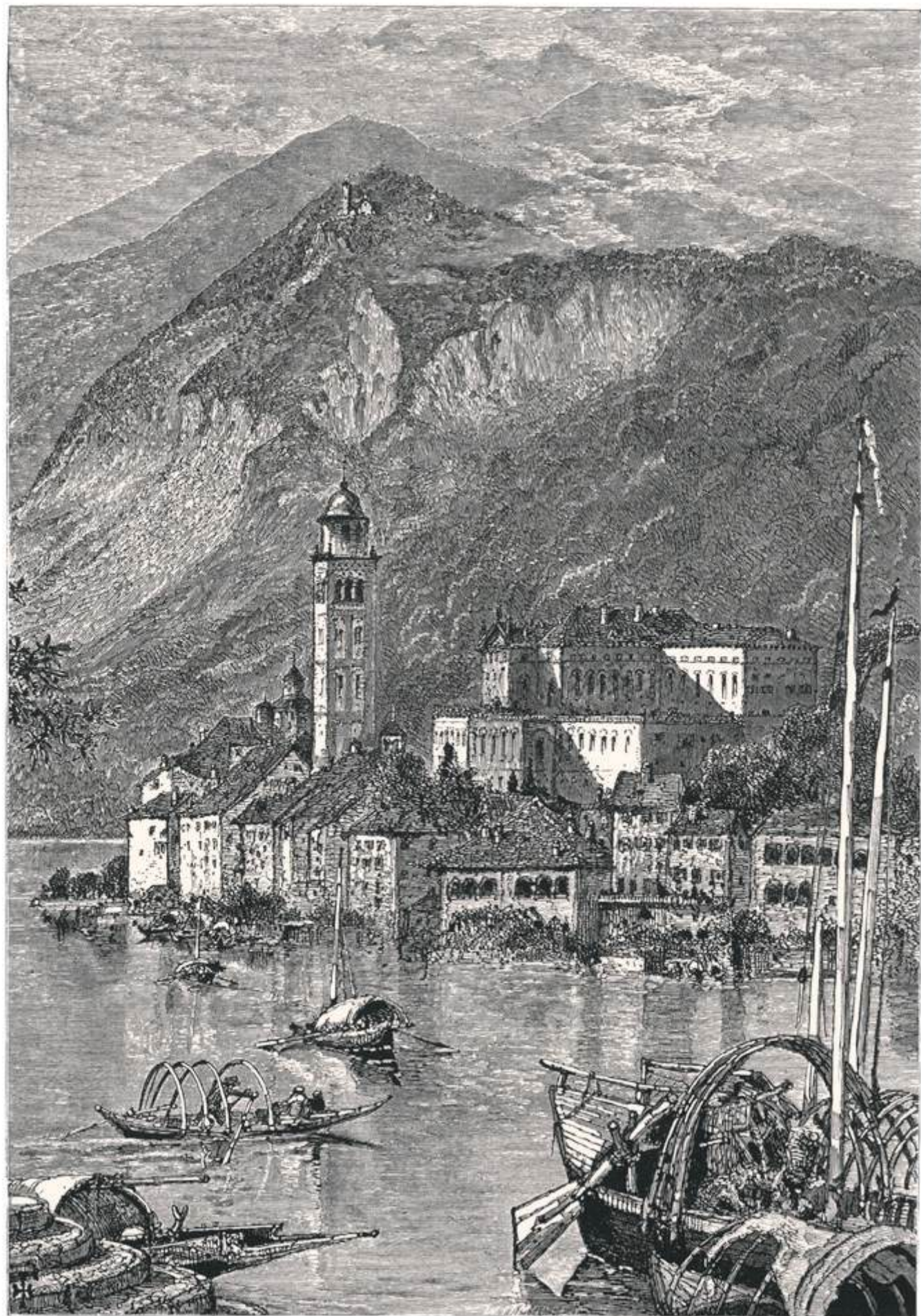
FANTINI
NEL MONDO

New York

I PRODOTTI
mix di linguaggi
espressivi

ALTAGAMMA

ABOUTWATER
partnership
Boffi / Fantini



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

01
AVEC
L'EAU
ET LE LAC



Antonio Calderara
(1903-1978), *La fenêtre
et le livre*, 1935, huile sur
toile, 185 × 123 cm. Avec
l'aimable autorisation de
la Fondation Antonio et
Carmela Calderara

« Notre histoire et notre quotidien sont faits avec l'eau et le lac : ma famille et notre entreprise ont toujours été étroitement liées à la vie du lac d'Orta. L'entreprise Fantini est ici, à Pella, sur les rives de ce petit lac romantique du nord de l'Italie niché entre les montagnes. Et l'eau est notre fil conducteur. Pour moi, c'est une présence visuelle constante et indispensable, qui influence nos pensées et nos projets. L'atmosphère calme et sereine de notre lac et l'aura mystique qui l'entoure, avec la présence discrète du monastère de religieuses cloîtrées sur l'île San Giulio, rendent ce lieu très spécial pour nous. »

C'est alors que ses habitants construisirent Orta, / riche en poissons, en fruits et en belles olives. / Cette vallée, qui en face, au milieu, lui correspond, / est Pella, / qui prend le miel de la ruche et les raisins doux de la vigne.

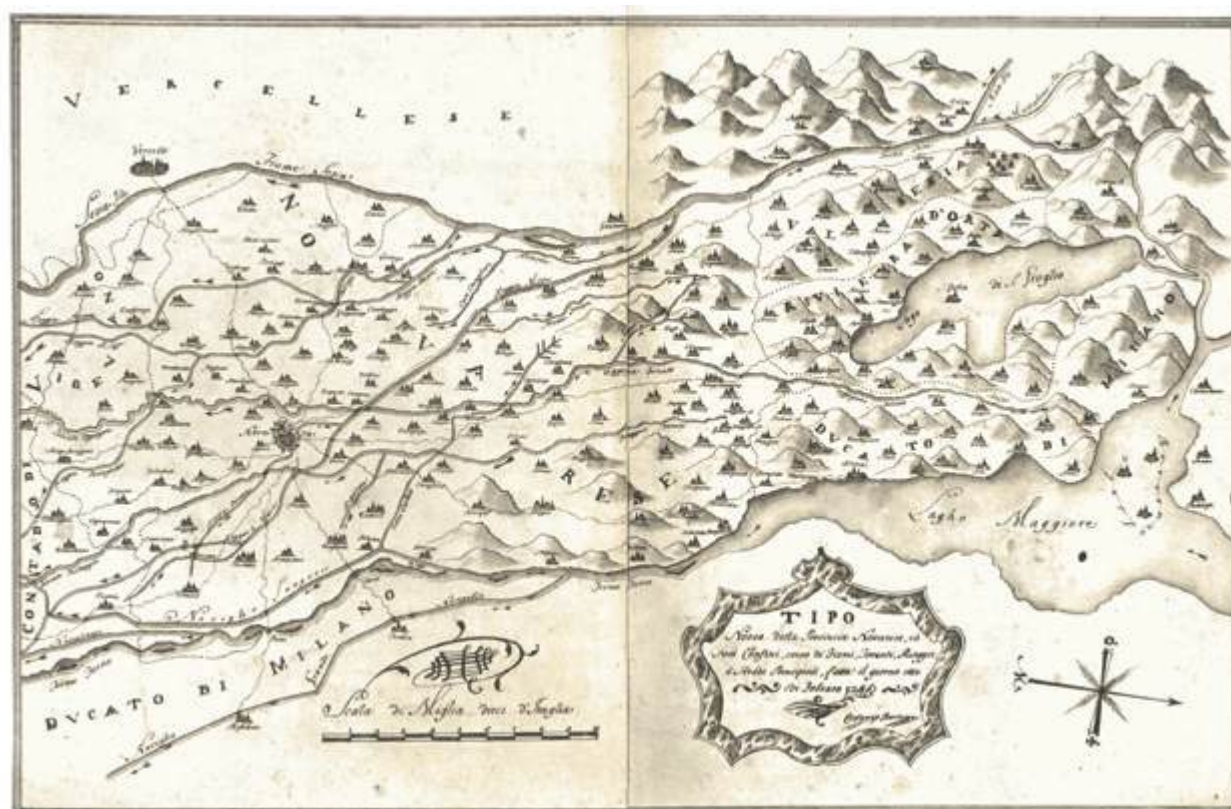
— Enea Silvio Piccolomini (pape Pie II), *Egloga*, 1434

La famille et l'entreprise Fantini sont depuis toujours profondément enracinées à Pella, sur les bords du lac. Dans ce petit bourg très particulier, l'eau est le protagoniste absolu, le sujet dominant de la tradition, de la sagesse populaire et de l'imagination. Les habitants du lac connaissent son pouvoir et ont l'habitude de la respecter sous toutes ses formes : l'eau du lac, du fleuve, de la pluie, des sources...

C'est ici, sur les rives du lac et aux alentours, que sont fabriqués des produits métalliques de tous les jours, comme les robinets, qui apportent l'eau dans nos maisons, renouvelant sans cesse une petite grande magie.

L'eau est le fil conducteur qui imprègne tout ce que fait l'entreprise, et le lac est une présence constante, si bien qu'il représente pour Fantini son véritable *genius loci*, la divinité tutélaire de référence.

p. 18
*Ile San Giulio, lac
d'Orta*, xylographie
du XIXe siècle
Signée par
Whymper, sur un
dessin de H. Fenn,
de la collection
Picturesque
Europe.



Costanzo Borrone,
Carte du lac d'Orta,
1746

Tous ceux qui vivent sur le lac d'Orta se sentent un peu spéciaux : habitués à un paysage d'une beauté cristallisée dans le temps, à un air raréfié qui le rend parfois presque irréel, comme une apparition illusoire susceptible de disparaître à tout moment, ils sont fortement conditionnés par la présence de l'eau.

Presque tous les habitants travaillent autour du thème de l'eau et du métal, qui ont toujours été étroitement et historiquement liés à la tradition de cette terre. En effet, le travail du métal est pratiqué depuis des temps immémoriaux sur les bords du lac d'Orta et dans les vallées voisines. On trouve des traces de l'activité d'étainiers, de rétameurs et de fondeurs dès la seconde moitié du XVe siècle, époque à laquelle se développe dans la région un artisanat diffus lié à la fonte et au travail du métal. Ces artisans itinérants émigraient vers la France, destination traditionnelle des étainiers valdôtains, et vers l'Espagne. Ils atteignirent même l'Allemagne, se livrant, semble-t-il, à une concurrence impitoyable avec les fabricants locaux. En particulier, la vallée du Strona, qui s'ouvre au nord-ouest d'Omegna, est le siège d'une ancienne tradition de travail du fer. L'utilisation de l'eau du torrent Strona comme source d'énergie était déjà importante à l'époque pour les ateliers qui s'installaient le long de la vallée pour la fusion et le travail du fer, et c'est là que se sont développées de grandes industries sidérurgiques, textiles et mécaniques dans la seconde moitié du XIXe siècle.

Le lac, rebelle et mystérieux.

Presque tous les habitants travaillent autour du thème de l'eau et du métal, qui ont toujours été étroitement et historiquement liés à la tradition de cette terre. En effet, le travail du métal est pratiqué depuis des temps immémoriaux sur les bords du lac d'Orta et dans les vallées voisines. On trouve des traces de l'activité d'étainiers, de rétameurs et de fondeurs dès la secon Le lac d'Orta, le plus occidental des lacs préalpins, est un petit



lac du nord de l'Italie, plein de mystères, ne serait-ce que par la complexité de l'histoire de ses nombreux noms : Cusio est traditionnellement considéré comme le nom latin ; de San Giulio, comme il était connu à l'époque lombarde ; d'Orta, comme il est appelé depuis la fin du XVe siècle, probablement en raison de l'importance politique, économique et démographique croissante du village d'Orta.

Il s'agit d'un lac très particulier si on le compare à tous les autres lacs italiens. D'où cette réputation de « lac rebelle », dont parle Gianni Rodari, le célèbre écrivain et poète, qui est né ici, à Omegna, en 1920, dans son livre *C'era due volte il Barone Lamberto* (1978) : « Le lac d'Orta, dans lequel se trouve l'île San Giulio et le baron Lamberto, est différent des autres lacs du Piémont et de la Lombardie. C'est un lac qui n'en fait qu'à sa tête. Un original qui, au lieu d'envoyer ses eaux vers le sud, comme le font en bon ordre le lac Majeur, le lac de Côme et le lac de Garde, les envoie vers le nord, comme s'il voulait les offrir au mont Rose plutôt qu'à la mer Adriatique. Lorsque l'on est à Omegna, sur la Piazza del Municipio, on voit un fleuve sortir du lac et se diriger tout droit vers les Alpes. Ce n'est certes pas un grand fleuve, mais pas non plus un petit ruisseau. Il s'appelle Nigoglia et veut l'article féminin : la Nigoglia. Les habitants d'Omegna sont très fiers de ce fleuve rebelle et lui ont dédié une devise qui dit en patois : « La Nigoja la va in su e la legg la fouma nu ». Ce qui signifie : « La Nigoglia coule à l'envers et la loi, c'est nous qui la faisons. »

Au centre du lac, l'île est dédiée à saint Jules, le saint originaire de l'île grecque d'Egine. Avec son frère Julien, Jules arriva sur les rives du lac Cusio à la fin du IVe siècle. Avec l'approbation de l'empereur Théodose Ier, les frères se sont consacrés à la démolition des lieux de culte païens et à la construction d'églises. La légende raconte que Jules aurait confié à son frère la tâche de construire la quatre-vingt-dix-neuvième église à Gozzano, lui-même s'adonnant à la recherche de l'endroit où s'élèverait la centième. Il trouva un site idéal sur la petite île, mais personne ne voulut le transporter d'Omegna

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,
l'île San Giulio,
1934, huile sur
toile, 70 × 60 cm.
Avec l'aimable
autorisation de la
Fondation Antonio
et Carmela
Calderara

jusqu'à l'île dont les roches étaient infestées de serpents. Partant de la côte de Pella, Jules aurait étendu sa cape sur les eaux, l'utilisant ainsi pour naviguer vers l'île. Aujourd'hui encore, à cause de ce refus d'aider saint Jules, les habitants d'Omegna ne sont pas autorisés à participer à la fête patronale du 31 janvier, mais ne peuvent célébrer le saint que les jours suivants. Sur l'île, Jules vainquit les dragons et les serpents qui peuplaient l'endroit, symbole évident de la superstition païenne, en posant les fondations de l'église où se trouve aujourd'hui l'abbaye qui porte son nom.

Le monastère bénédictin de l'île San Giulio, l'abbaye Mater Ecclesiae, un bâtiment imposant qui semble occuper toute l'île, est aujourd'hui habité par des religieuses bénédictines travailleuses et cloîtrées. Par leur présence discrète et silencieuse, elles inondent le lieu de spiritualité et accentuent l'atmosphère mystique, raréfiée et méditative dans laquelle baignent les gens et la vie autour du lac.

Pour ajouter une note de mystère au lac, il y a aussi le Sacro Monte d'Orta qui, en 2003, a été inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO avec les huit autres sacri monti des Alpes lombardes et piémontaises. Dédié à saint François d'Assise, le complexe comprend vingt-et-une chapelles, des structures architecturales de tailles et de styles différents, l'ancien hospice de saint François, un portail monumental et une fontaine. Il fut construit en trois phases. La première, qui débuta en 1590 à la demande de la communauté locale et se poursuivit jusqu'en 1630 environ, est caractérisée par un style maniériste. Dans la deuxième phase, qui dura jusqu'à la fin du XVII^e siècle, le style prédominant fut le baroque, qui évolua ensuite vers des formes éclectiques pendant la troisième période jusqu'à la fin du XVIII^e siècle. Ce sacro monte est le seul à n'avoir subi aucun changement dans sa disposition topologique après le XVI^e siècle. Le jardin offre une vue magnifique sur le lac d'Orta.



Invitation à la découverte des lieux du lac

Brèves indications pour inciter à trouver les lieux du lac d'Orta au cours d'une « chasse au trésor » permettant d'assouvir la soif de curiosité et de savoir de chacun. Ce n'est qu'ainsi que l'on peut saisir la magie de ces lieux.

LE VIEUX BOURG DES BATELIERS ET DES PECHERS. A Pella, les pages de l'histoire dissimulent des événements anciens : une soierie du XVIII^e siècle ferme ses portes à la suite du naufrage de deux navires chargés de vers à soie venus d'Orient, avant de renaître en tant qu'institution religieuse. La prestigieuse papeterie Sonzogno est démantelée en raison de décisions de ses propriétaires au début du XX^e siècle. Subdivisés et modifiés, les bâtiments ont changé le visage urbain du bourg.

LA SUGGESTION D'UN PARVIS. Le complexe millénaire de San Filiberto. Depuis le lac, l'escalier pavé du XVIII^e siècle invite à rejoindre le parvis. L'église, avec sa façade à pignons du XI^e siècle, est parmi les quatre plus anciennes des bords du lac. Austère et élancé, le clocher a été construit entre 1075 et 1110

Depuis le début du XIX^e siècle, les quatorze chapelles du chemin de croix couronnent le parvis de l'église.¹

L'ART DE LA PIERRE. Alzo : écoutez ... et vous entendrez encore dans l'air le son rythmé des ciseaux qui sculptent le granit des carrières, où des centaines de picasass façonnaient les pierres. Tout autour, les nombreux artefacts se révèlent au regard attentif : linteaux, balcons, colonnes de gracieuses arcades, bordures, chapiteaux ornementaux, tous en granit d'Alzo.

EN REMONTANT LE TEMPS. Un peu de silence pour méditer. Voici une rue pavée, des ruelles étroites entre les murs des anciennes maisons de pierre. Au bout, on voit apparaître le vieux « port » de l'Etat de la Riviera de San Giulio, une route de transit pour les artistes, les artisans et les ouvriers des chantiers navals allant vers l'île et le Sacro Monte di San Francesco. C'est Ronco, à trois kilomètres de Pella. Une promenade parmi les châtaigniers et les herbes sauvages.

A Ronco, un ancien chemin

muletier grimpe et, parfois, ses virages en épingle à cheveux laissent voir des vues panoramiques d'une rare beauté. Et voici l'Oratoire de San Giulio (1672) orné de précieuses fresques à l'intérieur.²

L'ARRIVEE DES SAINTS. L'île San Giulio : c'est l'appel d'une sirène qui ne saurait être décrit ; il faut le vivre comme une découverte intime et personnelle. Elle renferme une histoire millénaire qui fascine le visiteur, devenu pèlerin malgré lui dès qu'il pose le pied sur ce bout de terre. Vous y entendrez parler des serpents chassés par le religieux d'Egine, de la coupe dans laquelle



saint Jules a bu, de la vertèbre de dragon conservée dans la sacristie, des objets romains, du diplôme impérial de 962 d'Otton I^{er}, de la naissance de Guglielmo da Volpiano, de la tradition du dragon de fer porté en procession, des fresques de la basilique marquées par les inscriptions des voyageurs des siècles passés et d'autres histoires fascinantes, vraies ou moins vraies, et tout cela vous captivera.

ORTA « AQUARELLE DE DIEU ». Vous atteindrez Orta San Giulio, la « capitale » de la Riviera ! Les Anglais la découvrirent au XIX^e siècle et ils ne manquèrent pas de la reproduire sur des tableaux

et des aquarelles, de la raconter et de la rendre romantique. L'itinéraire littéraire qui serpente autour du lac est un voyage à travers les auteurs et les extraits de leurs œuvres, gravés sur des plaques³, comme la citation de Balzac « ...un délicieux petit lac délicieux comme est le lac d'Orta au pied du Mont Rose... »⁴ et la voyageuse Eliza Robinson Cole qui, lors de son voyage de 1859, décrivit la curieuse pratique consistant à transférer des mules ou des ânes sur des bateaux de la rive d'Orta à celle de Pella.

PELERIN QUI PASSE... Les austères palais des familles nobles bordent la montée grimpant vers

le Mont, lieu sacré par excellence. Il fut construit à partir de 1592 sur un projet de l'ingénieur père Cleto da Castelletto, qui suivit un parcours de dévotion excluant la distraction exercée par la beauté du lac et de ses environs.

EMANUELA VALERI
(Texte tiré de *Lake Time*,
Interlinea, Novare 2019)
Emanuela Valeri est une historienne
et chercheuse digne d'autorité,
spécialiste des traditions du lac.

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

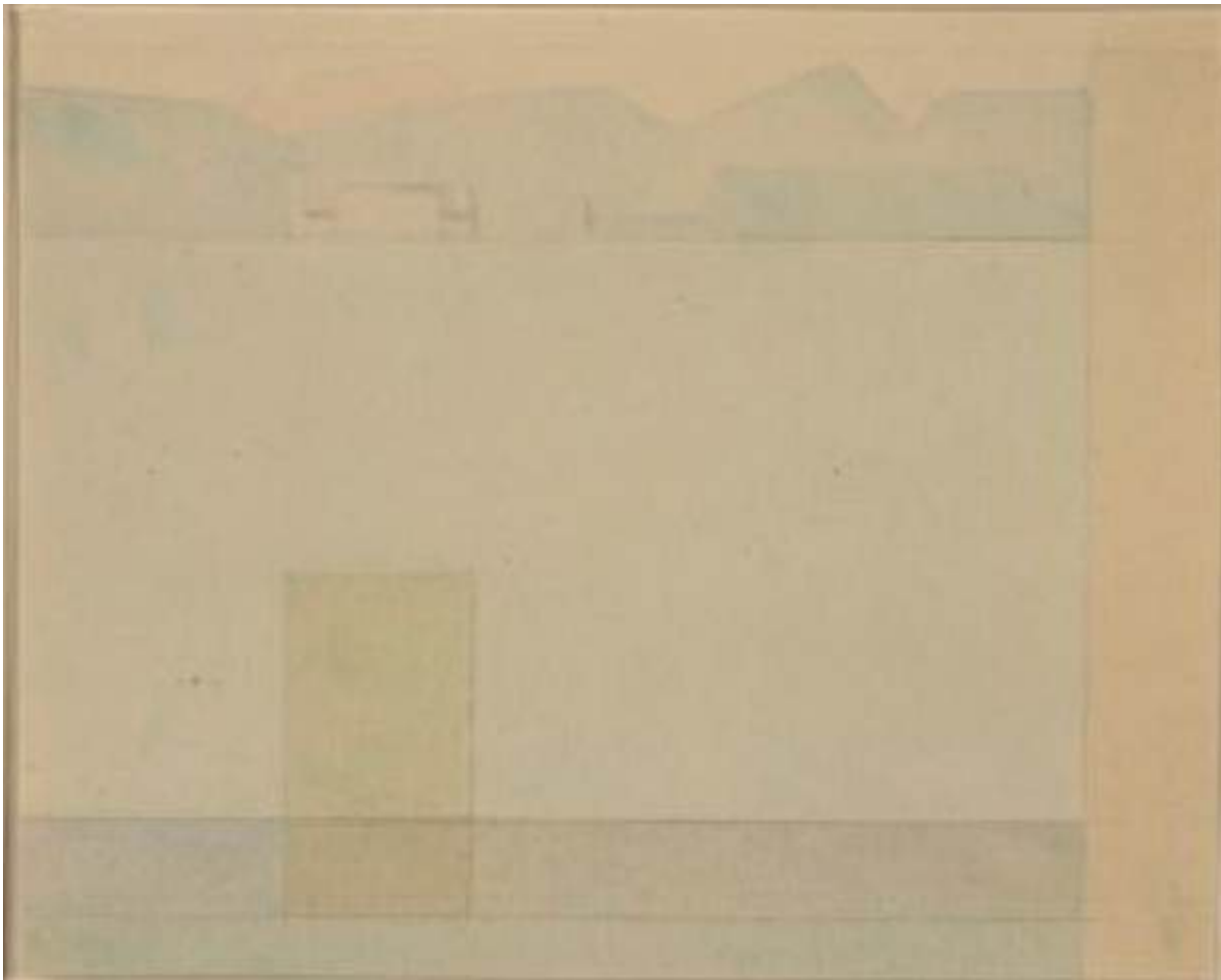
2 Fiorella Mattioli Carcano, *Il Sacro: segni, istituzioni religiose e*

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

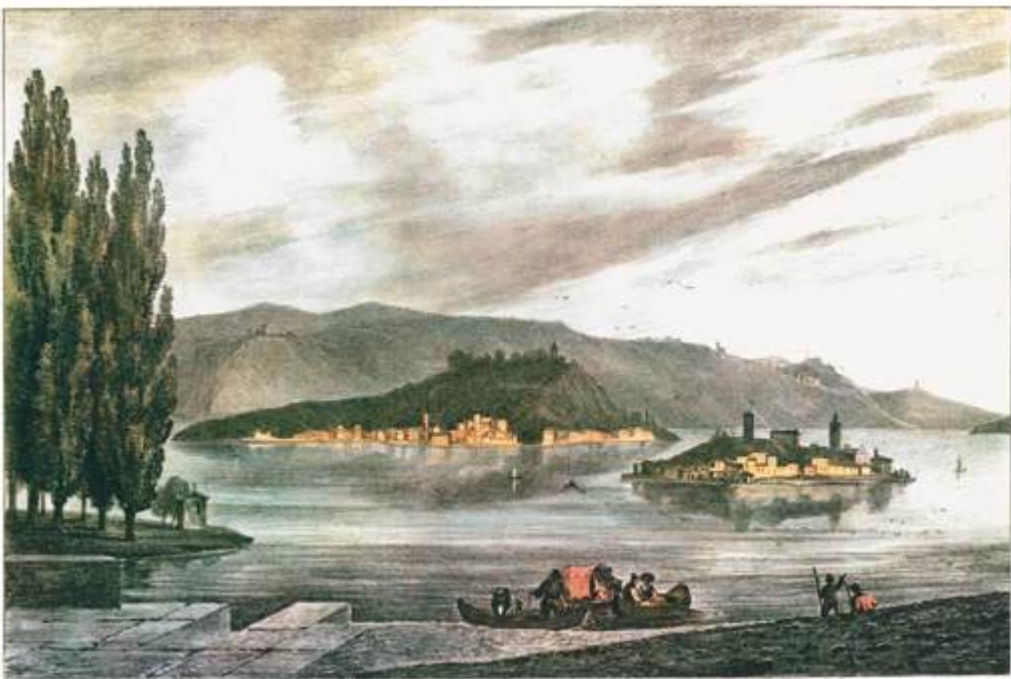
3 Ecomuseo del Lago d'Orta e Mottarone, Pettenasco.

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), *Lac
d'Orta*, 1956,
aquarelle sur papier,
11 × 13,5 cm. Avec
l'aimable autorisation
de la Fondation
Antonio et Carmela
Calderara.



Mots du lac

Ce lac, qui ne ressemble à aucun autre et que l'on découvre presque avec surprise, niché et protégé entre des montagnes boisées et des moraines abandonnées là par les grands glaciers alpins, avec son île si parfaite qu'à certaines heures du jour et de la nuit elle ressemble presque à un hologramme, une idée platonicienne de l'île, a naturellement inspiré les mots d'innombrables poètes et écrivains du monde entier, d'Honoré de Balzac à Mario Soldati, de Robert Browning à Sebastiano Vassalli. Parmi eux, Eugenio Montale dédia un poème au lac. Il fut publié pour la première fois dans le *Corriere della Sera* du 26 octobre 1975, le lendemain de l'attribution du prix Nobel de littérature au poète.

F. Gonino
(attribué à), *Vue
du lac*, gravure
d'après un
dessin de Marco
Nicolosino
(1787- 1856)

(*) Pour appréhender une bibliographie du lac d'Orta, il peut être utile tout d'abord de consulter quelques essais anthologiques sur le sujet. Parmi ceux-ci, citons *Il Cusio degli scrittori* de Carlo Carena, dans *Immagini del lago d'Orta nella pittura dal Quattrocento ad oggi* de Luigi Alberti, publié par Lo Strona avec la Fondation Arch. Enrico Monti. Sur le même sujet, *Il lago d'Orta nella letteratura*, actes du cours de perfectionnement pour enseignants, Edizioni Comunità Montana Cusio Mottarone, s.l. 1986. Une des premières anthologies fut celle de Renato Verdina, *Il lago d'Orta nella poesia e nell'arte*, L. Vercelli, Omegna 1936. Puis, respectivement en 1996 e en 1998, Aa.Vv., *Il lago d'Orta. Arte e Storia. Ambiente. Letteratura. Tradizioni* de l'Istituto Geografico De Agostini, et Aa.Vv., *Riflessi poetici sui laghi d'Orta e Maggiore*, édité par la Région Piémont-Centre d'Etudes Piémontaises. De nombreuses pages de *Letteratura, Viaggi e Ricordi* ont été publiées dans la revue Lo Strona, qui parut de 1976 à 1982 ; en 2008, une sélection et un beau recueil ont été publiés dans un volume édité par la Fondation Enrico Monti. Une lecture agréable, *Il lago d'Orta, in versi e in prosa*, de Giulio Bedoni, pour Alberti Librai Editore, Verbania 2002. Un ouvrage qui a donné naissance aux Itinerari letterari, une initiative de l'Ecomuseo del Lago d'Orta e Mottarone et de la section de Novare d'Italia Nostra, consistant à placer dans différents sites des plaques métalliques reportant des citations de poètes et d'écrivains qui écrivirent sur ces lieux ou dont ils se sont inspirés pour leurs œuvres. Enfin, un ouvrage récent, *Il lago dove nacque Zarathustra, Guida letteraria di Orta*, de Nicola Fantini et Laura Pariani, pour Interlinea, Novare 2018.

Antonio Calderara (1903-1978), *Sans titre*, 1934-1935, huile sur toile, 60 × 50 cm.
 (Le tableau peut être daté d'avant 1936 car le clocher de l'église de Pella, qui se trouve sur le tableau, a été démoli cette année-là et remplacé par un nouveau clocher sur le côté gauche de la façade).
 Avec l'aimable autorisation de la Fondation Antonio et Carmela Calderara.

« L'eau est le lien avec notre production. L'eau que l'on doit fournir idéalement, symboliquement aux foyers à travers des objets respectueux de l'environnement et pouvant la transporter le plus proprement possible. Les formes de nos produits sont des formes d'eau, rappelant cet élément propre, fluide, précieux, utile, sain et essentiel à la vie. Donner à l'eau sa meilleure forme. Telle est notre mission. »



La mystique du lac

Une petite île dans un lac aux couleurs changeantes sous les jeux de la lumière et l'automne qui enflamme les feuilles des arbres dans un hymne passionné à la vie. Il y a quarante-cinq ans que je contemple les levers et les couchers de soleil depuis ces rives paisibles. La beauté qui m'avait fasciné aux jours lointains de notre arrivée sur ce rocher fait de plus en plus partie de moi, de nous, de notre vie même qui, par bonheur, s'est révélée extraordinairement féconde. C'est sur cette île, alors sauvage et inexplorée, que le prêtre Jules débarqua au IV^e siècle pour y professer la Parole de vie : l'Evangile.

Cet âpre rocher nous a accueillis en octobre 1973, pour que nous puissions continuer à chercher et à célébrer Jésus, le Bon Pasteur, le seul qui sache parler au cœur de chaque homme et le remplir de vie, de vérité et d'amour. Et c'est ainsi que la petite maison que nous occupions à l'époque, en quête de silence et de solitude, s'est mystérieusement agrandie pour accueillir tant de sœurs et de frères fascinés par la grâce de ce lieu où, depuis des millénaires, sont célébrés les mystères de la foi, une source où l'on puise une paix qui ne déçoit pas.

Quiconque débarque sur l'île sent qu'il y règne quelque chose de spécial : un silence qui est prière, une immobilité qui pénètre l'âme. Les pierres grises du clocher incitent à lever les yeux vers le Ciel, à faire une halte et à laisser une petite place au besoin de rompre le rythme frénétique d'une communication assourdissante pour redécouvrir les mots qui jaillissent du cœur et que nous ne savons presque plus entendre. Le témoignage de la vie communautaire, rythmée selon l'expérience millénaire de saint Benoît dans *Ora et labora*, est lui aussi rassurant. Il est encore possible aujourd'hui de vivre selon une dimension donnant de la place à l'être humain et à ses besoins les plus authentiques, alliant solitude et communion, silence et dialogue, écoute de la Parole de Dieu et prière. Nombreux sont ceux qui viennent sur l'île et la quittent en portant dans leur cœur la joie d'avoir trouvé une perle précieuse, l'espoir certain d'une vie sereine où l'homme est - selon les paroles prophétiques du bienheureux Paul VI - « rendu à lui-même ». Notre tâche est donc de veiller en priant, en méditant et en scrutant dans la nuit, comme pour hâter la venue du matin et accueillir

la manifestation de l'amour de Dieu dans le Christ, venu nous faire connaître le Père et nous rendre ses enfants participant à la vie divine. Lorsque, avant l'aube, nous nous réunissons en chœur, nous pensons que, spirituellement, nous rassemblons tous les peuples en présence du Seigneur, à l'écoute de la Parole qui sauve, et nous savons que, si nous vivons cette Parole, ils seront capables de marcher sur le chemin de la vérité et de la paix. Il nous est demandé de porter dans nos cœurs les angoisses, les

souffrances de toute l'humanité afin qu'elle puisse naître à la vie qui ne meurt pas. Il nous est demandé d'être attentives au monde avec la sollicitude de la Vierge Marie, de notre Sainte Mère l'Eglise, en vivant ce mystère de maternité qui prend en charge toutes les difficultés du corps ecclésial et l'inonde de la présence pacificatrice de Dieu.

MERE ANNA MARIA CANOPI,
ABBAYE MATER ECCLESIAE,
ILE SAN GIULIO.

Anna Maria Cànopi fut fondatrice et abbesse de l'abbaye bénédictine Mater Ecclesiae sur l'île de San Giulio. Autrice de nombreux ouvrages sur la spiritualité monastique et chrétienne, elle a collaboré à l'édition de la Bible de la Conférence épiscopale italienne, au Catéchisme de l'Eglise catholique et aux éditions des nouveaux missels et des lectionnaires. Elle a préparé le texte du Chemin de croix du pape Jean-Paul II au Colisée en 1993. Elle est décédée sur l'île San Giulio à l'âge de quatre-vingt-sept ans, le jour de la Saint-Benoît.

Saint Jules, fresque de la basilique de l'île San Giulio.







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

02

INDUSTRIE
ET
PAYSAGE
NATUREL

LES PROJETS DE LA FABRIQUE SUR LE LAC
ET DE LA CASA FANTINI LAKE TIME



« Avec ce projet, nous avons réalisé un rêve : intégrer la présence de l'industrie en harmonie et en parfait équilibre avec l'environnement. En effet, aujourd'hui, notre siège au bord du lac est reconnu comme un excellent exemple, très innovant, d'intégration heureuse d'une industrie dans le paysage naturel. »

Ces dernières années, la question de l'intégration de l'architecture dans l'environnement a été de plus en plus présente dans le débat culturel entre architectes, urbanistes et paysagistes, et elle a conduit à une nouvelle pensée bien établie aujourd'hui.

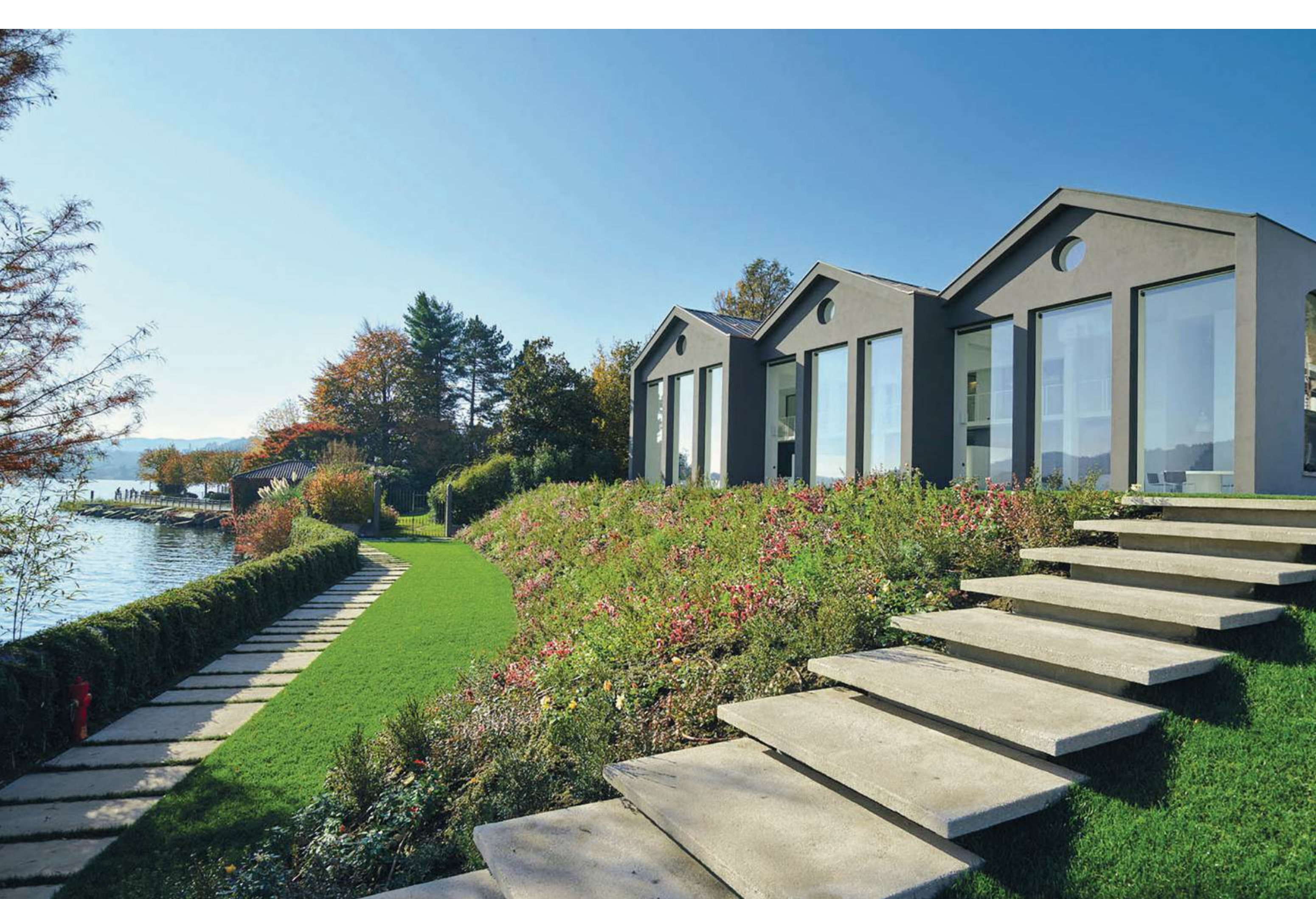
L'approche conceptuelle contemporaine la plus avancée se base sur l'action médiatrice de l'architecture en tant qu'interface entre l'environnement naturel et artificiel. Le point de départ de la conception est une vision de l'architecture vue comme une structure durablement intégrée dans un écosystème, dans lequel chaque transformation relève d'un processus basé sur des objectifs de durabilité environnementale.

Telles sont les prémisses de base des deux projets architecturaux réalisés par Fantini dans le contexte environnemental du lac d'Orta, dans un cadre d'une beauté et d'une valeur paysagère rares, et à l'équilibre écologique délicat.

La fabrique sur le lac et l'hôtel Casa Fantini Lake Time sont situés dans le bourg de Pella, sur les rives du lac. Les projets représentent deux maillons liés et complémentaires de la même vision stratégique et entrepreneuriale de la société et de son engagement pour la valorisation du territoire. L'auteur, l'architecte Piero Lissoni, a su interpréter brillamment les intentions de l'entreprise. Les deux interventions ont le même langage expressif et les mêmes caractéristiques morphologiques, qui leur permettent de s'intégrer naturellement et presque à voix basse dans l'environnement. Chaque choix de conception - des matériaux, des couleurs et des détails de construction - se base sur le respect du territoire dans le but d'obtenir une harmonie visuelle globale. Le résultat permet aujourd'hui aux projets du siège Fantini et de l'hôtel Casa Fantini de compter au nombre des exemples internationaux les plus réussis en matière d'intégration de l'architecture dans le paysage naturel, une véritable *best practice* innovante à suivre comme modèle.

PAGES
PRÉCÉDENTES :
L'architecture du
siège social de
Fantini, projet
de l'architecte
Piero Lissoni, vu
du lac, camouflé
dans la verdure
et intégré dans
l'environnement.

CI-CONTRE :
Bourg de Pella,
où se trouvent
le siège social
et l'hôtel Casa
Fantini Lake
Time, tous deux
conçus par
l'architecte Piero
Lissoni.





La fabrique sur le lac.

42

Comme une longue-vue se rapprochant du lac, la pergola mène aux bureaux et à la salle d'exposition au bord du lac, en suivant un parcours verdoyant et le clapotis du ruisseau qui coule le long de l'entrée de l'entreprise.

La mise en valeur de la vue sur le lac, qui jusqu'alors n'était pas visible depuis les bâtiments de la fabrique et le siège des bureaux préexistants, était la base du concept architectural du projet d'extension du siège de Fantini par l'architecte Piero Lissoni.

La transformation de l'entreprise et le lancement du projet ont coïncidé avec le début d'une série de partenariats externes, décisifs pour la nouvelle organisation du processus de production et de la gestion de l'entreprise, en entamant ainsi un parcours qui pourrait conduire à un modèle de petite entreprise diffuse.

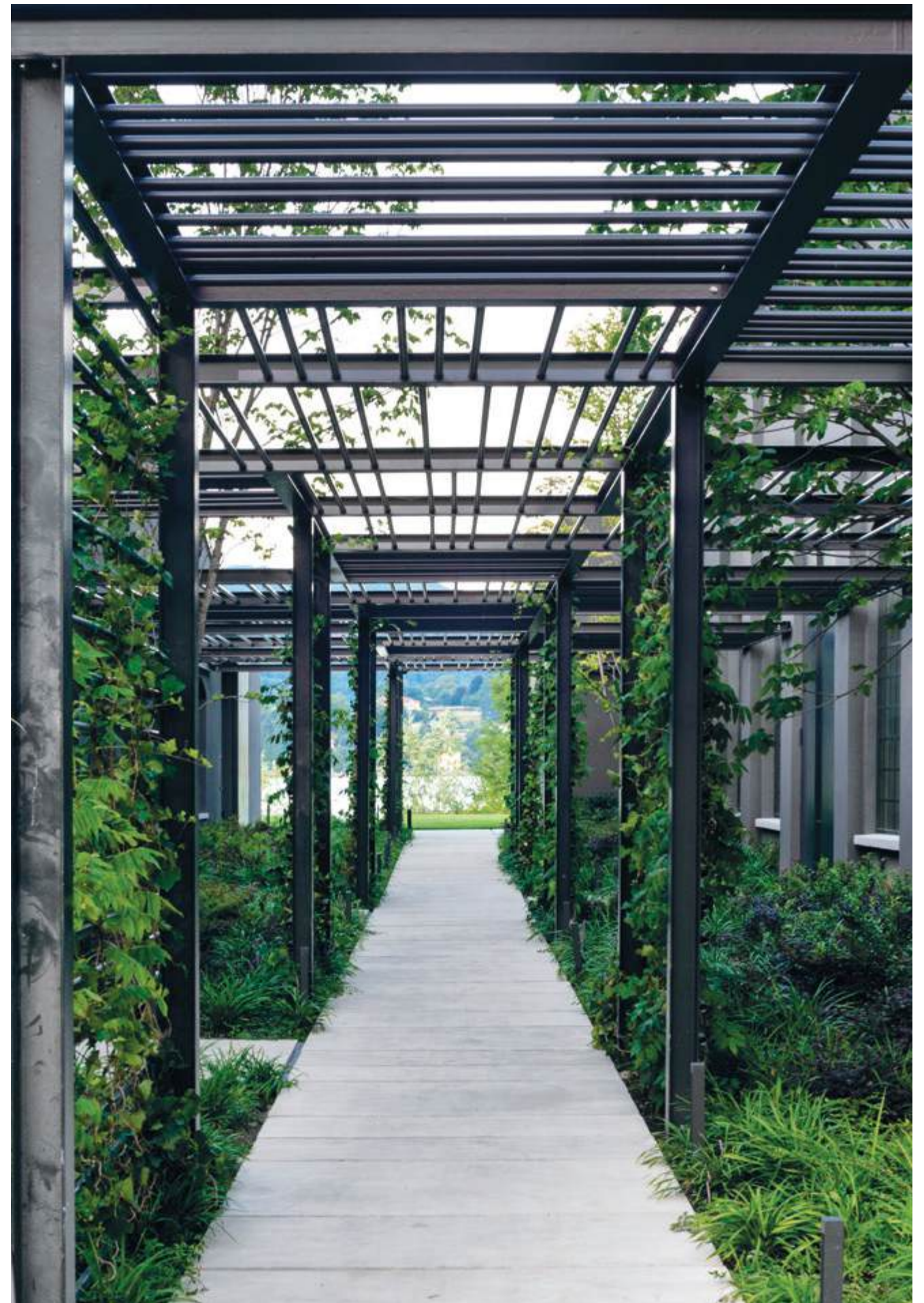
Certaines fonctions stratégiques - les bureaux et le showroom - ont été implantées au bord du lac et dialoguent en synergie avec le paysage grâce à de grandes surfaces vitrées, à travers lesquelles extérieur et intérieur sont en continuité visuelle et physique.

L'un des principaux objectifs consistait à harmoniser au niveau de l'architecture les bâtiments préexistants de l'entreprise, construits à des époques successives : le revêtement choisi pour couvrir toutes les surfaces murales, en verre U de couleur gris foncé, est comme une « peau » qui donne au complexe et aux deux blocs principaux de l'usine une continuité et une propreté visuelles, et s'intègre naturellement dans l'environnement naturel.

Le caractère industriel de l'architecture s'affirme à l'extérieur par le choix des matériaux, le béton armé, très brut, et les dalles de béton pour le long chemin piétonnier couvert, qui mène de l'entrée de l'entreprise à la réception et qui dialogue avec l'eau, en flanquant le fleuve et en l'accompagnant vers le lac, où se trouve un débarcadère pour le bateau réservé aux invités et aux clients, qui relie l'entreprise à l'hôtel Casa Fantini.

La pergola verdoyante couvre le chemin qui sépare les deux corps de l'usine et a pour fonction d'intégrer les éléments naturels dans la conception de l'architecture industrielle.

43





Du sol au plafond, de grandes verrières mettent tous les espaces du siège en relation avec le lac, véritable protagoniste du projet.

PAGE CI-CONTRE : Les couleurs sombres caractérisent les espaces communs du showroom, en s'intégrant au blanc qui domine l'espace architectural.



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 produits, 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.

Au rez-de-chaussée, les bureaux en open space donnant sur le lac.

PAGE CI-CONTRE :
Aires de travail et de réunions dans la zone du showroom.



L'architecte
Piero Lissoni,
concepteur du
projet du siège
social avec Daniela
Fantini.

PAGE CI-CONTRE :
L'escalier menant
au premier étage
des bureaux.

Piero Lissoni, les projets de Casa Fantini et du siège

Piero Lissoni, l'un des architectes et designers italiens les plus connus au niveau international, collabore avec Fantini depuis la fin des années 1990. Concepteur des projets des showrooms Fantini de Milan et de New York, des stands de salons et, avec GraphX, de toute l'image et de la communication graphique, il a signé les deux projets architecturaux de l'hôtel Casa Fantini Lake Time (2017) et du siège social de l'entreprise (2018), tous deux situés dans le bourg de Pella, sur les bords du lac d'Orta.

A propos du projet de l'hôtel Casa Fantini Lake Time, Lissoni a déclaré : « Quand j'ai commencé à faire le projet Casa Fantini Lake Time, je me suis dit que je ne voulais pas faire un hôtel, mais une maison. Et ce n'était pas un hôtel classique parce qu'il comptait un certain nombre de chambres qui pourraient être celles d'une maison. Et il ne devait pas présenter le rythme d'un hôtel parce qu'il a un salon et une cuisine comme n'importe quelle maison. En réalité, tout est conçu pour préserver cette sorte

de double vie entre la maison, le jardin et l'eau. Et puis il y a un lien entre un élément nouveau, complètement construit, et sa présence au milieu d'une série de bâtiments historiques et en relation avec ce qui se passe devant lui : une sorte d'effet miroir. Il y a une île très forte, San Giulio, avec ses édifices datant du XVII^e siècle et, de l'autre côté, une autre sorte d'île, qui est en fait une péninsule, avec une histoire différente, des bâtiments très récents et des maisons anciennes, de vieux jardins, de vieux arbres...

Les pièces de la Casa Fantini sont douces, claires et bien aérées, des espaces où il est agréable de faire une pause, d'écouter de la musique, de lire, de bavarder, de méditer, de se perdre dans la vue magnifique. Tout est soigneusement et discrètement agencé. Tout est intégré. Pour transmettre une atmosphère de tranquillité sereine. On doit s'y sentir « chez soi ».

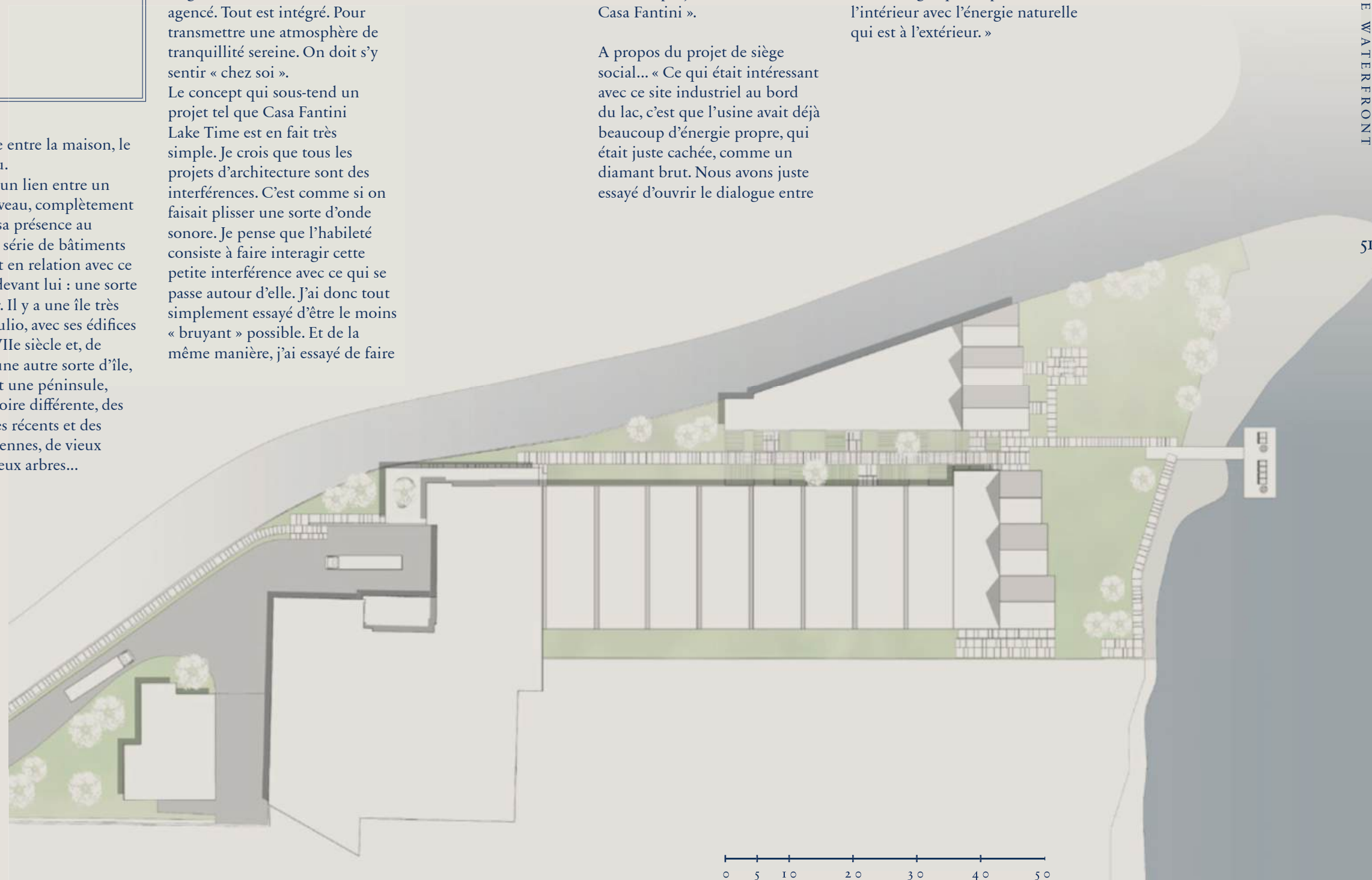
Le concept qui sous-tend un projet tel que Casa Fantini Lake Time est en fait très simple. Je crois que tous les projets d'architecture sont des interférences. C'est comme si on faisait plisser une sorte d'onde sonore. Je pense que l'habileté consiste à faire interagir cette petite interférence avec ce qui se passe autour d'elle. J'ai donc tout simplement essayé d'être le moins « bruyant » possible. Et de la même manière, j'ai essayé de faire

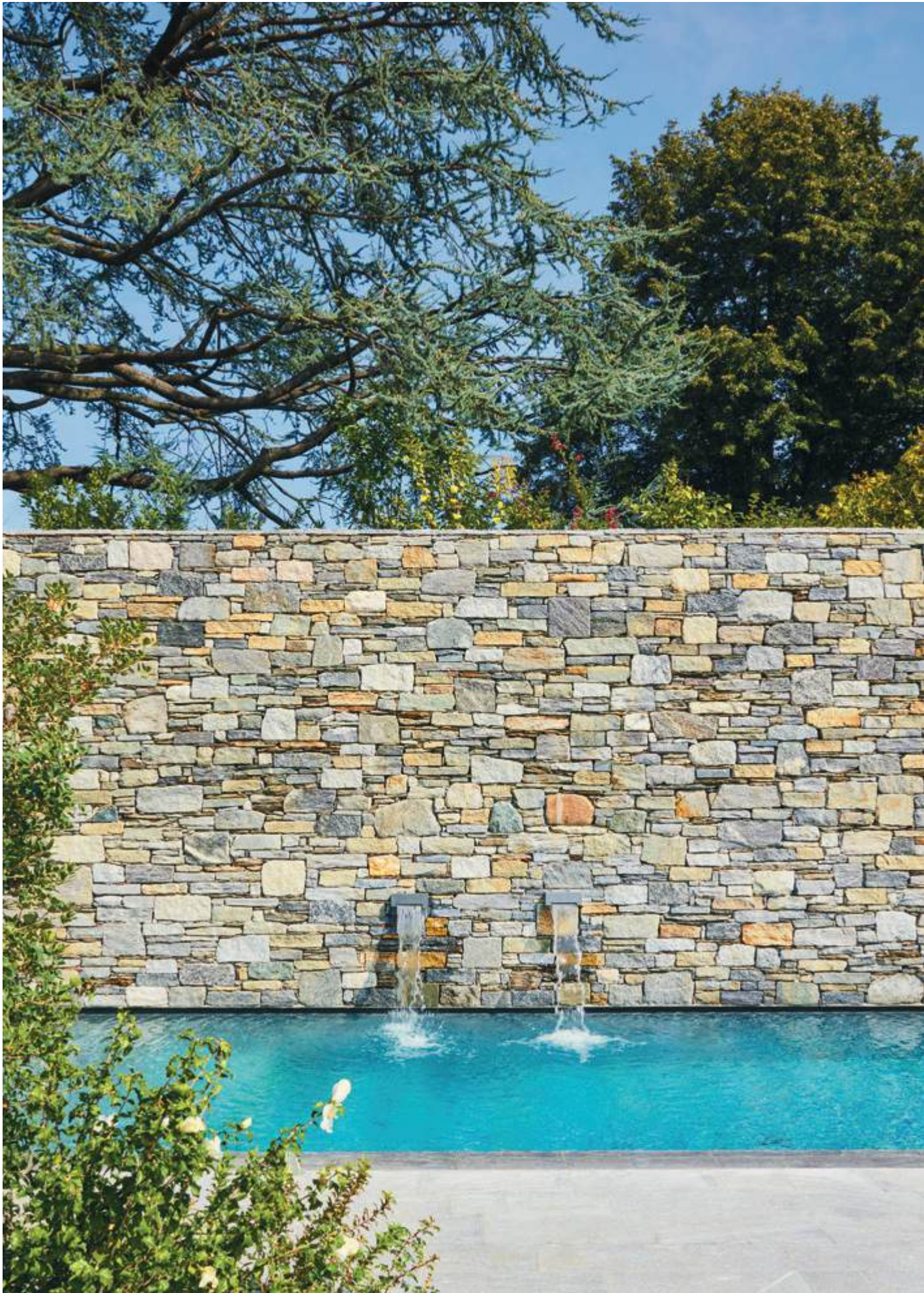
dialoguer le bâtiment de la vieille villa donnant sur la place avec la nouvelle structure, en essayant de la connecter et en même temps de la rendre homogène avec le nouveau bâtiment que j'ai construit autour. Voilà l'histoire. Tel est le projet architectural de Casa Fantini ».

A propos du projet de siège social... « Ce qui était intéressant avec ce site industriel au bord du lac, c'est que l'usine avait déjà beaucoup d'énergie propre, qui était juste cachée, comme un diamant brut. Nous avons juste essayé d'ouvrir le dialogue entre

ce qui se passe à l'extérieur et ce qui se passe à l'intérieur. Je crois que les espaces de travail ont toujours besoin d'une grande dignité et d'une certaine joie, et c'est ce que nous avons essayé de faire ici, en combinant cette énergie qui est produite à l'intérieur avec l'énergie naturelle qui est à l'extérieur. »

Le plan du siège social de Fantini sur le bord du lac.





La lenteur à la Casa Fantini

L'idée de construire un petit hôtel donnant sur le lac d'Orta, en face de l'île San Giulio est de Daniela Fantini. Cet hôtel représente un élément de sa stratégie entrepreneuriale particulière visant à valoriser le territoire, là où sa famille et l'entreprise puisent leurs racines.

Le lien profond et l'amour pour le lac ont été déterminants dans son choix stratégique, soutenu dans le temps, de ne pas envisager de délocaliser l'entreprise à l'intérieur des terres, mais, au contraire, de construire autour de cette « fabrique de design italien » sur le lac un vaste projet de réaménagement et de promotion qui répercuterait ses effets positifs non seulement sur le bourg de Pella, où il n'y avait pas de structures d'accueil, mais sur toute la Riviera du lac d'Orta.

Les discussions sur les prérequis théoriques du projet d'accueil promu par l'entreprise et sur les effets qu'il aurait sur l'entreprise elle-même et sur le territoire ont été intenses et elles ont impliqué une fine équipe multidisciplinaire d'experts sous la direction de Massimo Ianni, spécialiste international du secteur de l'hôtellerie de haut niveau.

Certains points clés et certaines lignes directrices fondamentales sont apparus comme étant des apports décisifs pour le développement du projet architectural confié à l'architecte Piero Lissoni.

Aujourd'hui, le design et l'architecture contemporaine sont un outil puissant pour générer et développer de nouveaux flux touristiques vers les villes et les lieux privilégiés, en attirant un type de tourisme international sophistiqué et de haut niveau culturel, fuyant les voyages standardisés et bruyants, à la recherche de qualité, de spécificités cachées et d'expériences émotionnelles dans des lieux particuliers.

L'architecture des lieux d'accueil va dans cette direction essentielle, à la fois conceptuelle, esthétique et formelle, vers des choix de matériaux écologiques et durables, en portant une attention sophistiquée aux détails qui déterminent la qualité des lieux et des objets et offrant des expériences uniques et personnalisées avec une simplicité apparente, où rien n'est laissé au hasard, mais où tout est contrôlé et étudié.

La pierre et l'eau sont les éléments naturels de l'hôtel Casa Fantini Lake Time, conçu par l'architecte Piero Lissoni, un lieu où le temps s'écoule lentement.



Le bois est le maître mot de l'architecture de l'hôtel Casa Fantini Lake Time, dont toutes les chambres donnent sur l'île San Giulio.

« Le projet Casa Fantini Lake Time s'inscrit en toute cohérence dans la vision de l'entreprise, qui est une 'fabrique' de design typiquement italienne et tournée vers l'international. Il est porteur des mêmes valeurs : l'innovation, la recherche de la qualité et de la beauté durables dans le temps, le respect de la sauvegarde du territoire. »

La lenteur est le véritable « luxe » d'aujourd'hui, la dimension idéale pour régénérer le corps et l'esprit, favorisée par un environnement où règne l'harmonie pour retrouver son équilibre.

L'exclusivité des expériences, le fait de consacrer du temps à soi-même, l'attention et le soin sont les éléments clé sur lesquels se fondent les contenus du « luxe simple », qui déterminent la qualité des lieux et des objets liés à l'accueil.

C'est ainsi qu'est née l'idée de fonder le projet hôtelier sur le concept du « Lake Time », une expression inventée par les Américains pour désigner des vacances, un séjour et, par extension, un mode de vie « au rythme du lac ».

Les atmosphères de silence, de paix et de tranquillité, la vue de paysages particuliers, enchanteurs et protégés, loin du chaos, la présence d'une eau cristalline sont autant d'éléments qui représentent l'antithèse du tourisme de masse, dispersif et bruyant.

Le lac a un rythme lent, une aura mystique qui découle également de la présence discrète, silencieuse mais tangible des religieuses cloîtrées sur l'île San Giulio.

Il y règne un silence magique et le temps semble parfois s'être arrêté. Un lieu où, ne serait-ce que le temps d'un week-end, ce n'est pas l'horloge qui marque l'heure, mais le rythme intérieur de chacun des hôtes.

Telles sont les réflexions qui sont à l'origine du projet.

Le nom, véritable ligne directrice du projet architectural, est né : Casa Fantini Lake Time. Casa Fantini, parce que les hôtes doivent se sentir chez eux, dans un environnement où se mêlent de manière exceptionnelle beauté naturelle, design et architecture. Et puis Lake Time, pour préciser son caractère.

Piero Lissoni, qui suit l'image de Fantini depuis des années, a su interpréter parfaitement les idées de base, dans la définition des matériaux, la composition des espaces, les atmosphères intérieures et les détails de construction.

L'hôtel se compose de deux corps adjacents situés au bord du lac : un bâtiment existant et un autre nouvellement construit donnant sur le jardin, reliés par le projet de Lissoni.

Le résultat est un exemple réussi de l'harmonie que l'ancien et le moderne peuvent atteindre quand chaque partie conserve sa propre identité et son langage expressif et morphologique, et lorsque les matériaux locaux - pierre et bois - servent de lien entre le passé et le présent.





58

Le jardin et la piscine de Casa Fantini Lake Time font face au lac.

Dans les chambres, le verre bleu reflète la vue magique de l'île San Giulio.



59

Le bois et la pierre se marient harmonieusement avec le paysage et l'esprit du lieu. La lumière est douce et chaude pour dialoguer avec la lumière naturelle et les reflets toujours changeants de l'eau du lac. Sobriété, élégance, confort sont déclinés dans toutes les pièces pour que chacun se sente bien, détendu et à l'aise, pour vivre une expérience émotionnelle dans l'esprit Lake Time, pour se ressourcer et retrouver son équilibre dans un lieu où s'harmonisent à merveille la beauté de la nature, le design et l'architecture.

L'eau est le fil conducteur qui relie Casa Fantini à l'histoire, à la nature du lieu, aux éléments Lake Time : l'eau paisible du lac, toujours présente et visible depuis toutes les chambres, et l'eau de la piscine, dans la paix du jardin. Un espace qui a les caractéristiques d'un lounge reliant intérieur et extérieur, sans discontinuité, où le temps s'écoule lentement, presque en suspension.

Le lounge intérieur est un espace accueillant qui a la même atmosphère que chez soi. C'est un espace flexible qui peut être transformé en une salle de réunion équipée ou en une cuisine ouverte. Dans la maison ancienne, le *Blu Lago Café* est un espace de liaison, ouvert à la communauté de Pella et immergé dans la réalité locale. Un lieu où le passé et le design font partie de la même histoire.

L'essentialité, marque stylistique de l'architecte Piero Lissoni, et la rigueur avec laquelle sont utilisés les matériaux et la rigueur avec laquelle sont utilisés les matériaux et les couleurs caractérisent le projet architectural de Casa Fantini Lake Time, un lieu qui, comme son nom l'indique, ressemble plus à une maison qu'à un hôtel classique.



« Casa Fantini est née d'une passion pour l'esprit du lieu, pour ce qui est vrai et authentique, ce qui représente la culture de la région où nous puisons nos racines. Il y a ici un mélange assez extraordinaire de design, d'architecture et de beauté du paysage naturel. C'est un lieu où l'on peut vivre une expérience émotionnelle particulière dans l'esprit Lake Time, un temps à consacrer à soi-même et à savourer la beauté du lieu avec un rythme lent suggéré par l'aura mystique du lac et par le silence. »



Les locaux du Fantini Lake Time, tels que le grand salon et le Blu Lago Café, présentent des caractéristiques et des éléments domestiques agréables pour que les clients se sentent comme chez eux.

62 Casa Fantini Lake Time dispose de chambres, de suites et de salles de bains réalisées avec un grand souci du détail et de l'*user experience* des clients. Le bleu et l'eau sont le fil conducteur de toutes les chambres.





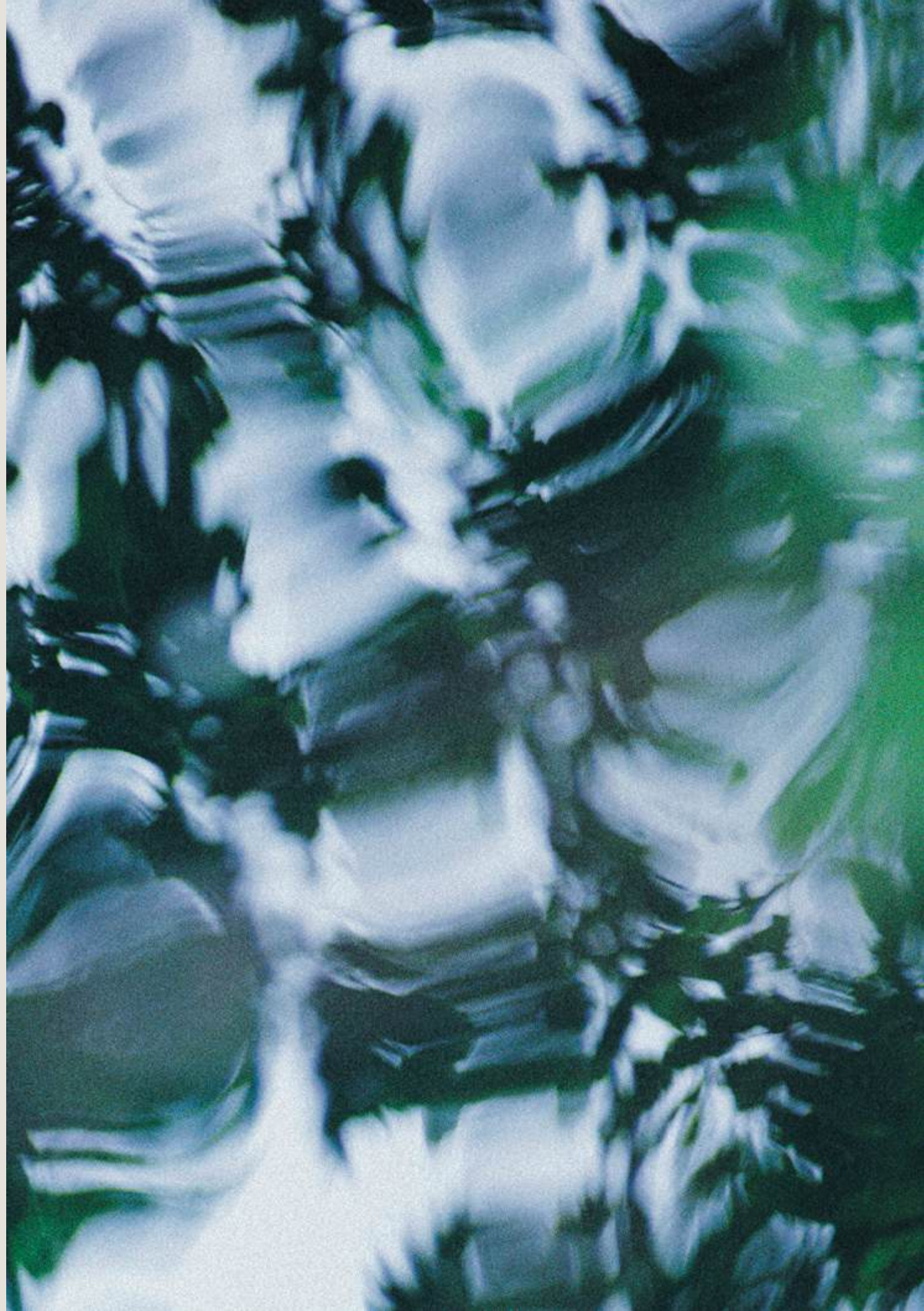
Orta réhabilité: l'équilibre délicat entre industrie et environnement

Le lac d'Orta a une histoire récente particulière : il est ressuscité dans les années 1990 après des décennies de forte pollution due aux entreprises chimiques de la région, gagnant ainsi le triste titre de plus grand lac acidifié du monde. En 1975, le poète Eugenio Montale le décrivait ainsi : « Un lac mort... où pas même une anguille ne tente de survivre. » Après des études approfondies, des scientifiques du CNR, Conseil national de recherches de Verbania, ont lancé le projet « Liming », une opération de réduction de l'acidité menée entre 1989 et 1990, qui guérit le lac d'Orta, grâce à l'injection de tonnes de carbonate de calcium par épandage en surface de calcaire naturel finement broyé. Le résultat de cette combinaison chimique a permis de rétablir en moins d'un an l'acidité du lac, le pH, à son niveau naturel tel qu'il était au début du XXe siècle. Une opération complexe, jamais réalisée auparavant pour soigner un lac de cette taille, d'une superficie de plus de 18 km² et d'un volume de 1,3 km³. « Aujourd'hui, d'un point de vue chimique, ses eaux sont pures, totalement comparables à celles des origines », déclare Marina

Manca, directrice du CNR-Institut pour l'étude des écosystèmes à Verbania. Cependant, le lac ne peut pas, à lui seul, retrouver la richesse des communautés biologiques qui le caractérisaient avant sa pollution. En particulier, ce lac dont la population de poissons pélagiques était jadis la plus riche de tous les lacs subalpins profonds s'est beaucoup appauvri. Le projet de repeuplement en poissons pélagiques, récemment entrepris grâce au financement de l'association « Ittiorta » promue par les communes riveraines, devrait redonner à la faune lacustre toutes ses caractéristiques originelles. « Avec le temps qu'il faudra : la réponse du système biologique n'est pas, comme celle de l'environnement chimique, immédiate. Elle requiert de l'expertise, de la constance, des soins, une grande patience, de la ténacité... et un peu de chance. » Andrea Del Duca, directeur de l'Ecomuseo Cusius, est convaincu que l'objectif consistant à faire du lac d'Orta, dans les années à venir, un véritable laboratoire permettant de tester les bonnes pratiques en matière de durabilité est réalisable. Pour cela, il a pris des mesures pour dresser un « contrat de

lac », c'est-à-dire les lignes directrices que les établissements industriels, les institutions, les plans de développement publics et privés doivent respecter, et créer un observatoire du paysage. Les propositions des experts sont contenues dans un livre blanc mis à la disposition des administrations.

En 2014 et 2015, en collaboration avec Fantini et Walter Zerla, skipper et photographe, le CNR de Verbania a réalisé le projet scientifique S.A.I.L.I.N.G., (Evaluation par capteurs des processus lacustres et de la qualité de l'eau, recherche scientifique et sensibilisation croissante à l'environnement), chargé de la surveillance constante des eaux du lac Majeur et du lac d'Orta. Des capteurs spéciaux adaptés aux activités aquatiques à long terme ont été placés sur la quille du Caipirinha Fantini, le bateau qui a surveillé les eaux des deux lacs pendant deux ans, et ont permis de collecter des données et des paramètres en temps réel, grâce à une liaison radio avec les laboratoires du CNR, de manière continue, pendant la navigation en toutes saisons et à toutes heures de la journée : température, pH, conductivité électrique, oxygène dissous, avec une précision et une extension spatio-temporelle jamais expérimentées auparavant au niveau européen. Pour Fantini, soutenir ce projet représentait un geste d'affection et de soin envers son territoire, pour contribuer à sensibiliser davantage les gens aux problèmes environnementaux et à la nécessité de sauvegarder l'eau en tant que bien précieux.





Vue panoramique prise à Egro, le village où se trouve la maison du grand-père de Daniela Fantini, qui envisage de la transformer en un lieu dédié à la poésie et à la méditation. De là, on peut voir comment le projet d'usine sur le lac est intégré et presque camouflé dans l'environnement, grâce aux matériaux, aux couleurs et aux savantes solutions architecturales formelles qui ont été adoptées.



FANTINI
:
REPORT FROM THE
WATERFRONT

03 *RACINES* DE FAMILLE

DANIELA FANTINI
RACONTE



« La passion est quelque chose qui nous pousse, au-delà de tout calcul et de toute planification rationnelle, à réaliser ce que nous aimons, parfois même contre toute probabilité. C'est la force qui nous permet de croire en nos rêves et, parfois, d'obtenir des résultats étonnants allant au-delà de toutes nos attentes. Si elle n'existait pas, personne ne défendrait les causes qui semblent perdues, personne ne se rangerait du côté du plus faible ou ne soutiendrait une idée à contre-courant. Le monde serait logique, rationnel, prévisible, mais complètement stérile et inanimé. C'est la passion qui inspire les grandes entreprises. Il faut aussi un peu de chance pour les réaliser ! »

La famille

Ma famille a une très belle histoire. Celle de deux frères, mon père, Giovanni, et mon oncle Fino. Avant eux, il y a eu plusieurs générations de cuisiniers, de grands-parents, d'arrière-grands-parents qui avaient acquis de bonnes situations. Mon arrière-arrière-grand-père s'appelait Juan Fantini. Il vivait à Barcelone où il fit une grande carrière dans le monde de la restauration. En revanche, mon grand-père et tous ses frères, tous cuisiniers, étaient allés en Afrique, à Asmara. Ils y firent fortune. Moi aussi, j'aime tout ce qui touche à la nourriture, à la restauration et à la gastronomie. Quand j'étais petite, j'étais toujours en colère contre mon père car, lui, il n'était pas cuisinier ! Rentré d'Afrique, mon grand-père alla s'installer à Gênes. En rupture avec la tradition de sa famille, mon père rêvait de devenir pilote automobile. Il était passionné par les Ferrari et les voitures de sport. « Tu veux être pilote ? Eh bien, en attendant, commence par apprendre à réparer les motos

p. 70
Emblème historique de l'entreprise fondée en 1946 par Giovanni et Fino Fantini, le meuble à tiroirs des anciens modèles et des composants de robinetterie en laiton, qui se trouve aujourd'hui à l'entrée des bureaux.

PAGE CI-CONTRE :
les frères Fantini, fondateurs de l'entreprise, en haut Giovanni et en bas Fino.

« Si nous faisons notre travail avec passion, tout devient plus agréable et les choses prennent plus de sens. Je crois fermement qu'une entreprise ne doit jamais faire abstraction de certaines valeurs fondamentales, de l'éthique et du respect de l'environnement et des personnes. Elle doit aussi avoir une responsabilité sociale précise à partager avec ses collaborateurs et ses clients. »

et par être mécanicien. Après, on verra ! », lui dit mon grand-père. En fait, il devint un bon mécanicien et un excellent pilote. Mais la guerre arriva et il fut envoyé en Grèce où il fut fait prisonnier et envoyé en Allemagne, à Essen, dans un camp de concentration. Revenu de guerre, les choses avaient changé et il abandonna son rêve de devenir pilote. Pourtant, il garda toujours l'amour de la mécanique. Il acheta un tour qu'il installa dans sa cave. Il acheta aussi une moto et, chaque jour, il travaillait à une pièce. Il filetait le flotteur. Le lendemain soir, il mettait les pièces qu'il avait tournées dans le porte-bagages de sa moto et il les apportait à l'une des premières usines de robinets de la région qui lui en demandait de plus en plus. Alors, avec son frère, il imagina de créer une petite entreprise travaillant à la commande, puis à développer de petits produits mécaniques. C'est ainsi qu'est né le premier embryon de cette histoire.

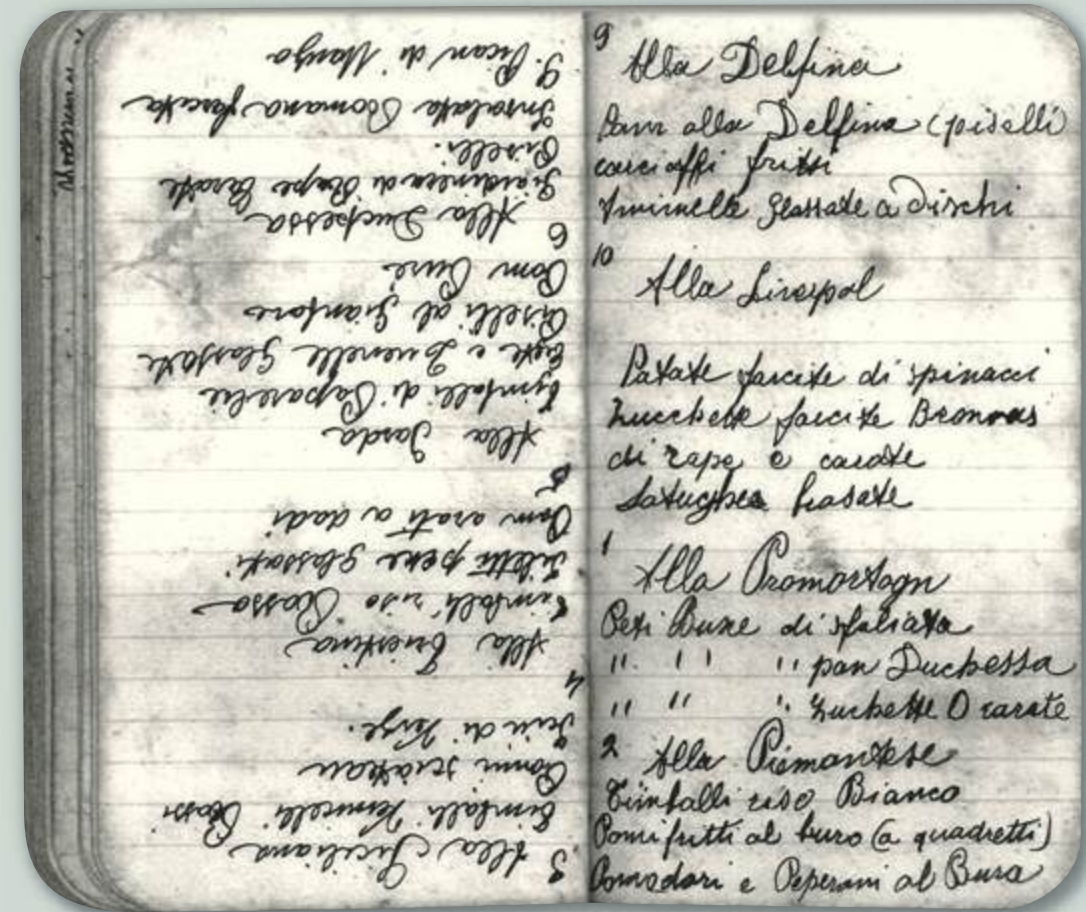
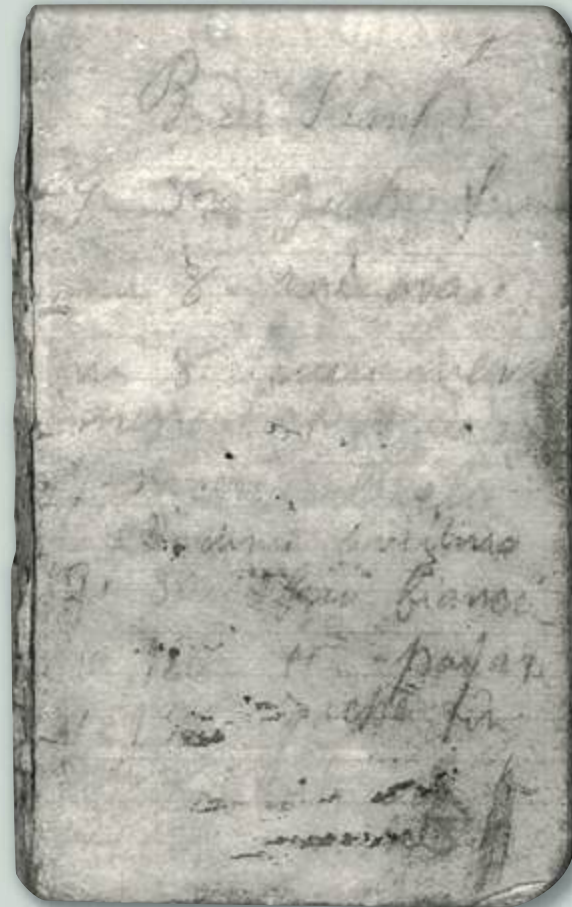
L'histoire

Ouverte en 1946, la maison Fratelli Fantini commença à se transformer en une petite entreprise en 1951. La production se développa rapidement, en se caractérisant, dès le début, par la qualité : mon père et mon oncle voulaient fabriquer des produits bien faits, particuliers par rapport aux autres. Chromer avec un peu plus d'épaisseur, nettoyer de façon un peu plus soignée, faire des travaux mécaniques minutieux.

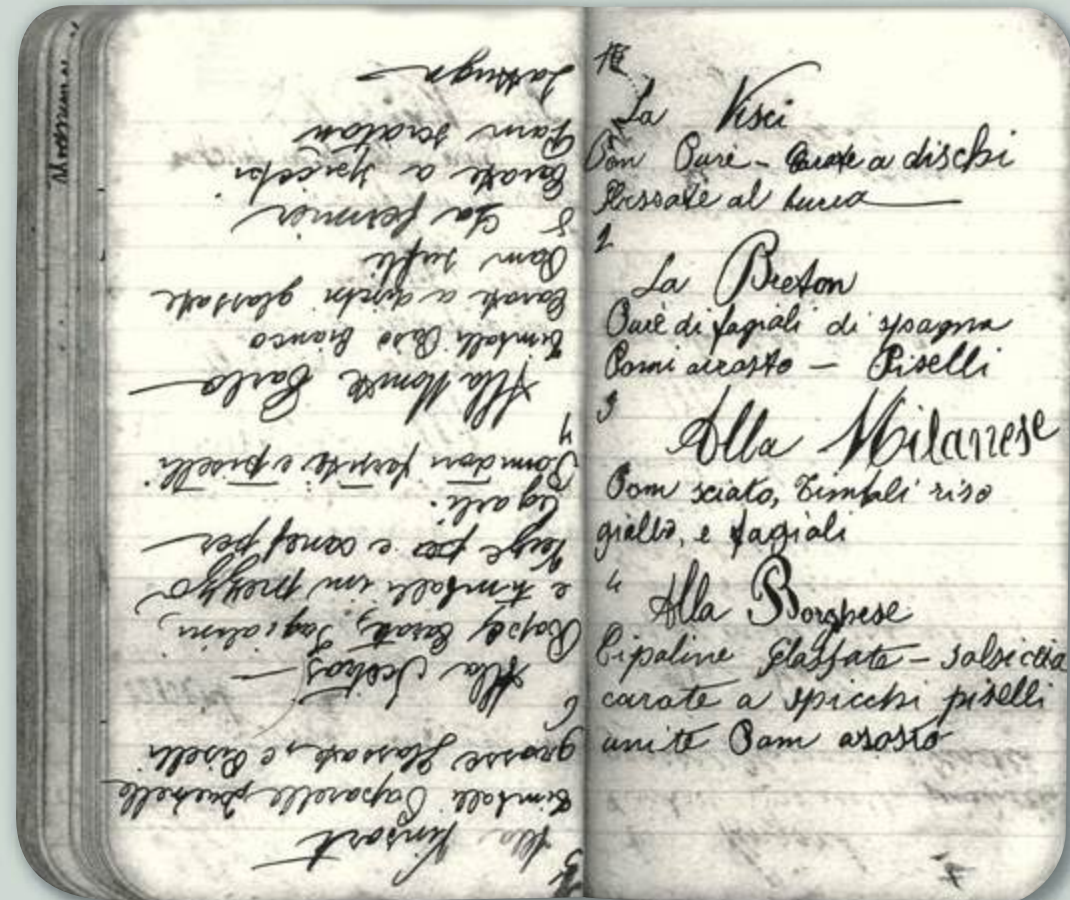
Mon père était l'aîné, la figure sous l'aile de laquelle nous étions tous. C'était un leader, un entrepreneur calme et équilibré, une sorte de havre de paix où l'on pouvait trouver refuge et réconfort, trouver des repères et reprendre courage. L'environnement familial était très important car il gérant le travail avec un grand sens de la famille. C'est lui qui a lancé le projet et coordonné l'entreprise. L'oncle Fino était très doué pour la mécanique, il avait un sens extraordinaire de l'ingénierie et était capable de démonter et de monter les machines mieux que ceux qui les fabriquaient. Il avait une incroyable capacité à aller au fond des choses, à étudier et à proposer de nouvelles solutions.



Photos de famille historiques : en haut Giovanni Fantini enfant, en bas Fino Fantini et dans la photo de groupe, de gauche à droite, Giovanni, Fino avec sa soeur Paola et une amie.



Souvenirs de famille : Luigi Fantini, père de Giovanni, Fino et Paola, en Afrique dans les années trente, où il exerçait la profession de cuisinier et ses carnets dans lesquels il écrivait surtout des recettes.



Anecdotes de famille Daniela raconte

Mon père, la passion pour la mécanique, les motos, les voitures et un logo qui naquit de cela.

Mon père est né en 1922 et il a eu une vie plutôt particulière, dans une famille où, étant l'aîné, il a dû être, en quelque sorte, le chef de la famille dès son enfance. Son père avait vécu en Afrique, où il était cuisinier et quand il avait douze ans, un de ses petits frères, malade depuis longtemps mourut. Il a dû commencer à travailler tôt, tandis que son frère et sa sœur ont pu fréquenter l'école plus longtemps. Le fait de devoir être toujours actif, de garder la famille unie, découle de ces épisodes de son enfance. Je pense qu'il savait parfaitement et intuitivement ce qui était beau et important. Il y a une anecdote qui me vient souvent à l'esprit et qu'il m'a racontée de façon détaillée. Agé de sept ans, il rentre un jour à la maison et voit une moto, qu'il n'avait jamais vue en vrai. Il met les mains sur le guidon et désenclenche la béquille, se rendant alors compte que la moto est très lourde et qu'elle risque de tomber. Alors, il glisse le pied sous la moto, commence à appeler à l'aide, mais lorsqu'il réalise que personne ne l'entend, il se dit qu'il doit s'organiser pour la caler avec son pied et ses bras et il en profite pour l'étudier dans les moindres détails. A ce moment-là, il se dit que, pour lui,

la plus belle chose au monde, ce sont les moteurs et la mécanique. Il raconte tout ça à son père qui, entre-temps, était rentré d'Afrique et travaillait à Gênes, dans un immeuble de la Piazza De Ferraris, où il cuisinait pour les officiers et les commandants des compagnies maritimes. Il le rejoint et part chez un mécanicien de la côte de la Madonnetta pour apprendre le métier. A Gênes, dans ces années qui précèdent la Seconde Guerre mondiale, il connaît de bons moments, il y a ses oncles et la famille a beaucoup d'amis. Son rêve est né à cette époque-là : devenir pilote de formule 1. En revanche, il part à la guerre. J'ai toujours été frappée par le fait qu'il racontait cette expérience avec un grand équilibre. A la guerre, il conduit et s'occupe du camion d'un général qui tombe toujours en panne et qu'il doit donc réparer. Puis il est envoyé en captivité en Allemagne. Il parlait de sa captivité avec une certaine sérénité parce qu'il acceptait stoïquement les événements qu'il ne pouvait pas changer. « C'était comme ça ! », disait-il. « C'étaient les aléas de la guerre. J'ai essayé de vivre ces situations du mieux que je pouvais, en me faisant aussi des amis et en essayant d'apprendre

quelque chose de bien. » Cette expérience dramatique, qui commença alors qu'il avait vingt-trois ans, le marqua énormément. Malgré la captivité, il vit une production et du travail de qualité. Il travailla chez Krups et c'est peut-être là qu'il élaborait sa conception du produit « beau et bien fait ». Je pense qu'il rapporta chez lui une idée du travail qui lui servit ensuite toute sa vie. La captivité l'a aussi conduit à avoir une foi solide, belle et simple. Il parlait peu de tout ça, mais quand il le faisait, il franchissait les ténèbres. Il respectait beaucoup les règles et essayait de me les enseigner aussi. J'ai aussi beaucoup appris de sa tolérance et de son équilibre. Et cela me semble être l'un des cadeaux les plus précieux que j'ai reçus dans ma vie.

Quand il revint de la guerre, il acheta une belle moto, la première du bourg. Pendant la journée, il travaillait dans un atelier de mécanique, puis le soir, il s'élançait dans les virages en épingle à cheveux des villages voisins pour aller récupérer les flotteurs dans une entreprise appelée Rolex, puis dans la cave de la maison, il les filetait au tour. Il avait compris qu'il pouvait créer une petite entreprise dans le secteur de la robinetterie et, avec son frère Fino, il décida un beau jour d'ouvrir une petite usine. C'était en 1946. Il y avait un équilibre et une complémentarité entre les deux frères. Tous deux étaient de grands travailleurs. Je me souviens de mon père comme d'une personne sérieuse, dotée d'un grand sens du devoir, de la beauté et du bon goût. Bien faire les choses le gratifiait. Pour lui, avoir une vie meilleure, c'était pouvoir s'offrir de belles choses, mais toujours avec parcimonie. Mon oncle Fino était très sympathique, extraverti, alerte et brillant. Il était génial



côté technique et était célèbre parce qu'il savait démonter des machines-outils pièce par pièce, les remonter et donner des conseils au fabricant pour les améliorer. Mon père et sa sœur Paola ont toujours eu à l'égard de mon oncle Fino, plus jeune, plus joyeux et plus insouciant, un comportement protecteur. Paola naquit en 1923 et mourut prématurément à l'âge de quarante-neuf ans. C'était une personne extraordinaire et d'une mentalité très moderne par rapport à l'époque. Elle travaillait à la commune et tout le monde se souvient d'elle avec gratitude pour sa capacité à donner à chacun les bons conseils et l'aide dont il avait besoin. L'après-midi, elle allait à l'usine familiale. Mon père était très proche de sa sœur, lui et tante Paola se

ressemblaient énormément. Ils se respectaient beaucoup mutuellement et ils s'adoraient. Ils étaient tous les deux très sérieux et avaient la même intégrité profonde. Elle inspirait beaucoup mon père qui se confrontait à elle et elle lui donnait du courage. Pour les décisions importantes, il y avait toujours l'influence de cette femme éclairée. Il était courageux, mais elle aiguillonnait tout le monde, elle était un leader généreux, ce qui a beaucoup contribué à lui donner un sens profond de l'unité de la famille et à faire de lui un féministe convaincu, dans le plus beau sens du terme.

Dans sa vie professionnelle, son goût inné pour la beauté a toujours guidé les choix de mon père. Je me souviens qu'il était élégant. Il aimait se faire faire de beaux costumes sur mesure, qu'il

portait le dimanche, et il adorait les chaussures bien cirées. Ma mère était une bonne couturière, experte dans la confection de manteaux ; elle cousait des vêtements très féminins et sophistiqués pour moi et ma sœur, ainsi que pour toute la famille, mais mon goût sobre en matière de vêtements vient plutôt de mon père, qui, de façon assez amusante, me disait de ne pas trop m'attarder devant les vitrines, mais de toujours entrer et de choisir les meilleurs vêtements selon mon goût.

Bien entendu, il prenait aussi grand soin de la voiture. Le poulain du logo Fantini naquit de son amour pour les voitures et la mécanique, du rêve qu'il n'a pas pu réaliser, celui de devenir pilote de Formule 1.

« Dans nos contrées, nous avons un grand sens du devoir, du travail, tête baissée sur l'établi ou le bureau ! On ne se hausse pas du col, mais on a des valeurs. C'est ça Fantini, une entreprise qui ne crie pas, mais qui a de la substance, des contenus, qui avance sans suivre la mode. Elle a son propre rythme, comme les montagnards, qui montent avec un souffle régulier et ne s'arrêtent jamais. »

80

PAGE PRÉCÉDENTE : Luigi, fils de Fino Fantini, et Daniela, fille de Giovanni Fantini, à l'usine à bord d'une Lancia Ardea.

Le premier logo de Fantini, avec le cheval cabré né de la passion de Giovanni pour les moteurs et de son rêve de jeunesse, devenir pilote de Formule 1.

C'était donc une façon de travailler ensemble, de travailler et de réfléchir même le dimanche, la nuit, tout le temps.

Il y avait beaucoup de respect et d'estime entre les deux frères, et j'ai toujours eu l'impression que si l'entreprise a pu se développer d'une certaine manière, c'est grâce à cette harmonie, à ce respect et à cette estime qui ont toujours existé entre eux.

L'histoire des Fantini, c'est celle d'une passion : je les ai toujours vus très impliqués dans leur travail. Il n'y avait aucune volonté de devenir une grande entreprise, d'atteindre des résultats et des dimensions de premier ordre. Ce qui importait, c'était de se distinguer avec des choses bien faites. Avec l'élégance des produits, la volonté de fabriquer des objets appréciés en tant que produits uniques, soignés et dotés d'une touche personnelle.

Les valeurs

Respect, éthique commerciale, équité : telles sont les valeurs fondamentales de l'entreprise depuis sa création. A la base, je mettrais le grand respect des personnes. Le sérieux et le sens du devoir sont d'autres valeurs importantes pour nous. Notre concept a toujours été de ne pas en faire trop, mais d'être sérieux dans notre travail, de tenir nos engagements avant de faire un pas de plus, de ne jamais vouloir exagérer au détriment de la qualité de nos produits.

De l'extérieur, on peut lire cette éthique Fantini, on peut percevoir son équité, son sérieux, sa volonté de bien faire les choses. Tout cela a un dénominateur commun, la passion pour ce que nous faisons, aujourd'hui comme hier. Le travail de mon père et de mon oncle reposait sur ces valeurs. Et aujourd'hui, ces mêmes principes, sur lesquels l'entreprise s'est édifiée, sont le fondement de la stratégie de développement que nous, les membres de la deuxième génération - ma sœur et moi et mes deux cousins - suivons. Nous croyons en ces valeurs que les clients reconnaissent et apprécient et qui représentent l'âme profonde de Fantini.



Mon parcours

Je suis entrée dans l'entreprise en 1982, au plus fort du boom de la série I Balocchi. Travailler chez Fantini s'est tout de suite révélé très amusant : c'était vraiment la seule entreprise du secteur qui avait quelque chose à dire de vraiment différent. Je travaillais et j'étudiais, j'avais d'un côté le monde des livres de droit qui me plaisait beaucoup, mais l'ambiance chez Fantini était trop bonne et je ne voulais pas passer à côté ! À cette époque, il y avait Davide Mercatali et Paolo Pedrizzetti, de jeunes architectes pleins d'idées étonnantes, alors c'était vraiment agréable de travailler ! J'ai d'abord été impliquée dans des tâches opérationnelles pour comprendre comment les choses fonctionnaient et je me suis formée sur le tas. Je suis heureuse aujourd'hui d'avoir pu travailler pendant dix ans aux côtés de mon père. Il était l'âme de l'entreprise. Il est décédé en l'espace d'un mois, ce qui a été très rapide. J'avais vingt-huit ans. Quand on a un père dont la grande personnalité imprègne toute l'entreprise, il est difficile de le remplacer, et j'ai ressenti cette grande responsabilité morale. Plus tard, Luigi, le fils de son oncle, lui aussi passionné par l'ingénierie des produits, a rejoint l'entreprise. Aujourd'hui, la deuxième génération Fantini est représentée non seulement par moi, mais aussi par ma sœur Luciana et mes cousins Luigi et Domizio.

La principale préoccupation, après avoir pris la relève de mon père, a porté sur le choix du produit. Fantini n'est pas une entreprise qui peut se développer à travers le volume, la quantité, les prix. Je me suis rendu compte que la seule façon possible de se développer était de continuer à mettre sur le marché des produits originaux, des produits sachant raconter quelque chose de nouveau. Peut-être que mon père avait cette capacité innée de choisir, d'avoir de l'intuition et d'identifier le bon produit et le bon concepteur. Les questions que je me posais étaient les suivantes : « Face à plusieurs projets, serais-je capable de choisir le bon ? », « Quelles sont les choses que je ne sais pas faire ? ». J'ai donc essayé de m'appuyer sur ceux qui savent les faire mieux que moi, ce qui ne veut pas dire déléguer, mais grandir et apprendre. De nombreux facteurs m'ont poussé à choisir des collaborateurs qui m'ont donné une forte impulsion pour la partie de l'image et de la sécurité des processus. Il s'est formé une équipe de personnes qui se souciaient, comme nous, d'équité et de loyauté, ce qui m'a aidé à maintenir cette ligne.

Souvenirs de famille : Daniela Fantini au bord de la mer en train de faire des châteaux de sable avec son père.

81



« J'ai la chance de faire un travail qui me plaît et me passionne, dans l'entreprise familiale fondée par mon père et mon oncle, ce qui ne me fait pas oublier d'autres intérêts personnels comme la cuisine, le jardinage, les amis et l'engagement dans des activités sociales. »

Ils ont été proches de moi dans les moments difficiles où nous avons même fait quelques erreurs ! Parfois, cela aide aussi ! J'ai essayé d'aiguiser ma sensibilité : c'était comme aller à l'école sur le tas, plongée dans les spécificités de chaque projet, apprenant à choisir entre deux prototypes lequel était le bon. Même si je me sens plus appréciée maintenant que j'ai de l'expérience, je suis quelqu'un qui a plus de doutes que de certitudes ! J'aime être comme ça, je me sens sûre de moi pour décider des choses pour lesquelles, avec l'expérience, j'ai acquis la capacité de choisir ou de faire confiance à mon instinct. Quand certaines situations présentent des zones d'ombre, il est bon de savoir que je peux faire appel à des personnes qui connaissent bien l'histoire de Fantini, qui nous aiment et qui m'aident à décider. Je sens que j'ai des références solides autour de moi.

Etre une entrepreneure aujourd'hui

De mon point de vue d'entrepreneuse, être une femme m'a beaucoup aidée. En me présentant en tant que femme propriétaire de l'entreprise, je n'ai pas à affronter le monde entier à contre-courant comme quelqu'un qui doit conquérir sa place. Je sais que j'ai eu cette grande chance au sein de l'entreprise. J'ai eu la grande chance d'avoir un père qui attachait une grande importance aux qualités des femmes. A l'extérieur, il fallait gagner sa crédibilité : rendre visite aux clients qui ne savaient que parler de prix et de détails techniques, et les surprendre avec des sujets différents en parlant de design de produit était un sacré défi ! La douceur et le sourire peuvent aider la première fois que vous les rencontrez, mais ensuite, il faut montrer que vous avez un contenu solide à apporter.

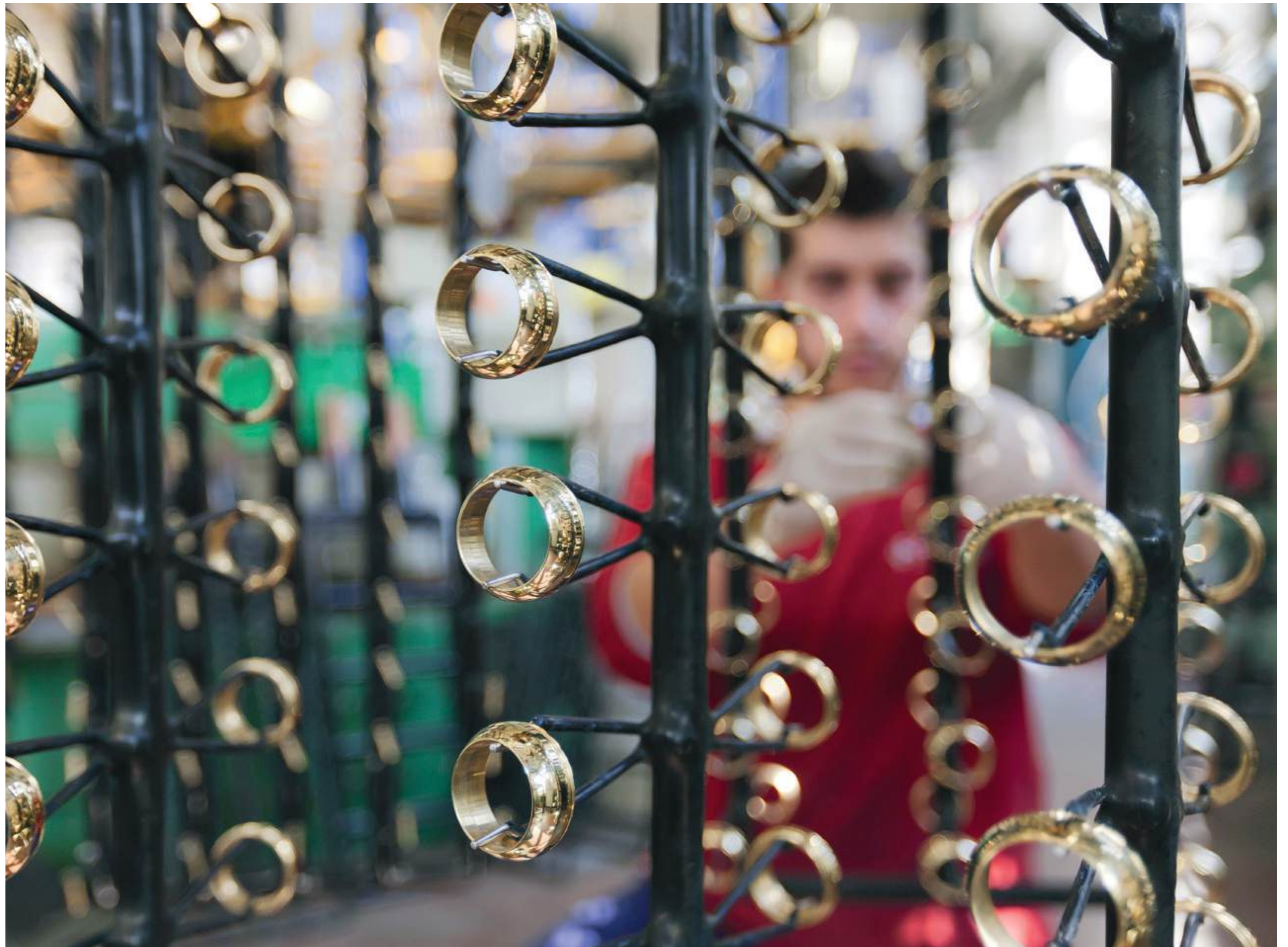


84 La technologie industrielle et le soin artisanal extrême de la production sont les marques de fabrique de l'entreprise, une usine typique du design italien apprécié dans le monde entier.

Sur le marché actuel, l'entreprise doit se battre au niveau international avec une structure forte et compétente, être capable de comprendre une clientèle diversifiée, exigeante et de bon niveau culturel, et de lui donner des réponses adéquates. Dans un marché mondial, où l'offre a augmenté de façon disproportionnée et où les différences sont de moins en moins évidentes, nous devons maintenir et consolider notre part de marché en travaillant intensément sur notre produit et notre identité de marque. En essayant de maintenir nos méthodes éthiques et comportementales, nous devons nous battre, rester vigilants, ne pas nous laisser dominer par des concurrents qui utilisent parfois des doses d'agressivité supérieures aux nôtres, et continuer sans relâche à souligner la spécificité et les valeurs de Fantini. Aujourd'hui, je me dis qu'il faut être rapide et arriver partout en étant bien préparés !

Fantini est une entreprise à taille humaine. Elle est composée de personnes passionnées, unies, attachées, les unes aux autres qui sentent que l'entreprise est la leur, qui vous aident dans votre travail quotidien et qui se sentent partie prenante de ce parcours. Parfois, je leur demande d'en faire davantage, de bouleverser leur façon de penser, d'utiliser des méthodes, des processus, des logiciels que l'entreprise fournit aujourd'hui et qui changent les méthodes de travail. J'encourage également chacun à suivre un parcours de croissance personnelle, à se remettre en question. Fantini est une entreprise qui a pour vocation de faire de belles choses. Nous travaillons dans un cadre empreint d'esthétique, de beauté, de personnes cultivées, et c'est un privilège. C'est une entreprise qui gagne de l'argent, qui a la possibilité d'investir, de faire appel aux meilleurs collaborateurs, où passer du temps à travailler devient un plaisir. C'est un monde beau et intéressant, qui donne à chacun la possibilité de se développer.





Ligne d'eau : les origines historiques du travail et de la production du métal autour du lac

En vertu d'une série de circonstances singulières, certaines générales, d'autres plus particulières et locales, deux des pôles les plus distinctifs deux des pôles les plus brillants de la métallurgie italienne de qualité se sont développés autour du lac d'Orta entre la fin du XIXe siècle et surtout pendant la première moitié du XXe.

En particulier, dans la partie supérieure du lac, vers le nord, le secteur dit « domestique » et, vers le sud et sur la rive occidentale, le secteur de la robinetterie.

La morphologie du territoire, avec les cours de nombreux torrents qui descendent des montagnes entourant le lac et des vallées qui s'y jettent, a d'abord généré directement la force hydraulique nécessaire au fonctionnement des premières machines d'un artisanat de plus en plus évolué et articulé. Ensuite, ces cours d'eau ont alimenté les centrales hydro-électriques, dont la diffusion à grande échelle a permis de créer les premiers établissements industriels, presque toujours nés grâce au savoir-faire de ces mêmes artisans et à l'apport de capitaux, venant parfois d'ailleurs quand l'union déterminée des petites

entreprises ne suffisait pas. Les origines plus ou moins lointaines du secteur « domestique » sont relativement claires, ou du moins généralement acceptées. Les métaux provenant des anciennes mines de la vallée du Strona et ses forêts de bois prisés ont permis de développer au cours des siècles une remarquable production de vaisselle, d'ustensiles de cuisine et de meubles destinés à orner et décorer la maison. Non seulement la production, mais aussi la diffusion et l'exportation le long de toutes les grandes routes commerciales des nations européennes qui se consolidaient alors. Les étainiers, les ferblantiers, les dinandiers, les batteurs et déformateurs de tôle, les fameux tiralastre et puis, un peu plus tard, les habiles modelers et tourneurs qui inventaient des objets novateurs, les produisaient dans leurs ateliers et les emportaient ensuite par le monde, ont été les pionniers des grandes marques italiennes du secteur.

Au cours de ces mêmes années, c'est là que l'on inventa la gourde et le siphon à soda. Quelques dizaines d'années plus tard, Bialetti inventa et popularisa

la cafetière Moka, Lagostina industrialisa l'autocuiseur, Girmi les petits appareils électroménagers, tandis qu'Alessi comprenait et interprétait la force du grand design italien dans toute sa splendeur. L'histoire industrielle de la robinetterie du lac d'Orta ne peut pas être décrite aussi facilement en termes aussi linéaires et progressifs, et l'appréhender de manière rigoureuse reste problématique. D'un point de vue historique, la référence à la « fusine » de la Valsesia voisine est communément admise et ajoute une note folklorique à la question. En effet, juste au-delà de la crête facilement franchissable qui sépare le lac de la vallée de la Sesia qui descend des glaciers du mont Rose, une petite enclave au nom évocateur de Valduggia, patrie, en outre, du grand Gaudenzio Ferrari, connu comme le Michel-Ange du Nord, était considérée, avec ses forges et ses secrets de fabrication, comme le centre où l'on fabriquait les meilleures cloches.

La rive occidentale du lac a toujours été plus pauvre et moins urbanisée que la rive opposée, celle d'Orta et de ses riches collines où se dressaient



La fabrique de cloches Mazzola de Valduggia, fondée en 1875 et fermée en 1990, est l'un des témoins historiques de l'ancienne tradition du travail du métal dans la région du lac d'Orta et des vallées voisines.

les importantes résidences d'été de la petite noblesse et de la bonne bourgeoisie possédant les riches terres situées à cheval sur le Piémont et la Lombardie. Le métier le plus courant avait toujours été celui de tailleur de pierre et de granitier, parfois celui de cordonnier. Les plus entreprenants avaient développé, on ne sait pas trop pourquoi, un certain professionnalisme comme aubergistes et négociants en vin, parfois comme petits hôteliers, mais pour développer leur profession, ils devaient émigrer vers les villes et les pays plus riches. L'agriculture, l'élevage et la viticulture ne dépassaient guère les besoins des familles. Il y avait aussi des ferblantiers, des étameurs, des dinandiers et des étainiers, mais ils étaient plutôt isolés et ne formaient pas un véritable tissu artisanal. Tout cela, cependant, donnait

l'impression d'activités diffuses, continues, accomplies un peu par nature et un peu par dure nécessité, surtout ouvert aux opportunités que pouvait présenter la transformation rapide de la société nationale et internationale. Dans ce contexte, en particulier quand il s'avéra nécessaire de distribuer, gérer et réguler l'eau potable dans un nombre toujours plus grand d'habitations et d'espaces publics, certains de ces artisans du métal, quelques experts en fonderie qui avaient appris leur métier à Valduggia, peut-être quelques maçons habiles à modeler et à travailler sur plan, et quelques immigrés disposant d'un petit capital étaient prêts et capables de saisir ces nouvelles opportunités d'invention et de travail qualifié dans ce nouveau secteur où tout est à inventer, à concevoir, à transformer en produits agréables

et fonctionnels. En bref, il y eut toute une floraison de petites entreprises qui, bien souvent, lancèrent leurs activités dans la cave de leur propre maison. Mais il devait y avoir un destin ingénieux dans l'air et dans les eaux de ce lac si c'est ici qu'est née, s'est développée et est encore renommée aujourd'hui la plus grande partie de la robinetterie italienne de qualité.

Renato Sartori

La publicité ludique, en accord avec l'âme du produit, de la série *I Balocchi* conçue par Davide Mercatali et Paolo Pedrizzetti en 1977.



L'histoire de I Balocchi, l'emblème de Fantini

C'est à la fin des années 1970 que le phénomène du design explose chez Fantini. En 1977, Paolo Pedrizzetti et Davide Mercatali, deux jeunes et brillants architectes, conçoivent ensemble une série de robinets insolites qui, comme le nom, *I Balocchi*, l'indique, ont un aspect ludique, qui donne à Fantini une place centrale dans le monde du design.

Avec leur première expérience de design dans ce domaine, Pedrizzetti et Mercatali trouvent une entreprise qui, instinctivement, sans trop y réfléchir, adopte leur idée totalement innovante, la fait sienne, y croit, y investit, avant de la communiquer avec force. En effet, les frères Fantini comprennent que cette série un peu folle, à l'esprit ludique, aux formes et aux volumes marqués, aux couleurs franches et pleines, totalement opaques comme le voulait l'usage de l'époque - jaune, rouge, orange, mais aussi blanc, noir et marron - peut être un atout dans leur manche.

Ils ont un nom de bande dessinée, des formes pop et des couleurs vives. La couleur et les formes particulières sont les deux facteurs qui, ensemble, permettent de donner naissance à un produit résolument innovant, juste au bon moment.

Leur nom - *I Balocchi* - indique de par lui-même que ce sont des robinets jouets, des objets amusants qui font sourire, qui deviennent des présences importantes dans la salle de bains, car ils deviennent soudainement protagonistes et non plus de simples accessoires ou éléments complémentaires.

I Balocchi sont présentés pour la première fois à la Foire de Milan en 1978, dans un cadre, lui aussi conçu par les designers Mercatali et Pedrizzetti, intitulé « Il Paese dei Balocchi » (Le Pays des jouets), en hommage à Collodi et à Pinocchio, et ils bouleversent littéralement le paysage visuel du secteur.

Ils accomplissent une révolution irréversible, balayant d'un coup l'histoire passée du robinet, petit accessoire fonctionnel sans identité, pour en faire le vrai protagoniste de la

Les couleurs changeantes et vives de *I Balocchi* ont complètement renouvelé le monde de la robinetterie et elles ont ouvert la voie à une tendance qui a touché tous les accessoires de salle de bains, les poignées et les accessoires de maison.

salle de bains. Soudain, le monde traditionnellement associé au métal devient coloré et prend un aspect ludique et esthétique. C'est une première pour un produit jusqu'alors toujours considéré comme un simple élément technique. En effet, I Balocchi sont des sortes de jouets, gais et attrayants, qui visent directement à toucher le côté enfantin plus ou moins caché en chacun de nous. Le succès est immédiat, irrésistible et durable.

Ceux qui pensaient qu'il s'agissait d'un phénomène éphémère ont été contredits par les faits, l'énorme réponse du marché, la sélection pour le prix ADI Compasso d'Oro en 1979 et le BIO de Ljubljana en 1981, les couvertures des magazines spécialisés, la présence du produit dans plusieurs collections des plus importants musées de design du monde.

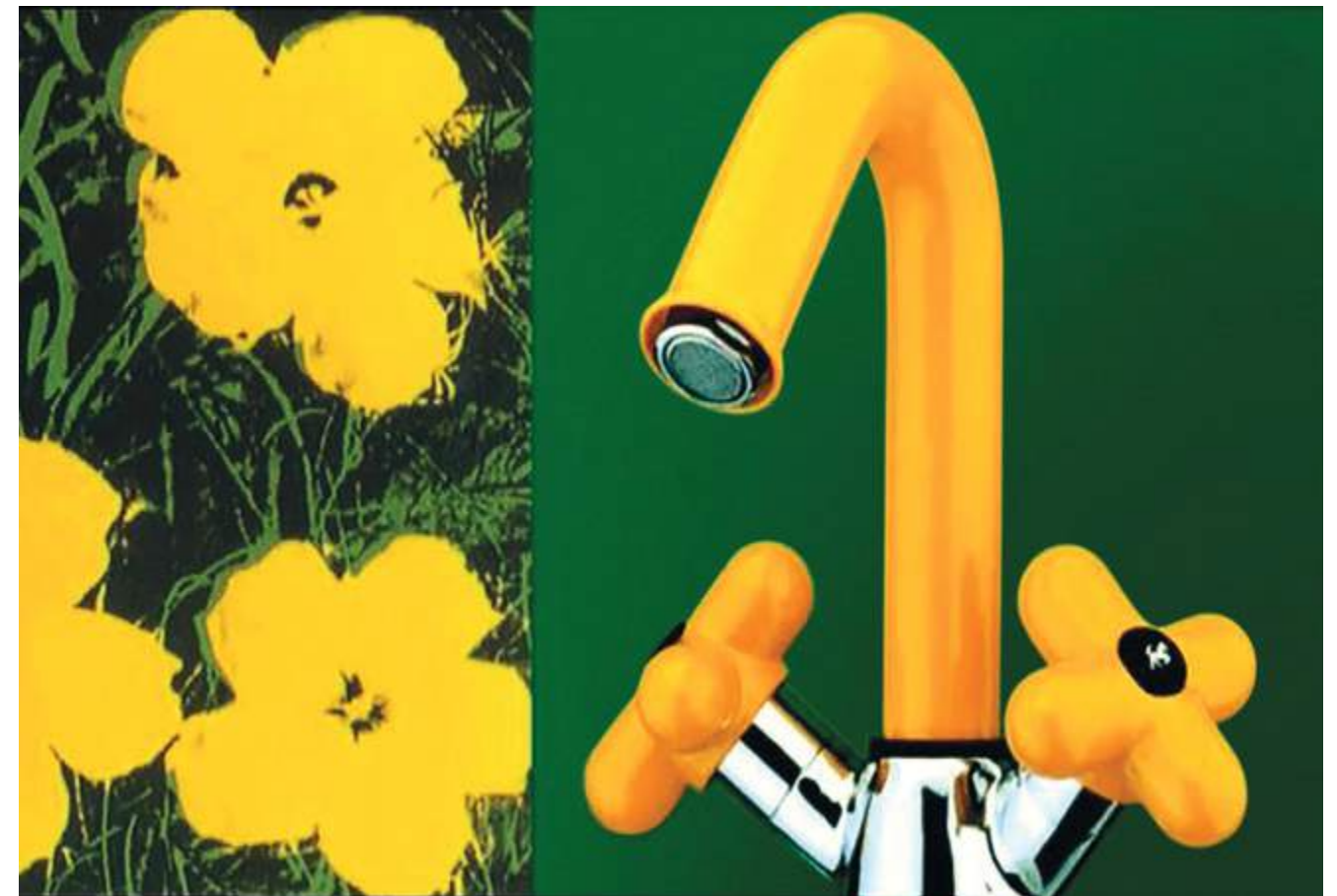
Grâce à leur visibilité médiatique et à leur succès public, I Balocchi se sont imposés comme le produit le plus innovant jamais apparu sur le marché des robinets et il faudra attendre de nombreuses années avant que cette position ne soit ébranlée par d'autres produits.

Aujourd'hui, ils sont une icône historique de l'entreprise et ont, à juste titre, gagné une place dans l'histoire du design des produits industriels italiens.

Selon Davide Mercatali, « l'esprit du projet était déjà dans le signe, un dessin au feutre style bande dessinée, avec ses zones de couleurs primaires soulignées en noir et ses formes simples, l'impact immédiat de formes clairement déclarées, sans clairs-obscur ni ombres nuancées. Un signe qui était un rêve, une bande dessinée réaliste qui voulait communiquer l'esprit d'un projet pour ceux qui sont comme nous, qui est devenu réalité grâce à la situation fortuite de l'entreprise aux prises avec la production de masse et une situation non compétitive. »

« Ca a été un projet fait instinctivement, a déclaré Paolo Pedrizzetti, tant de notre côté que de celui de l'entreprise. La force du produit réside dans le fait que l'idée originale n'a pas été guidée par des études de marché ou d'autres considérations rationnelles.

Le dialogue entre le client et le designer, partant de notre intuition, a été spontané et sincère. L'innovation réside dans l'image globale, de type bande dessinée. Une image nouvelle, joyeuse, insouciante, jeune pour les jeunes. Une image qui, je pense, est toujours d'actualité. »



I Balocchi, couleurs pop et image bande dessinée : un mélange parfait à la fin des années 70 entre l'iconographie du Pop Art et les dessins animés de Walt Disney.

Davide Mercatali et Paolo Pedrizzetti, jeunes designers sur une photo de 1978.

Histoire et anecdotes du projet I Balocchi

*Extrait d'une conversation de mars
2021 entre Daniela Fantini et
Davide Mercatali.*

Daniela : Le projet I Balocchi est né d'une rencontre fortuite entre deux designers intelligents et attentifs à ce qui se passait dans le monde et notre entreprise, qui disposait du savoir-faire technique et d'une bonne ouverture d'esprit. Et c'est là que l'étincelle a jailli, à l'inverse de ce qui se passe lorsqu'on donne un brief très précis à un designer. Il y a ces deux différentes manières de travailler et j'aime raconter cette histoire parce qu'elle est extrêmement authentique et spontanée. C'est ainsi que je la raconte, parce que je l'ai imaginée et même un peu édulcorée, mais aussi parce que tu m'as donné quelques idées au fil des années. Je raconte que mon père Giovanni était un grand ami de Mattia, qui lui fournissait du laiton, et que, à cette époque, les amitiés étaient vraiment fortes. Et que Mattia lui avait dit que sa fille Raffaella allait épouser un jeune architecte, Paolo, diplômé en 1968, qui avait un partenaire très créatif et très anticonformiste, toi. Les deux étaient très anticonformistes et, pour leur famille, cela représentait un grand changement et ils ont dû faire un gros effort pour accepter le choix de leur fille. Mon père, en entendant l'histoire de ces deux jeunes architectes, dit : « Vu la façon dont tu parles

d'eux, ces jeunes architectes m'inspirent. Ils pourront peut-être me dessiner un robinet ! » Mattia se fait alors remettre un catalogue de toutes les séries de production Fantini de l'époque, Oval, Egizia, Cristallo etc. Et vous, en regardant ce catalogue, vous faites quelques remarques et dites « oui, c'est une belle entreprise et nous pouvons concevoir un robinet pour eux... » Et pendant que vous regardez les produits, tu prends une feuille de papier et un marqueur vert, genre surligneur, et tu te mets là avec ta main d'illustrateur, que tu tiens sans doute de ton père qui illustrait des livres pour enfants, et tu esquisse un robinet à la Walt Disney, ludique, plaisantin, exactement ce qui a été produit par la suite.

Davide : Oui, j'ai dessiné le pommeau comme l'aurait fait Dingo dans un dessin animé !

Daniela : Ce croquis rapide dégage le champ de tout ce qui était le dessin d'un robinet jusqu'à présent. Mais vous vous dites : « On ne peut quand même pas aller là-bas montrer ce dessin seulement à Giovanni ! Il sort trop des règles » ... et vous le rangez au fond de votre dossier, après une série de dessins plus ou

moins inspirés des modèles produits par Fantini. Et, regardant les dessins que vous lui avez apportés, Giovanni se met à réfléchir : « Mais ça ne va pas ça, ça ressemble plus ou moins à celui que j'ai déjà, et celui-ci à l'autre... Mattia a sans doute raison, ça ne va pas... » Mais quand, à la fin, il voit le croquis de I Balocchi, il bondit sur sa chaise et dit : « Eh les garçons ! Vous me laissez ça pour la fin ? » Ce à quoi tu réponds : « Non Monsieur Fantini. Celui-ci, il faut le colorier ! » Et lui : « Bien sûr qu'il faut le colorier ! » Quand vous allez à la Foire pour le présenter, il enlève tous les robinets précédents et ne présente que ce seul modèle qui, en plus s'appelle I Balocchi ! Certains n'en reviennent pas : « Monsieur Fantini, êtes-vous devenu fou ? Il n'y a plus rien, on ne va rien vendre ! » Pour eux, le nom Balocchi évoque les chambres d'enfants, le monde des jouets, il ne donne pas l'idée de robustesse et de durabilité... on sait comment les choses se sont passées et quel succès le projet a connu. I Balocchi sont devenus comme des « petits-enfants » pour mon père et des enfants pour Davide et Paolo. Ce sont des moments amusants, une période inoubliable.

Davide : Quand on commence à expérimenter la couleur industrielle dans l'entreprise avec M. Bona, c'est du pur bonheur, pas du travail ! Le coût en jeu est élevé et on arrive à l'installation de coloration par tâtonnements, en essayant de faire au mieux, pour que I Balocchi deviennent un véritable produit industriel.

Daniela : En production, il n'y a pas de robinets peints. Et je me souviens que mon père va visiter l'entreprise Sital qui fabrique des casseroles, une autre qui colore les distributeurs de Coca Cola. Il a aussi des copeaux de couleur qu'il



moud dans le moulin à café de la maison et il les fait cuire dans le four de la cuisine pour tester ce qui se passe quand tout ça devient liquide.

Davide : L'idée de I Balocchi, comme je l'ai dit, est venue en pensant à Dingo en train d'ouvrir un robinet dans sa salle de bains. Comment aurait-il fait ? Le dessin est comme ça, un bouton en forme de crêpe, genre Dingo et ses objets domestiques. Ensuite, on dessine la bouche qui, elle aussi, s'avère être très belle. Calibro est créé aussitôt après, en suivant la même démarche que pour I Balocchi, mais l'instrument doit être actualisé, car on veut que ce soit un mitigeur. On se demande donc comment Dingo ou Mickey utiliseraient un mitigeur dans leur salle de bains et on le dessine ! Certes, l'idée des deux produits vient des dessins animés, mais l'opération qui consiste à agrandir le dessin au maximum, à faire ressortir le détail agrandi, est naturellement influencée aussi par l'air que l'on respire avec

l'explosion du Pop Art. Moi, je pense à Dingo qui est notre matrice primaire, mais je crois que, quand il dessine, Roy Lichtenstein a lui aussi en tête une bande dessinée qu'il a vue dans les journaux. C'est le moment magique dans l'histoire de l'art. Tout est nouveau, même quand on regarde les vitrines de Fiorucci, on sent que tout est en train de changer. On fréquente énormément la boutique Fiorucci de la place San Babila de Milan. Ma maison est pleine de leurs objets. Je me souviens que pendant la Foire, je prends un malin plaisir à me promener avec un étrange pull Fiorucci jaune et bleu. C'est terrible à penser aujourd'hui ! Quand je rentre de New York, où je suis allé à la Factory et au Studio 54 et où j'ai vu Andy Warhol, la rencontre avec Giovanni est du genre « Raconte-moi, raconte-moi ! ». Il veut tout savoir sur les expériences et les personnages que j'ai rencontrés là-bas... c'est un monde tellement différent de ce qu'est le nôtre jusqu'à présent...

Le premier
croquis de la série.
I Balocchi,
dessinés avec un
feutre vert par
Davide Mercatali.

Daniela : Le binôme Mercatali-Pedrizzetti est parfait, composé de deux personnalités complètement différentes : Davide est un personnage très tendance, même dans sa façon de s'habiller, Paolo est un gentleman classique. Sans Paolo, Davide ne pourrait pas endiguer toute sa créativité et Paolo est un très bon organisateur, un planificateur, capable de tenir le fil des projets. Ce sont deux hommes vraiment complémentaires et symbiotiques. Lorsque, dans les années 90, ils décident de se séparer, mon père est désolé et cherche un moyen de les faire rester ensemble. Il va jusqu'à dire : « Mais alors vous ne ressentez rien pour moi ? » Vous avez tous deux suscité chez mon père un sentiment de tendresse et d'amitié, et de protection. Il veut vous garder sous son aile !

Davide : A Milan, dans ces années-là, je passe mon temps d'une exposition ou d'un local à l'autre, tandis que Paolo reste toujours à la maison avec sa femme et son fils. Il est très curieux et écoute tout ce que je lui raconte avec le plus grand intérêt. Nous allons souvent manger chez vous et ta mère cuisine de la viande pour moi et du poisson pour Paolo. Nous nous rencontrons aussi souvent au restaurant Leone à Milan. Et là, avec nous, il y a toujours Tobia, mon chien, un cocker noir habitué à aller au restaurant tous les soirs et à m'attendre pendant des heures, même à l'extérieur de la foire. J'apprécie énormément les légendaires années 80 de Milan, je suis toujours partout. C'est une période fantastique pour les créateurs. Je n'ai aucun regret, juste un peu de nostalgie.

04

ADN
DESIGN





98 *I Balocchi,*
conception de
Davide Mercatali et
Paolo Pedrizzetti.
Produits à partir
de 1977, ils sont
devenus l'emblème
de l'entreprise.

La maison Fantini participe au phénomène que l'on connaît désormais dans le monde entier sous le terme de Fabriques de Design Italien et— dans le cadre de ce système qui concerne en général le secteur de l'ameublement contemporain— elle représente à plein titre la « robinetterie », comme Flos et Artemide représentent « l'éclairage », Boffi la « cuisine », Alessi les « articles ménagers », Kartell le « plastique », Cassina et B&B les « meubles capitonnés », etc.

Le phénomène des Fabriques de Design Italien a des origines lointaines et il représente aujourd'hui le dernier maillon d'une chaîne que l'on a l'habitude de faire commencer avec les mouvements existant entre les arts décoratifs et la production industrielle, comme les Arts & Crafts dans le monde anglo-saxon dans la seconde moitié du XIXe siècle, en passant par les Wiener Werkstätte, le Bauhaus, le design scandinave... pour n'en citer que quelques-uns.

Ce sont des entreprises pour lesquelles le design n'est pas qu'une question de conception, c'est une mission exclusive et le véritable élément de base de leur vie d'entreprise. Ainsi, le design devient explicitement leur « vision précise du monde » qui est à l'origine de toutes les activités des entreprises.

Les entreprises médiatrices

Ce sont des entreprises qui vivent leur vocation et identifient leur rôle avant tout comme celui de « médiatrices » intelligentes dans certains domaines de la production industrielle, médiatrices entre les meilleures compétences créatives - les designers - d'une part, et les besoins, les exigences profondes et les désirs du public d'autre part. Et, ce faisant, elles allient presque toujours la nécessité de devoir penser et fabriquer des produits à l'échelle industrielle au fait d'être à la fois des laboratoires de recherche et d'une production qui peut parfois être artisanale. Pour ce type d'entreprises, le design est un travail extrêmement délicat qui tend à identifier et à mettre en circulation des produits qui, tout en étant toujours caractérisés par un haut niveau esthétique et une attention particulière à la qualité et aux aspects fonctionnels, ont également la capacité de représenter judicieusement les personnes qui les choisissent pour elles-mêmes et pour leur maison, et de devenir pour ces personnes un élément à travers lequel elles peuvent communiquer leur style de vie, mais aussi leurs pensées, pour représenter ce qu'elles sont et quelles sont leurs valeurs profondes.

Ce sont des entreprises qui, dans toutes les formes et les moments où elles se manifestent et se représentent, du produit à toutes les activités et les outils de marketing et de communication, savent créer et construire une identité propre, précise et sans égale, une renommée de plus en plus sûre et un rapport de correspondance et de confiance avec les différentes parties prenantes, qu'il s'agisse des concurrents, du système de distribution, de l'ensemble des influenceurs comme les architectes et les décorateurs d'intérieur, les designers et le groupe le plus sensible des consommateurs finaux.

Fantini est membre d'« Altagamma », la prestigieuse fondation italienne qui rassemble et représente les entreprises de la haute industrie culturelle et créative qui promeuvent l'excellence, l'unicité et le style de vie italiens dans le monde.

Les meilleures marques opérant dans les secteurs de la mode, du design, de la joaillerie, de l'hôtellerie et du bien-être font partie d'Altagamma.





« Le design fait partie de l'ADN de l'entreprise et de l'héritage de sa longue expérience de fabricant. Pourtant, le résultat du travail est toujours l'objectif d'une équipe, d'une façon de procéder qui comporte de nombreux acteurs, chacun avec son propre rôle, sans échelle hiérarchique. Et qui place l'individu, ses qualités et ses capacités au centre du processus. Du concepteur au technicien, du manager à l'ouvrier, chacun contribue dans son rôle au résultat final du produit. »

Thèmes et réflexions sur la « fantinité »

Chez Fantini, certains des plus grands designers internationaux sont impliqués dans la conception de produits qui, selon nous, sont en accord avec la philosophie de l'entreprise. Le résultat caractéristique est d'avoir une gamme ayant un très large éventail de langages formels et expressifs volontairement très différents les uns des autres, bien qu'unis par un mince fil conducteur que nous pourrions appeler « contemporanéité » et par d'autres caractéristiques formelles plus subtiles - une certaine légèreté, une élégance hors du commun, un petit quelque chose de doux... - qui constituent la caractéristique spécifique des produits Fantini par rapport aux robinets d'autres entreprises, avec cette identité spécifique que l'on connaît sous le terme de « fantinité ».

La même stratégie guide le choix des designers d>Aboutwater, la marque née du partenariat noué entre Boffi et Fantini, dans le but de construire une collection toujours plus spéciale et unique.

Calibro, conception de Davide Mercatali et Paolo Pedrizzetti, 1978, un produit emblématique entré dans la prestigieuse collection de design du MoMA de New York.

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



La couleur

La couleur apparaît chez Fantini et dans le monde de la robinetterie de manière soudaine, en 1977, avec la série I Balocchi, conçue par Paolo Pedrizzetti et Davide Mercatali, qui est aujourd'hui considérée comme l'emblème de l'entreprise.

Avec I Balocchi, le robinet subit une transformation profonde et radicale qui le place dans une nouvelle sphère : la couleur, la forme pop et le volume inhabituel font que, d'objet purement technique, il devient un accessoire d'ameublement et non plus un protagoniste secondaire de la salle de bains.

Les deux designers, dans le sillage de l'énorme succès de I Balocchi, créent peu après Calibro, un autre grand best-seller de l'entreprise faisant partie de la collection du MoMA de New York.

Interprète de l'esprit du design des années 80, Calibro anticipe les demandes de forme et de style, avec son esprit jeune et ludique, sa forme décisive et imposante et ses couleurs vives. Un long parcours de soustraction formelle conduit ensuite Davide Mercatali à un résultat surprenant en 1999 : Nostromo est né, un produit représentant l'essence extrême de la fonction sans trahir son âme pop profonde.

Les couleurs vives des années soixante-dix et quatre-vingt ont fait leur temps et disparaissent de la scène de l'ameublement dans les années quatre-vingt-dix, mais la recherche de nuances et d'effets de couleur se poursuit et devient de plus en plus sophistiquée.

La recherche de nouvelles finitions et de nouveaux matériaux ne s'est toutefois pas arrêtée chez Fantini. Les séries Stilo et Sfera de Franco Sargiani ont été développées, avec des leviers réalisés avec différents matériaux, dont le bois et le verre, qui accentuent la transparence et l'opacité du verre, l'effet satiné de la résine et, au contraire, la « plénitude » et l'intensité de la couleur de l'essence de bois et la matérialité de la terre cuite.

Nostromo, conception de Davide Mercatali, 1999: un éternel intemporel de grand succès.

« L'eau est le fil conducteur
de notre travail et de notre
production de robinets design
de haute qualité qui allient de
grandes compétences manuelles et
artisanales à des technologies
et des processus industriels
avancés, à tel point que nous
sommes désormais reconnus au
niveau international comme la
référence des tendances du
secteur ».



Stilo et Sfera,
conception de
Franco Sargiani,
1996 : deux
projets qui ont
introduit un
nouveau geste
dans l'utilisation
du robinet et une
série d'effets de
matériaux et de
couleurs raffinés.

La recherche est basée sur un panel de trois facteurs - couleur, matériau, finition - et sur leur étroite interaction, capable de générer un "effet matériel" final à l'œil et au toucher, particulier et innovant. Et dans ce domaine, la technologie a permis de trouver de nouvelles finitions et de nouveaux langages d'expression.

Stilo et Sfera deviennent immédiatement synonymes de mitigeurs de nouvelle génération. Le levier de commande, qui, grâce à une technologie novatrice, fonctionne avec un mouvement orbital très doux et précis, est une synthèse parfaite entre l'esthétique et le fonctionnel. La sphère et la tige sont les éléments visuels forts qui caractérisent le projet : audacieux par leur forme nouvelle dans la gamme traditionnelle des robinets, inhabituels par leurs matériaux, notamment le verre de Murano et la résine colorée, ils se distinguent néanmoins par leur capacité à s'intégrer discrètement et élégamment dans tous les genres de salle de bains. « C'est comme un joystick, explique Sargiani, une commande instinctive qui tourne sur une sphère. On pose la main dessus et elle répond avec un mouvement fluide qui implique de nouveaux gestes par rapport au levier orthogonal. Pour le corps, j'ai pensé à des formes géométriques sans complaisance figurative et j'ai choisi deux formes archétypales pour la commande, la sphère et la tige. Au mouvement, à la matière et aux couleurs, à l'émotion. »

Stilo, conception
de Franco
Sargiani, 1996





La transparence

106

Nice, conception de Matteo Thun et Antonio Rodriguez, 2017. Un projet innovant de transparence et d'effet de matière 3D en méthacrylate.

La transparence est un thème de design qui exerce une grande fascination et, dans le cas du design des robinets, une valeur symbolique considérable car elle est étroitement liée à l'essence de l'eau et à son image impalpable.

Habilement décliné par les designers Matteo Thun et Antonio Rodriguez, ce thème a donné naissance à un projet spécial à l'identité forte, la série Venezia. Avec ses boutons sophistiqués en verre de Murano et les couleurs les plus soutenues de son ancienne tradition - blanc, noir, bleu, rouge - qui accentuent sa préciosité, la série évoque le style, l'élégance, le raffinement, le luxe et les souvenirs des histoires et des cadres vénitiens.

Le noir, le blanc, le rouge et le bleu cobalt typique du verre de Murano sont les protagonistes absolus d'une forme très simple, un parallélépipède à base rectangulaire, qui accentue le caractère liquide de la couleur et la profondeur magique du matériau.

Le projet s'est ensuite développé avec la création de deux boutons aux formes différentes : le premier est un disque, en cristal massif transparent, au bord facetté, qui laisse entrevoir la sérigraphie sur la base avec un effet tridimensionnel surprenant ; le deuxième a une forme effilée, horizontale, en forme de levier.

Les recherches et les expérimentations menées par l'entreprise avec les deux auteurs sur les effets combinés de la transparence-translucidité (qui permet à la lumière de traverser le matériau de manière diffuse) ont donné naissance à la série Nice : « Un hommage à l'essence de l'eau et à sa beauté : transparente, fraîche et colorée », comme le disent les auteurs.

Les boutons en méthacrylate coloré de Nice ont la forme d'un disque, découpé dans un cylindre, où les effets de perception de la transparence, de la profondeur et de la couleur varient selon le point de vue et la lumière. La palette de couleurs combinée aux éléments translucides crée ainsi des effets optiques surprenants, tout en offrant une expérience sensorielle au toucher grâce à leur surface lisse et douce, presque veloutée.

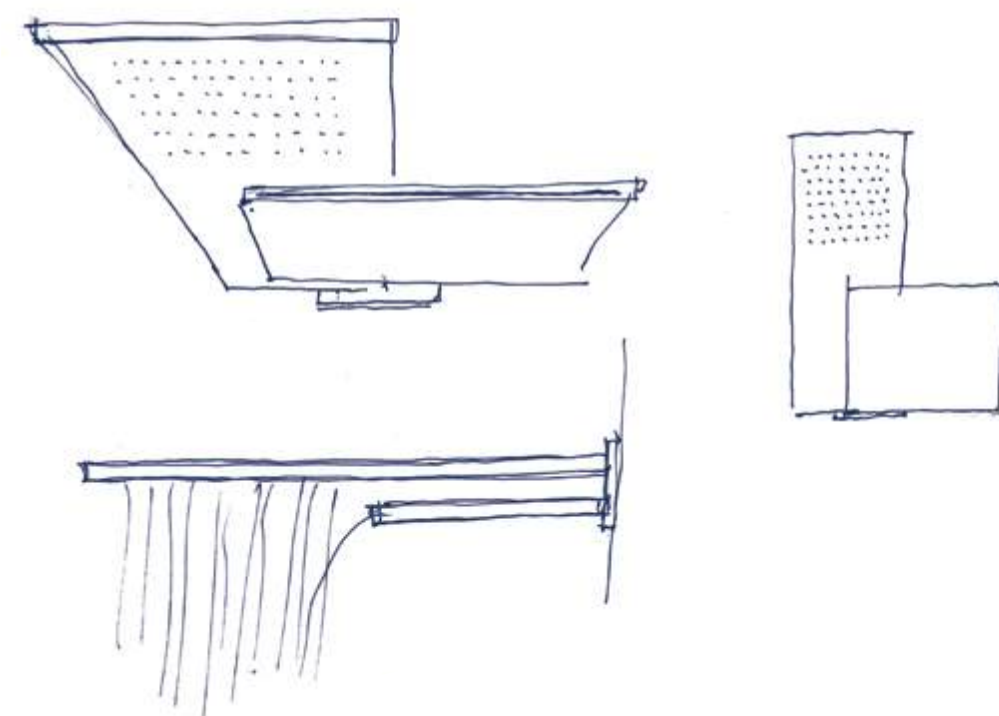
« La qualité et la fiabilité du produit sont les valeurs transversales, de chacun de nos projets, dans lesquels nous nous efforçons, en tant que fabrique de design italien, d'atteindre toujours un équilibre parfait entre la technologie industrielle et le savoir-faire artisanal. »

107



Venezia,
conception de
Matteo Thun
et Antonio
Rodriguez, 2010,
a offert à l'univers
de la salle de
bains la beauté
et l'élégance
sophistiquée du
verre de Murano.





La pureté de la technique

La recherche de la raréfaction de l'image, de signes graphiques clairs et précis, d'une légèreté visuelle repoussant les limites techniques du matériau pour atteindre une synthèse expressive absolue est l'objectif fondamental du travail de conception de Franco Sargiani, architecte et designer, auteur de nombreux produits à grand succès dans l'histoire de Fantini.

Sargiani marque deux décennies de grand succès pour Fantini : les années 1990 avec des produits mémorables pour leur forme et leur fonction innovantes, et les années 2000 pour la révision radicale du « système de l'eau » domestique. En 2002, l'un de ses premiers projets s'appelle Zen et déclare son essence dès son nom, qui n'a jamais été aussi approprié. Il s'agit d'une abstraction conceptuelle de la colonne de douche : on ne peut l'imaginer plus mince, visuellement légère, une forme où rien ne peut être enlevé ou ajouté, d'une élégance esthétique et formelle absolue.

Milano, de 2007, est un autre de ses projets très réussis. Ici, la quête de dématérialisation aboutit à un résultat presque futuriste, un signe graphique si clair et si précis qu'il devient quasiment une représentation abstraite du robinet.

« Le projet est né avec deux objectifs, explique Sargiani, distribuer l'eau sur un large front et définir un instrument qui, comme l'eau, apparaît essentiel, réfléchissant et transparent. Pour répondre au premier objectif, il était nécessaire de laisser l'eau s'écouler à basse pression et en petites quantités afin qu'elle tombe naturellement par gravité. À l'avantage de la réduction d'utilisation d'eau s'ajoute le plaisir visuel de l'effet de cascade. L'utilisation d'éléments formels élémentaires tels que les plans et les cylindres et leur combinaison ont permis d'obtenir, grâce aux phénomènes de réflexion des surfaces, une continuité de perception des composants, comme si les matériaux étaient transparents.

Le travail de conception complexe que le designer mène depuis des années avec l'entreprise sur le thème de la douche a abouti à des résultats extrêmement intéressants, fruit d'une recherche technique continue et de l'affinement du savoir-faire productif qui ont révolutionné la façon de concevoir cet espace et ses objets.

Milano, conception de Franco Sargiani, 2007. C'est un produit à la fois classique et moderne de grand succès, dans lequel la technique atteint une essentialité formelle extrême.



II2 La double pomme de douche avec fonctions pluie et cascade de la douche Milano, conception de Franco Sargiani ; à droite, du même auteur, la colonne de douche AcquaAzzurra.

Les projets AcquaTonica (2004), AcquaAzzurra (2006), AcquaPura (2007), Acqua Zone (2011) et AcquaDolce (2015), représentent une évolution progressive dans laquelle le concept de l'espace douche est dépassé, dans une nouvelle vision de son utilisation qui transforme radicalement les formes des objets.

Selon Sargiani, « La douche domestique est un objet qui doit donner un grand confort et un grand plaisir à l'utilisateur. Le contact avec l'eau doit être une expérience heureuse, un retour à l'état naturel. »

Le défi consiste donc à traduire la complexité technologique des nouveaux produits en formes pures d'une extrême simplicité visuelle et à rendre cette expérience sensorielle possible.

Sans aucun compromis en matière de mécanique, ces produits extrêmement fonctionnels et efficaces se situent dans un monde d'abstraction virtuelle et émotionnelle qui ouvre de nouveaux horizons de conception possibles à explorer.

« Pour AcquaTonica, j'ai pensé à un élément complètement intégré dans la maçonnerie, avec un encombrement nul et des commandes séparées. L'effet de coupe miroir donne une transparence visuelle qui, avec le jeu des reflets, est un thème récurrent dans mes conceptions. Ici, la douche est vue comme le pur plaisir de se tenir sous l'eau, avec un effet naturel, léger et morbide, comme sous la pluie. AcquaPura, en revanche, est une réinterprétation radicale de la douche. C'est un monolithe architectural avec des parties émettant de l'eau, en mesure de délimiter un espace de douche pouvant être agencé n'importe où dans la maison. »

Le projet le plus récent, AcquaDolce, atteint une essentialité formelle et constructive extrême avec une série de caractéristiques innovantes qui offrent un confort multisensoriel et environnemental maximal : pluie, cascade ou eau nébulisée, lumière blanche, chromothérapie, programme Feel pour créer une atmosphère émotionnelle et technologie tactile pour les commandes qui activent les différentes fonctions.

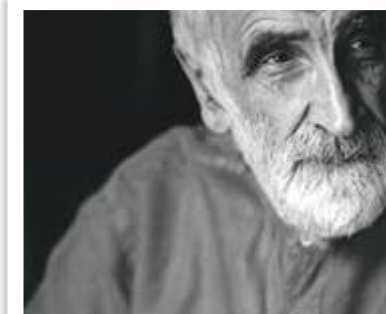


« Fantini doit être une entreprise à la pensée extrêmement libre. Aujourd'hui, mon objectif est d'avoir un département technique sui generis capable de bouleverser les choses, de les voir d'un autre point de vue. Il doit aussi être un lieu de recherche expérimentale, avec un goût de plus en plus marqué pour le design et l'innovation. »

La douche AcquaPura dans sa version free-standing

Dans le mot 'manivelle', le mot 'main' apparaît de manière évidente. En effet, il en constitue la racine : les grandes mains d'Enzo Mari. Mais surtout, il implique un geste significatif qui n'a rien à voir avec l'élégance atrophée des mouvements équilibrés d'aujourd'hui. E : la manivelle est l'ancêtre du robinet. C'est la rotation sur le plan, typique de ceux qui accomplissent un travail, comme un plombier qui serre un joint. Car les gestes que Mari transforme en projet entrent dans cette catégorie : ils sont exécutés en premier. » Avant la sophistication silencieuse, tourner une manivelle signifie faire un effort : un effort dans lequel l'action et la réaction sont exactement équilibrées. En elle-même, la manivelle conserve la fascination des outils artisanaux, elle a besoin d'une surface de préhension. Le plaisir d'ouvrir (en tournant à droite), mais surtout le plaisir de fermer (en tournant à gauche), avec un dernier petit coup de contrôle. Inégalable ! Une telle succession rappelle l'ouverture d'un lavoir de campagne, celle d'une pompe à eau pour arroser (activité absolument interdite quand on était enfant !). Pour Mari, rien n'est fortuit : Manovella est l'un de ces nombreux projets où le geste vient bien avant la forme, bien avant la beauté. Manovella était donc un objet esthétiquement discutable ? Et si c'est le cas, quelle était sa fonction à l'époque ? Renoncer au « fun » post-moderne, nous obliger à regarder l'objet dans ses principes de construction : voilà ce que nous dirait le regard sévère de Mari, en 1993 comme aujourd'hui. J'en suis certain ! »

— MARCO ROMANELLI



L'archétype

Enzo Mari a été l'un des plus grands maîtres du design italien.

Le projet et la passion étaient le moteur de sa pensée et de ses œuvres. Le design est le moteur puissant et démonstratif de sa démarche intellectuelle et de son désir de changer la société dans laquelle nous vivons à travers les objets. L'étude des archétypes qui le fascinait tant est également l'élément de base de la recherche conceptuelle de Manovella, le robinet conçu pour Fantini.

Milano, conception de Franco Sargiani, 2007. C'est un produit à la fois classique et moderne de grand succès, dans lequel la technique atteint une essentialité formelle extrême.

« Chez Fantini, on invente et on produit avec un objectif clair et ambitieux que l'on ne manque jamais d'atteindre : l'invention, le dessin et la technique doivent aller de pair, car ce sont des éléments inséparables de la création visant à la perfection, avec une conviction déterminée que même l'innovation du plus petit détail de ce microcosme de production peut contribuer à améliorer la qualité de la vie. »

« Le design est la vocation de Fantini.
 Aujourd'hui, nous pensons pouvoir dire que le
 produit Fantini doit être nouveau et original,
 mais aussi complexe, avoir ce petit plus qui peut
 creuser l'écart entre Fantini et ses concurrents.
 Aujourd'hui, presque tout le monde réalise des
 produits qualifiés, bien faits, qui durent dans
 le temps, avec différentes finitions, conçus même
 par des architectes importants... Il faut donc que
 nous augmentions la complexité de notre produit.
 Relever de véritables défis du point de vue des
 solutions techniques et de production, dans
 le but d'identifier des solutions innovantes à
 travers une phase expérimentale qui nous permet
 d'avoir une longueur d'avance sur l'état de l'art
 de la production. »

Dolce, conception
 de Birgit
 Lohmann,
 2006. Lignes
 claires et bien
 définies pour un
 produit de style
 contemporain.



ADN DESIGN



Moderne classique

Dans l'histoire de Fantini, il y a des auteurs qui sont devenus des membres de la famille au fil du temps et qui ont continué à collaborer avec l'entreprise pendant des années, en créant de nombreux produits. D'autres, en revanche, n'ont signé qu'un seul produit à succès. Tel est le cas des designers Perry King et de Santiago Miranda, le premier anglais et le second espagnol, partenaires depuis 1976 avec un passé commun chez Olivetti. Ils sont les auteurs de Copernico, un produit à grande image, caractérisé par le grand anneau qui devient l'élément prédominant du produit.

Dolce, conçu par Birgit Lohmann, est également un exemple significatif et réussi des résultats de la recherche constante de formes d'expression innovantes et contemporaines pour les familles de mitigeurs. En équilibre entre modernité et classicisme, grâce aux caractéristiques de ses lignes, la collection Dolce a été sélectionnée en 2007 par le légendaire magazine allemand *Schöner Wohnen* dans le cadre de l'exposition 50 Neue Klassiker comme étant l'expression du nouveau classique.

Copernico,
 conception de
 Perry King et
 Santiago Miranda,
 1994. Un objet
 iconique à la forte
 présence formelle
 et à l'impact
 visuel marqué.



Icona Classic et Icona Deco, conception de Vincent Van Duysen, 2016. Le développement du projet a accordé une grande attention à l'ergonomie et à la douceur et à la sensualité des boutons.

« La contemplation est peut-être un mot démodé, mais c'est ce qu'évoque le design de Vincent Van Duysen. On contemple un coucher de soleil, un paysage, un tableau. On regarde et on écoute, dans un silence absolu, ce que la nature ou l'art nous suggère - les formes, les couleurs, les combinaisons, les nuances, ce 'je ne sais quoi', quelque chose de fascinant mais indéfinissable qui rend uniques ce moment et ce regard. On regarde, on écoute et on s'émerveille. C'est ça, l'émerveillement. Pas l'émerveillement tapageur, mais la sérénité d'un geste sûr, précis, plein d'histoire et d'expérience, humain, jamais prévisible, car riche des complexités de la réalité. Vincent est ainsi, il provoque cet émerveillement apparemment simple, sensuel parce qu'il est en harmonie avec les sens, tous les sens, qui font de nous des créatures dotées d'une sensibilité unique et particulière, globale... C'est l'atmosphère que l'on respire dans la maison anversoise de Vincent Van Duys, dans les projets d'architecture et de design, avec la même intensité à grande et petite échelle. Protection et confort. Rien n'est excessif ni agressif. Aucun élément ne domine l'autre. Ce sont des lieux et des objets de contemplation, de grande qualité, contemporains mais avec une touche traditionnelle qui les rend intemporels, et donc classiques. Une élégance sophistiquée, jamais rhétorique. La capacité à créer cette harmonie se retrouve également dans Icona, la collection conçue pour Fantini. L'art du bien vivre, Vincent l'habite, il le porte et l'infuse dans tout ce qu'il touche. C'est ce 'je ne sais quoi', qu'on pourrait aussi appeler grâce. »

— FRANCESCA MOLteni,
METTEUSE EN SCÈNE



La mémoire

Architecte, designer, directeur artistique belge, Vincent Van Duysen est devenu en quelques années seulement une star du design. Il crée des objets d'une pureté et d'une essentialité extrêmes, avec une mémoire contenue qui leur confère un caractère concret, solide et équilibré et qui les place dans la sphère des produits intemporels, les evergreens, ceux qui ne subissent pas les goûts éphémères du moment.

Icona, le projet conçu par Vincent Van Duysen pour Fantini est une réinterprétation contemporaine du robinet classique, jouant subtilement et élégamment sur les proportions. Fonctionnalité, durabilité et confort ont été les apports et les priorités donnés au projet, qu'il a décliné avec une qualité esthétique tranquille ne suivant ni les tendances, ni la mode.

« Je crois qu'Icona, le produit que j'ai conçu pour Fantini, est une collection intemporelle de robinets, une sorte de 'passe-partout' doté d'une petite touche de mémoire, mais pas trop extrême, toujours très contemporain et moderne, avec un accent sur l'ergonomie et doté d'une certaine sensualité. Je crois que c'est surtout la forme qui doit suivre la fonction. Étant un être humain qui conçoit pour d'autres êtres humains, les priorités que je me fixe sont, absolument, la fonctionnalité et le confort. »

Récemment, Icona a également fait l'objet de nouvelles finitions métalliques, résultat d'une recherche complexe sur l'ensemble couleur-matériau-finition. Metal Gun, Copper Bronze, British Gold sont nos nouvelles propositions de finition. Elles donnent aux produits en métal une gamme particulière d'effets chromatiques spéciaux : l'incontournable couleur canon de fusil (entre le gris foncé, le bleu et le brûlé) - la chaude teinte du cuivre bronze (sorte de marron rosé) et le très sophistiqué, paisible et élégant doré anglais.

Icona Classic, conception de Vincent Van Duysen, 2016. Un design intemporel, une sorte de « passe-partout » doté d'une petite touche de mémoire », comme l'a défini l'auteur.



Le lac, source d'inspiration

Sailing, conception de Yabu Pushelberg, 2021. Un dessin à la géométrie bien définie avec une évocation des bittes d'amarrage.

« Le lac d'Orta est renommé pour ses paysages romantiques et sa grande sérénité. Et c'est bien ce qui a inspiré notre projet. Nous avons voulu faire référence à l'essence même du lac, celle d'un refuge paisible, tout en rendant hommage à l'audace du point de vue créatif de Fantini. Le résultat est une version poétique et sensuelle d'un élément utile et fondamental lié à l'eau, la bitte d'amarrage du bateau. »

C'est ainsi que George Yabu et Glenn Pushelberg, fondateurs du studio canadien Yabu Pushelberg, racontent comment est née l'idée de la série Sailing, après avoir découvert le lac d'Orta en tant qu'hôtes de la Casa Fantini Lake Time.

La forme de Sailing fait donc explicitement référence au monde de l'eau et du lac, le genius loci de Fantini, à travers la réinterprétation poétique des lignes claires et du volume des bollards, éléments essentiels pour la navigation et l'amarrage d'un bateau. Les designers ont transformé un objet fonctionnel en un élégant détail décoratif pour salle de bains, avec une série qui, comme ils le disent, « combine parfaitement notre nature insouciance avec le design puissant et innovant des collections de l'entreprise et avec son aptitude à expérimenter continuellement de nouveaux langages expressifs. »



Aboutwater, une alliance entre Boffi et Fantini

« L'eau est notre matière première. Boffi et Fantini dédient depuis longtemps leurs pensées, leurs projets et leurs énergies aux formes de l'eau. Et au fil du temps, en nous observant mutuellement, nous avons découvert que nous avons beaucoup de choses en commun, des idées et des idéaux, des objectifs et des comportements à partager. Il était donc presque naturel que nous décidions d'unir nos forces pour créer un projet commun. » C'est ainsi que Daniela Fantini raconte la naissance d'Aboutwater, la collection née de l'alliance de deux entreprises de premier plan : Boffi et Fantini. Un partenariat basé sur l'idée de proposer au marché des lignes de robinetterie caractérisées par le raffinement, par la modernité du design, l'excellence de la conception, la précision de la fabrication, et distribuées par le réseau de vente des deux entreprises qui, en travaillant en coordination, visent à d'élargir l'accès au marché au-delà de leurs segments respectifs. Boffi et Fantini sont deux réalités consolidées dans l'univers du design italien. Boffi est une marque connue dans le monde entier pour ses cuisines, ses salles de bains et ses systèmes

d'ameublement haut de gamme, considérée depuis des dizaines d'années comme étant une entreprise novatrice pas seulement pour le design et la production, mais aussi pour son système de distribution et ses manières de communiquer. Fantini est synonyme de recherche esthétique et de perfection technologique dans la robinetterie haut de gamme. Installée dans une région industrielle qui s'est toujours tournée vers la mécanique de précision et la qualité, l'entreprise a su conquérir au fil du temps les segments les plus exigeants du marché international grâce à son savoir-faire et à sa collaboration avec des designers de haut niveau. Au fil des années, les deux entreprises ont développé un leadership incontesté dans leur secteur, fondé et consolidé sur l'excellence de la production, la créativité et une forte internationalisation du marché. Bien qu'elles soient toutes deux des réalités industrielles d'envergure mondiale, elles ont conservé la passion du travail bien fait héritée de leurs origines artisanales, en en faisant l'une des pierres angulaires de leur avantage concurrentiel.

Aboutwater, la collection commune aux deux marques, a fait ses débuts à la Semaine du design de Milan de 2011, avec la présentation de deux lignes de robinetterie, conçues par Naoto Fukasawa et Piero Lissoni. AF/21 de Naoto Fukasawa, en chrome, acier et en finition PVD, est le résultat d'une simplification de la forme, conçue en termes de clarté maximale. La ligne étant réduite presque à l'état de pure icône, c'est la qualité esthétique du matériau qui est mise en valeur. Les robinets et les mitigeurs deviennent des disques et des cylindres. Les premiers rappellent les boutons d'une chaîne stéréo ; les seconds, l'élégance concise d'une image alphabétique. AL/23 de Piero Lissoni, en chrome et peint, est né d'une forte vocation pour la simplicité, de la ligne et de l'utilisation. Dans ses éléments constitutifs, il rappelle le caractère essentiel des fontaines et des systèmes industriels, conçus pour être pratiques, maniables et efficaces. Le design est net, d'une élégance naturelle et immédiate. Ces deux premiers produits ont ensuite été rejoints par ceux de deux autres designers de renommée internationale : AK/25 de Paik Sun Kim, en finition PVD.



Matt Gun Metal PVD, présente une forme pure au dessin franc, essentiel et moderne. Inspiré par l'art et la nature, il est une synthèse expressive de l'harmonie de la philosophie orientale et de l'esthétique contemporaine. AA/27 de Michael Anastassiades, en acier brossé et finition PVD Matt Gun Metal, a un dessin original et non conventionnel, un projet fluide situé entre art et design. Essentiel, fonctionnel et inattendu.

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.

Collection
Aboutwater Boffi/
Fantini. AF/21,
conception de
Naoto Fukasawa,
2011. Signes nets
et précis, marque
stylistique de
l'auteur, pour un
produit d'une
extrême simplicité
et d'une beauté
éthérée.



« S'il est un moment qui rythme nos journées d'aujourd'hui, c'est bien l'acte de se laver les mains, un rituel qui a pris d'autres significations avec la pandémie. Le rapport à l'eau, aujourd'hui plus vital que jamais, est passé depuis toujours par certains objets qui décorent nos maisons et font partie du paysage domestique et de notre quotidien. C'est dans ce contexte que la vision du design de Naoto Fukasawa trouve sa meilleure expression, en imaginant des objets qui entrent en dialogue avec l'espace qui les entoure et en concevant des formes qui apparaissent intuitives au moment de leur utilisation. De façon à offrir ainsi aux gens une relation harmonieuse et naturelle avec les pièces où ils habitent. Telle est la philosophie du design Super Normal que Fukasawa a popularisée avec Jasper Morrison, notamment dans le cadre d'une exposition itinérante qui, en 2006, a célébré l'essence de la "normalité", c'est-à-dire de ce qu'un objet devrait exprimer dans sa relation quotidienne avec son utilisateur. Cette approche conceptuelle s'accompagne de la recherche d'une esthétique qui parle un langage universel, où la nature est souvent une source d'inspiration. Le résultat est particulièrement évident dans la réussite des collaborations nouées entre Naoto Fukasawa et certaines des meilleures sociétés de design italiennes. Des collaborations qui ont abouti, comme dans ce cas, à des objets essentiels d'un grand charme et d'une grande poésie. »

— LIVIA PERALDO MATTON,
DIRECTRICE DE « ELLE DECOR ITALIA »



L'essentialité

La recherche de la simplicité et d'une beauté sublime obtenue grâce à des signes propres et naturels est la philosophie conceptuelle de Naoto Fukasawa, l'un des designers les plus en vue sur la scène internationale.

Parlant de sa façon de concevoir, il a déclaré dans une interview au magazine en ligne *Designboom* : « Faire du design, c'est observer de manière objective. Cela signifie être conscients de notre nature vivante, nous sommes un simple élément dans un environnement plus vaste. J'aime bien quand un projet ne vend pas mon nom ou ma caractéristique stylistique, quand c'est juste un objet qui est là... non pas anonyme, juste naturel, très propre, très simple. Mon travail est désormais davantage basé sur l'instinct et la conscience. Je pense avoir affiné la manière de distinguer immédiatement les significations liées à la place correcte qu'un objet doit occuper. »

Pour la collection *Aboutwater*, Boffi et Fantini ont conçu un robinet d'une simplicité et d'une beauté extrêmes, un signe lumineux dont le trait est à la fois puissant et absolu.

Collection
Aboutwater Boffi/
Fantini. AF/21,
conception de Naoto
Fukasawa, 2011.
Les couleurs
métalliques
sophistiquées des
finitions PVD
mettent en valeur la
pureté des lignes du
design de Fukasawa.



La légèreté

Maître de la douceur, Piero Lissoni aime la légèreté sans jamais perdre la rigueur dans sa recherche constante de l'essentiel. Léger, rigoureux et essentiel : tel est également le design de son robinet de la collection Aboutwater de Boffi/Fantini.

Avec lui, il y a une harmonie particulière sur la vision de l'entreprise qui s'est consolidée et affinée au fil des ans, et sur une collaboration de presque vingt ans qui va des projets de showrooms aux aménagements de salons, des outils graphiques et de communication à l'architecture de l'usine et de l'hôtel Casa Fantini Lake Time construit en 2018 et 2019.

Concernant sa façon de concevoir, dans une interview accordée au journal La Stampa, Lissoni a notamment déclaré : « Je suis avant tout un architecte, et la mesure qui me commande est une proportion humaine : avant de concevoir un objet, je conçois un espace, même si je ne sais pas à quoi il servira. Pour moi, le lien non virtuel entre le stylo et la main reste fondamental, c'est pourquoi j'ai obligé tout le monde à dessiner à la main dans l'atelier, puis à l'ordinateur. Nous réalisons de nombreux prototypes avant de passer à la production. Pour moi, un objet n'est jamais terminé, mais à un moment donné, les clients me disent d'arrêter. Alors je me mets à trouver des excuses, j'annule les rendez-vous, je change d'avis. Mais il y a des échéances, le Salon du meuble, la terreur avance et ils me forcent à terminer. Si cela ne tenait qu'à moi, je continuerais éternellement avec les prototypes et je n'arriverais jamais au produit final. Je pense que les choses ne vivent pas pour l'éternité, elles ont leur propre temps, qui n'est pas toujours court, mais pas trop long non plus.

Collection Aboutwater Boffi/Fantini. AL/23, design de Piero Lissoni, 2011. La légèreté visuelle et l'essentialité formelle, pierres angulaires de l'approche de Lissoni en matière de design, sont les éléments qui caractérisent ce projet.

« Héritier de la modernité, inspirée ou mythifiée, qui rappelle celle de Mies van der Rohe - héros de l'architecture du XXe siècle - Piero Lissoni est devenu un maître dans l'art d'exprimer, par une simplification radicale des lignes, le raffinement extrême d'un objet ou d'un espace. Réduire l'objet à son essence même, soustraire les détails tapageurs ou décoratifs, pour mieux révéler une vérité constructive qui confine à la pureté. L'objet silencieux, un passe-partout qui n'est jamais ordinaire ou banal, semble être l'objectif de ce perfectionniste perpétuellement en quête de qualité visuelle et de facilité d'utilisation. « Pas de compromis. Jamais », disait Florence Knoll : une affirmation qui pourrait bien convenir aux créations de l'architecte milanaise.

AL/23, la ligne de robinetterie produite pour la collection Aboutwater Boffi/Fantini est une parfaite évocation de sa philosophie de conception. Équilibre, simplicité, fonctionnalité, mais aussi attention raffinée accordée aux matériaux et aux surfaces qui évoquent des sensations tactiles. Une forme de sensualité. L'opacité et la brillance d'un objet chromé sont amplifiées par son art de la parcimonie, que la raison géométrique transforme ici en un objet de luxe. A la métaphore d'une simple fontaine ou d'un petit engrenage industriel s'ajoute ici l'idée de pureté et de beauté intemporelles, grâce à la fonctionnalité efficace des lignes, réduites à l'essentiel. Certains parleront de froideur, d'autres de minimalisme radical, chic ou snob. Pour moi, cela fait écho à l'idée du culte de l'élégance, d'une continuation du rationalisme italien, qui, aujourd'hui définit aussi le raffinement milanais ou, plus généralement, les créations italiennes. »

— BRIGITTE FITOUSSI
ARCHITECTE, AUTEUR ET JOURNALISTE, PARIS



Collection Aboutwater Boffi/Fantini. AF/21, conception de Naoto Fukasawa, 2011. Les couleurs métalliques sophistiquées des finitions PVD mettent en valeur la pureté des lignes du design de Fukasawa.



« Donner de nouvelles formes à l'eau est l'objectif que nous poursuivons depuis toujours. Nous n'avons jamais interrompu cette recherche complexe, où le résultat final, même avant d'être considéré comme étant une petite merveille technologique, provient des prémisses de la relation nouée entre l'entreprise et le concepteur, de l'alchimie magique qui se manifeste parfois immédiatement et qui, à d'autres moments, peine à trouver son équilibre, rendant le chemin vers le produit fini tortueux et difficile. »

La poésie

La rencontre avec Paik Sun Kim, architecte et designer coréen, et la poétique de son design a été d'une grande intensité pour Fantini et elle a donné lieu à une belle et fructueuse collaboration, malheureusement interrompue par sa mort soudaine et prématurée.

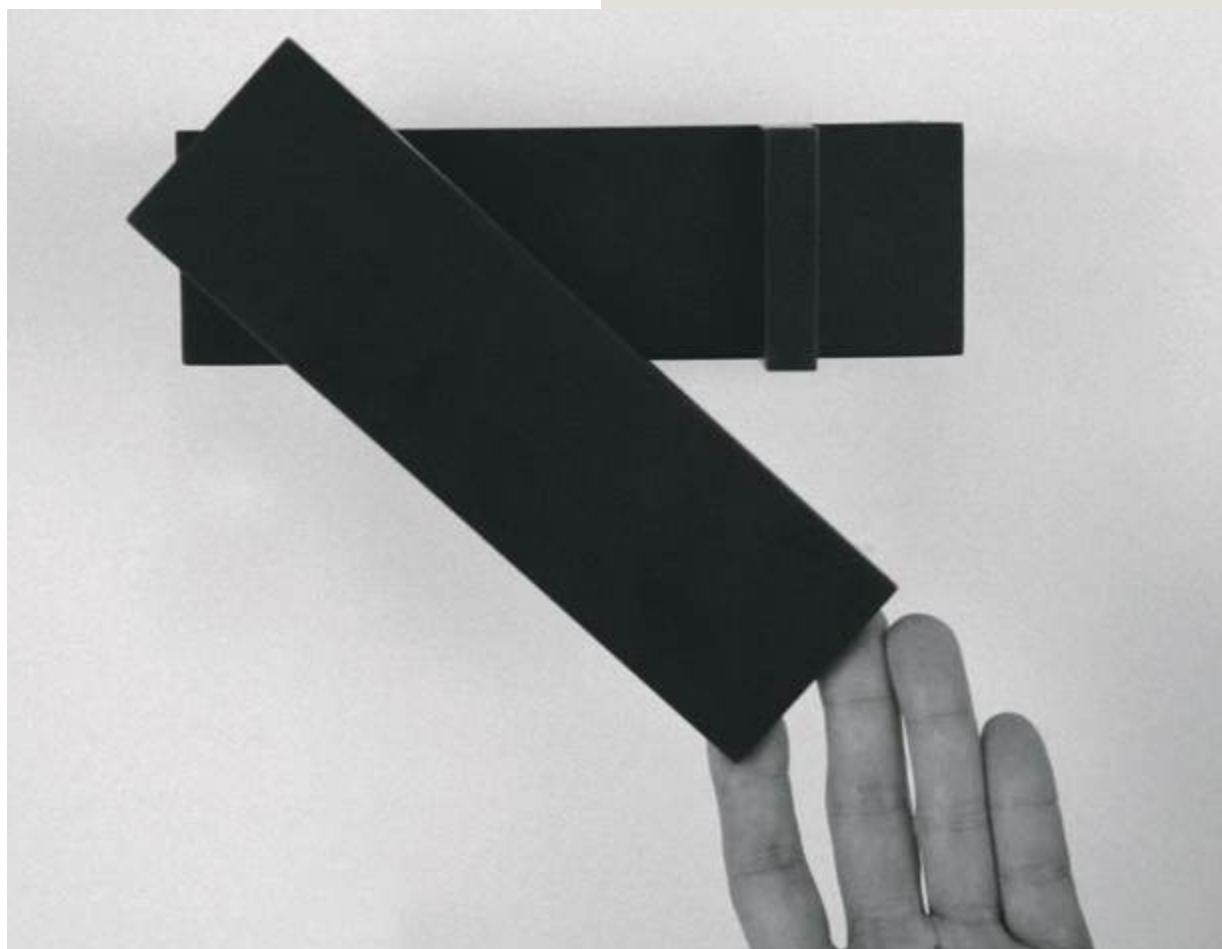
« J'ai rencontré Paik Sun Kim, écrit Daniela Fantini, à l'occasion de l'une de ses expositions personnelles à la galerie Hakgojae de Séoul, pour laquelle nous avons réalisé un prototype d'un de ses modèles de robinets. J'ai ainsi pu en apprendre davantage sur son travail et je suis littéralement tombée amoureuse de la légèreté et de la poésie de son architecture. Paik Sun Kim a étudié la peinture orientale à l'université et la peinture est un élément moteur de sa façon de représenter les projets avec des traits à peine esquissés, mais avec des marques décisives, avec beaucoup de blanc et quelques coups de pinceau de noir. Comme ses objets, son architecture est une synthèse harmonieuse de la philosophie orientale et de l'esthétique moderne, de l'art et de la nature. Nous avons été ravis de travailler avec lui sur le produit issu du développement de ce premier prototype, un design qui nous a réellement fascinés par son caractère essentiel, sa pureté et sa modernité. »

AK/25 fait partie de la collection Aboutwater, issue du partenariat des entreprises Boffi/Fantini. Il a reçu le prix Compasso d'Oro ADI en 2020, la récompense internationale la plus prestigieuse dans le monde du design, avec la motivation suivante : « Pour sa structure solide, un design sévère, élégant et inattendu, résultat du dialogue constructif entre deux entreprises italiennes et un designer oriental. » Avec les autres produits récompensés par le prix Compasso d'Oro et par une mention honorable, il fait partie de la collection ADI Compasso d'Oro, déclarée le 22 avril 2004 par le ministère des Biens et Activités Culturels comme présentant un « intérêt artistique et historique exceptionnel. »

Collection Aboutwater Boffi/Fantini. AK/25, conception de Paik Sun Kim, 2017. Sévère, élégant et inattendu, c'est ainsi que le jury a défini le projet AK/25, en lui attribuant le prestigieux prix Compasso d'Oro en 2020.

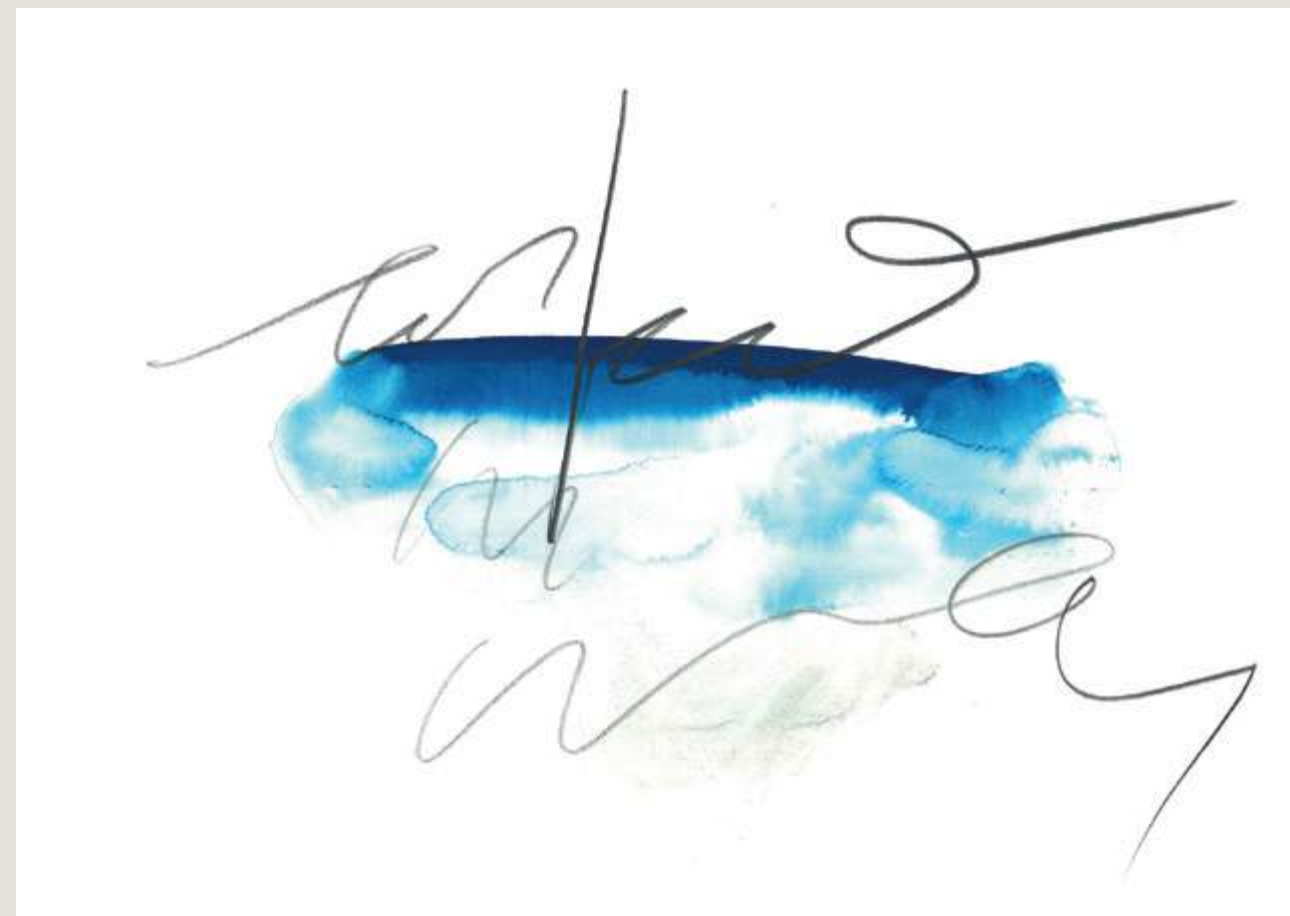
Collection
Aboutwater Boffi/
Fantini. AK/25,
conception de Paik
Sun Kim, 2017.
Un signe au trait
décisif et absolu,
presque une
abstraction poétique,
une synthèse
parfaite de la
philosophie orientale
et de l'esthétique
contemporaine de
l'auteur.

page ci-contre : Les
croquis picturaux et
poétiques de Paik
Sun Kim, artiste,
architecte, designer
extraîtes de sa
monographie, Kim
Paik Sun exposition
personnelle, catalogue
de l'exposition 2013
tenue à la galerie
Hakgojae de Séoul.



« Paik Sun Kim disait que l'eau est l'un des cadeaux que la nature a donnés aux humains. Il n'est donc pas étonnant que AK/25 soit l'union parfaite de ces forces. C'est une rencontre fortuite qui me l'a fait découvrir. J'étais à Séoul au printemps et j'ai frappé à une porte qui avait attiré mon attention. À ma grande surprise, elle s'est ouverte et, avant même de m'en rendre compte, je me suis retrouvée dans le hall de la dernière œuvre du designer, l'Owall Hotel. Chaque détail de ce bâtiment de trente-deux chambres a été conçu par Paik Sun Kim, qui est mort prématurément alors que la construction était achevée à 80 %. Le granit gris est associé au pin rouge local et le marbre importé de Carrare brille sous les pieds. On a l'impression d'être dans la nature, dans un environnement construit. La légèreté de sa touche est expressive mais essentielle, minimaliste mais chaleureuse. Si l'intérieur de l'hôtel est comme un tableau, AK/25 est la signature de l'artiste. Mais c'est la façon dont l'eau s'écoule de sa bouche qui révèle tout son art : il y a de la dignité dans les gouttes. Et c'est exactement de cette manière que Paik Sun Kim rend hommage au don de la nature ».

— ZOSIA SWIDLICKA,
JOURNALISTE, LONDRES



« Dans ma carrière, j'ai eu la chance d'être entouré de designers. L'un des projets qui m'a le plus marquée est le travail de Michael Anastassiades. Le travail de Michael, c'est de la poésie, souvent en mouvement. L'esprit novateur de Michael émerge en même temps que sa passion, qu'il s'agisse d'expositions au NiMAC de Chypre ou à la Galleria Nilufar à Milan... ou de travaux pour FLOS, Fantini et autres. Il vous donne envie de les toucher. Heureusement, avec son design pour Aboutwater de Boffi & Fantini, c'est possible ! »

— BETH DICKSTEIN,
FONDATRICE ET DIRECTRICE GÉNÉRALE DE BDE, NEW YORK



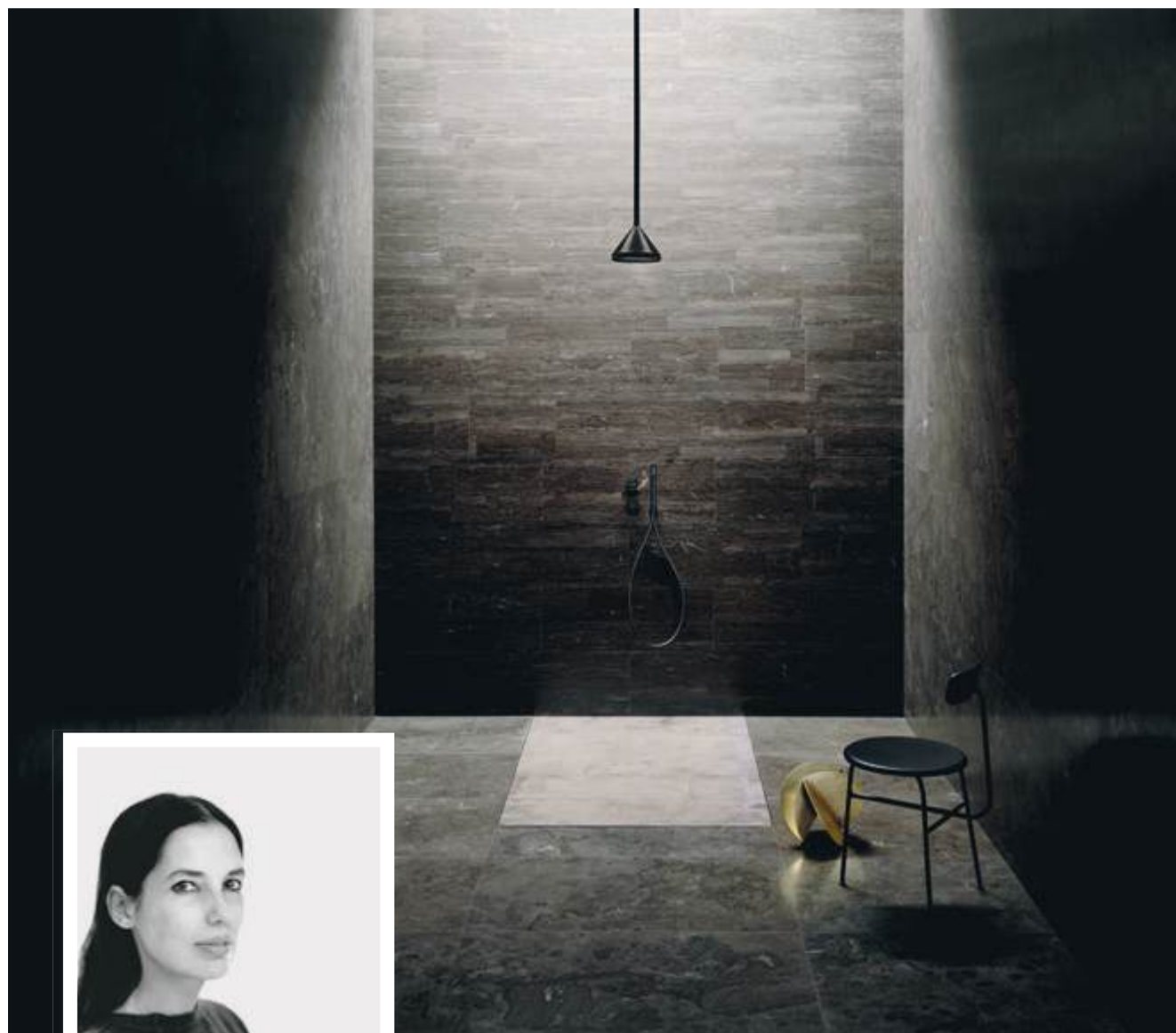
Collection
Aboutwater Boffi/
Fantini. AA/27,
conception
de Michael
Anastassiades, 2018.
Un robinet insolite,
expérimental,
novateur, et
inattendu en raison
de sa bouche
latérale. Le résultat
consiste en une
image surprenante,
mais domestique et
familiale.



L'inattendu

Sur la scène internationale du design, le travail de Michael Anastassiades se distingue par son identité absolue et précise, dans un territoire fluide entre art et design. « J'aime sa recherche de l'essentiel, dit Daniela Fantini, sa façon de regarder les objets avec un regard inhabituel et de comprendre les matériaux sans forcer leur nature, mais en essayant de leur donner à chaque fois une interprétation expérimentale et innovante ». Avec lui, l'entreprise a développé un design pour la collection Aboutwater de Boffi/Fantini, qui présente des qualités multiples : une forme inhabituelle, avec une touche inattendue qui surprend et étonne, mais qui est en même temps familière, comme le souligne l'auteur : « Ce projet a une forme très familière. La familiarité est une partie très importante de mon travail, car les gens se sentent à l'aise avec des objets dont la forme leur est connue, et je pense que c'est le facteur qui les rend intemporels et leur permet de durer au fil des années. L'élément étonnant du projet est le monobloc, dans lequel l'eau monte sur le côté du robinet. Je trouve que la recherche de l'équilibre est également très évidente dans ce projet, comme dans tous mes travaux. On peut également y voir quelque chose d'inattendu, car le robinet est joint de manière invisible sur le côté et semble être suspendu au-dessus du lavabo. »

Collection
Aboutwater Boffi/
Fantini. AA/27,
conception
de Michael
Anastassiades,
2018.
La recherche
conceptuelle de
la pureté formelle
est comme un
fil conducteur
qui relie les
différents projets
de la collection
Aboutwater et
unit les designers
qui en sont les
auteurs.



Pierre et eau

Fontane Bianche, Salvatori + Fantini, conception d'Elisa Ossino, 2016.

Un projet issu de la collaboration nouée entre deux entreprises ayant les mêmes passions et du dialogue entre la pierre et l'eau.

Le projet Fontane Bianche est le fruit de la collaboration nouée entre Salvatori et Fantini, deux entreprises qui partagent la même passion pour l'excellence et le désir d'allier la créativité à la technologie. La compétence reconnue de Salvatori dans la transformation de la pierre en de magnifiques textures pour les revêtements muraux et les objets se marie parfaitement avec l'expérience et la maîtrise de Fantini dans ce projet, une fusion naturelle et surprenante de la pierre et de l'eau. Ce projet porte la signature d'Elisa Ossino, designer et styliste à la pratique du design riche en références délicates et cultivées, qui allie rigueur, légèreté et passion méditerranéenne à une grande sensibilité de la poétique.

« Le recours à la géométrie ne saurait manquer dans aucune de mes créations. Je l'aime toujours dans n'importe quel contexte, que ce soit dans les compositions spatiales pour équilibrer le poids, ou dans l'utilisation de formes pures pour le design ou de motifs pour les intérieurs et les surfaces. »



Fontane Bianche, Salvatori + Fantini, conception d'Elisa Ossino, 2016.

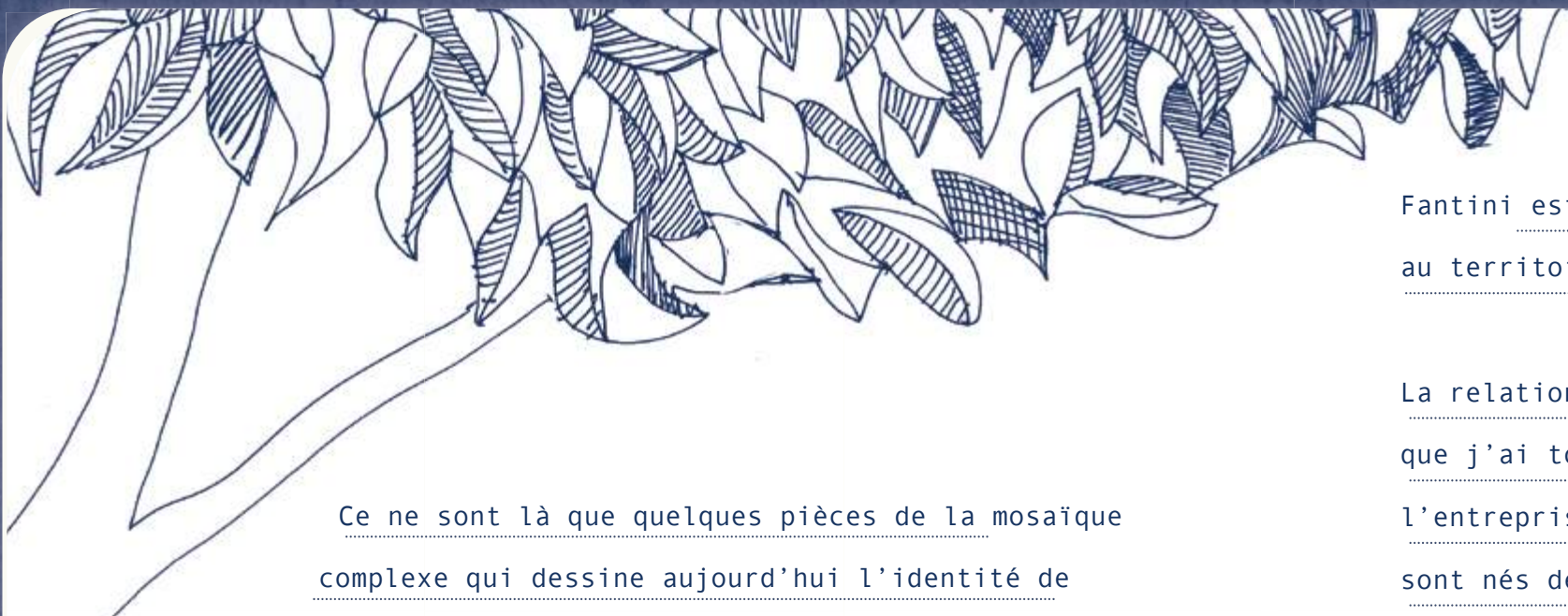
La géométrie déclinée de façon magistrale par l'autrice capable de combiner avec une grande sensibilité les textures d'un matériau puissant comme la pierre et les éléments qui donnent forme à l'eau.

FANTINI
:
REPORT FROM THE
WATERFRONT

05

UNICITE

DANIELA FANTINI
RACONTE



L'HUMANITE

Fantini est une entreprise « humaine » où l'attention accordée au territoire et aux personnes a toujours été très élevée.

La relation directe, l'écoute, l'accueil sont des valeurs que j'ai toujours cultivées personnellement et au sein de l'entreprise. Nos projets les plus beaux et les plus réussis sont nés de la rencontre, du temps passé ensemble, du partage avec le personnel de Fantini, avec les clients, les designers et les collaborateurs, les réunions après le travail, un bon déjeuner pris ensemble, la conscience de faire partie de l'entreprise, comme dans une famille élargie.

NOS VALEURS

Je crois fermement qu'une entreprise ne doit jamais faire abstraction de certaines valeurs fondamentales : l'éthique, le respect de l'environnement et des personnes. Je crois

aussi qu'elle doit avoir une responsabilité sociale précise à partager avec ses collaborateurs et ses clients.



L'HUMANITE

Je pense que la sobriété, une valeur qui a toujours appartenu à Fantini et à notre façon de gérer l'entreprise et les relations avec les personnes, deviendra de plus en plus importante dans notre entreprise et dans notre façon d'envisager les développements futurs.

La sobriété, c'est, par exemple, sortir de la frénésie de vouloir fabriquer à tout prix de nouveaux produits, dans une course permanente, et adopter un rythme plus réfléchi. Bien que la créativité et le désir d'offrir à nos clients de nouvelles solutions et de toujours améliorer la qualité des produits ne s'arrêtent jamais.

LA PASSION

La passion est une autre valeur qui nous caractérise et nous distingue. La passion est quelque chose qui nous pousse, au-delà de tout calcul rationnel et de toute planification, à soutenir ce que nous aimons et à vouloir le réaliser.

C'est la force qui nous permet de croire en nos rêves et, parfois, d'obtenir des résultats étonnants.



L'EXPERIMENTATION

Le désir d'expérimenter est le moteur de notre créativité, le stimulus nous permettant de créer quelque chose de nouveau, de beau, d'utile, de meilleur que ce qui existe déjà. Fantini est une entreprise qui aime expérimenter.

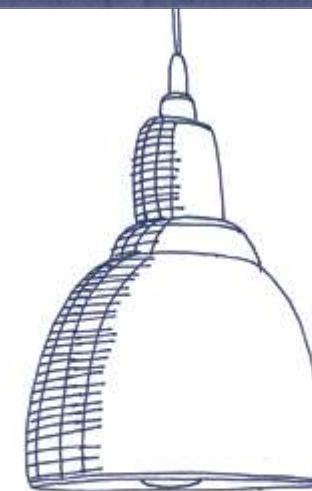
Derrière chaque projet expérimental il y a un risque, mais nous n'avons jamais eu peur de l'affronter si nous sentons que cette entreprise peut être meilleure que ce que nous avons fait auparavant, capable de dépasser le seuil que nous avons atteint et d'apporter une innovation, même petite mais significative.

C'est ainsi que naissent tous nos projets, de la curiosité et de l'envie de continuer à expérimenter.

NOTRE MANIERE DE FAIRE DES PRODUITS

J'ai toujours cru au principe qu'il faut acheter moins mais mieux. Des produits de qualité, fiables, qui durent dans le temps. La recherche d'une qualité irréprochable de nos produits part de ce postulat de base que toute l'entreprise partage.

Elle concerne l'ensemble du processus de création et de fabrication de nos produits : de la conception et de la phase du prototypage à la production et au service à la clientèle.



Nous investissons la majeure partie de notre énergie dans le produit, car il s'agit du principal facteur d'identité et de communication pour toutes les "usines de design italiennes" comme la nôtre.

Dans ce parcours long et complexe, j'ai un rôle pas facile que j'aime définir comme "médiateur" : dans le sens d'être au milieu entre les désirs et les besoins des gens et les compétences créatives de ceux qui doivent concevoir les produits, puis entre ceux qui conçoivent les produits et ceux qui doivent les fabriquer et les vendre, entre les compétences créatives, techniques et commerciales, dans une partie de ping-pong continue, parfois épuisante mais nécessaire, et finalement non sans satisfaction.

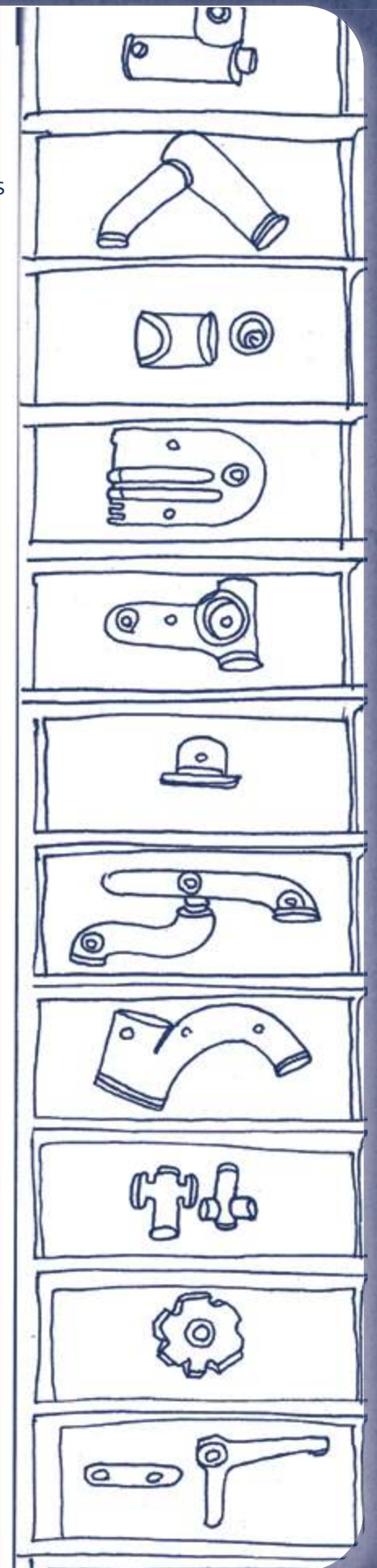
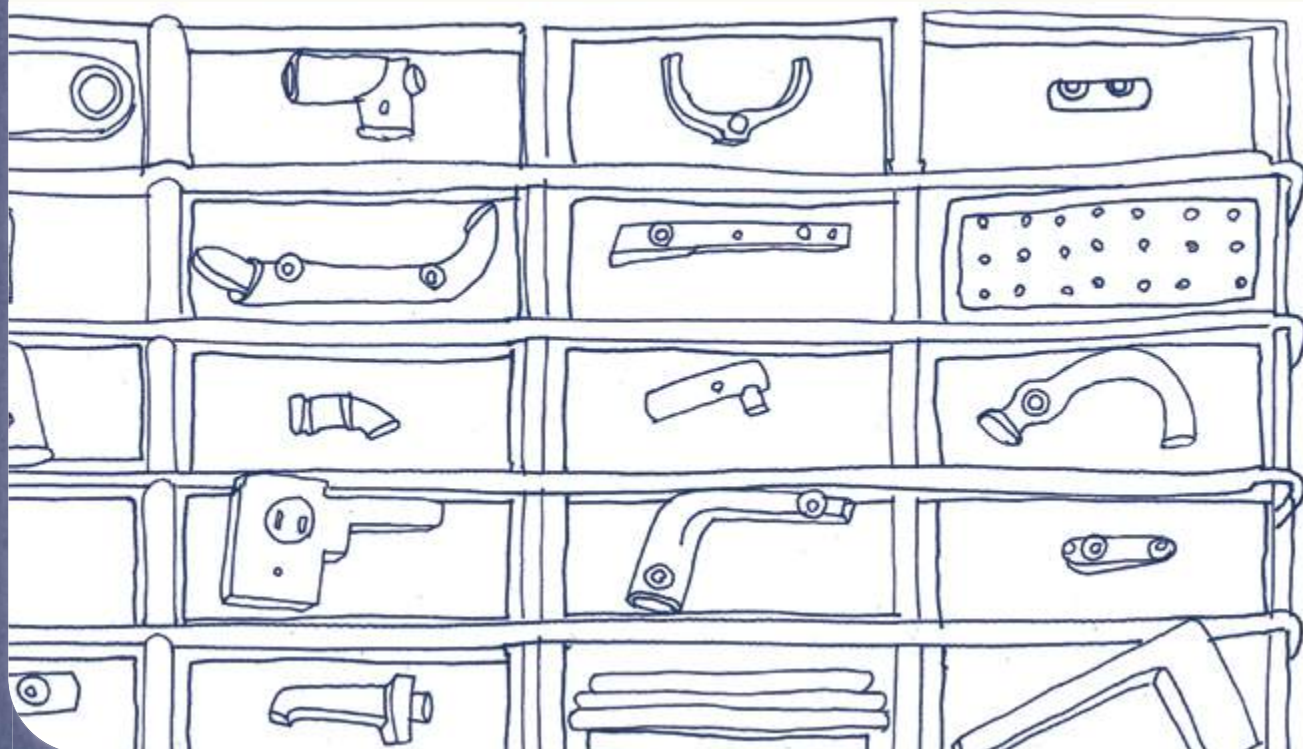
LA QUALITE DE NOS PRODUITS

Je crois pouvoir affirmer que nos produits sont authentiques, réalisés avec un soin extrême, avec une attention presque exagérée prêtée aux détails, avec une importante composante artisanale.

Ils sont entièrement fabriqués en Italie et cela nous permet d'avoir un contrôle de qualité et du produit final très élevé.

Notre objectif, que nous n'atteignons pas toujours, est de créer des robinets « bijoux », de petits chefs-d'œuvre qui caractérisent l'environnement de la salle de bains comme un bijou peut caractériser le vêtement et la personne qui le porte.

Ce sont des produits qui respectent les personnes et l'environnement, qui ont des choix stratégiques précis en amont, comme le choix de l'absence de plomb ou l'utilisation de l'acier, qui devient de plus en plus important pour nous.



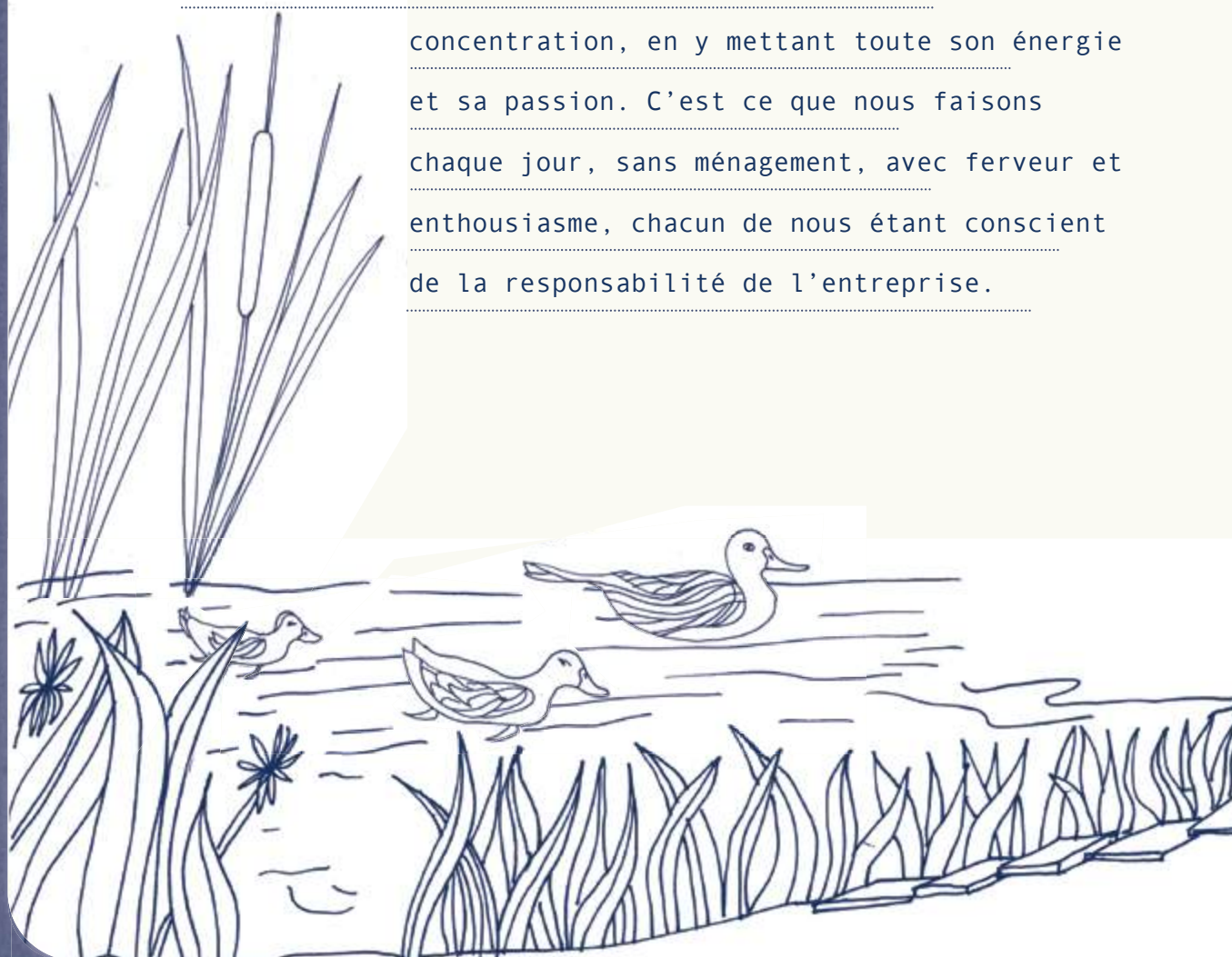
LA PARTICULARITE DE NOTRE TERRITOIRE

Nous sommes ici sur les rives du lac
d'Orta, dans une région magnifique mais
fragile, où il est difficile de maintenir
l'équilibre environnemental.

Cet endroit que j'aime et que je
considère comme étant le

véritable genius loci de Fantini est une grande source
d'inspiration pour notre travail. Maintenir l'équilibre
d'une entreprise est un exercice constant. Il ne faut
jamais se laisser aller, il faut travailler dur, avec

concentration, en y mettant toute son énergie
et sa passion. C'est ce que nous faisons
chaque jour, sans ménagement, avec ferveur et
enthousiasme, chacun de nous étant conscient
de la responsabilité de l'entreprise.



Qualité, durabilité et économies d'énergie

Spécialisé dans la production de robinets depuis plus de soixante-dix ans, Fantini allie de grandes qualités et capacités manufacturières artisanales à un savoir-faire technologique avancé et à des processus de production industrielle.

La qualité est une valeur clé de l'entreprise, qui implique tout le processus de création, de recherche, d'expérimentation et de production dans le but de garantir une protection maximale et de prêter la plus grande attention au consommateur. Les robinets sont créés et fabriqués entièrement en Italie, selon un processus industriel, mais ils sont finis avec un soin artisanal.

L'organisation de la production et la logistique suivent les directives avancées de la méthodologie de production allégée afin d'accroître l'efficacité.

Le processus de recherche et développement (R&D) est entièrement réalisé en interne afin de préserver le niveau du savoir-faire technique.

Les produits sont respectueux de l'environnement : à très faible

teneur en plomb et une vaste gamme est en acier inoxydable.

Toute un ensemble de dispositifs vise à économiser l'énergie et à réduire la consommation d'eau par minute.

L'entreprise joue un rôle de médiateur entre les meilleures compétences créatives, les besoins et les désirs des personnes qui sont au cœur du processus de conception et de développement des produits. La recherche continue et l'expérimentation fonctionnelle, technique et formelle sont à la base de son processus d'innovation. L'éthique commerciale et la responsabilité sociale de l'entreprise sont les lignes directrices de Fantini et de la fiabilité reconnue de l'entreprise.

Parmi ses points forts, il y a le réseau de service compétent et étendu sur lequel la distribution peut compter, et un service de conseil interne avant et après-vente.

Tout en conservant son savoir-faire interne, l'entreprise gère les partenariats technologiques externes les plus avancés.

La question des économies d'énergie est au centre de l'attention et conduit à des interventions sur les produits sur plusieurs fronts pour protéger le consommateur et l'environnement : en termes de réduction de la consommation d'eau par minute ; en adoptant la réglementation la plus avancée pour les robinets sans plomb ; en choisissant de développer toujours davantage les produits en acier.

Pour la réduction de la consommation d'eau par minute, l'entreprise utilise dans ses produits une série de dispositifs techniques qui permettent d'atteindre cet objectif : la cartouche progressive, qui ouvre toujours le robinet en commençant par l'eau froide ; les aérateurs à débit limité, qui réduisent la consommation d'eau ; le système de déviation des douches, qui permet de gérer individuellement les différentes fonctions (pluie, nébulisation, cascade...).

Les robinets à très faible teneur en plomb et en acier inoxydable sont deux des choix stratégiques de l'entreprise pour protéger la santé

des consommateurs.

En ce qui concerne la présence de plomb, les robinets Fantini sont fabriqués conformément à la réglementation des Etats-Unis NSF/ANSI 372, actuellement la norme internationale la plus avancée : les robinets qui ont des surfaces en laiton entrant en contact avec l'eau potable ne contiennent pas plus de 0,25 % de plomb et ils comptent donc, à tous les points de vue, dans la catégorie des produits sans plomb.

Dans ce domaine, la stratégie de l'entreprise a été clairvoyante et Fantini est aujourd'hui à l'avant-garde, même au niveau européen par rapport aux autres producteurs : en effet, pour protéger les consommateurs, l'entreprise applique la même norme, bien que la réglementation européenne autorise encore actuellement une teneur en plomb de 2,2 %.

La décision stratégique d'emprunter la voie de la production d'acier va dans le même sens : offrir aux consommateurs des produits toujours meilleurs en termes de

qualité et de sécurité. Il s'agit d'un excellent matériau garantissant des performances extraordinaires : il est durable grâce à sa robustesse et conserve ses caractéristiques dans le temps grâce à sa grande résistance à la corrosion par des agents extérieurs.

C'est un matériau écologique et recyclable. Il garantit une hygiène maximale et une facilité d'entretien et de nettoyage. La gamme de produits en acier inoxydable AISI 316 et 316L est devenue, avec les produits sans plomb, la marque de fabrique de l'entreprise. La qualité dans la recherche, la conception du produit et le processus de production sont les principaux points forts des produits Fantini. Le cycle de production utilise des installations technologiquement avancées, garantissant le contrôle de la qualité à chaque étape de la production. Les produits sont certifiés par les instituts de contrôle les plus accrédités au monde.

lead  free



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

06
LES JOURS
DU
LAC

L'OBJECTIF DES PHOTOGRAPHES
POUR LES CALENDRIERS FANTINI



En 2009, Fantini décide de faire appel à un certain nombre de photographes de renommée internationale pour interpréter le lac d'Orta dans leur propre langage visuel, dans le but de réaliser chaque année un calendrier d'auteur.

Moins connu que les grands lacs italiens, le lac d'Orta est plutôt caché, réservé, un sujet à découvrir à un rythme lent, avec des yeux et un esprit sensibles, et c'est là son côté fascinant.

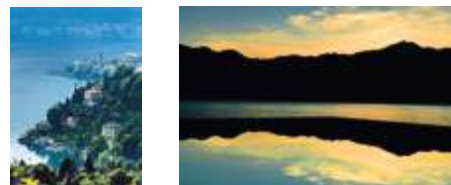
C'est surtout l'endroit qui représente le *genius loci* de Fantini, de la famille, qui y puise ses racines, et de l'entreprise sur les rives du lac.

Le projet photographique a impliqué de grands noms de la photographie italienne contemporaine : chaque année, on demandait à un auteur de se confronter au thème du lac, de la manière qui lui convenait le mieux, constituant ainsi un précieux patrimoine d'images qui racontent les multiples aspects de ce petit joyau qu'est le lac, avec des poétiques, des sensibilités et des regards différents.

Les photographies des différents auteurs, dans leur propre langage, forment ensemble une grande fresque paysagère composée de multiples pièces qui révèlent la beauté, les détails historiques et architecturaux et l'atmosphère mystique du lieu.

Les interprètes de ce projet ont été de grands maîtres de la photographie italienne : Franco Fontana (2009), Giorgio Lotti (2010), Gabriele Basilico (2011), Gianni Berengo Gardin (2012), Ferdinando Scianna (2013), suivis par un photographe confirmé de la nouvelle génération, Gabriele Croppi (2014) et par Walter Zerla (2015), photographe et skipper qui connaît parfaitement la région et a toujours fréquenté le lac d'Orta.

Les calendriers d'auteur de Fantini ont été distribués dans le monde entier aux architectes, aux journalistes et aux clients de l'entreprise, contribuant ainsi à faire connaître un bel endroit d'Italie au plus grand nombre.

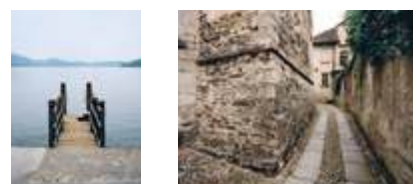


PP. 150, 160-163

:

GIORGIO LOTTI

Né à Milan en 1937, il se passionne très tôt pour la photographie et rejoint l'équipe du magazine Epoca en 1964. Il voyage dans le monde entier en tant que reporter photographe et ses images et ses livres de photos l'ont rendu internationalement célèbre. En 1973, il reçoit le très convoité The World Understanding Award de la Columbia University of Photojournalism. Ces dernières années, il s'adonne à la recherche dans le domaine de la couleur et de l'art.



PP. 152, 164-167

:

GABRIELE BASILICO

Milanaise (1944-2013), architecte de formation, il est l'un des photographes de paysages urbains les plus connus au monde. Parmi ses projets les plus célèbres, il convient de citer Milano. Ritratti di fabbrica de 1982 ; Bord de mer, un projet documentant la transformation du paysage réalisé pour le gouvernement français, en 1984. Des photographies prises à Beyrouth, qui sortait dévastée de quinze ans de guerre civile, en 1991, ont marqué sa consécration internationale définitive.

Les photographes



PP. 156-159

:

FRANCO FONTANA

C'est l'un des grands maîtres internationalement reconnus de la photographie italienne contemporaine. Né à Modène en 1933, il se lance dans la photographie en 1961. Dès le début, sa recherche esthétique se concentre sur l'expression abstraite de la couleur et de la géométrie. Ses paysages ruraux, industriels et urbains aux couleurs franches, aux contrastes forts et aux lignes nettes et marquées ont inventé un langage expressif novateur et original, apprécié dans le monde entier.



PP. 168-171

:

GIANNI BERENGO

GARDIN

Né à Santa Margherita en 1930, il est l'un des plus grands photographes italiens qui, au cours des soixante dernières années, a raconté, à travers son regard clair et empathique, l'évolution de l'Italie de l'après-guerre à nos jours, en mettant plus particulièrement l'accent sur les questions sociales. Ses images font partie des collections de musées et de fondations culturelles internationales et il est l'auteur de nombreux ouvrages, dont une vaste série sur l'Italie et les pays européens réalisée pour le Touring Club italien.



PP. 172-175

:

FERDINANDO SCIANNA

Né à Bagheria, en Sicile, en 1943, il se consacre à la photographie dès son plus jeune âge, collaborant avec l'écrivain Leonardo Sciascia et racontant depuis lors la culture et les traditions de sa terre d'origine. Reporter photographique pour L'Europeo, il se consacre également avec succès à l'écriture. Déjà mondialement connu, il entre dans le monde de la mode au cours de la seconde moitié des années 80, sans jamais abandonner pour autant le reportage social, le portrait et le journalisme.



PP. 176-179

:

GABRIELE CROPPI

Né à Domodossola en 1974. Sa passion innée pour la peinture se double au fil des années d'une passion pour la photographie. Depuis le milieu des années 90, ses recherches portent sur le rapport entre la photographie et les autres arts, la peinture, la littérature et le cinéma. En 2011, il remporte l'European Photo Exhibition Award. Il fait partie d'une équipe de douze photographes européens appelés à interpréter le concept d'« identité européenne », pour une série d'expositions à Hambourg, Lucques, Paris et Oslo.



PP. 180-181

:

WALTER ZERLA

Né dans le Piémont en 1961, il entreprend sa carrière en travaillant avec les principales agences de communication italiennes. Passionné d'alpinisme et de ski, il est l'auteur du projet de documentation photographique le plus détaillé du lac Majeur et du lac d'Orta, réalisé en naviguant sur un voilier pendant de nombreux mois, en toutes saisons et à toute heure du jour. Le projet de recherche en cours Forme d'Acqua, qu'il mène depuis de nombreuses années, fait l'objet d'une exposition itinérante en Italie et à l'étranger.





























Daniela Fantini
pendant la
construction du
réseau d'adduction
d'eau potable de
Masango, Burundi

100 FONTAINES *FANTINI POUR L'AFRIQUE*

DANIELA FANTINI
RACONTE

UN PROJET DE RESPONSABILITE
SOCIALE D'ENTREPRISE

« Le fil conducteur du projet 100 Fontaines Fantini pour l'Afrique est le thème de l'eau, qui nous est si cher, mais vu d'un autre point de vue que notre point de vue habituel : celui de son absence dramatique et de ses conséquences tragiques sur la vie quotidienne de tant de gens. Ici, nous voyons concrètement que l'eau est une source de vie et qu'elle affecte tous les aspects de la qualité de l'existence et de son évolution. »

184 La vie quotidienne dans la communauté de Masango où, aujourd'hui, grâce à l'achèvement du projet 100 Fontaines Fantini pour l'Afrique, environ vingt-cinq mille personnes ont accès à l'eau potable fournie par 130 fontaines situées au maximum à dix minutes à pied de leur domicile.

Au cœur de l'Afrique, le petit État du Burundi est l'un des pays les plus pauvres de la planète ; au nord, il y a la commune de Bukinanyana où se trouve la région de Masango. Cette région est à son tour divisée en cinq grandes collines et vingt-sept plus petites.

Le voyage depuis l'ancienne capitale, Bujumbura, doit être effectué avec un véhicule approprié car la route est pleine d'embûches et non goudronnée. Le voyage dure quatre heures et nous ramène des centaines d'années en arrière. C'est vraiment un saut dans le passé.

Masango est une belle région vallonnée, fertile et riche en eau, mais difficile d'accès en raison de ses collines escarpées. La vie quotidienne à Masango est dure et difficile. La pauvreté est extrême, vécue avec dignité mais dramatique. La survie ne laisse aucune place à la perspective d'un avenir meilleur.

Ici, j'ai été personnellement impliquée dans une initiative humanitaire en participant à une action de bénévolat dans le cadre d'un vaste projet que le Rotary Club d'Orta San Giulio mène depuis des années dans cette région. Cette expérience personnelle très intense sur le plan émotionnel a ensuite été suivie par l'implication de l'entreprise et le lancement du projet 100 Fontaines Fantini pour l'Afrique, c'est-à-dire la construction d'un réseau d'eau apportant de l'eau potable au plus près des habitations.

Ce qui a conquis mon cœur, ce ne sont pas les paysages à couper le souffle ou leurs couleurs intenses. Ce sont les habitants de Masango qui m'ont fait tomber amoureuse de ce pays. Leur esprit et leur sourire. Des gens qui travaillent la terre avec des outils séculaires. Des gens qui peuvent déplacer des rochers à la force de leurs bras.

La mission des Sœurs de la Charité de Novare, dirigée par Sœur Celina Tovagliaro, y opère depuis de nombreuses années.

La population ne dispose pas d'électricité. Le Rotary Club d'Orta San Giulio a remis en marche une turbine hydraulique qui produit et alimente le village en électricité. Grâce à cela, lors de nos voyages, les enfants de Masango peuvent aussi avoir le petit plaisir de regarder un film. Mais surtout, un hôpital et un orphelinat ont été construits au centre de la mission, ce qui a permis de sauver de nombreuses vies depuis 2007.



Après avoir songé à l'orphelinat et à l'hôpital, nous avons réalisé que l'un des problèmes les plus importants à résoudre était celui de l'eau car, comme le dit un proverbe africain, « l'eau, c'est la vie. »

Le terrain imperméable et la disposition des villages de Masango avec leurs maisons dispersées sur les collines rendent l'accès à l'eau difficile. Pour aller chercher de l'eau, il faut marcher pendant des kilomètres sur des chemins sinueux, il faut des heures pour la transporter dans de lourds bidons en plastique de cinq litres ou plus. Il s'agit souvent d'une eau impure et polluée, principale cause du nombre élevé de maladies gastro-intestinales. A Masango, cette tâche était principalement confiée aux enfants, qui, devant s'adonner à cette tâche, ne pouvaient pas aller à l'école.

Je crois que, si l'on veut assurer un meilleur avenir à ce pays, il faut au contraire que les enfants aient le temps d'aller à l'école et de jouer. Et pour pouvoir le faire, ils ne doivent plus s'occuper de l'approvisionnement quotidien en eau de leur famille.

Ainsi, lors de mon deuxième voyage au Burundi, en janvier 2012, avec Riccardo Conti, qui dirige Fantini USA, Walter Zerla, qui a pris les photos, Franco Piola, alors président du Rotary Club d'Orta San Giulio, et le réalisateur Justin Tipping, nous avons réalisé une vidéo qui racontait notre volonté de créer un avenir meilleur pour les habitants de Masango en finançant la construction du réseau permettant d'apporter l'eau potable au plus près des maisons. Et nous avons donné un nom au projet : 100 Fontaines Fantini pour l'Afrique.

Ce fut le point de départ qui aboutit ensuite à la présentation officielle du projet à tous ceux qui gravitent autour de l'entreprise, en impliquant les agents, les clients, les architectes, les designers. Nous avons planifié plusieurs événements dans les salles d'exposition de nos clients en Italie et à l'étranger, notamment aux États-Unis. L'impact a été très fort et a déclenché une sorte de réaction en chaîne inattendue de dons pour mettre en œuvre le projet original.



Nous avons également eu l'idée de lier ce projet à une initiative commerciale qui impliquerait directement nos clients, sans être une simple collecte de fonds : au cours des années 2013 et 2014, la vente de la série I Balocchi, une icône historique de l'entreprise que nous avons décidé de rééditer, a permis d'augmenter le budget que l'entreprise avait initialement alloué au projet. En effet, pour dix jeux de robinets installés, une nouvelle fontaine a pu être ajoutée à la centaine prévue initialement. Tout le monde a mis la main à la pâte, la participation a été extraordinaire et nous avons pu réaliser 130 fontaines !

La construction du réseau d'adduction d'eau

Ce n'était pas un projet facile, mais un projet plein de défis. La configuration du terrain a rendu le transport des matériaux difficile, il n'y a pas d'infrastructures et il a été compliqué de trouver les meilleurs points pour capter l'eau de la roche, en raison des pluies et des glissements de terrain qui ont ralenti les travaux et ont nécessité de nouvelles inspections et des changements par rapport à ce qui avait été prévu sur le papier. Pour chaque fontaine construite près des maisons, il a fallu réaliser des travaux de plomberie complexes et fatigants dans des conditions environnementales difficiles, sur des terrains souvent impraticables et escarpés. Par chance, nous avons rencontré Maurizio Ondeï, un expert en construction qui parle la langue kirundi, et nous lui avons confié la supervision des travaux et la coordination de la main-d'œuvre locale, en collaboration avec la communauté Masango.

« Nous nous sommes impliqués avec l'entreprise dans le projet 100 Fontaines Fantini pour l'Afrique pour construire le réseau d'adduction d'eau au Burundi, dans la région de Masango, pour apporter de l'eau potable à ceux qui n'en ont pas, pour donner une contribution substantielle afin de rendre la vie quotidienne plus digne et d'apporter l'espoir d'un avenir meilleur, surtout aux enfants et aux jeunes. »

Nous y sommes arrivés ! Et en deux ans seulement, le réseau d'adduction d'eau a été achevé. Douze sources de captage d'eau ont été réalisées directement dans la roche, vingt-sept kilomètres de canalisations et une centaine de fontaines apportent l'eau potable à quelque vingt-cinq mille personnes, à une distance maximale d'environ dix minutes de marche de leur domicile. Le projet, qui a débuté avec le Rotary Club d'Orta San Giulio, s'est poursuivi avec la mise en place de cent trente fontaines au total dans des zones encore plus reculées et d'accès plus difficile à l'eau. Chaque fontaine a un nom en langue kirundi et une personne locale a été désignée pour son entretien et sa maintenance. Avoir aujourd'hui un accès facile à l'eau potable est un bénéfice tangible pour toute la communauté et permet aux enfants d'aller à l'école, avec toutes les conséquences positives que cela aura pour leur avenir. Et nous, nous sommes très heureux d'avoir fait cet investissement pour améliorer les conditions de vie et l'avenir des habitants de Masango. Dans la vidéo que nous avons tournée avec le réalisateur Nilo Zimmermann pour documenter la conclusion du projet, les enfants de Masango nous ont dédié leur chanson préférée :

« A la claire fontaine, m'en allant promener, j'ai trouvé l'eau si belle que je m'y suis baigné. Il y a longtemps que je t'aime, jamais je ne t'oublierai ».

C'est une petite histoire qui fait du bien et c'est pourquoi nous avons décidé de la raconter. Si on essaie de faire quelque chose de bien et de le raconter, peut-être que l'auditeur ou le lecteur fera quelque chose d'encore mieux. Merci donc à ceux qui ont repris cette idée et l'ont rendue encore plus grande !

PAGES SUIVANTES : Le paysage vallonné de la région de Masango, où l'eau ne manquait pas, mais n'était pas potable. Avant la construction du réseau d'adduction d'eau, l'approvisionnement était la tâche principale des enfants qui devaient marcher pendant des heures sur des chemins impraticables, ce qui les empêchait de fréquenter l'école de la mission.

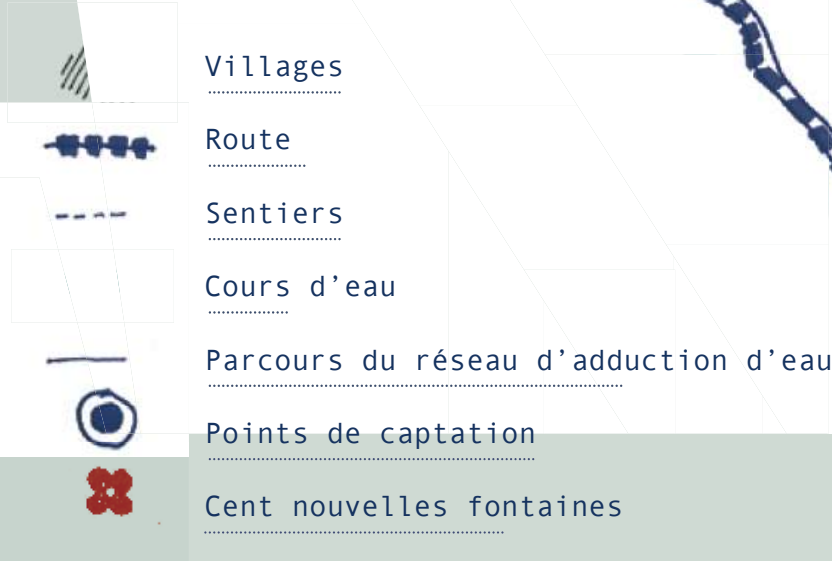
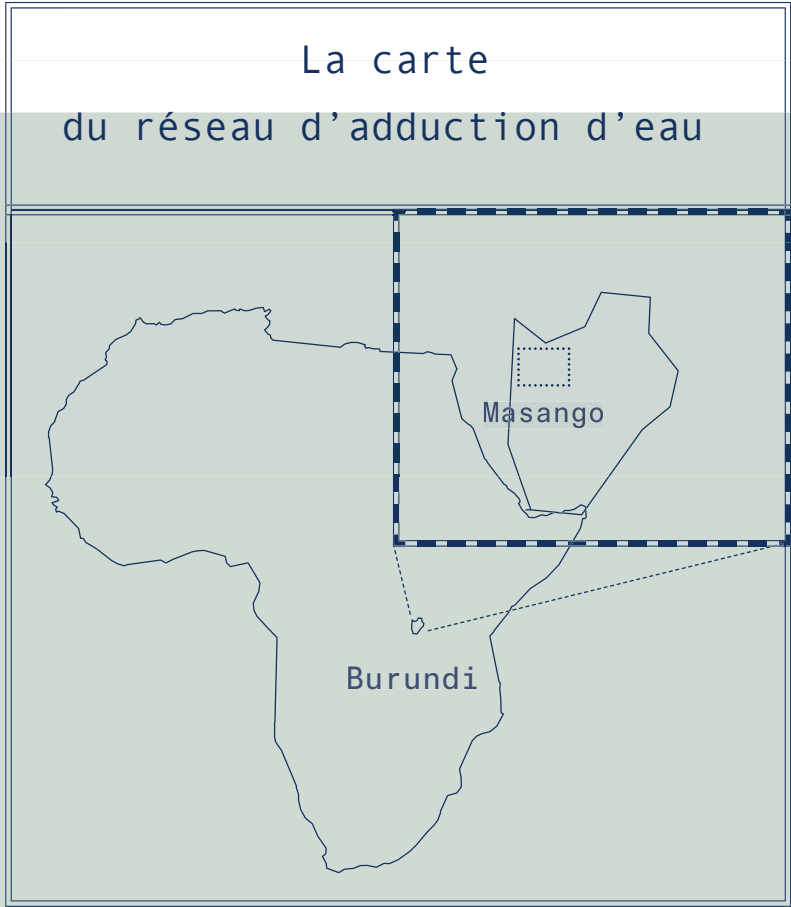


FANTINI

192

193

Masango





Chacune des 130 fontaines construites a un nom et un responsable de la communauté chargé de son entretien.

Le droit à l'eau

Le Burundi est l'un des pays les plus pauvres de la planète, avec environ huit millions d'habitants, dont 68% vivent sous le seuil de pauvreté. La population est majoritairement composée de Hutus et de Tutsis. Après de nombreuses années de guerre civile, le Burundi s'est engagé dans un énorme travail de reconstruction de son tissu social et économique. C'est un pays où il y a de l'eau, mais où la difficulté de son approvisionnement représente l'une des plus grandes sources de difficultés et un obstacle au développement du pays.

Aux problèmes d'insuffisance et d'éloignement des points d'approvisionnement en eau potable s'ajoute l'utilisation d'une eau souvent polluée par des agents pathogènes, ce qui contribue à la propagation des maladies. Le manque d'eau potable ou l'utilisation d'eau contaminée sont responsables d'une forte mortalité infantile, d'un taux élevé de maladies

gastro-intestinales au sein de la population, de l'exode rural des jeunes et de l'impossibilité de pratiquer l'agriculture domestique ou d'autres activités génératrices de revenus agricoles.

Comme le Burundi, de nombreux pays pauvres du monde souffrent encore d'un manque d'eau potable ou de ses difficultés d'approvisionnement, problèmes primordiaux qui empêchent le développement et la perspective d'un avenir meilleur.

L'eau est reconnue par les Nations Unies comme un bien commun de l'humanité, et l'accès à l'eau est un droit. Sur le papier, les coûts nécessaires pour l'assurer doivent être à la charge de l'ensemble de la communauté, car l'eau est considérée comme un droit inaliénable et ne doit pas être comprise comme un simple besoin.

Les lignes directrices du document « Pauvreté extrême et droits de l'homme : les droits des pauvres », adopté par la sous-

commission des Nations Unies pour la promotion et la protection des droits de l'homme du 24 août 2006, indiquent clairement :

« Le droit à l'eau potable. Les personnes vivant dans l'extrême pauvreté ont droit à l'eau potable [...] si l'Etat ne peut pas le faire seul, il est tenu de demander l'aide de la communauté internationale, qui est tenue de fournir cette assistance [...]. Le droit à l'eau potable est directement lié au droit à la vie. La négligence, l'omission ou la planification de ne pas fournir des services de distribution d'eau doivent être considérées comme une menace pour la vie humaine. » Mais très souvent, malheureusement, ces directives ne sont pas respectées et le problème des pénuries d'eau, célébré chaque année le 22 mars avec la Journée mondiale de l'eau - World Water Day - ne trouve toujours pas de solution dans de nombreux endroits de la planète.

RSE : la responsabilité sociale de l'entreprise

100 Fontaines Fantini pour l'Afrique est, à toutes fins utiles, un projet RSE (responsabilité sociale des entreprises) de la société.

Autrefois, en Italie, on parlait de Responsabilité sociale d'impresa. C'était une attitude qui caractérisait les entreprises italiennes historiques, d'Olivetti à Marzotto par exemple, et qui a pris aujourd'hui une nouvelle importance éthique et sociale. Elle dérive de la philanthropie, mais de plus en plus, la responsabilité sociale des entreprises est devenue une orientation stratégique des entreprises soucieuses de se comporter de manière responsable devant le public et leurs parties prenantes. La Commission européenne l'a définie dans le livre vert de 2001, intitulé « Promouvoir un cadre européen pour la responsabilité sociale des entreprises » - « l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et écologiques dans leurs activités commerciales et dans leurs relations avec leurs parties prenantes. »

En effet, sur les marchés développés, une attitude éthique de la part des entreprises, une participation active aux dynamiques sociales et politiques

et un engagement concret sont attendus.

Déjà dans une enquête de 2010, réalisée par les cabinets de conseil Landor Associates, Burson-Marsteller et Penn, Schoen & Berland, il ressort que 77 % des consommateurs interrogés estiment que la responsabilité sociale est un élément très important au sein d'une entreprise et 56 % d'entre eux déclarent préférer le produit d'une entreprise socialement engagée à un produit similaire commercialisé par une société non engagée. Et cette tendance ne cesse de croître, notamment chez les jeunes générations, qui sont de plus en plus attentives à la conduite éthique des entreprises lorsqu'elles font leurs achats. A Venise, dans le discours qu'elle a prononcé à l'occasion du Ve Festival de l'eau 2019 à la Fondazione Querini Stampalia, Daniela Fantini a cité deux phrases célèbres qui définissent clairement sa pensée sur la responsabilité sociale des entreprises, qu'elle considère comme une sorte d'obligation éthique et morale. « Une entreprise qui ne fait rien d'autre que gagner de l'argent est une entreprise pauvre », Henry Ford, et « Le bien doit être bien fait », Emmanuel Kant. Le projet

de construction d'un réseau d'adduction d'eau au Burundi a été achevé fin 2014, après deux ans de travaux intensifs, et fournit aujourd'hui de l'eau potable à environ vingt-cinq mille personnes.

L'accès facile à l'eau a introduit le besoin immédiat d'éduquer la population à l'utiliser avec soin et correctement, afin d'améliorer les conditions d'hygiène, de ne pas gaspiller ce bien précieux et de prendre soin des « fontaines » qui apportent l'eau près de leurs maisons.

Tel était le thème donné aux étudiants de deuxième année d'éco-conception de la faculté de Design Industriel du Politecnico di Torino pour l'atelier « L'eau c'est la vie / Water is life » promu par Fantini. L'exercice didactique, dirigé par Patrizia Scarzella, les a impliqués profondément et émotionnellement en raison du caractère social du projet et du contexte rural et archaïque dans lequel la méthodologie du design peut s'avérer vraiment efficace, fournissant des idées d'outils et de solutions créatives inhabituelles et non conventionnelles pour sensibiliser et éduquer à l'utilisation de l'eau.

L'engagement au Burundi se poursuit avec de nouveaux projets. Après l'achèvement de l'édifice qui abrite la maison des religieuses de la mission, au centre de la zone de Masango, un lieu de rencontre stratégique pour toute la communauté, qui servira également de quartier d'accueil pour les médecins, les opérateurs et les bénévoles qui, jusqu'à présent, n'avaient pas de lieu de référence où séjourner pendant une longue période, l'entreprise a lancé la construction d'une école à Bujumbura, une étape fondamentale pour pouvoir penser à de futurs développements de coopération, en lançant des projets de formation pour la population locale avec la participation d'autres organisations et entreprises.



Le projet 100 Fontaines Fantini pour l'Afrique a été sélectionné par ADI Design Index en 2014 dans la section Design for Social Issues.



FANTINI
:
REPORT FROM THE
WATERFRONT

08

FANTINI DANS LE MONDE



Milan et New York sont les deux points de référence centraux du design italien et sa consécration internationale. Ces deux villes représentent le cœur battant qui donne au design italien une visibilité médiatique qui se répand dans le monde entier. A Milan et à New York, Fantini a ouvert depuis des années deux espaces d'exposition, lieux de rencontre pour les architectes, les clients, les journalistes et le public.

Fantini Milano se trouve dans le cœur historique du quartier de Brera, dans la cour pavée d'un bâtiment d'époque, qui a la tranquillité et le charme de l'architecture milanaise du XIXe siècle. La grande verrière d'entrée, entourée de verdure, accueille les visiteurs dans un espace spécial qui allie la rigueur architecturale à une atmosphère douce, créée avec des meubles et des détails typiques d'une maison confortable et élégante.

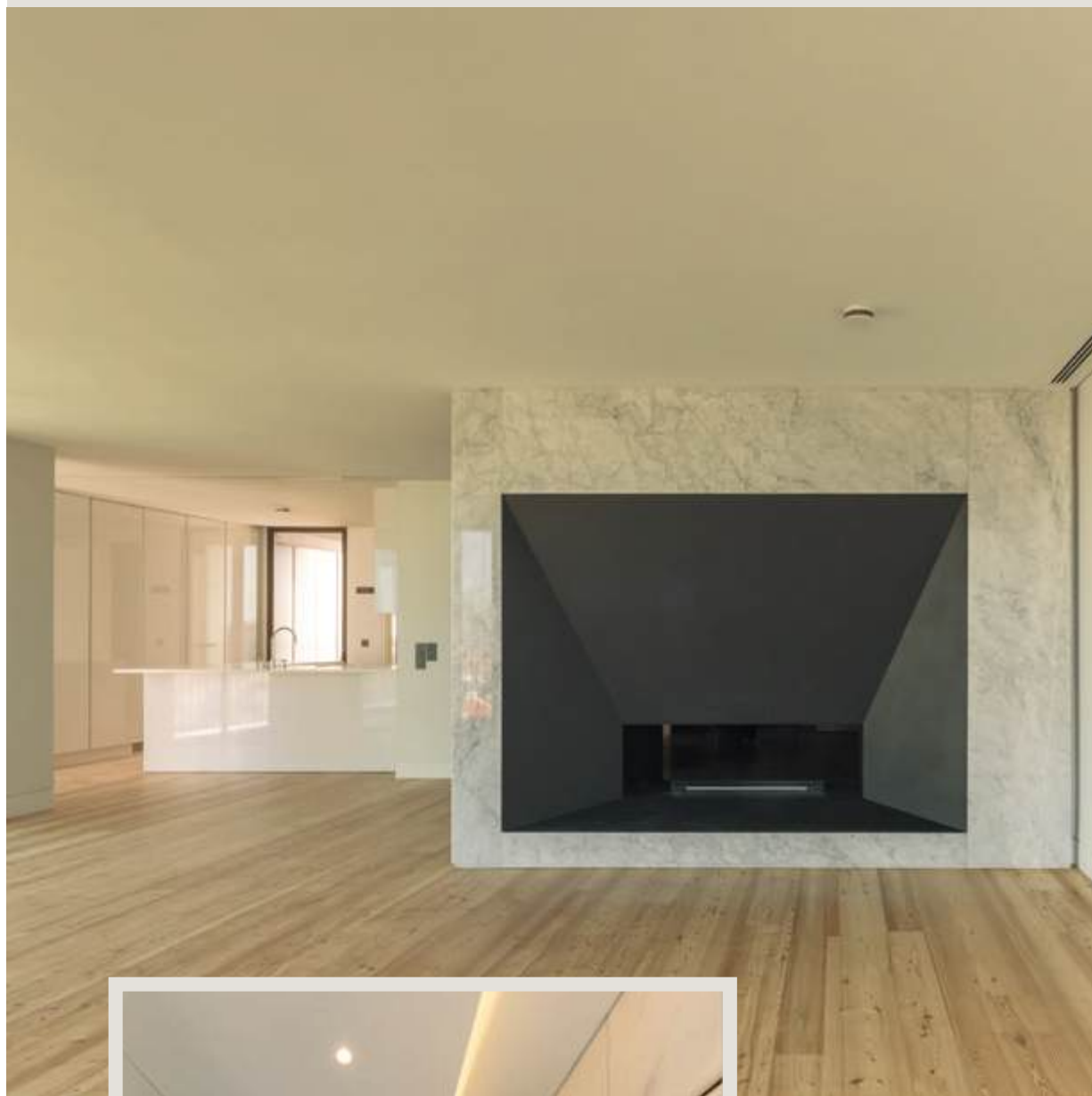
L'architecture du lieu est définie par la répartition spatiale qui respecte la structure originelle, dont elle conserve quelques éléments anciens, et par le choix de la pierre et du marbre en tant que matériaux de prédilection. La luminosité est la ligne directrice du projet, déclinée dans des couleurs neutres où prédomine le blanc des murs et des bibliothèques où sont exposés les produits, le beige des fauteuils, le gris pastel des grands rideaux à l'effet spectaculaire qui mettent en valeur, par contraste, la pierre sombre - pierre d'Avola, texture brute de Salvatori - de la galerie avec les produits. Les murs lumineux et les dispositifs techniques dialoguent avec les éléments domestiques typiques : les bibliothèques, les objets de collection décoratifs, le grand lustre. Il s'agit d'un dialogue entre modernité et tradition, une métaphore de l'entreprise, véritable fabrique de design italien qui allie l'artisanat aux procédés industriels les plus innovants. L'architecte Piero Lissoni, qui a signé le projet, a su interpréter au mieux le brief avec un concept qui dépasse la vision du showroom traditionnel comme espace d'exposition et de vente, le transformant en un lieu accueillant et offrant la chaleur des espaces de vie. L'atmosphère domestique de cet « intérieur métropolitain » est l'un des points forts de Fantini Milano, un lieu de détente où l'on peut également profiter du plaisir visuel et sonore de l'eau.



« Les produits Fantini sont désormais présents dans le monde entier : de l'Italie à New York, Washington, Los Angeles, San Francisco, Londres, Paris, Lisbonne, Tokyo, Séoul, Singapour, Hong Kong, Shanghai, Sydney, Le Cap... dans des bâtiments publics, des résidences privées, des hôtels, les lieux les plus prestigieux et dans les projets haut de gamme signés par les plus grands noms de l'architecture contemporaine internationale. Et nous sommes heureux de contribuer à faire connaître au monde entier la beauté, la créativité du design, l'excellence et la qualité extraordinaire des produits italiens. »

Sobriété, rigueur et élégance sont les clés de lecture du projet du showroom Fantini de New York dans le building du 150 E de la 58e Rue, à deux pas de Central Park, lui aussi conçu par Piero Lissoni. L'espace est caractérisé par le blanc, accentué par des murs rétro-éclairés et l'utilisation spectaculaire du verre pour les étagères et les vitrines.

Essentiel et fonctionnel, le système d'exposition est conçu pour une présentation organique de toutes les collections de robinetterie et des programmes de douche. D'une simplicité austère sont la grande table à tréteaux qui sert de surface d'exposition et la série de boîtes alignées, présentoirs des systèmes de douche. Un espace de deux cents mètres carrés est consacré à Aboutwater Boffi/Fantini : une installation conceptuelle imaginée pour présenter la collection née du partenariat entre Boffi et Fantini et développée avec des produits de Naoto Fukasawa, Piero Lissoni, Paik Sun Kim et Michael Anastassiades.



CASTILHO 203

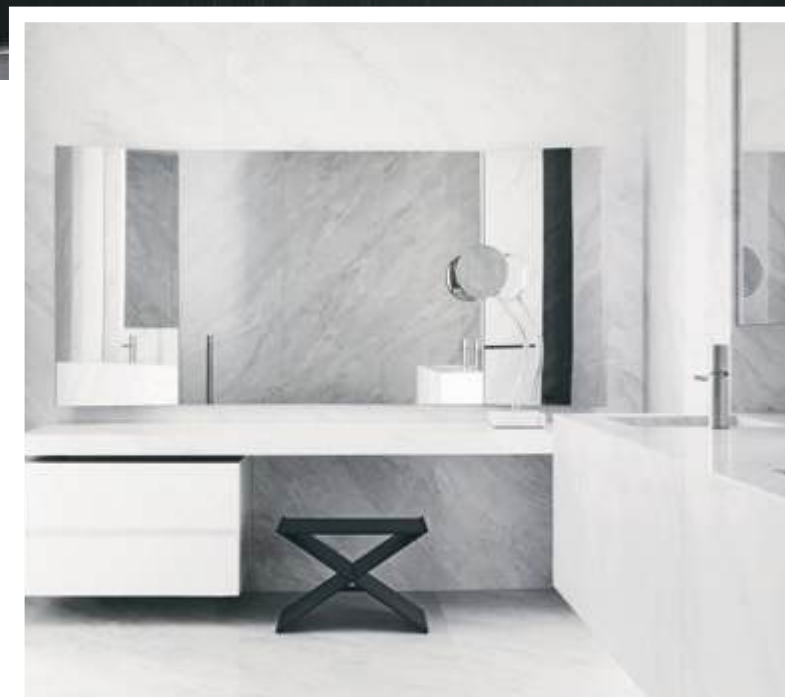
LISBONNE
/ PORTUGAL

Architectes :
ARX Portugal Arquitectos
Crédit photo :
FG+SG



PAGE CI-CONTRE :
Castilho 203,
Lisbonne,
Portogallo

TYPLOGIE:
Demeures
PRODUITS: AF/21
Aboutwater
Boffi/Fantini
conception de
Naoto
Fukasawa
(sur la photo);
Venezia,
conception de
Matteo Thun
et Antonio
Rodriguez



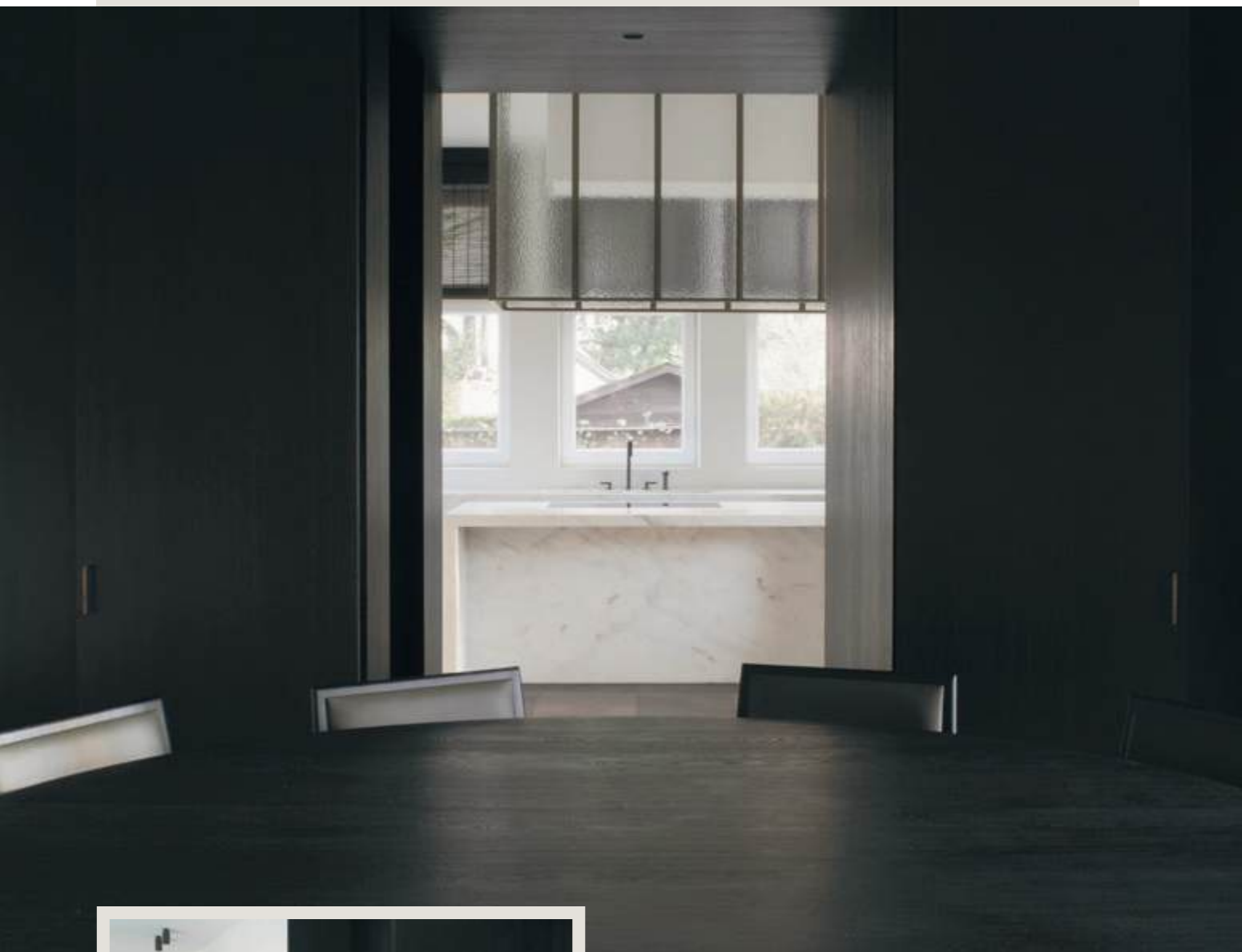
131 RESIDENCES

MELBOURNE
/ AUSTRALIE

Architecte :
Carr Design
Crédit photo :
Sharyn Cairns

131 Residences,
Melbourne,
Australie

TYPLOGIE:
Demeure
privée
PRODUITS:
Milano
conception de
Franco
Sargiani



PAGE CI-CONTRE :
CS Residence,
Anvers, Belgique

TYPLOGIE :
Demeure
privée
PRODUITS : Icona
Deco *conception*
de Vincent
Van Duysen

Vapor House,
Bethesda, MD,
USA

TYPLOGIE :
Demeure
privée
PRODUITS :
Milano
conception de
Franco
Sargiani
(sur la photo);
AF/21
Aboutwater
Boffi/Fantini
conception
de Naoto
Fukasawa



CS RESIDENCE

ANVERS / BELGIQUE

Architecte :
Vincent Van Duysen
Crédit photo :
Emiel Vercruyse



VAPOR HOUSE

BETHESDA, MD / USA

Architecte :
David Jameson Architect
Crédit photo :
Paul Warchol





CASA G

CASTIONE ANDEVENNO
(SONDRIO)

Architecte :
Alfredo Vanotti
Crédit photo :
Marcello Mariana

PAGE CI-CONTRE :
Casa G, Castione
Andevenno
(Sondrio)

TPOLOGIE:
Demeure
privée
PRODUITS: Fontane
Bianche,
Salvatori
+Fantini
conception
d'Elisa
Ossino

Refuge de Solaise,
val d'Isère, France

TPOLOGIE:
Hôtel
PRODUITS:
Icona Classic,
conception de
Vincent Van
Duysen



REFUGE DE SOLAISE

VAL
D'ISERE / FRANCE

Architecte :
Jean-Charles Covarel
Crédit photo :
Andy Parant



Crimson Hill,
Lindfield, New
South Wales,
Australie

TPOLOGIE :
Demeure
privée
PRODUITS :
Milano
conception de
Franco
Sargiani



CRIMSON HILL

LINDFIELD,
NEW SOUTH WALES
/ AUSTRALIE

Architectes :
DKO Architects
Crédit photo :
Tom Ferguson

PAGE CI-CONTRE :
Penthouse in
Manhattan III,
New York, USA

TPOLOGIE :
Demeure
privée
PRODUITS : AF/21
Aboutwater
Boffi/
Fantini
conception
de Naoto
Fukasawa

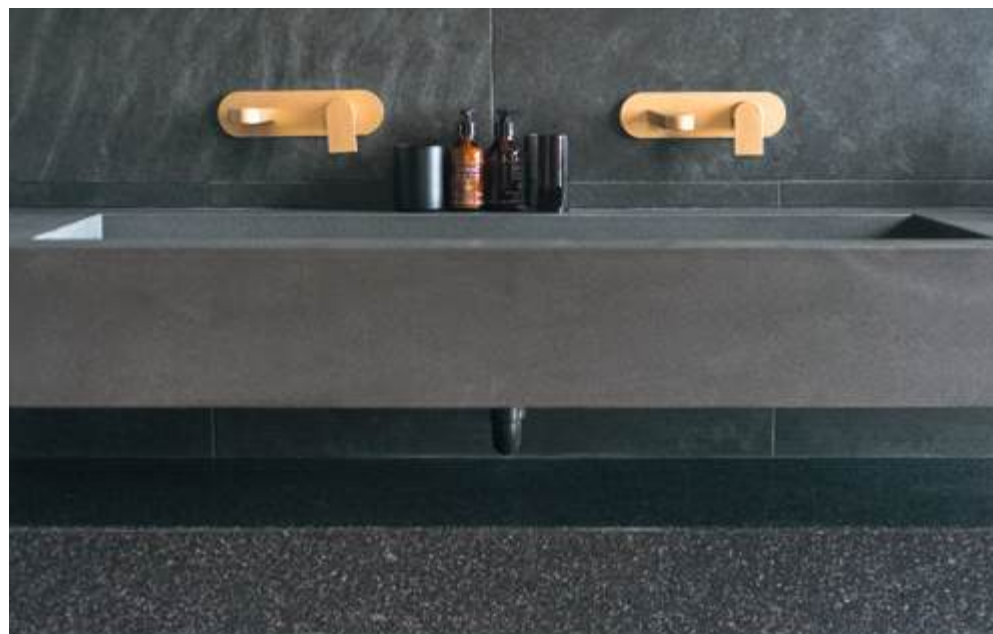


PENTHOUSE IN MANHATTAN III

NEW YORK / USA

Architecte :
Tadao Ando
Crédit photo :
© *Jeff Goldberg/Esto (en haut)*
Federica Carlet (en bas)





DEMEURE PRIVEE

LE CAP
/AFRIQUE DU SUD

Architectes :
LCK Architecture and Interiors
Crédit photo :
Natalie Sternberg

Demeure privée,
Le Cap,
Afrique du Sud

TYPLOGIE :
Demeure
privée
PRODUITS :
Mare conception
de Franco
Sargiani

PAGE CI-CONTRE
EN HAUT
Cucina Ratio
Molteni&C|Dada,
Milan

TYPLOGIE :
Showroom
PRODUITS : Icona
Deco conception
de Vincent
Van Duysen



CUCINA RATIO MOLTENI & C | DADA

MILAN

Architecte :
Vincent Van Duysen
Crédit photo :
avec l'aimable autorisation
de Molteni&C/Dada

JVR Apartment,
Anvers, Belgique

TYPLOGIE :
Demeure
privée
PRODUITS : Icona
Classic conception
de Vincent
Van Duysen

JVR APARTMENT

ANVERS / BELGIQUE

Architecte :
Vincent Van Duysen
Crédit photo :
Koen Van Damme





Sanlorenzo
Yacht SX88

TIPOLOGIE:
Yacht

PRODUITS: AL/23
Aboutwater
Boffi/
Fantini
conception de
Piero Lissoni



SANLORENZO YACHT SX88

Architectes :
Lissoni Associati
Crédit photo :
Leo Torri



216

Grand Park Hotel
Rovinj, Rovigno,
Croazia

TYPLOGIE:
Hôtel
PRODUITS:
Nostromo
conception de
Davide
Mercatali



GRAND PARK HOTEL ROVINJ

ROVIGNO / CROATIE

Architectes :
Lisani Casal Ribeiro
Crédit photo :
Tommaso Sartori



217

Davines Village,
Parma

TYPLOGIE:
Siège social
PRODUITS:
Venezia
conception de
Matteo Thun
et Antonio
Rodriguez



DAVINES VILLAGE

PARME

Architectes :
MTLC
de Matteo Thun et Luca Colombo
Décoration intérieure :
Monica Signani
Crédit photo :
Max Zambelli



BACCARAT HOTEL

ROVIGNO / CROATIE

Architectes :
Skidmore, Owings & Merrill
Décoration intérieure :
Gilles & Boissier
Crédit photo :
Baccarat Hotel New York



Baccarat Hotel,
New York, USA

TYPLOGIE :
Hôtel
PRODUITS :
Venezia
conception de
Matteo Thun
et Antonio
Rodriguez



Owall Hotel, Séoul,
Corée du Sud

TYPOLOGIE :
Hôtel
PRODUITS : AK/25
Aboutwater
Boffi/
Fantini
conception de
Paik Sun Kim



OWALL HOTEL

SEOUL / COREE DU SUD

Architecte :
Paik Sun Kim
Crédit photo :
Chan Woo Park,
Zosia Swidlicka (en haut)



Hôtel August,
Anvers, Belgique

TYPLOGIE:
Hôtel
PRODUITS: Icona
Classic
conception de
Vincent
Van Duysen

PAGE CI-CONTRE
Casa Talia, Modica
(Raguse)

TYPLOGIE:
Hôtel
PRODUITS:
Fontane
Bianche
Salvatori
+Fantini
conception
d'Elisa Ossino



HOTEL AUGUST

ANVERS / BELGIQUE

Architecte :
Vincent Van Duysen
Crédit photo :
Mark Seelen (en haut)
Robert Rieger (en bas)



CASA TALIA

MODICA (RAGUSE)

Architecte :
Viviana Haddad
Crédit photo :
Matteo Cirenei

REPORT FROM THE WATERFRONT





Hôtel de Crillon,
A Rosewood Hotel,
Paris, France

TYPLOGIE: Hôtel
PRODUITS: Venezia
conception de
Matteo Thun
et Antonio
Rodriguez

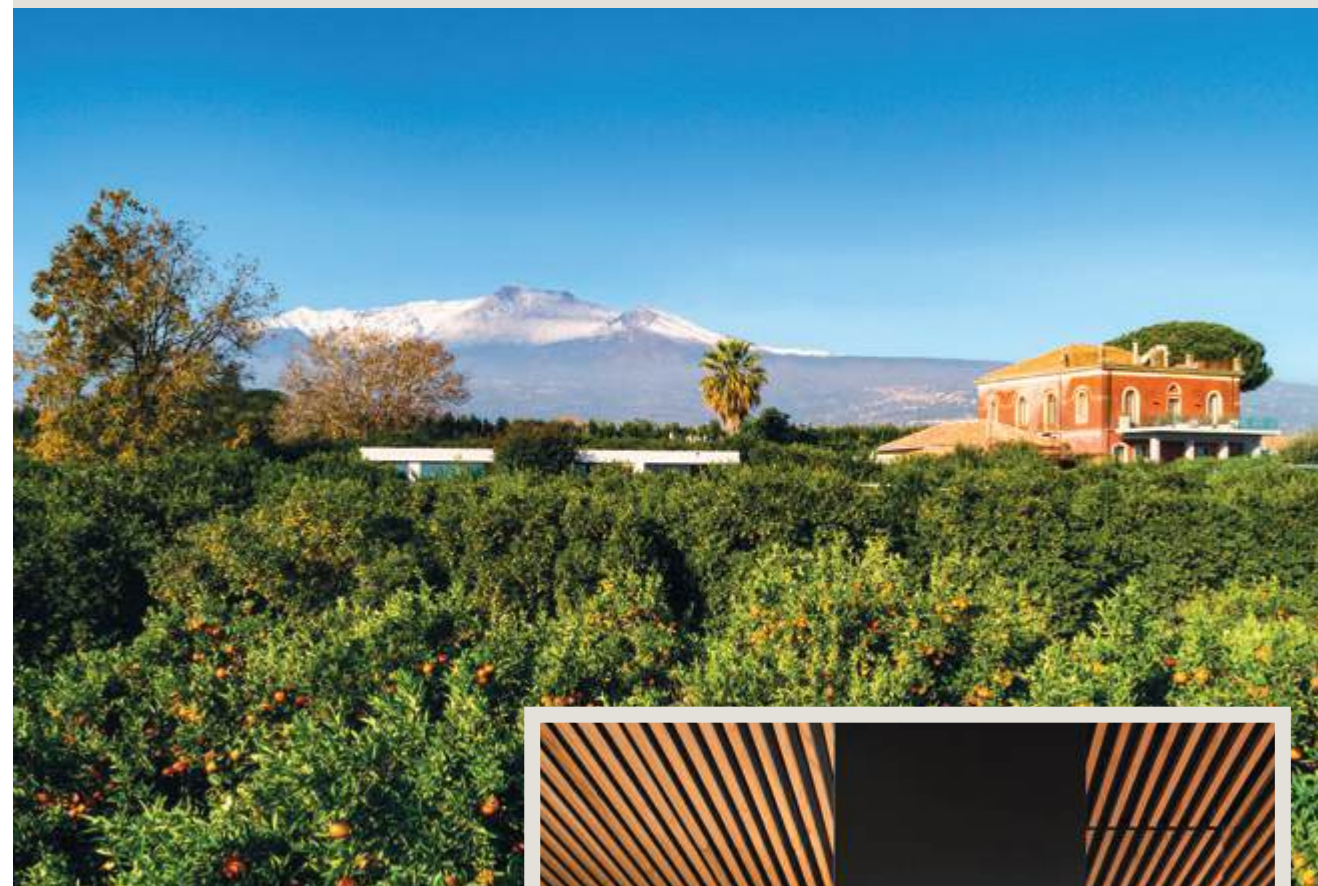
PAGE CI-CONTRE
Hôtel Zash,
Riposto (Catane)

TYPLOGIE: Hôtel
PRODUITS: AA/27
Aboutwater
Boffi/ Fantini
conception de
Michael
Anastassiades

HÔTEL DE CRILLON A ROSEWOOD HOTEL

PARIS / FRANCE

Architecte :
Richard Martinet
Direction artistique :
Aline Asmar d'Amman
Décoration intérieure :
*Tristan Auer, Chaban Minassian,
Cyril Vergniol and Culture
in Architecture*
Crédit photo :
Reto Guntli



HOTEL ZASH

RIPOSTO (CATANE)

Architectes :
Carla Maugeri, Antonio Iraci
Crédit photo :
Alfio Garozzo



HOTEL MALISGARTEN - ZILLER SEASONS

ZELL AM ZILLER / AUTRICHE

Architectes :
Matteo Thun & Partners
Crédit photo :
Zillerseasons

Hôtel MalisGarten-
Zillerseasons, Zell
am Ziller, Autriche

TYPLOGIE :
Hôtel
PRODUITS : Nice
conception de
Matteo Thun
et Antonio
Rodriguez

Torre Allianz,
Milan

TYPLOGIE :
Bureaux
PRODUITS :
Milano
conception de
Franco
Sargiani



TORRE ALLIANZ

MILAN

Architectes :
Arata Isozaki, Andrea Maffei
Crédit photo :
*Riccardo Sala/AGE Fotostock /
Mondadori Portfolio (en haut)
Alessandra Chemollo (en bas)*



LOTTE WORLD TOWER

SEOUL / COREE DU SUD

Architectes :
*Kohn Pedersen Fox Associates
(KPF)*

Crédit photo :
*Kang Jinju (page ci-contre)
blognaver.com*

Lotte World
Tower, Séoul,
Corée du Sud

TYPOLOGIE:
Demeures
PRODUITS:
Mare, *conception*
de Franco
Sargiani
(sur la
photo); AL/23
Aboutwater
Boffi/
Fantini
conception de
Piero Lissoni
(sur la photo);
Milano,
conception de
Franco
Sargiani;
Mint, *conception*
de Silvana
Angeletti
- Daniele
Ruzza;
Nostromo,
conception de
Davide
Mercatali



Four Seasons
Resort Dubai à
Jumeirah Beach,
Dubai, Emirats
arabes unis

TYPLOGIE :
Hôtel
PRODUITS :
Venezia
*conception de
Matteo Thun
et Antonio
Rodriguez*



FOUR SEASONS RESORT DUBAI AT JUMEIRAH BEACH

DUBAI / EMIRATS ARABES UNIS

Architecte :
WATG / DSA

Crédit photo :
avec l'aimable autorisation de Purity



Shenzhen Bay
Ruifu, Shenzhen,
Chine

TYPLOGIE :
Demeures
PRODUITS : Icona
Deco, *conception
de Vincent
Van Duysen*



SHENZHEN BAY RUIFU

SHENZHEN / CHINE

Architectes :
Goettsch Partners
Crédit photo :
Archives Fantini



Oko Tower,
Moscou, Russie

TYPLOGIE :
Demeures
PRODUITS :
Mint
conception
de Silvana
Angeletti
- Daniele
Ruzza (sur la
photo); Milano,
conception de
Franco Sargiani

PAGE CI-CONTRE
Manhattan Loft
Gardens,
Londres, UK

TYPLOGIE :
Demeures
PRODUITS : AF/21
Aboutwater
Boffi/ Fantini
conception de
Naoto
Fukasawa

OKO TOWER

MOSCOU / RUSSIE

Architectes :
Skidmore, Owings & Merrill
Crédit photo :
Archives Fantini



MANHATTAN LOFT GARDENS

LONDRES / UK

Architectes :
Skidmore, Owings & Merrill
Décoration intérieure :
Space Copenhagen
Crédit photo :
Hufton + Crow (en haut)
avec l'aimable autorisation de Manhattan Loft
Gardens (en bas)



THE SCOTTS TOWER

SINGAPOUR

Architectes :
UNStudio
Décoration intérieure :
Creative Mind Design
Crédit photo :
*avec l'aimable attention
de Far East Organisation*



Abian Botanic
Gardens, Brisbane,
Australie

TYPLOGIE:
Demeures
PRODUITS:
Milano
*conception de
Franco
Sargiani*

PAGE CI-CONTRE
The Scotts Tower,
Singapour

TYPLOGIE:
Demeures
PRODUITS:
Milano
*conception de
Franco
Sargiani
(sur la photo);
AcquaTonica,
conception de
Franco
Sargiani;
AF/21
Aboutwater
Boffi/
Fantini,
conception
de Naoto
Fukasawa*



ABIAN BOTANIC GARDENS

BRISBANE / AUSTRALIE

Architecte :
Wood Marsh Architecture
Crédit photo :
*Ross Honeysett (en haut)
Peter Sexty (en bas)*

CHRONOLOGIE DES PRODUITS

FANTINI

236

1977

I Balocchi
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

[XI SELECTION COMPASSO D'ORO
SELECTION BIO - BIENNALE
DI LUBIANA]

—

1978

Calibro
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

[XI SELECTION COMPASSO D'ORO
SELECTION BIO - BIENNALE DE
LJUBLJANA] DANS LA COLLECTION
PERMANENTE DE : 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, MUNICH
- ALLEMAGNE]

—

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
[MENTION D'HONNEUR
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

Cafè
Davide Mercatali

—

2002

Zen
Franco Sargiani

Isola
Davide Mercatali

—

2003

AR/38
Angeletti & Ruzza

—

2004

AcquaTonica
Franco Sargiani
[SELECTION ADI DESIGN INDEX
2008]

—

2005

Riviera
Davide Mercatali,
Paolo Pedrizzetti

Consolle
Giovanna Talocci

2006

AcquaAzzurra
Franco Sargiani

Ala
C&P

Suite
Benedini Associati

Dolce
Birgit Lohmann
/ Designboom

—

2007

Milano
Franco Sargiani

AcquaPura
Franco Sargiani
[SELECTION ADI DESIGN
INDEX 2008 MENTION
D'HONNEUR 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
[SELECTION ADI DESIGN
INDEX 2018]

AL/23 Lissoni
Piero Lissoni

Acqua Zone
Franco Sargiani

—

2012

Mint
Angeletti & Ruzza

—

2013

Levante
Rodolfo Dordoni
[MENZIONE D'ONORE XXIII
COMPASSO D'ORO ADI]

—

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
[SELECTION ADI DESIGN INDEX
2018 ARCHIPRODUCTS DESIGN
AWARD, LAUREAT 2017 ANNUAL
AZURE AWARDS POUR LA
CATEGORIE DES « PRODUITS
ARCHITECTURAUX » 2019 MDO
MONTECARLO PRIZE, 2019, 3e
PRIX DESIGNER INTERNATIONAL
COMPASSO D'ORO ADI XXVI]

2018

Aboutwater Boffi/Fantini
AA/27
Michael Anastassiades
[ARCHIPRODUCTS DESIGN AWARD,
LAUREAT 2018]

AcquaFit
CRS Fantini
[LAUREAT 2020 ARCHIPRODUCTS
DESIGN AWARD]

2021

Myo
Matteo Thun,
Antonio Rodriguez

Sailing
Yabu Pushelberg

REPORT FROM THE WATERFRONT

237



DIRECTION ARTISTIQUE
Massimo Pitis

PROJET GRAPHIQUE
Studio Pitis e Associati,
Massimo Pitis avec Andrea Amato

DESSINS
Anna Sutor
(couverture, cartes de pages 16-17
et 196-197, chapitre 05)

TEXTES
Patrizia Scarzella

TRADUCTIONS DE Laura Guidetti

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

ISBN 978-88-918-2968-9

Première édition : août 2021

Année 2021-2022-2023 - Edition 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Cet ouvrage a été imprimé par Errestampa S.r.l.
Via Portico 27, Orio al Serio, Bergame Imprimé en
Italie - Printed in Italy

CRÉDITS PHOTOGRAPHIQUES

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

L'éditeur se tient à la disposition des ayants droit
pour toute source iconographique non identifiée.

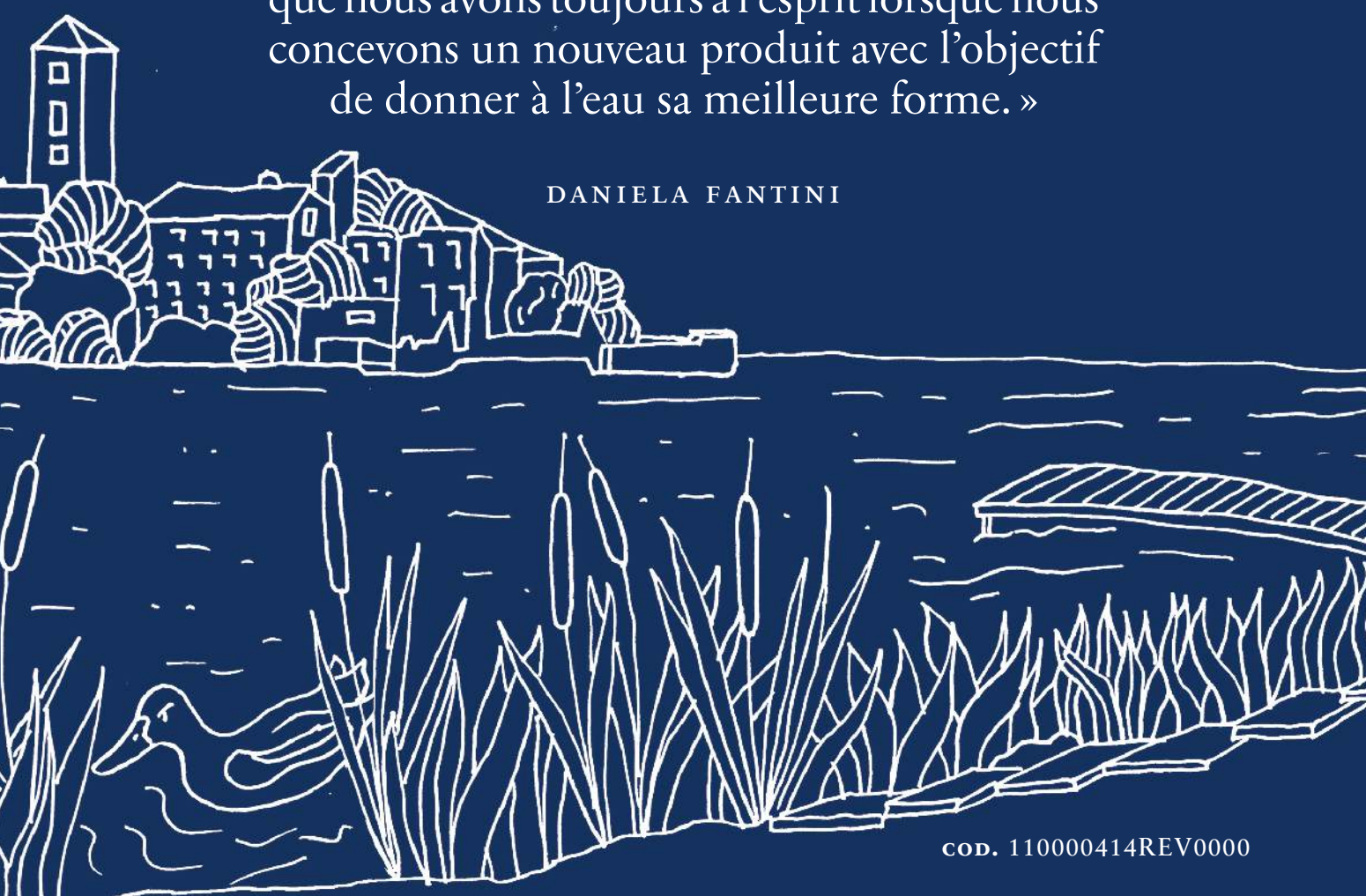
RENATO SARTORI, expert reconnu en communication, a été directeur de la communication et des relations extérieures de grandes entreprises du monde du design. Il est depuis de nombreuses années consultant en stratégie, marketing et communication chez Fantini.

PATRIZIA SCARZELLA, architecte et journaliste, est l'autrice de livres de design et commissaire d'expositions internationales. Consultante UNIDO, elle a mis en œuvre des projets de formation et de design social en Afrique et en Asie. Elle collabore avec Fantini depuis 1995.





« Si je réfléchis en roue libre aux mots clés qui définissent notre identité, je dirais : Rêves, Pensées, Projets, Énergies, Design, Beauté, Harmonie, Passion, Modernité, Légèreté, Clarté, Éthique, Attention, Respect, Gentillesse, Innovation, Invention, Authenticité, Originalité, Unicité, Recherche, Durabilité, Expérimentation, Qualité, Perfection, Technique, Technologie, Savoir-faire, Efficacité, Excellence, Sobriété...des mots que nous avons toujours à l'esprit lorsque nous concevons un nouveau produit avec l'objectif de donner à l'eau sa meilleure forme. »



DANIELA FANTINI