

SPECIALE D

E

S

I

G

N



Le tendenze,
i volti del momento,
le future promesse
(al femminile)
e tanti appuntamenti
da segnare in agenda.
Al via la settimana
del Salone del Mobile.
Tutti a Milano!



Scommesse di famiglia

L'ultima: "Cookingtable", la scrivania che fa il caffè. «Creare è osare, la nostra azienda ce l'ha nel Dna. E con le mie figlie...»

di **Giusi Ferré** foto di **Tommaso Gesuato**

A scoltare Lorenza Luti che parla di **Kartell** e del Salone del Mobile è come immergersi in una festa di colori e sorprese. A dimostrazione che non c'è industria senza creatività, e non c'è creatività senza il coraggio di osare con ostinazione. Sono stati necessari più di tre anni per realizzare il progetto "Woody", in collaborazione con Philippe Starck: plastica e legno a lavorazione industriale, vincendo quella che appariva l'insuperabile difficoltà della curvatura del legno nello stampaggio. Anche le sedie a intreccio di plastica "Matrix" di Tokujin Yoshioka, abbinata a tessuti e a materiali di-



L O R E N Z A L U T I

Lorenza Luti, bocconiana, classe 1979, direttrice marketing & retail di Kartell, affianca il padre Claudio, presidente del brand e del Salone del Mobile.

- 1 Lampade "Kabuki Mini Colour".
 2 La poltrona "Woody" con
 poggiatesta di Philippe Starck.
 3 I "Componibili" di JJ Martin.
 4 Il divano "Betty Boop"
 di Piero Lissoni. Tutto Kartell.

1



2



3



versi, hanno richiesto la messa a punto di un metodo innovativo perfino per un marchio che dalla sua nascita nel 1949 è protagonista assoluto nella sperimentazione dei materiali classici. Lorenza, che è la nipote del fondatore di Kartell Giulio Castelli, è oggi direttrice marketing&retail e da un paio di anni affianca il padre Claudio Luti, presidente dell'azienda, nella comunicazione e nei rapporti con i designer. «Niente mi stimola e mi dà maggiore allegria più che assistere alle riunioni tra mio padre e gli architetti. È uno scintillio di idee, uno scambio continuo tra commenti e ipotesi di lavoro, in uno spingersi sempre oltre».

Nell'impresa di famiglia è entrata gradualmente, in modo naturale, dopo il liceo classico al San Carlo di Milano e la laurea in Economia e Commercio all'Università Bocconi, con specializzazione in Marketing e Management Strategico. «In realtà, mi sarebbe piaciuto lavorare nella moda perché mi attirava il suo aspetto ludico. Così ho iniziato nell'ufficio stampa di Ermenegildo Zegna». Ma poi, il richiamo del design è stato più forte.



4

Nel 2000 Lorenza viene incaricata di seguire il negozio Kartell di Milano, «un'azienda in miniatura», poi si è trasferita a Parigi che in quel momento rappresentava il mercato più importante, e nel 2005 è rientrata nel quartier generale di Noviglio, dove ha avviato una politica di espansione globale del marchio. Non è un caso se anche nell'era dell'e-commerce lo stand di Kartell in Fiera ospita un vero negozio che i visitatori potranno vedere attraverso una parete di vetro («lunga 300 metri»). «All'innovazione abbiamo dedicato otto pedane, che mostrano i nuovi concetti affrontati dalla Kartell. Dalle bioplastiche, per il cui studio siamo entranti in società con un'azienda specializzata, al "Cookingtable". Una scrivania sulla quale si possono anche cucinare un paio d'uova o preparare un caffè». Sono come grandi mondi queste pedane, che generano emozioni e suggestioni presentando ben 25 prodotti.

«Li guarderò con occhi nuovi quando accompagnerò le mie bambine a fare una visita». La primogenita, otto anni, si chiama Sofia. La seconda, sei anni, Matilde. E davanti alle magiche creazioni Kartell, come in fabbrica o nel museo aziendale, sentono sempre una presenza di famiglia.