

# L'ESCLUSIVITÀ COME NOBILITAZIONE DI OGGETTI E DI PROGETTI

*L'esclusività suggerisce un universo valoriale e progettuale rivolto a pochi, pochissimi; di fatto, nel suo significato reale, rivendica un privilegio da cui ogni altro è escluso.*

*E le ragioni di questa "esclusione" possono essere sia economiche sia culturali.*

di FRANCESCO MORACE E LUCIA CHROMETZKA  
www.futureconceptlab.com



➔ I linguaggi nell'ambito della comunicazione sono fortemente influenzati e affascinati dal tema dell'esclusività, che prende vita attraverso la nobilitazione di oggetti e di progetti, ma anche attraverso processi virtuosi di crescita, apprendimento e cura della propria esperienza vitale. Oggi la tensione all'esclusività, non solo non si attutisce, ma si arricchisce di motivazioni profonde che toccano ed esplorano la soglia dei Valori. Con la tendenza Noble Line abbiamo analizzato il concetto di nobiltà sotto diversi punti di

vista. In termini di riferimenti progettuali, il tema fornisce un bacino di immaginario vastissimo, che stimola ed espande il tema dell'esclusività nella direzione di una magnificenza, non priva, talvolta, di sottile paradosso. Alcuni settori più di altri, attraverso i loro linguaggi estetici sembrano fortemente influenzati dai codici di un mondo che appare tanto anacronistico quanto seducente, una nobiltà che porta con sé privilegio e distinzione, unicità e classicismo. Ma ciò che più di tutto ci interessa evidenziare è la linea, il confine

della nuova esclusività, la linea che è sì discendenza, ma anche regola, codice, valore. Un mondo di valori, di nobiltà d'animo oltre che di rango, di cui per lungo tempo si è persa memoria e che oggi tornano tangibilmente a pervadere i processi estetici e di comunicazione, attraverso la trasparenza e l'originalità dei processi e una trama di umanesimo che distingue e conquista. La dimensione esclusiva si gioca in questo modo nell'ambito della conoscenza e non della disponibilità economica, trasformandosi non nel lusso, ma nell'eccellenza.

## casi dal mondo



### ▼ CRYSTALLIZE BY TOKUJIN YOSHIOKA

L'opera più recente dell'artista giapponese Tokujin Yoshioka è esposta al MOT Museo di Arte Contemporanea di Tokyo. Il balletto "Lago dei cigni" di Tchaikovsky è l'ispirazione di Crystallize una mostra, dove sfruttando la vibrazione della musica, dei cristalli prendono forma e crescono in un serbatoio d'acqua. La mostra di Yoshioka fa riflettere sulla relazione tra natura e uomo. In mostra anche "Rose" la scultura di un fiore cristallizzato, "Spider's thread" (Ragnatela) una sedia fatta di fili sottili e "Rainbow Church" (Chiesa Arcobaleno) che evidenzia l'interazione tra spazio e luce nei prismi.

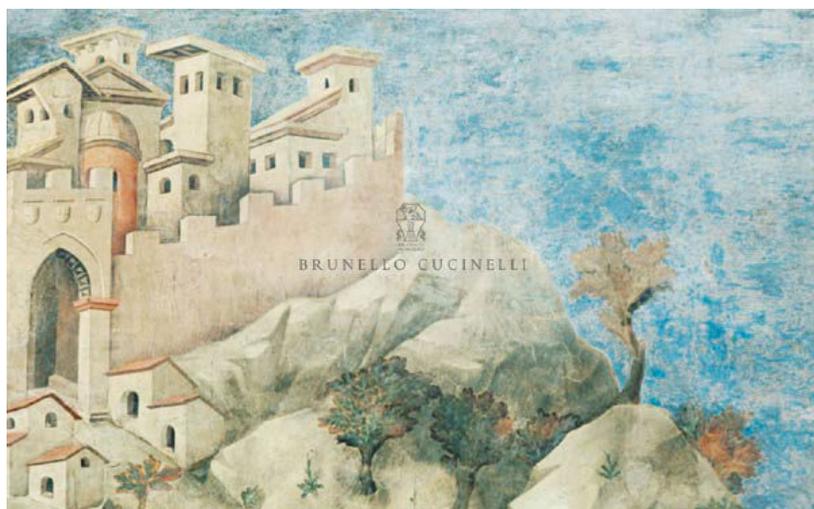
### ▼ DELHAIZE SOUP PACKAGING

La caratteristica più accattivante del packaging Delhaize Soup è l'inserimento degli ingredienti principali delle zuppe proposte in formato gigante: pomodori, aragoste e funghi, risaltano in forma perfetta e colori brillanti, in piatti eleganti, ma apparentemente troppo piccoli per contenerli. Il progetto per la nuova confezione delle zuppe Delhaize è stato affidato allo studio spagnolo Lavernia & Cienfuegos che ha così interpretato il brief: "sottolineare l'alto contenuto vegetale e naturale delle minestre in confronto a quello dei concorrenti", attraverso creatività e buon gusto, il tutto condito con un pizzico di nobiltà. Di grande impatto visivo, infatti, l'immagine della mano del cameriere che attraverso il gesto "magnifica" l'ingrediente, veicolando il messaggio di servizio eccellente e qualità superiore.



# LESSON LEARNED

- 1 Proporre l'esclusività come un assunto di responsabilità attraverso "progetti nobili"
- 2 Immaginare come far estendere la logica della distinzione a processi e prodotti pensati per tutti



## IL PROGETTO SOLOMEO DI BRUNELLO CUCINELLI

Brunello Cucinelli fonda la sua azienda nel 1978, con 500.000 lire in tasca e un'educazione all'etica del lavoro e alla vita, data da una famiglia di contadini prima e di operai dopo. L'impresa di Cucinelli si fonda su un'idea semplice, il cachemire tinto in capo, ma su un concetto di Bellezza ed Etica molto complesso e articolato, che affonda le sue radici nella cultura filosofica e umanistica. La visionarietà di Brunello Cucinelli trova la sua materializzazione più evidente nel progetto Solomeo, un antico borgo medioevale ristrutturato con maniacale dovizia e trasformato non in un semplice headquarter, ma in una vera e propria città operosa e ideale in cui il concetto di utopia si realizza quotidianamente. Un privilegio che l'imprenditore ha costruito su una visione di lungo, lunghissimo termine poiché - come egli stesso sottolinea - "un'azienda deve avere un piano triennale e uno a 300 anni".

## THE GOURMAND IN MOSTRA

**The Gourmand No. 01**

**At 18 Hewett Street**

Works by:  
Gustav Almqvist  
Jamie Brown  
Paul Davis  
Paolo Di Lucente  
Robin Friend  
Thibaud Herem  
Luka Kirwan  
Yann Le Bec  
and Jean Jullien

22nd February  
— 3rd March

Open: Monday  
— Friday: 9am — 6pm  
Saturday: Closed  
Sunday: 11am — 4pm

Address:  
18 Hewett Street  
London  
EC2A 3NN

prote.in  
thegourmand.co.uk

All artworks kindly  
printed by BDI

**The Gourmand**

A food and culture journal

**The Gourmand**

A food and culture journal

L'acclamata rivista di cultura alimentare e arte, The Gourmand, ha fatto il suo debutto in mostra alla 18 Hewett Street Gallery di Londra a Febbraio 2013. The Gourmand ha presentato alcune stampe in edizione limitata commissionate appositamente per i numeri 00 e 01 della pubblicazione. Tra le altre le fotografie

di Gustav Almqvist che ritraggono il piacere sensuale del cibo, gli scatti di Robin Friend che raffigurano la voracità dei cocodrilli mentre mangiano, e le scene vuote delle trattorie newyorkesi di Paolo di Lucente. In mostra anche l'installazione progettata da Jean Jullien, una scultura di un enorme tavolo da pranzo.

3 Adottare dei codici culturali di unicità e regola per sottolineare la magnificenza del progetto

## ▼ YOOXMAS 2013: NATALE A CASA CON YOOX

Yoox, in occasione del Natale ha lanciato Natale a casa con Yoox, un dinner party presentato attraverso un video interattivo. Al centro della scena cinque coppie, che rappresentano i temi dei regali: simply chic, artsy, party, festive spirit e globetrotter. Gli ospiti sfoggiano look dei brand più importanti del fashion world e cliccando sui personaggi si ha accesso a una serie di prodotti ispirati ai loro outfit, ovviamente acquistabili in tempo reale.



I protagonisti, attori e personaggi di spicco nella

cultura e nello spettacolo, nel video si riuniscono per

un'esclusiva cena realizzata dallo chef Davide Oldani: sulla tavola è presente tutto il mondo Yoox, dalla moda al design fino all'arte. Cinque erano, inoltre, le ricette proposte e realizzate dallo chef per il menù delle feste. Gli utenti sono stati invitati a partecipare alla festa, postando su Instagram le foto della loro tavola imbandita per le vacanze. La migliore sarà pubblicata su The New Yooxer, l'area editoriale di yoox.com.



## ◀ SLOW FOOD STORY

Cinema e cibo si incontrano per Slow Food Story, il film di Stefano Sardo sulla genesi del movimento. Per l'occasione, le sale italiane che lo hanno programmato hanno organizzato con le condotte di Slow Food un aperitivo-degustazione offerto agli spettatori prima della visione. Slow Food Story è la storia di una rivoluzione lenta, che va avanti da 25 anni e ancora non si ferma. La storia di un'associazione e del suo fondatore, Carlo Petrini, inventore di Slow Food, un movimento internazionale che

nasce come resistenza al fast food nel 1986. Racconta di un gruppo di amici di provincia: una storia di bischerate, passioni politiche, ristoranti, riti contadini riesumati, di vino e di viaggi, di scommesse vinte o perse, ma vissute sempre con la stessa inaffondabile, burbera, ironia. Una storia che ci dimostra anche le più importanti avventure culturali possono nascere da un approccio divertito alla vita. Slow Food Story è la piccola storia di poche persone e della loro grande scommessa culturale, ma lascia intravedere anche i cambiamenti del sistema cibo negli ultimi 60 anni: quelle dinamiche globali dell'agroalimentare.

## ▶ DOLLS HOUSE FOR CHARITY

Venti dei migliori architetti e designer di oggi, da tutto il mondo, hanno presentato in una mostra, e poi messo all'asta da Bonhams l'11 novembre 2013, la loro versione della casa delle bambole. I ricavi andranno a KIDS, ente di beneficenza britannico che sostiene i bambini disabili. Il progetto è stato curato da Cathedral Group Plc, e si ispira alla casa delle



bambole che Edwin Lutyens progettò per l'Esposizione dell'Impero Britannico a Wembley nel 1922. Non c'erano vincoli creativi di progettazione, tranne che la casetta non doveva essere più grande di 75 x 75 centimetri e doveva possedere una caratteristica speciale, unica per facilitare un bambino disabile. In mostra presso lo showroom Domus dall'inizio della London Design Festival nel mese di settembre, è stato possibile fare l'offerta online fino alla data dell'asta. In totale sono state raccolte quasi 90.000 sterline.