



GONO, DEGLI INSEGNAMENTI RICEVUTI DA BAMBINO E CHE, CON GLI ANNI, SI SONO SEDIMENTATI IN ME, DAL RECUPERO DI MATERIALI DI SCARTO AL DESIDERIO DI FARE DEL BENE, ALL'ATTENZIONE PER IL SOCIALE E ALLE PERSONE MENO FORTUNATE DI NOI».

Di natura curioso, coi piedi per terra e la testa sulle spalle, Luciano Marson ha sempre cercato di realizzare i suoi sogni, creando oggetti insoliti. Da un concatenarsi di idee e progetti, inanellati uno sull'altro, è nata Pieces of Venice. Un'impresa sociale, fondata sui principi di economia circolare, che partendo dal riutilizzo delle bricole della Laguna veneziana, ha creato originali souvenir dedicati alla città e ai suoi Sestieri, dal cappello dei gondolieri al vaporetto. «Amici designer hanno voluto realizzare i progetti», desiderosi di dare il loro contributo



Il design seconda vita

Antonella Grosso

IL PROGETTO D'IMPRESA PIECES OF VENICE, PREMIATO CON IL COMPASSO D'ORO DALL'ADI, L'ASSOCIAZIONE PER IL DISEGNO INDUSTRIALE, NEL 2020, NELLA CATEGORIA DESIGN PER IL SOCIALE, RACCHIUDE TUTTO L'AMORE DI LUCIANO MARSON, E DI SUA MOGLIE KARIN, PER LA CITTÀ DI VENEZIA, BELLA E FRAGILE ALLO STESSO TEMPO. È il coronamento di un sogno che rispecchia la sensibilità e la filosofia di vita del designer, la sua sfida è sempre stata quella di creare qualcosa che non esiste, di innovare nel prodotto, nel processo o nell'uso di nuovi materiali per dar vita ad oggetti che non sono stati finora pensati, anticipando i tempi. «Innovare vuol dire inventarsi delle funzioni, forme o materiali che non esistono, oppure cambiare il campo di utilizzo». Afferma, «OGNI OGGETTO PIECES OF VENICE È PORTATORE DEI VALORI CHE MI APPARTEN-





Karin e Luciano Marson

senza volere nulla in cambio con un grande coinvolgimento emotivo da Giulio Iacchetti a Matteo Ragni, da Giancarlo Porti a Marco Zito», racconta la moglie Karin a Circle Dynamic Luxury magazine. Il legame che unisce le due città marinare di Venezia e Genova ha dato vita alla creazione di una serie limitata di sgabelli e tavolini, dal nome Campo San Barnaba, che hanno arredato la VIP Lounge del Salone Nautico Genova, ispirati ai disegni originali dell'architetto Edoardo Gellner che abitava proprio in Campo San Barnaba. «DAL LEGNO, POI, ABBIAMO PENSATO DI ALLARGARE LA PRODUZIONE SU TUTTA LA GAMMA DEI MATERIALI CHE PROVENGONO DA VENEZIA, DAL VETRO AI TESSUTI», spiega Luciano. Infastidito, durante la sua lunga carriera che vanta ben quattro Compassi d'Oro, che l'oggetto venisse riconosciuto dal nome del designer autore del progetto e non dell'azienda produttrice, Luciano Marson ha voluto in questo caso associare gli oggetti agli indirizzi segreti di Venezia, per scoprire luoghi insoliti e alternativi della città rispetto ai Sestieri più noti. «Per promuovere un turismo etico e sostenibile, ho assegnato il lavoro manuale e di logistica ad una cooperativa sociale, che inserisce nel mondo del lavoro persone meno fortunate e, per ogni prodotto venduto, viene devoluto un contributo di 3 euro all'associazione Masegni Nizioletti che ripulisce Venezia dai graffiti e dalla plastica per salvaguardare il decoro urbano». Per Luciano Marson, dopo gli studi amministrativi e una carriera da designer e commerciale, diventare imprenditore è stata una scelta di maturità. In ogni progetto ha sempre messo il cuore e i riconoscimenti ottenuti lo dimostrano.

«Il Compasso d'Oro, creato nel 1954 da un'idea di Gio Ponti, è paragonato all'Oscar del design italiano. Resta oggi un premio molto significativo nel riconoscere il valore sul mercato di un prodotto o di un progetto a 360 gradi, dalla funzione all'estetica». Aggiunge. «L'ADI È L'UNICO ORGANISMO CHE SELEZIONA, CON GRANDE SERietà, LA RICERCA DI ECCELLENZE, TRA MIGLIAIA DI PROGETTI E IDEE NEI DIVERSI SETTORI: DALL'AUTOMOTIVE AL SOCIALE, DALLA GRAFICA ALL'ALLESTIMENTO RAPPRESENTANDO UN PANORAMA AMPIO DEL DESIGN IN ITALIA E NEL MONDO. Di recente, hanno ottenuto un riconoscimento alla carriera anche personaggi del mondo della distribuzione del design come il titolare del negozio Luminaire di Miami e Maddalena De Padova a Milano. Nel caso di Pieces of Venice è stata premiata la scelta di fare impresa in modo inconsueto».

IL PRIMO COMPASSO D'ORO, RICEVUTO NEL '98, TOCCA LE CORDE DELL'EMOZIONE PERCHÉ NELLA COMMISSIONE C'ERANO I GRANDI MAESTRI DEL DESIGN DA MARCO ZANUSO AD ACHILLE CASTIGLIONI E RIGUARDAVA UN PROGETTO GRAFICO SEMPLICE, ELEMENTARE, MA INNOVATIVO NEL LINGUAGGIO. Nel 2004, Luciano ne ha ricevuti altri due per l'innovazione di prodotto: l'iconica panca Ripples, disegnata da Toyo Ito, un capolavoro di ergonomia e bellezza. E nel 2008, il premio è arrivato per un allestimento realizzato per il Salone del Mobile del 2005, sempre con Toyo Ito. «Negli anni, la selezione è diventata più difficile. Ci sono sempre più contenuti che concorrono a far sì che un progetto venga premiato con il Compasso d'Oro. In passato, era sufficiente solo l'estetica o un materiale innovativo, oggi è necessaria una sommatoria di fattori sintetizzati in un unico progetto che risulta vincente. La professionalità è un plus ed è aumentata in tutti i campi, dalla tecnologia all'informatica, dalla socialità all'attenzione all'ambiente. Le competenze risultano sempre più ampie e complesse. La mia sfida è stata quella di trasformare grandi architetti come Toyo Ito anche in designer. Prima dell'incontro con me non si dedicavano a fare prodotto. Li ho convertiti». Sorride. «PER L'ALLESTIMENTO CHE È VALSO IL COMPASSO D'ORO, HO RICEVUTO I COMPLIMENTI DA MARIO BELLINI E, CON LUI, HO REALIZZATO BEI PROGETTI: LA LIBRERIA SUDOKU, LA SEDIA KI, IL PORTATELEVISORE COBRA. ABBIAMO FATTO ANCHE UNA POCHETTE, CHE MI AVEVA DISEGNATO SUL TOVAGLIOLO DEL RISTORANTE AL PONT DE FER DI MILANO. Luciano Marson attualmente è consulente di Rexite, di Pianca, socio di W Legno, azienda che realizza componenti in legno per grandi brand del design, oltre che titolare e fondatore di Pieces of Venice. E alla domanda in quale direzione sta andando il design. «Sarà sempre più al servizio dell'uomo». Risponde. «La differenza, poi, la farà l'uso della tecnologia. C'è parecchia attenzione all'outdoor per arredare spazi all'aperto; l'automotive, così come la nautica, si stanno misurando con l'evoluzione nella propulsione elettrica e con l'efficienza; la luce, oggi, ha cambiato i suoi paradigmi non ha solo la funzione di illuminare ma deve creare comfort, atmosfera ed effetto».