

Protagonisti digitali



Class

A sinistra, Federico Traverso e Alberto Brogliato. Nel 2010 hanno fondato nel cuore di Vicenza lo studio di product design BrogliatoTraverso. Sopra, il tavolo Duo-perdue presentato al recente Salone del mobile di Milano per l'azienda Infiniti.

DESIGN ON DEMAND

IL PRIVILEGIO DI DAR VITA AGLI OGGETTI

di Raffaella Beltrami

Nido, un coffee table per Carreolan Italia; Dublin, un banco-bar per l'azienda MyYour; Condominio, un orologio a cucù per Diamantini&Domeniconi; Duo-perdue, un tavolo per Infiniti. Tutti presentati al recente Salone del mobile di Milano. E ancora: lo scolatutto All-In che, disegnato per Fratelli Guzzini, ha appena ricevuto la menzione d'onore allo Young & Design 2016. Gli artefici? I due fondatori dello studio di product design BrogliatoTraverso, che ha sede nel cuore di Vicenza: il 35enne Alberto Brogliato e il 38enne Federico Traverso. Grande esperienza nell'utilizzo delle materie plastiche l'uno, conoscitore dell'arte del vetro di Murano l'altro. In comune hanno la passione per il saper fare e il desiderio che «i nostri prodotti regalino emozioni, raccontino le meravigliose storie di cui tutti abbiamo bisogno». Ogni giorno si ripetono che non vogliono avere uno stile proprio, perché «la vera scommessa è essere bravi nel rispondere alle richieste delle aziende che a noi si rivolgono. Apportando innovazione e prestando sempre attenzione alle reazioni del pubblico».

INNOVAZIONE+SCOLAPASTA

Occorre, allora, impegnarsi ad andare oltre la visione da designer: «Cerchiamo di preservare quel minimo di occhio critico per analizzare le nostre proposte dal punto di vista del target a cui sono indirizzate. Non è così semplice accantonare la nostra deformazione professionale. Per questo ci rivolgiamo spesso a chi si occupa dell'amministrazione del nostro studio per avere uno sguardo pulito». Ecco un esempio. «Due anni fa ci siamo domandati: come si fa innovazione su uno scolapasta? Abbiamo sviluppato un progetto che aveva scritto in fronte: "Quanto siamo bravi". Allora ci siamo confrontati e abbiamo deciso di fare un passo indietro: che cosa comprenderebbero mia nonna? Che cosa sarà ancora sul mercato tra dieci anni? Il nostro approccio più umano, alla fine, è stato quello vincente, anche su progetti di designer più affermati di noi». E quando hanno ritirato, qualche settimana fa, la stampa numero uno dello scolapasta hanno gioito come due bambini. «Il nostro lavoro è un gran privilegio: possiamo dar vita agli oggetti che circondano le persone».

PRESERVIAMO
UN OCCHIO
CRITICO
A TUTELA
DEL PUBBLICO