

« [Incontra il Creativo: Gianluca Ciufoli](#)

25/25 Design Museum: Celebrando il Buon Design »

## A chiacchiera con.. Gumdesign!



Gumdesign ([link](#)) è uno studio tutto italiano di Viareggio – fondato da Gabriele Pardi e Laura Fiaschi – che si occupa di architettura, interior design, industrial design, grafica, ideazione ed organizzazione eventi per fiere e spazi espositivi.

Dopo la menzione speciale ricevuta al concorso internazionale Young&Design 2007 con la lampada ecologica ed ecosostenibile Sweet Home abbiamo deciso di fare quattro chiacchiere con loro.

Innanzitutto vorremmo, sapere com'è nato il vostro studio e da cosa viene il nome Gumdesign?

Lo studio nasce nel 1999 dal nostro incontro. Abbiamo avuto due formazioni diverse, ognuno interessato all'inizio a qualcosa che si avvicinava a quello che adesso facciamo; quando Gabriele era piccolo voleva fare le case e credeva che solo gli ingegneri facessero le case... quando Laura era piccola sognava di disegnare per la Walt Disney... In entrambi i casi poi la vita e la conoscenza ha aperto nuove visioni, fino al momento in cui le nostre strade si sono incrociate, e dalla "fusione" dei due corpi e delle due menti nasce una nuova realtà che si interessa di progettazione e comunicazione, in senso globale.

Gumdesign, perchè progettare e sognare procedono insieme, immaginare, ideare, inventare, creare qualcosa di nuovo e proprio ... tutto ciò implica una tensione emotiva che altro non è che sogno!

Avete una produzione molto variegata: oggetti di design, architetture, allestimenti, lavori grafici. Come riuscite ad affrontare tutte questi aspetti e quale vi entusiasma di più?

Dipende senza dubbio dalla formazione di ognuno di noi: Gabriele si laurea in Architettura a Firenze con una tesi di allestimento e museografia mentre Laura si forma all'Università del Progetto di Reggio Emilia con l'indirizzo in design e comunicazione. L'aspetto più emozionante è che riusciamo a compenetrarci e a mettere a disposizione dell'altro l'esperienza e la sensibilità nei vari settori, ottenendo una frammistione di linguaggio ritenuta interessante all'esterno.

Non crediamo sia possibile definire un settore che più ci entusiasma... sono tutti sogni e si applicano a volte sulla carta, a volte su un oggetto, a volte su un'architettura.

Elemento comune di molti vostri progetti è "il sogno" che si esprime nell'ironia e nella trasformabilità dei vostri prodotti. Quanto credete sia importante sognare in questo lavoro?

Per noi è fondamentale! è il primo momento creativo che dipende dal sogno... Naturalmente poi occorre saper "comunicare" il sogno attraverso un disegno, che possa essere coinvolgente e comprensibile, perchè è molto importante saper coinvolgere emotivamente.



Qual'è il vostro progetto al quale siete più affezionati e perchè?

Difficile rispondere... però visto che si parla di sogni vorremmo dare la "precedenza" alla lampada Lucciola; si è trattato di un sogno vero e proprio che ha fatto Laura ... si è svegliata una mattina dicendo che aveva sognato una lampada! La mattina stessa ha disegnato la lampada in studio, l'abbiamo inviata all'azienda che ancora oggi la produce e la settimana dopo abbiamo ricevuto le foto del prototipo! Una bella storia che ci sta dando delle grandi soddisfazioni. Oltre alle numerosissime pubblicazioni che ha avuto e che continua ad avere è oggetto di numerose richieste per importanti mostre di design in Italia ed all'estero... ricordiamo fra le altre:

- "1950-2000 Theater of Italian Creativity" curata da Cosmit e Vanni Pasca che ha esposto a New York i migliori prodotti dell'italian design e che hanno reso nota l'Italia in tutto il mondo.

- "Averati - progetti dal Satellite alla produzione" curata da Beppe Finessi che ha esposto i migliori oggetti presentati al Salone Satellite entrati in produzione industriale presso il Nuovo Quartiere Fiat di Milano.

- "The New Italian Design" curata da Andrea Branzi e Silvana Annichiarico che ha esposto i migliori progetti del design emergente italiano presso la Triennale di Milano.

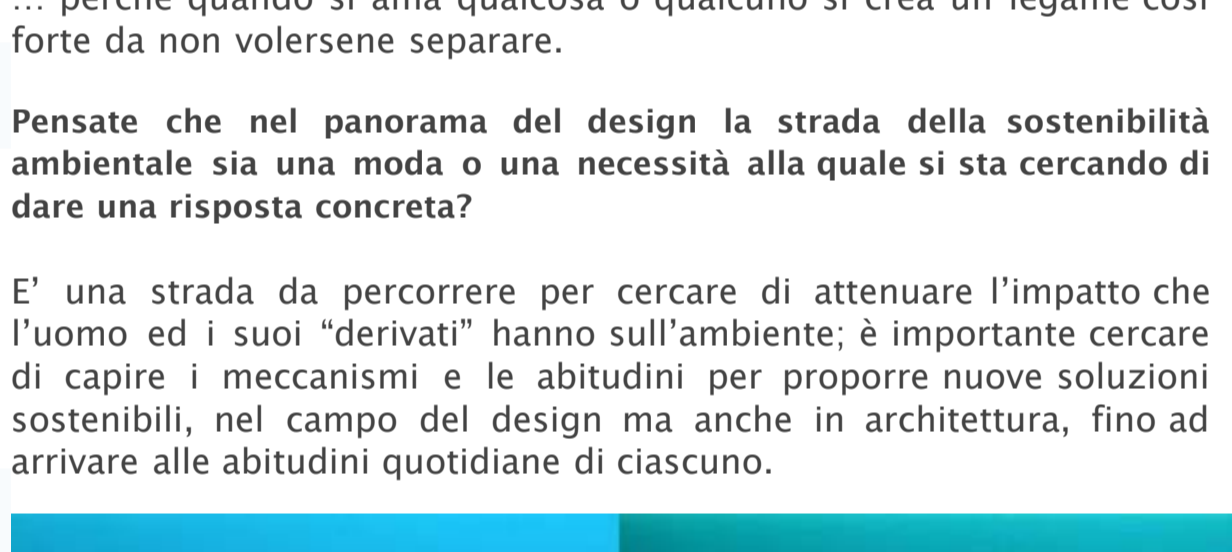


Qual'è il percorso creativo che vi ha portato a progettare AI:D, il "cerotto per oggetti" per il concorso internazionale organizzato da Opos per il Salone del mobile di Milano?

Una riflessione sulle vecchie cose, una soluzione ironica e giocosa per non buttarle... affetto e sentimento per gli oggetti trovati, cercati, voluti. AI:D risolve la rottura, il graffio, la "ferita" che un vecchio oggetto, carico di ricordi, può trovare sulla sua superficie. AI:D permette all'oggetto di non essere buttato o sostituito, ma piuttosto denuncia in maniera diretta e sfacciata la sua "vecchiaia" ... giocando ... perchè quando si ama qualcosa o qualcuno si crea un legame così forte da non volersene separare.

Pensate che nel panorama del design la strada della sostenibilità ambientale sia una moda o una necessità alla quale si sta cercando di dare una risposta concreta?

E' una strada da percorrere per cercare di attenuare l'impatto che l'uomo ed i suoi "derivati" hanno sull'ambiente; è importante cercare di capire i meccanismi e le abitudini per proporre nuove soluzioni sostenibili, nel campo del design ma anche in architettura, fino ad arrivare alle abitudini quotidiane di ciascuno.



"Sweet Home", la simpatica abat-jour rivista nella forma e nei materiali, nasce come prodotto industriale o come concetto di ecodesign da promuovere?

Nasce come concetto di ecodesign ma a dire il vero a seguito di mostre e pubblicazioni ci sono arrivate anche richieste d'acquisto; a questo punto occorrerebbe un'azienda forte e capace di sostenere e promuovere un oggetto di carta con la stessa penetrazione di mercato di un complemento "tradizionale".



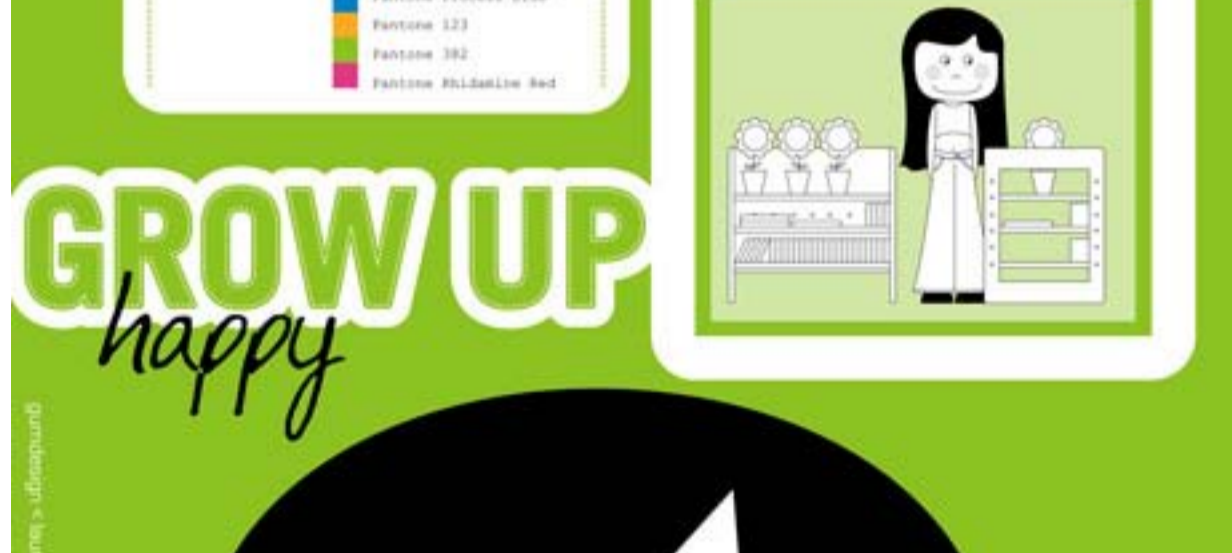
"Sweet Home", la simpatica abat-jour rivista nella forma e nei materiali, nasce come prodotto industriale o come concetto di ecodesign da promuovere?

Nasce come concetto di ecodesign ma a dire il vero a seguito di mostre e pubblicazioni ci sono arrivate anche richieste d'acquisto; a questo punto occorrerebbe un'azienda forte e capace di sostenere e promuovere un oggetto di carta con la stessa penetrazione di mercato di un complemento "tradizionale".



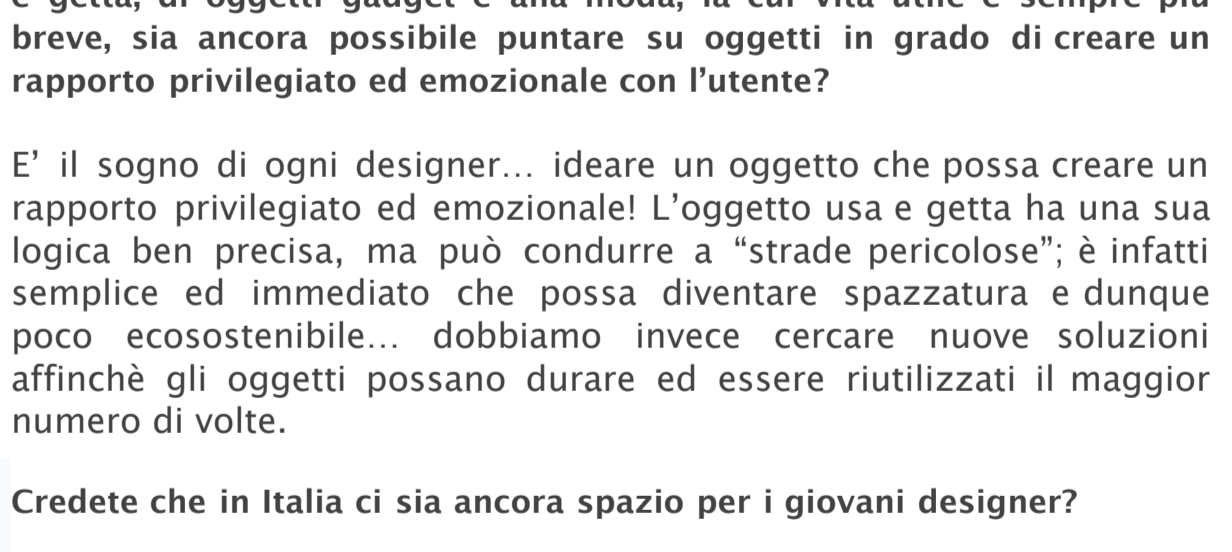
"Sweet Home", la simpatica abat-jour rivista nella forma e nei materiali, nasce come prodotto industriale o come concetto di ecodesign da promuovere?

Nasce come concetto di ecodesign ma a dire il vero a seguito di mostre e pubblicazioni ci sono arrivate anche richieste d'acquisto; a questo punto occorrerebbe un'azienda forte e capace di sostenere e promuovere un oggetto di carta con la stessa penetrazione di mercato di un complemento "tradizionale".



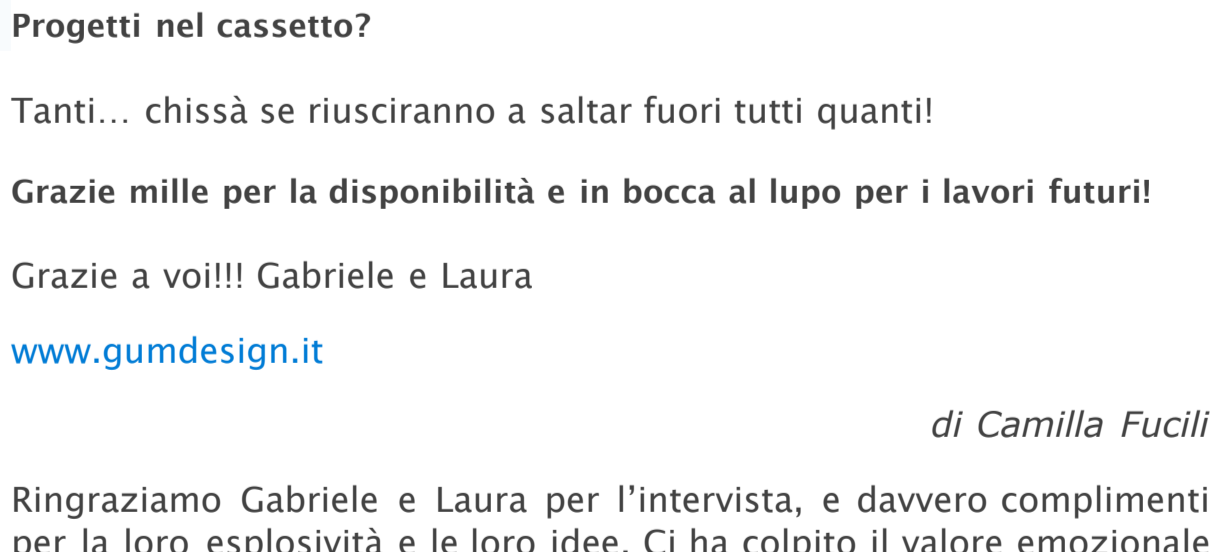
"Sweet Home", la simpatica abat-jour rivista nella forma e nei materiali, nasce come prodotto industriale o come concetto di ecodesign da promuovere?

Nasce come concetto di ecodesign ma a dire il vero a seguito di mostre e pubblicazioni ci sono arrivate anche richieste d'acquisto; a questo punto occorrerebbe un'azienda forte e capace di sostenere e promuovere un oggetto di carta con la stessa penetrazione di mercato di un complemento "tradizionale".



"Sweet Home", la simpatica abat-jour rivista nella forma e nei materiali, nasce come prodotto industriale o come concetto di ecodesign da promuovere?

Nasce come concetto di ecodesign ma a dire il vero a seguito di mostre e pubblicazioni ci sono arrivate anche richieste d'acquisto; a questo punto occorrerebbe un'azienda forte e capace di sostenere e promuovere un oggetto di carta con la stessa penetrazione di mercato di un complemento "tradizionale".



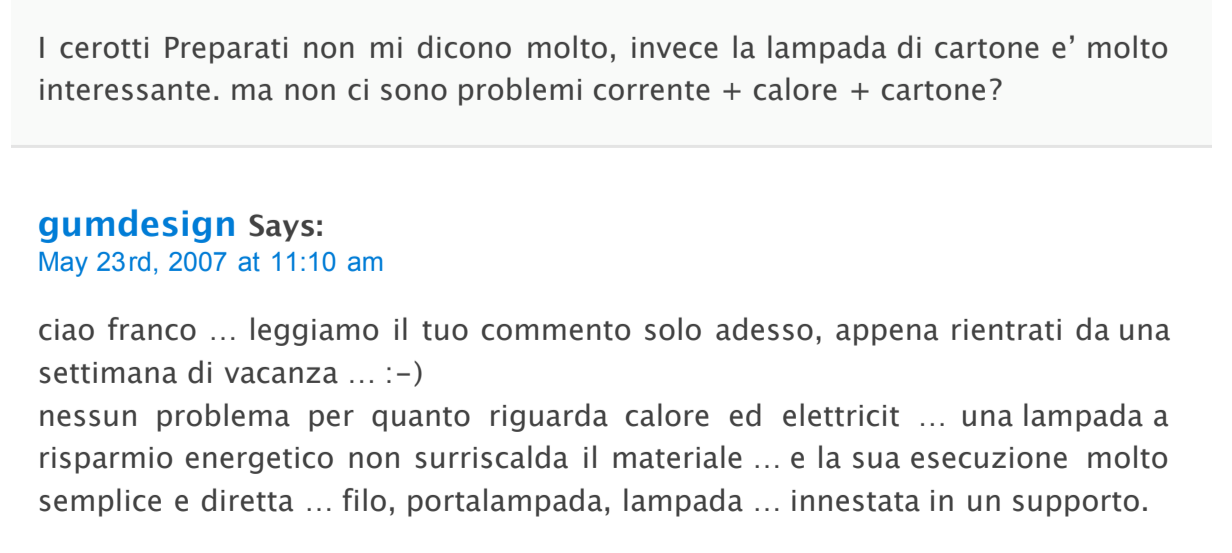
"Sweet Home", la simpatica abat-jour rivista nella forma e nei materiali, nasce come prodotto industriale o come concetto di ecodesign da promuovere?

Nasce come concetto di ecodesign ma a dire il vero a seguito di mostre e pubblicazioni ci sono arrivate anche richieste d'acquisto; a questo punto occorrerebbe un'azienda forte e capace di sostenere e promuovere un oggetto di carta con la stessa penetrazione di mercato di un complemento "tradizionale".



"Sweet Home", la simpatica abat-jour rivista nella forma e nei materiali, nasce come prodotto industriale o come concetto di ecodesign da promuovere?

Nasce come concetto di ecodesign ma a dire il vero a seguito di mostre e pubblicazioni ci sono arrivate anche richieste d'acquisto; a questo punto occorrerebbe un'azienda forte e capace di sostenere e promuovere un oggetto di carta con la stessa penetrazione di mercato di un complemento "tradizionale".



"Sweet Home", la simpatica abat-jour rivista nella forma e nei materiali, nasce come prodotto industriale o come concetto di ecodesign da promuovere?

Nasce come concetto di ecodesign ma a dire il vero a seguito di mostre e pubblicazioni ci sono arrivate anche richieste d'acquisto; a questo punto occorrerebbe un'azienda forte e capace di sostenere e promuovere un oggetto di carta con la stessa penetrazione di mercato di un complemento "tradizionale".

