



WITH  
STONE  
YOU  
CAN

MARMOMO+MAC™

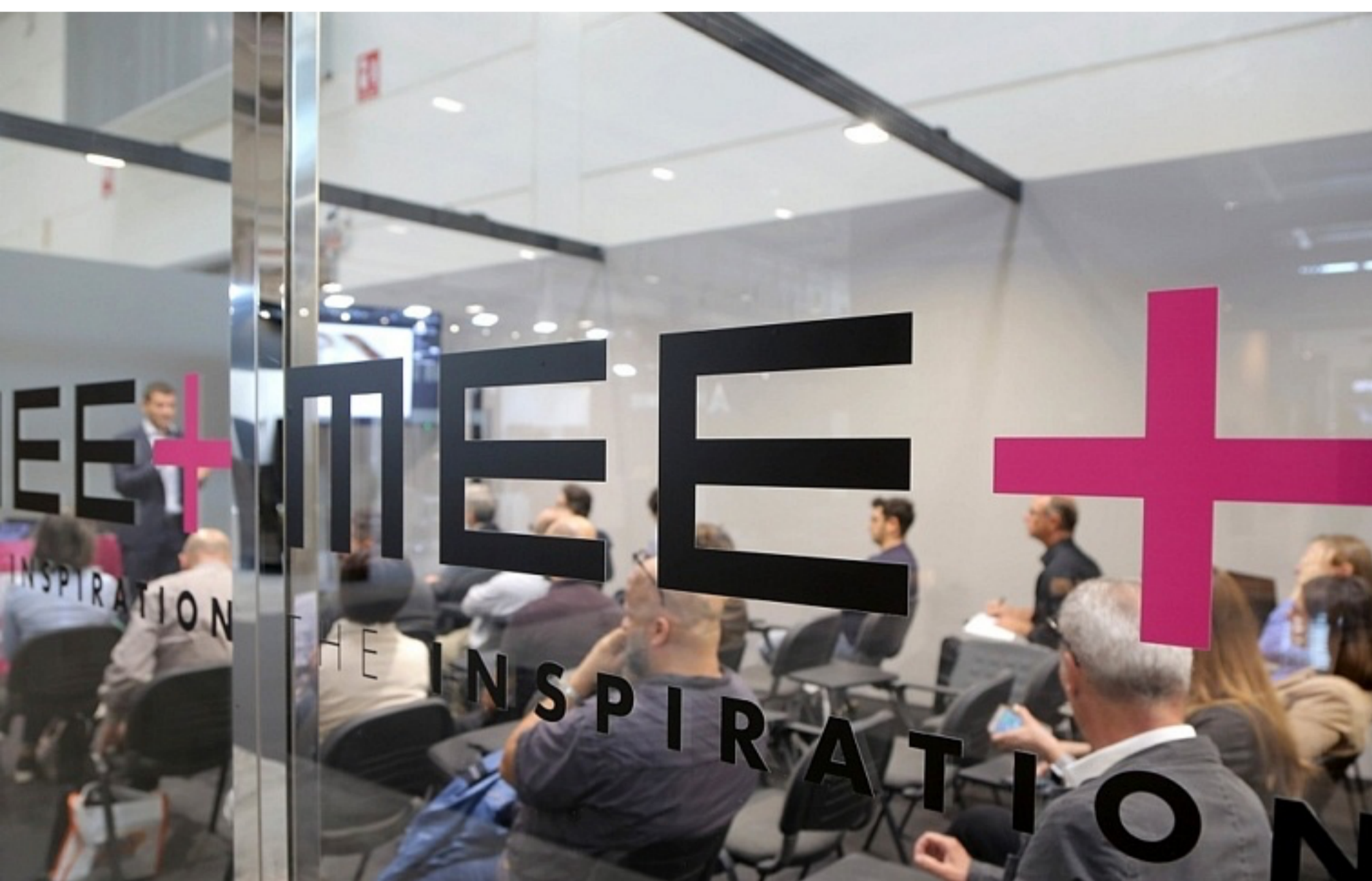
THE BIGGEST STONE + DESIGN + TECHNOLOGY TRADE FAIR

25-28 September 2019 Verona, Italy

THE B  
+ STON  
+ TECH  
+ DESI  
TRADE

il giornale  
dell' **ARCHITETTURA**.com

gli speciali



CONDIVIDI:   

## Meet the inspiration: esame superato

I risultati dei tre speech per una formazione multidisciplinare di livello al Marmomac

In *“Beautiful Boy (Darling Boy)”* John Lennon cantava che *“la vita è tutto ciò che accade mentre sei impegnato a fare altri programmi”*. Allo stesso modo **“Meet the Inspiration”** è (quasi) tutto ciò che dovresti sapere mentre il solido e venato universo del **Marmomac** ti gira intorno. Sembra strano e paradossale, ma per accogliere e incontrare nuove ispirazioni, più che girovagare tra gli stand, bisogna ritagliarsi una **pausa formativa** e tre ore di concentrazione nel cuore dell’industria creativa dei materiali lapidei e delle macchine di Verona. Come ogni fiera, Marmomac è forniere di novità e suggestioni, ti mostra il mondo possibile o quello sotterraneo che non hai mai avuto la fortuna di esplorare, ti aiuta a stabilire le necessarie relazioni commerciali per continuare a vivere con e grazie alla pietra. Eppure, dopo aver partecipato a *“Meet the Inspiration”*, ti accorgi che **un’informazione correttamente elaborata e trasmessa vale più di mille lastre ammirate nella loro**

**bellezza estetica e nel loro fascino tattile.** Proviamo a trasferire il clima, i contenuti, ma soprattutto la qualità emersi dai tre interventi.

**Simone Soardo** (architetto, C.E.O. di S.S.A.T. S.r.l.) ha raccontato cosa si cela dietro la progettazione con i materiali lapidei, partendo dal fatto che non tutti i progettisti conoscono realmente le potenzialità, ma anche le insidie nascoste nell'uso di pietre, marmi, graniti e travertini. Partire dalla **corretta classificazione** è il modo migliore per ricordare che in ogni interlocuzione nella catena del progetto basta confondere un materiale per generare le prime anomalie e criticità. Siano esse di natura estetica, funzionale o applicativa. Soardo, quindi, fornisce una serie di consigli, antichi come le ere geologiche (per restare in tema): **registrare** tutto, **ispezionare** il materiale di persona, **firmare le lastre** o il blocco scelto, **stendere il lavorato a secco**, non affidarsi ai nomi dei marmi e non fidarsi delle dimensioni di progetto. Se volessimo sintetizzare, dalla selezione alla posa, il progettista non può **mai affidarsi alle *second-hand information***. Deve conoscere, osservare, indirizzare. Anche perché **ogni blocco e ogni lastra non sono replicabili**, ed è proprio nell'unicità, nella fragilità e nel costo che bisogna porre tutto il valore ed il rischio associato al progetto. Il relatore ha l'abilità di non trasferire tendenze, si limita a raccontare l'esperienza umana e creativa maturata nella progettazione e realizzazione di colonne (monumentali), scale, pavimenti intarsiati, pannelli retroilluminati ma anche beni indossabili come occhiali e anelli. Il messaggio è chiaro: avendone le possibilità, oggi con il marmo puoi realizzare di tutto, anche oggetti tradizionalmente associati al concetto di leggerezza e di usabilità come gli occhiali. Sempre che tu sia disposto a spendere 20 volte il prezzo di un prodotto tradizionale.

**Piero Primavori** (Primavori Stone Consulting) sembra cresciuto nelle viscere della terra per quanto la sua conoscenza dei materiali lapidei sia ricca ed estesa. Spiazza la semplicità con la quale analizza e trasferisce alla platea come tutto **ciò che rovina, corrompe e degrada i rivestimenti lapidei** delle nostre architetture sia **riconducibile a fenomeni di alterazione naturale** (processi fisiologici legati alla natura stessa come composizione, struttura, tessitura), **oppure a fenomeni di degrado patologico** (processi di degenerazione accelerati rispetto alle attese di vita, spesso scatenati da errori progettuali, di posa o da uso non consapevole). Di grande interesse le **sezioni sui processi fisici, chimici, biologici, antropici** che portano i prodotti a trasformarsi e degradarsi, alterandosi cromaticamente, fessurandosi, polverizzandosi, sviluppando efflorescenze, etc.). Primavori, inoltre, spazia su tutto ciò che riguarda le attività di lavaggio, protezione, finitura, manutenzione, raccontando le differenze tra impregnanti e protettivi, tra antimacchia, antigraffiti e antispurco, sottolineando come **a volte sia necessario spostare il programma di manutenzione dalla cura della pietra alla cura del protettivo**. Focus finale sugli aspetti ambientali e sui **prodotti nanotecnologici** come nanosilice e nanobiossido di titanio, dall'elevato effetto consolidante e protettivo e con capacità di penetrazione profonda. Oltre alla fotocatalisi con produzione di sali minerali biocompatibili, in alcuni casi distruggono anche batteri come escherichia coli e stafilococco, e risultano attivi contro funghi, muffe e spore. La narrazione è volutamente interrotta da brevi **racconti umoristici sui contenziosi** (il 70% riguarda i pavimenti), spesso caratterizzati da un perfetto scaricabarile tra costruttori, fornitori di materiali, posatori e progettisti. Infine Primavori ricorda: **non affidatevi al posatore della domenica**, ovvero a colui che fa bene la metà, ma l'altra metà la fa troppo tardi. Le pietre e le fughe non accettano pause.

A **Patrick Abbattista** (Design Wanted) è affidato il compito di chiudere la giornata formativa, nel rispetto dei principi che una **media company digitale** come **Design Wanted** può regalare al mondo del marmo: il design non è solo un prodotto, ma un approccio, o meglio un approccio digitale. Il relatore cerca di coinvolgere il pubblico in quelle che potrebbero essere le dinamiche di **individuazione di trend digitali** o di **promozione di un brand del settore lapideo mediante una strategia digitale**. Per certi versi la sua lezione è un percorso di costruzione di un metodo, per altri una forma di estrazione in un settore difficilmente presidiato da influencer, da prodotti e applicazioni che diventano virali e ispirano le community a seguire la stessa strada. Quello che è chiaro nel messaggio di Abbattista è che **i business del futuro saranno generati**, anche per un settore tradizionale come quello dei cavatori, **attraverso piattaforme social, bacheche di scambio, magazine online**. Instagram e Pinterest in primis, immagini e tag creeranno l'evoluzione del marmo nell'immaginario collettivo, ad oggi rappresentato secondo la ricerca rapida operata da Abbattista da funky colors, multisurfacing, pattern ed elementi sospesi. Nel crescendo di interesse riscontrato nell'ultimo talk, si lanciano i **tre consigli finali** della giornata: **non vendete, ma fatevi acquistare**; quello che realmente serve nel mondo della comunicazione digitale è un **piano di qualità** (non un post al giorno, ma immagini e testi di qualità); **rispondete nel giro di 6 ore, generate feedback**, perché il popolo di internet è tendenzialmente sempre molto agitato.

*Immagine di copertina: un momento formativo di Meet the Inspiration a Marmomac 2019 (© Veronafiore\_FotoEnnevi)*



#MARMOMAC 2019 #VERONA

al MAXXI  
fino al **22 marzo**  
**2020**

MA **XXI**



**L'INGREDIENTE DELLA CERAMICA ITALIANA  
CHE FA LA DIFFERENZA È IL RIGORE DI ILARIA.**

CERAMICS OF ITALY.  
ITALIANS MAKE THE DIFFERENCE.

[ceramica.info](http://ceramica.info)     



Ceramics of I