



UNBOXING SALONE 2022

Amelia Pegorin: la sfida per l'Art Director? Essere storyteller



Saba, Gala by Cristina Celestino, cph, Mattia Babamini

Raccontare la realtà aziendale a partire dai suoi valori e dalla sua identità, puntando al contempo sulle evoluzioni rapide di questo tempo fragile e interconnesso, la parola ad Amelia Pegorin, art director di Saba

Come interpreta questo ruolo e come lo applica nella sua attività?

I primi passi nella direzione artistica di [Saba](#) li ho mossi con un mantra ben preciso: l'oggetto di design - in questo caso i divani - deve avere una funzionalità ludica: concedere alle persone la possibilità di interagire con essi, consentendo attraverso gesti facili di cambiare il loro aspetto e quindi la geografia dell'ambiente.

Ho sempre guardato al prodotto divano ponendomi una domanda ben chiara: questo oggetto è utile al fine di migliorare la vita e rendere più felice una persona? Il nucleo centrale della ricerca dei progetti è sempre quello di liberarli dai vincoli strutturali che rendono i prodotti inamovibili, scomponendo gli elementi attraverso soluzioni semplici, senza meccanismi. Ho creduto fin da subito che questo avrebbe aiutato i consumatori a liberare il proprio immaginario creativo.

Ora perfezionerei questo mantra sintetizzandolo in due parole: "il design deve emozionare" e se proprio devo definire un metodo, esso è tracciato da due assunti: il potere evocativo della forma e dei colori e la flessibilità del prodotto.



Amelita Pegorin, photo courtesy Saba

Cosa si aspetta l'azienda da questa figura professionale?

È un mestiere affascinante seppur complesso quello di art director: è chiamato a proteggere i valori fondanti dell'azienda al fine di preservarne l'identità, e al contempo essere innovatore puntando sulle evoluzioni rapide di questo tempo fragile e interconnesso.

L'azienda si aspetta che la propria identità sia compresa in modo autentico, pertanto il percorso progettuale si affina attraverso etica e competenza, perché la fiducia si guadagna con la trasparenza. Il racconto deve essere credibile e autentico perché il mercato a cui ci si rivolge possa confermare la fiducia di volta in volta.

Le sfide di oggi, quelle future, il guardare oltre.

La sfida di oggi è essere storyteller, perché da Omero ai nostri giorni il modo migliore per far sapere chi siamo è quello di raccontare una storia i cui capitoli più importanti sono due: saper dire chi siamo e per che cosa ci battiamo (nel senso di saper enucleare i nostri valori aggiunti). Guardare oltre mi viene naturale, forse perché sono donna e lavoro in azienda con un team di donne speciali, insieme stiamo definendo quella che può essere la sfida più importante a breve medio termine: contestualizzare i nostri prodotti in scenografie espositive che possano regalare esperienze speciali.



Cristina Celestino, Gala sofa, photo courtesy Saba

Come nascono le collaborazioni con i designer?

Ho sempre avuto un atteggiamento positivo verso il lavoro, anche nei momenti difficili mi ha sorretto e dato forza il credere nei miei sogni. Da sognatrice quale ero, e sono tuttora, ho sempre creduto nella magia della vita e nelle sue apparenti casualità.

Così sono avvenuti incontri significativi: con Antonio Marras, con Cristina Celestino e ora con lo studio Quincoces-Drago che insieme a Paolo Volpato firmeranno il progetto per lo stand al Salone.

Cosa presenterete a giugno, che novità potremo vedere?

A giugno presenteremo, oltre al bellissimo divano Gala di Cristina Celestino e al tavolo Teatro Magico disegnato dallo studio 967, anche uno scrittoio, un accessorio indoor outdoor e un nuovo letto che porta la firma del designer Alain Gilles.

