

L'architetto... del domani



Perché confinare l'architetto nel ruolo tradizionale di chi dovrebbe costruire ad arte, allo scopo di realizzare case ideali e di soddisfare il bel vivere? È un limite? Certamente sì. Secondo Etienne - Louis Boullée "Cos'è l'Architettura?... l'arte del costruire? Certamente no". Sin dal 30 a.C. Vitruvio sosteneva che l'Architettura è una scienza adornata di molte cognizioni, con cui si regolano tutti i lavori.

Pertanto, se si può assimilare l'architetto ad un demiurgo che rende visibile lo spazio concettuale a monte della realtà, nel 21° secolo post - industriale, tecnologico, metropolitano, l'architetto è un creativo lavoratore intellettuale, il cui modo di produrre è condizionato dal mondo dei servizi e del digitale. È una figura trasversale in grado di esprimere un vasto spettro di attività, radicando la propria ragione d'essere nella profonda interazione tra pensiero architettonico, disegno industriale e comunicazione globale, per rispondere meglio alle necessità intellettuali, culturali ed economiche del tempo. In sintonia con quest'ultima filosofia di Michele De Lucchi, Luca Pedone indossa i panni d'architetto, ma si sbottona per parlare della sua cre@zione: Luc@pedone.biz, agenzia di comunicazione e design per aziende, nata nel 2000, da pochi mesi nel cuore della città, via XX Settembre n°70.

Entriamo nello studio. Il tempo di un ciao ed è CONTACTUS.

Qual è lo spirito che ti contraddistingue?

"La passione, l'entusiasmo, la curiosità e il desiderio di spostarmi verso settori sempre nuovi. Durante la mia formazione ho frequentato corsi di comunicazione, fotografia, scenografia, marketing, grafica che hanno accresciuto il desiderio di andare oltre. Così ho vinto una borsa di studio per

Testo: Daniela Morandi
Foto: Matteo Bonaldi

l'University of Industrial Arts Helsinki, scuola di design dove ho coltivato nuovi interessi: computer graphic, industrial design, workshop con legno, metallo, plastica. Ritornato con un bagaglio più ampio, ho frequentato un Master in Design & Management. Il risultato dell'integrazione coordinata di queste competenze è l'agenzia di comunicazione".

Lo studio è minimalista, allestito con cura da pezzi di design, alle pareti scatti in bianco e nero dal taglio architettonico di una vecchia Flexaret acquistata nel '95, espressione della sua esperienza finlandese, e fotografie ritoccate in versione pop art, manifesto dell'anima grafica nonché del suo logo: il cactus.

Perché il cactus?

"È una pianta che mi rappresenta. Sopravvive in luoghi e situazioni assurde, offre più risorse: ti nutre, ti disseta. È una fonte di vita. Inoltre ho giocato con la parola ed ecco il mio slogan: un'idea del Cactus. Perché anche un'idea banale, nata quasi per gioco, se portata avanti con impegno e creatività dà i suoi frutti".

Da quale idea nasce luc@pedone.biz?

"Da sempre interessato alla pubblicità, crescendo mi sono appassionato al marketing. Ora luc@pedone.biz comunica il concept di un negozio, di un'azienda, di una manifestazione curandone la corporate identity, cioè l'immagine coordinata".

Vale a dire?

"Attento ai desideri del cliente, definisco l'immagine che vuole comunicare di sé, coordinandone tutti gli aspetti. L'agenzia è comunicazione e strategie di marketing: dal disegno del marchio alla pubblicità, dall'editoria di brochure al packaging. È multimedia con la realizzazione di siti internet, Cd e Dvd, presentazioni aziendali e modellazioni 3D. È design curando la progettazione, l'atmosfera e l'immagine sia del punto vendita sia del prodotto. Offre un servizio unico, contraddistinto da qualità, creatività e stile."

I lavori più recenti?

"Ho realizzato la corporate identity di un



negozio di intimo in Via A.Maj. Ho curato le campagne pubblicitarie di eventi promossi da enti pubblici o associazioni. Seguo la comunicazione di realtà quali la Libreria Fabula e quelle industriali, dai prefabbricati al tessile. Prossimo impegno è la realizzazione di un nuovo store d'abbigliamento in Via S.Orsola”.

Come un regista che dirige un'equipe per dare visibilità e forma ad un'idea?

“Sì, sono l'art director di una squadra che traduce in realtà il sogno del cliente, soddi-

sfacendolo con coerenza ed affidabilità”.

Quali le tue icone del cinema?

“Wenders, quale costruttore d'immagine e Greenaway, un connubio di grafica, cinematografia, arte ed interior design giocati con finezza ed eleganza. ”

Oltre al cinema, l'arte. Parlatci di Gaetano Pesce.

“Un esempio tipico di legame tra arte, architettura e design di cui, in collaborazione con

l'architetto - scenografo Franca Bertagnolli, ho curato la realizzazione artistica della mostra “Il rumore del tempo”, al VITRA Design Museum di Weil Am Rhein in Germania”.

Quale progetto ambizioso nel lungo periodo?

“Far crescere la mia azienda”.

Alle spalle una nuova foto pop art: un clown dal tondo naso rosso. Un manifesto di buon auspicio per il 2006: la sostenibile leggerezza del vivere.

