

domus

Jean
Nouvel

1° numero
1st issue
GUEST EDITOR DOMUS 2022

Sert & Miró

In 2022, can we accept:
denial of the character of places and eras?
denial of the invention of new arts and pleasures of life?
denial of the social role of artist-poets and their visions?

Jean Nouvel guest editor 2022

1064
gennaio / January 2022

€uro 10,000
per il solo abbonamento
per il solo abbonamento
per il solo abbonamento

A € 29,00 / B € 21,00 / CH CHF 20,90
C 19,95 / D 16,00 / E 10,00 / F 3,300
G 16,50 / H 19,00 / I 18,99 / USA \$ 19,95
Articolo 1, comma 1, DPG Milano



Aziende / Companies

Testo / Text **Antonio Armano**

Talenti, arredi da esterno che hanno la stessa dignità di quelli da interno



Fabrizio Cameli racconta la storia e la missione della sua azienda, fondata nel 2004 e diventata società per azioni nel 2021, intenzionata ad avere un controllo della filiera sempre più capillare

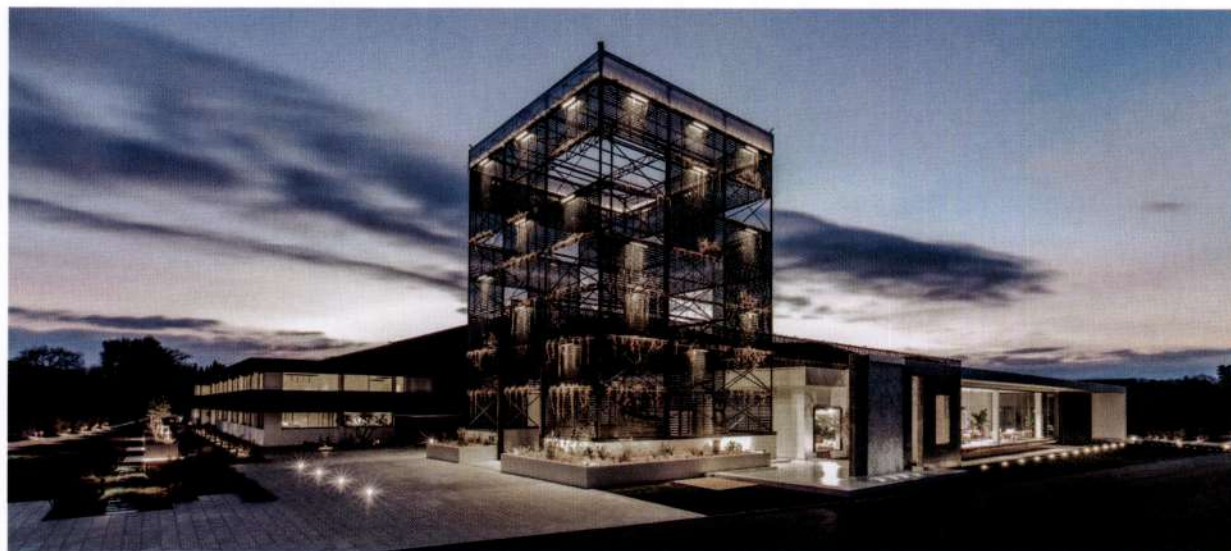
Fabrizio Cameli talks about the history and mission of his company, founded in 2004 and become a joint stock company in 2021, centred on having increasing control over the production chain

L'immaginario del mondo *en plein air*, iconograficamente rappresentato da opere come *Déjeuner sur l'herbe* di Édouard Manet o *Portrait of an Artist (Pool with Two Figures)* di David Hockney, si è rafforzato con la pandemia: terrazze e *déhor*, nel ruolo di via di fuga, sono sempre più richieste e diffuse, temperature permettendo, in locali pubblici e abitazioni private. La tendenza ha portato a sfumare ancora di più i confini tra il dentro e il fuori, tra arredo d'interni e di esterni, prima ancora che l'*out* fosse sempre più *in*. "Sta cambiando il modo d'intendere l'*outdoor*, nella convinzione che anche all'esterno sia possibile godere di un vero progetto d'interni", dice Fabrizio Cameli, fondatore e presidente di Talenti. "Quello che noi abbiamo intuito anni fa, adesso è sotto gli occhi di tutti. L'arredo da esterno ha finalmente la stessa dignità di quello da interno: è realizzato con la stessa cura e merita la medesima considerazione. I confini tra gli ambienti sono ormai superati. Un arredo da esterno non è semplicemente posizionato fuori, ma è integralmente legato alla natura che lo circonda e all'ambiente interno con cui dialoga". Se Talenti nasce nel 2004, l'anno della creazione di Facebook, Cameli Marmi, la prima azienda di famiglia, vede la luce nel 1945, in un'Italia da ricostruire. Il *trait d'union* tra un'attività e l'altra non manca ed è l'impiego della pietra. "Già dalle prime collezioni abbiamo cercato d'introdurre qualcosa di diverso, riponendo nell'arredamento da esterno la medesima attenzione per il dettaglio che, fino a quel momento, si dedicava sempre (e solo) agli interni. Volevo l'eleganza e lo stile inconfondibile del *made in Italy* per ogni nostro prodotto, per questo applicavamo rifiniture d'alta gamma, usando originariamente pietre e terrecotte. Proprio questa mia visione estetica è all'origine del nome del marchio, nato quasi per gioco". Negli anni Ottanta, Cameli Marmi si

internazionalizza, con l'ingresso di Fabrizio Cameli. Talenti, invece, sviluppa subito la vocazione globale al punto che, attualmente, dopo 18 anni di attività, è presente in oltre 65 Paesi con prodotti che vanno dai divani modulari alle lampade, dalle sedute agli ombrelloni. In questo settore, il dialogo con il contesto è maggiore a tutti i livelli. "Il cliente che ha casa in Costa Azzurra, per esempio, è molto esigente, ama le forme eleganti e i colori chiari", racconta il fondatore. "Quello tedesco, dovendo convivere con un clima più rigido, predilige l'alluminio e i toni più scuri. In Australia, poi, prevale la domanda di colori e la miscela di materiali diversi, che si integrano negli ampi orizzonti e in paesaggi incredibili: è un vero paradiso per gli amanti del design d'esterni". Diventata società per azioni, nel 2021 l'azienda ha aperto il primo *flagship store* oltreconfine, a Culemborg, all'interno dell'ETC Design Center Europe, il più importante centro integrato per il design dei Paesi Bassi. Per le forti esigenze di crescita (+26 per cento nel 2020), quest'anno è stata inaugurata la nuova sede, non lontano dalle antiche mura di Amelia, in Umbria. È un progetto molto ambizioso di recupero dell'ex pastificio Federici, una delle principali attività industriali della zona e di livello nazionale. La superficie si estende per circa 80.000 m², 20.000 dei quali coperti, con un'area espositiva di 2.000 m² per un investimento di oltre sei milioni di euro: "L'intero progetto, a cura dell'architetto Filippo Cagnotto, è stato concepito per tradurre in architettura la missione dell'azienda e comunicarne l'approccio progettuale, utilizzando i materiali, come il metallo e il legno, che Talenti usa per i propri prodotti, creando così un filo conduttore", prosegue Fabrizio Cameli. Inoltre, come ha insegnato la pandemia, essere autosufficienti è diventato fondamentale. Così, la vecchia sede è stata rivoluzionata e trasformata in

falegnameria. A questa si aggiungerà il reparto tappezzeria per fare rientrare in azienda la maggior parte delle fasi del processo produttivo in modo da avere un controllo della filiera sempre più capillare. Quali sono i prodotti più iconici? "Difficile parlarne di prodotti più specifici, ma senza dubbio la collezione Casilda è tra le più amate. Anche Cliff o Cruise, con i loro intrecci e l'ispirazione nautica, riscuotono un grande successo. E, ancora, Panama e la cucina da esterno Tikal". La nautica non è solo un'ispirazione, ma un settore di attività importante per la Talenti accanto ad altri come l'*hôtellerie*, la ristorazione e, naturalmente, il residenziale. "Lo yacht Silver Fox di Baglietto è stata una sfida: era il primo grande progetto nautico nel quale abbiamo adattato i nostri sistemi di gestione, per assecondare le richieste del cliente", spiega Fabrizio Cameli. Numerose sono anche le realizzazioni internazionali dell'azienda nel settore dell'*hôtellerie*. "Le richieste che arrivano da questo settore sono molteplici, prima fra tutte che gli arredi da esterno vadano a integrarsi perfettamente con gli altri ambienti dell'hotel. Richieste con cui siamo in grado di soddisfare pienamente poiché le nostre collezioni sono complete e ci permettono di creare un *total look* per tutti gli spazi *outdoor* come piscine, spa, giardini, terrazze o ristoranti". Senza dimenticare l'attenzione all'elemento tessile, che contribuisce alla caratterizzazione e all'atmosfera di ogni ambiente. "Come si differenziano i ruoli aziendali in una famiglia che fa impresa? Chi fa cosa e perché? "Non so se Talenti sia l'azienda da prendere come esempio", conclude Cameli. "Tutta la nostra famiglia ha il design nel sangue per cui, pur nel rispetto dei propri ruoli, la divisione dei compiti non è netta: Edoardo si dedica più alla parte commerciale, Federica al marketing e alla comunicazione, mentre mia moglie a quella amministrativa, ma sarebbe riduttivo incasellare quello che facciamo".

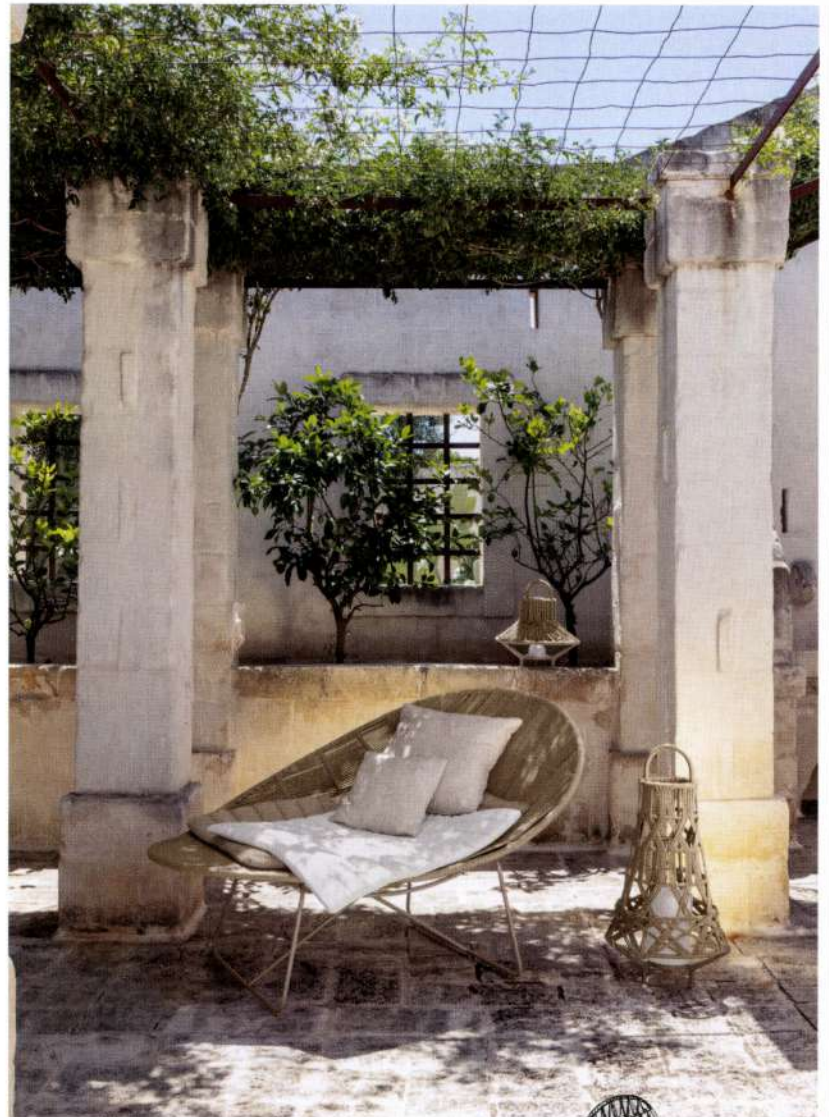
In questa pagina. Sopra: Fabrizio Cameli, fondatore e presidente di Talenti. A destra: la nuova sede dell'azienda in Umbria, nata dal recupero dell'ex pastificio Federici, una delle principali attività industriali della zona e di livello nazionale. Pagina a fronte: alcuni arredi della collezione Panama, disegnata da Ludovica + Roberto Palomba per Talenti: sedie, lounge, sgabelli, lettini, pouf e divanetti sono caratterizzati dalle ampie forme e dalle linee delle corde intrecciate che, con il sole, creano giochi di luci e ombre



Talenti, outdoor furniture with the dignity of indoor designs

The imagery of the en plein air world, iconographically and historically represented in works from *Déjeuner sur l'herbe* by Édouard Manet to *Portrait of an Artist (Pool with Two Figures)* by David Hockney, has been strengthened by the pandemic: terraces and dehors, in their role as a place of escape, are more and more sought after and common – weather permitting – in public venues and private homes. The trend has led to a greater blurring of the confines between inside and outside, between interior and exterior furniture, even before “out” became more “in”, knocking down almost all barriers. “The way we perceive the outdoors is changing, believing that we can benefit from an actual interior design project also outdoors,” states Fabrizio Cameli, founder and president of Talenti. “What we sensed years ago is now obvious to everyone. Outdoor furniture has finally the same dignity as indoor furniture: it is made with the same care and deserves the same consideration. The confines between environments have now been surpassed: outdoor furniture is not just placed outside but is intimately tied to the surrounding nature and the indoor environment with which it dialogues.” Although Talenti was established in 2004, the same year as Facebook, Cameli Marmi, the first family-run company, came into being years ago in 1945, at a time when Italy was slowly being rebuilt. The *trait d'union* between one business and the other did exist and it was the use of stone: “As early as the first collections, we have tried to introduce something different, paying the same attention to detail with outdoor furniture which, up to then, was always (and only) applied to indoor furniture. I wanted that unmistakable “made in Italy” elegance and style for every product of ours. So that’s why we applied high-end finishes, initially using different kinds of stone and terracotta. This aesthetic vision of mine lies at the heart of the name of the brand, which was born somewhat playfully.” In the 1980s, Cameli Marmi went international, with the arrival of Fabrizio Cameli. Talenti, instead, immediately developed its global vision to such an extent that, today, after 18 years in business, it is present in over 65 countries with products ranging from modular sofas to outdoor lamps, from chairs to umbrellas. In this sector, the dialogue with contexts is greater on all levels. “Clients who have a home on the French Riviera, for example, are quite demanding; they love elegant forms and light colours,” states the founder. “On the other hand, German clients,

since they have to live with a more rigid climate, prefer aluminium and darker shades. In Australia, the demand is high for different colours and a combination of materials, which blend with the vast horizons and incredible landscapes: a true paradise for lovers of outdoor design.” After becoming a joint stock company, in 2021 they opened their first flagship store outside Italy, in Culemborg, part of the ETC Design Center Europe, the most important integrated design centre in the Netherlands. Due to their considerable growth (+26 percent in 2020), this year a new location was inaugurated, not far from the ancient walls of Amelia, in Umbria. It is a rather ambitious reclamation project of the former Federici pasta factory, one of the key industrial activities in the area and in Italy. The surface area is around 80,000 m², 20,000 of which are covered, with a 2,000 m² showroom, for an investment of over six million Euros: “The entire design, developed by the architect Filippo Cagnotto, was conceived to translate into architecture the company’s mission and convey its design approach, by using the materials, like metal and wood, that Talenti employs for its own products, thus creating a leitmotif,” continues Fabrizio Cameli. Moreover, as the pandemic has taught us, being self-sufficient has become fundamental. So the former venue was revolutionised and transformed into a woodworking factory, in addition to hosting an upholstery division so as to include onsite as many production processes as possible and have greater control over an increasingly widespread production chain. What are the most iconic products? “It’s hard to single out any specific product, but without a doubt the Casilda collection is one of the most beloved, because it’s appealing to different kinds of people. Cliff and Cruise, too, with their braiding and nautical inspiration, have great success. Also, Panama and the Tikal outdoor kitchen.” Sailing is not only a source of inspiration but an important market sector for Talenti, alongside others like hôtellerie, food services and, naturally, residential. “The Silver Fox yacht by Baglietto was a challenge: it was the first major sailing design where we adapted our management systems in order to meet the requests of the client,” explains Fabrizio Cameli. There have also been numerous international projects for the brand in the hôtellerie sector: “The requests coming from this sector are many, above all for the outdoor furniture to perfectly blend with other hotel spaces – a request we are able to fully satisfy since our collections are complete and allow us to create a total look for all outdoor spaces, like pools, spas, gardens, terraces or restaurants.



Without leaving aside attention to textiles, which contribute to characterising the space and the atmosphere of each environment.” So how do company roles differ in a family-run business? Who does what and why? “I’m not sure Talenti is a company to take as an example,” concludes Fabrizio Cameli. “As I was saying earlier, our entire family has design in their veins and so, while respecting each person’s role, there is no clear-cut separation of duties. Edoardo mainly takes care of the commercial aspect. Federica works on marketing and communication, while my wife is involved in administration. But I would be oversimplifying things if I said there are strict distinctions. That would pigeonhole what we do.”

■ **Opposite page. Top: Fabrizio Cameli, Talenti founder and president. Bottom: the new company HQ in Umbria, from the repurposed Federici pasta factory, one of the main industrial activities both locally and nationally.**

This page: some pieces from the Panama collection, designed by Ludovica + Roberto Palomba for Talenti: chairs, lounge chairs, stools, day beds, poufs and small sofas with their comfy forms and braided cording that, in the sunlight, play with light and shade