

DESIGN DIFFUSION NEWS

dd
n

kitchen



SSN 1720-8025 - annuale - TAXE PERCUE (TASSA RISCOSSA) UFFICIO CVP/2 ROSERO - MILANO. Spedizione in abbonamento postale - 45% - DL 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano DISTRIBUZIONE WE.PE - supplemento al n. 311 (giugno 2026) DDN DESIGN DIFFUSION NEWS - EURO 15,00



atlante
aromatico

tre modi di vivere lo spazio

[interview]

io & vico

Più che un restyling, un esercizio di ascolto: far vivere nel presente l'intuizione di Magistretti.

More than a restyling, an exercise in listening: bringing Magistretti's intuition into the present.

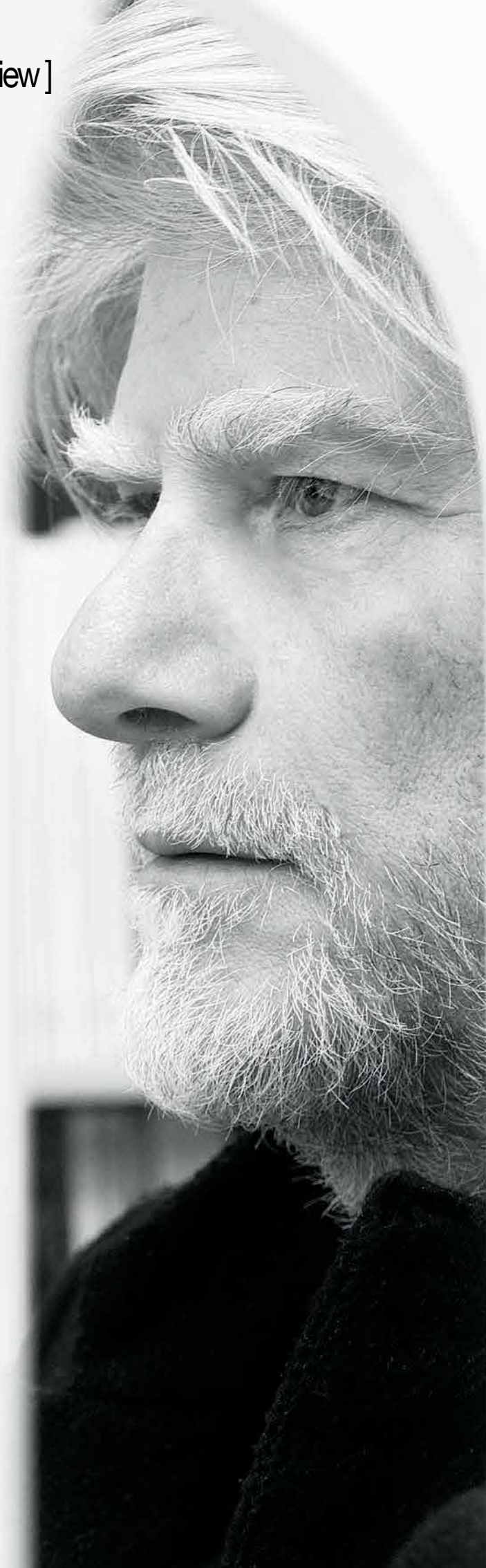
Testo di Patrizia Piccinini

Cina debutta nel 1986 con la sicurezza di chi sa già dove sta andando il mondo. Quella grande cappa in acciaio anticipava tutto: gli spazi aperti, la convivialità come atto architettonico, la fine dell'ambiente di servizio nascosto. Quarant'anni dopo, Schiffini ha affidato a Marco Costanzi il compito di aggiornarla senza tradirla. Architetto milanese abituato a muoversi tra residenziale di alta gamma e hospitality, Costanzi ha lavorato con la storia senza esserne schiacciato. Ma il peso di quel nome, ammette, si è fatto sentire.

Magistretti sosteneva che per essere moderni bisognasse tenere una mano nel passato e una nel futuro. "Il suo era un pensiero internazionale", dice Costanzi, "che guardava oltreoceano, dove la sperimentazione verso spazi aperti e multifunzionali aveva preso corpo prima che in Italia". Una visione lungimirante che non aveva bisogno di essere reinventata, ma solo ascoltata. La domanda, allora, non era come cambiare Cina, ma fino a dove spingersi senza perderne l'essenza, rifiutando l'ossessione del nuovo a tutti i costi: "Non occorre pensare a una nuova architettura tutti i lunedì mattina", continua l'architetto, "e l'intuizione di Magistretti ne è la conferma: moderna e classica allo stesso tempo, ha tracciato una linea chiara di cosa sarebbe diventato l'ambiente cucina.

Un'icona non è definita dai dettagli formali, ma dall'idea che la genera. L'obiettivo non è creare un nuovo oggetto, ma permettere a quell'idea di continuare a vivere nel presente". Materiali, finiture e tecnologie costruttive sono cambiati; l'identità no. A tenere insieme questo approccio c'è un filo che viene da lontano. Schiffini nasce dalla nautica, dove ogni dettaglio deve essere nel posto giusto per essere usato nel modo giusto.

"Schiffini ha da sempre realizzato cucine vere", conclude Costanzi, "funzionali e concrete. La nautica è stata la base di partenza del brand: per definizione pratica, oltre che bella". Cina aggiornata è ancora questo: un progetto in cui l'estetica non mente sulla propria utilità, e in cui la visione di Magistretti continua a vivere. Non come citazione, ma come presenza.



à la carte

Cina made its debut in 1986 with the confidence of something that already knew where the world was heading. That large steel hood anticipated everything: open spaces, conviviality as an architectural act, and the end of the hidden service kitchen. Forty years later, Schiffini has entrusted Marco Costanzi with the task of updating it without betraying it. An architect from Milan accustomed to navigating high-end residential and hospitality projects, Costanzi has worked with history without being crushed by it. Yet, he admits, the weight of that name made itself felt. Magistretti maintained that to be modern, one had to keep one hand in the past and the other in the future. "His was an international mindset," Costanzi says, "looking across the ocean, where experimentation with open, multifunctional spaces had taken shape before it did in Italy." It was a forward-thinking vision that didn't need to be reinvented, only listened to. The question, then, was not how to change Cina, but how far to push without losing its essence, rejecting the obsession with the new at all costs: "You don't need to come up with a new architecture every Monday morning," the architect continues, "and Magistretti's intuition confirms this: both modern and classic, it drew a clear line for what the kitchen environment would become. An icon is not defined by its formal details, but by the idea that generates it. The goal is not to create a new object, but to allow that idea to continue living in the present." Materials, finishes, and construction technologies have changed; the identity has not. Holding this approach together is a thread that comes from afar. Schiffini was born from shipbuilding, where every detail must be in the right place to be used in the right way. "Schiffini has always made real kitchens," Costanzi concludes, "functional and concrete. Nautical design was the brand's starting point: by definition practical, as well as beautiful." The updated Cina is still exactly this: a project where aesthetics do not lie about utility, and where Magistretti's original vision lives on. Not as a citation, but as a presence.