Il duo Formafantasma è nuovo direttore creativo dello storico Gruppo Rubelli e rilancia Kieffer, il brand di tessuti sperimentale, tra creatività, innovazione e naturalità

NUOVE TRAME

TESTO Valentina Raggi

SOPRA *Masavi*, un unito in lana e cotone, realizzato con due trame e due orditi, ideale per imbottiti.
IN ALTO A DESTRA Andrea Trimarchi (a sinistra) e Simone Farresin, alias Formafantasma.

Foto: Claudia Zalla (1)

«C'è un detto reso popolare da Gustav Mahler: tradizione non è culto delle ceneri, ma cura del fuoco», dice il Ceo Nicolò Favaretto Rubelli in occasione della nomina di Formafantasma alla direzione creativa del Gruppo Rubelli. Paladini di una nuova energia creativa, che fa della sostenibilità e della ricerca il proprio Dna, Andrea Trimarchi e Simone Farresin, come primo passo, hanno avuto l'incarico di rilanciare Kieffer, il marchio più sperimentale, che si presenta con una collezione-manifesto: *Untitled*. Come Pablo Picasso non amava dare nomi alle proprie opere, perché fossero le stesse a parlare di sé, così, spiegano i Formafantasma, i tessuti non sono fatti per essere contemplati ma toccati, vissuti.

«Con Kieffer la sfida è capire cosa si può arrivare a fare con un telaio, dal punto di vista tecnico», dice il duo, che ha scelto fibre naturali anche inedite come lino, cotone, alpaca, carta, lana mohair e canapa. E la palette acquista un twist grazie a colorazioni – come giallo pallido, lilla e rosa – che vanno ad affiancarsi alle tonalità neutre. «*Untitled* è un inno alla semplicità, alla cura, alle meravigliose imperfezioni del telaio, alle raffinate composizioni tonali e al piacere del tatto», dicono i neo direttori creativi. Che all'arte si sono ispirati anche per il catalogo, dove i tessuti "impacchettano" elementi e arredi riecheggiando il *wrapping* di artisti come Man Ray, Christo e Manzoni. Soft e potenti. ○