



## IL FUOCO SECONDO EMO DESIGN: 10 ANNI DI COLLABORAZIONE CON MCZ GROUP

MCZ è stata la prima azienda a portare il design nel mondo delle stufe a pellet, tradizionalmente focalizzato su concetti di praticità, sostenibilità e convenienza. Quell'attenzione alla bellezza e all'equilibrio delle forme, unita ad un'incessante ricerca tecnologica per ottenere una fiamma a pellet piacevole quanto il fuoco a legna, ha regalato a MCZ un importante successo di mercato e nel corso degli anni ha distinto il brand nel panorama internazionale, fino ad arrivare all'iF Design Award per Toba, prima stufa a pellet a vincere un premio di design così prestigioso.

Fra le firme che collaborano con il Gruppo MCZ coesistono designer di fama internazionale e giovani professionisti, tutti scelti per la capacità di "sentire" il prodotto stufa a livello razionale ma anche emozionale, spesso accompagnata con l'esperienza di un utilizzo diretto del prodotto.

Oggi, in dialogo con Andrea Brosolo, Marketing Manager di MCZ Group, approfondiamo l'argomento con Carlo Ciciliot, Founder & Managing Partner di Emo design, studio di progettazione con sede presso Venezia e spirito cosmopolita.



**La collaborazione tra Emo design e MCZ è iniziata nel 2010, appena due anni dopo la sua fondazione. Quindi possiamo dire che la vostra storia è letteralmente partita con MCZ. Potete raccontarci qualche aneddoto a riguardo?**

*Carlo Ciciliot:* In effetti è andata proprio così. Una serie di fortunate circostanze ci hanno messo in contatto con l'ex AD Walter Breda, che ha creduto da subito in noi e ci ha dato la possibilità di lanciare lo studio. Senza di lui e senza MCZ forse oggi non saremmo qui a rispondere a queste domande.

*Andrea Brosolo:* L'incontro con i ragazzi di Emo design è avvenuto in un momento in cui l'azienda stava per compiere il salto verso un modo del tutto nuovo di concepire la stufa a pellet, come parte integrante dell'arredo della casa. È stata una scommessa per entrambi. Una scommessa vincente perché ha portato allo sviluppo di Toba e all'iF Design Award 2011, che ha rappresentato un punto di svolta non solo per noi, ma per l'intero settore.

**Come è cambiata la collaborazione tra voi e l'azienda dall'inizio ad oggi? Come si sono evolute nel tempo le necessità di MCZ verso il design?**

*Carlo Ciciliot:* La collaborazione con MCZ oggi è matura e strutturata, si basa su un processo consolidato e costruito nel tempo. Ricordo con emozione le presentazioni dei primi progetti al comitato prodotto, che era composto da marketing, sales, R&D e AD. C'erano sempre tanta energia e spensieratezza, come se sapessimo già che i progetti sarebbero stati un successo. Ognuno rispondeva delle proprie competenze, con grande professionalità e precisione, come in una grande squadra. Il design nel 2010 era una novità nel mondo del riscaldamento a pellet ed MCZ è stata la prima a crederci. Oggi invece il design è parte integrante dello sviluppo di un nuovo prodotto.

**Come si svolge oggi il processo di lavoro tra lo studio e MCZ Group?**

*Carlo Ciciliot:* Si tratta di un processo piuttosto classico, si parte da un briefing fatto insieme e successivamente si sviluppano i concept di prodotto per poi finalizzarli insieme all'R&D





prima di passare all'engineering che segue sempre l'azienda. In MCZ abbiamo sempre trovato una forte leadership nello sviluppo prodotto, che, unita all'esperienza maturata in questi anni di collaborazione, ci permette di lavorare insieme con grande sinergia.

*Andrea Brosolo:* Oramai ci conosciamo reciprocamente molto bene e questo aiuta sicuramente a rendere il processo più fluido e, tendenzialmente, a fare meno errori. Tuttavia non abbiamo perso l'entusiasmo e la voglia di sperimentare che era tipica dei primi incontri.

**Negli ultimi progetti sviluppati (Costanza e Regina per il brand Sergio Leoni) quali sono gli aspetti che sono stati presi in considerazione?**

*Andrea Brosolo:* Sergio Leoni è l'espressione massima dell'artigianalità nel mondo della ceramica. Senza perdere o snaturare questa caratteristica unica, volevamo darne un'interpretazione di gusto più contemporaneo, in grado di vivere anche nelle case più moderne.

*Carlo Ciciliot:* Il recente progetto per Sergio Leoni è partito da una profonda analisi della storia del brand e del suo processo produttivo per definire dei nuovi canoni estetici estremamente connessi all'esperienza che solo un prodotto Leoni sa trasmettere.

**Quali sono gli aspetti che rendono l'oggetto stufa interessante da un lato ma anche difficile dall'altro? Quali sono le differenze fra questo settore e altri?**

*Carlo Ciciliot:* La stufa contiene il fuoco e riscalda e quindi è direttamente connessa ai nostri bisogni ancestrali. Il fuoco ed il calore possono essere utilizzati per necessità funzionali (ad. esempio riscaldare o cucinare) ma anche per emozionare, e qui spesso si inserisce il nostro apporto. Le necessità tecniche delle stufe a pellet spesso comportano limiti e complessità per i designer anche se noi abbiamo sempre cercato di stimolare l'azienda a vedere una nuova opportunità quale conseguenza di un problema da risolvere. Il settore del riscaldamento a biomassa subisce restrizioni sulle emissioni sempre più impegnative e quindi è in continua evoluzione, ma siamo sicuri che MCZ vincerà anche questa sfida.



## **Come potreste riassumere il vostro approccio al design? Cosa vi caratterizza rispetto ad altri studi?**

*Carlo Ciciliot:* Il nostro studio ha sempre affrontato progetti molto diversi tra loro che fanno riferimento a mercati estremamente eterogenei. Ci capita ancora oggi di disegnare prodotti di cui fino a poco prima ignoravamo l'esistenza. Ci siamo internazionalizzati quasi subito ed oggi sempre più spesso affrontiamo progetti organici e complessi dove lo sviluppo prodotto è una conseguenza di strategia e User Experience. Collaboriamo con aziende in tutto il mondo ma restiamo sempre connessi alle nostre origini ed al nostro paese!

## **Cosa ha apprezzato MCZ nel modo di lavorare di Emo design tanto da affidare loro progetti via via più impegnativi?**

*Andrea Brosolo:* Bisogna riconoscere a EMO una grande capacità di ascolto dell'azienda e del cliente finale. Se la collaborazione è proseguita in tutti questi anni, è perché abbiamo sempre apprezzato il loro equilibrio, senza far prevalere il design rispetto alla funzione ma, contestualmente, senza rinunciare a slanci nel concept e nel carattere dei prodotti.

## **Voi siete uno studio volutamente internazionale. L'Italia è ancora un paese guida per il design? Il design, vista anche la situazione attuale, può essere usato come "manifesto" nel mondo?**

*Carlo Ciciliot:* Lavorare all'estero ha rafforzato la nostra convinzione che viviamo ancora in un paese straordinario. Il design può sicuramente essere un elemento che attiva meccanismi virtuosi ma se il sistema Italia non si riforma e cambia, il design non può di certo farlo da solo.

## **Il momento particolare che stiamo vivendo porta alla ribalta la questione etica del design: può il design influire positivamente sulla società? E come?**

*Carlo Ciciliot:* Certo, in una concezione più estesa il design non si limita a disegnare oggetti. Paesi come gli Stati Uniti utilizzano questo strumento da tempo in maniera molto più permeabile, disegnando ecosistemi molto più ampi che portano innovazione, risolvono problemi e generano grandi opportunità. Per farlo bisogna integrare il design nei processi aziendali e non solo nello sviluppo prodotto, in questo senso dovrebbe esserci un designer in ogni ufficio privato e pubblico, le cose andrebbero di certo meglio.

*Andrea Brosolo:* Non so se in ogni ufficio pubblico o privato dovrebbe esserci un designer e se il design debba necessariamente avere un ruolo etico. È vero però che, nel vissuto comune, spesso prevale ancora un'accezione riduttiva del design limitata al "segno" che si legge visivamente in un prodotto. Ma, fortunatamente, il mondo sta andando avanti.

### Ufficio Stampa:

Bluwom Milano - Via Sant'Agnesa, 14 - Milano  
 Tel. +39 02 87384640 [www.bluwom-milano.com](http://www.bluwom-milano.com)  
 Resp. cliente: Patrizia Fabretti ([p.fabretti@bluwom-milano.com](mailto:p.fabretti@bluwom-milano.com))  
 Account Executive: Valentina Riva ([v.riva@bluwom-milano.com](mailto:v.riva@bluwom-milano.com))