

# MILANO

*t h e c i t y o f s t y l e*

spedizione in abbonamento postale 45% - art. 2, lettera b - legge 662/96 - contiene IP - €10,00

**COVER STORY** CHIARA PASETTO

**FASHION** S/S 2024 THE HC'S VAGARIES

**EXPERIENCE** THE CITY OF DESIGN

**ART** FROM THE HEART TO THE HANDS: DOLCE&GABBANA | THE MUST-SEE EXHIBITS

**ITINERARIES** LOS ANGELES - VERONICA MAFFEI | MILANO - FRANCESCA RUFFINI STOPPANI  
FIRENZE - CESARA BUONAMICI | ROMA - JULIEN DRACH | SICILIA - GIUSEPPE TASCA





Milano Design Week  
16th to 20th of April 2024  
mon-fri 3-9 PM | sat 11 AM - 5 PM  
Piazza Castello 2, Milan.



CREAZIONI PER  L'ARREDAMENTO

**SAVIO FIRMINO®**



HANDMADE CREATIONS

sales@saviofirmino.com | +39 055 720466 | Firenze, Italia  
saviofirmino.com



A deep sense of timeless elegance in the rooms furnished with the furniture that is the result of high craftsmanship of Marchio Storico

# THE ART OF MAKING

MARCHIO STORICO, A HOLDING COMPANY WHOSE PURPOSE IS TO PRESERVE HIGH CRAFTSMANSHIP IN THE FURNITURE SECTOR, WAS RECENTLY ESTABLISHED  
MARCHIO STORICO, LA NUOVA HOLDING NATA PER LA SALVAGUARDIA DELL'ALTO ARTIGIANATO NEL SETTORE DEL MOBILE

text Teresa Favi

The luxury craftsmanship that characterises many Italian production activities, particularly in Tuscany, is at risk of survival due to the difficulty of many small businesses in facing generational change and competing on international markets. In order to avert this risk and safeguard employment, the Marchio Storico holding company was recently set up, currently involving two leading companies in the furniture sector, Savio Firmino and Chelini, and acting as an industrial and financial driving force to encourage the aggregation of further companies with a DNA of craftsmanship values, capable of producing high quality products. We talk about this with Cosimo Savio and Antonello Bracalello, CEO and Managing Director of Marchio Storico respectively.

**What was the genesis of the Marchio Storico project?**

*Cosimo Savio.* We were inspired by the concept of the 'Historic Mark of National Interest' established as a Special Register of Italian Historic Marks at the Patent and Trademark Office. An enormous intangible value, which also needed to find a corporate form of aggregation, development and revitalisation.

**What are the fundamental trigger points of Marchio Storico?**

*Antonello Bracalello.* History, in the sense of authenticity of the brands already in the portfolio and those to be chosen in the future. Prestige, represented by the high quality of Made in Italy. Innovation, in the solid ability to innovate over time without changing the DNA.

**What is your most important short- and long-term goal?**

*A.B.* The most important goal in the short term is to strengthen the project's 'appeal' in international markets. In the long term, the goal will be to preserve its authenticity by ensuring the transmission of values and vision to future generations.

**What is the market for Marchio Storico and its catchment area?**

*A.B.* International private and hospitality customers who are fond of beauty and fine craftsmanship, reflecting a refined and sophisticated lifestyle.

L'artigianato del lusso che contraddistingue molte attività produttive italiane, in particolare toscane, è a rischio di sopravvivenza per la difficoltà di molte piccole realtà ad affrontare il cambio generazionale e a competere sui mercati internazionali.

Per scongiurare questo rischio e salvaguardare l'occupazione è nata da poco la holding Marchio Storico che coinvolge per il momento due aziende leader del settore dell'arredamento, Savio Firmino e Chelini, e che si propone come motore industriale e finanziario per favorire l'aggregazione di ulteriori aziende con un DNA di valori artigianali, capaci di produrre prodotti di alta qualità. Ne parliamo con Cosimo Savio e Antonello Bracalello, rispettivamente CEO e Managing Director di Marchio Storico.

**Qual è stata la genesi del progetto Marchio Storico?**

*Cosimo Savio.* Ci ha ispirato il concetto di 'Marchio Storico di Interesse Nazionale' istituito come Registro Speciale dei Marchi Storici Italiani presso l'Ufficio Brevetti e Marchi. Un valore immateriale enorme, che aveva necessità di trovare anche una forma societaria di aggregazione, sviluppo e rilancio.

**Quali sono i trigger point fondamentali di Marchio Storico?**

*Antonello Bracalello.* Storia, nel senso di autenticità dei marchi già in portafoglio e di quelli da selezionare in futuro. Prestigio, rappresentato dall'alta qualità del Made in Italy. Innovazione, nella concreta capacità di innovare nel corso del tempo senza modificare il DNA.

**Il vostro obiettivo più importante a breve e a lungo termine?**

*A.B.* L'obiettivo più importante a breve è quello di rafforzare il 'appeal' del progetto nei mercati internazionali. A lungo termine l'obiettivo sarà quello di preservarne l'autenticità garantendo la trasmissione dei valori e della visione alle future generazioni.

**Qual è il mercato di Marchio Storico e il suo bacino di utenza?**

*A.B.* Clienti internazionali privati e del mondo dell'ospita-



1



2

1. 3. 4. Some extraordinary pieces from the Marchio Storico collection  
2. Cosimo Savio  
5. Antonello Braccalleo



3



4



5

**'THE SECRET OF OUR SUCCESS IS WHAT WE CALL  
GENIUS LOCI, WE HAVE BREATHED  
IT IN OVER THE GENERATIONS'  
'IL SEGRETO DEL NOSTRO SUCCESSO SI CHIAMA  
GENIUS LOCI, LO RESPIRIAMO DA GENERAZIONI'**

**What is the secret of your success in combining craftsmanship, style and an international dimension?**

*C.S.* In a nutshell, I would call it Genius Loci, we have inherited it and breathed it in over the generations.

**How does contemporaneity interact in your companies?**

*A.B.* Enhancing and preserving the artistic professions by strengthening their links with the world of design has become an internationally recognised necessity, proof of which is, for example, the organisation of Homo Faber, which is the first major cultural event dedicated to the artistic professions in Europe in which we had the honour of being invited to participate.

**How did the passion for handicrafts come about for you?**

*C.S.* The passion comes from understanding the Florentine artisan environment that my father Guido Savio has always worked in since childhood.

*A.B.* It stemmed from his enthusiasm and admiration for the work and qualities he had encountered during his years working at top levels in various emblematic Made in Italy companies.

**What does 'Made in Italy' mean today?**

*C.S.* Preserving the past and imagining the future, that is the only way forward.

**Any excellent examples of high craftsmanship from the Marchio Storico catalogue?**

*C.S.* One product I am pleased to mention is the Coco Chanel armchair from the Chelini Collection. It is a faithful copy of a period armchair, made of carved walnut wood and upholstered in white satin, that belonged to Coco Chanel, where she was photographed by Horst in 1937.

Originally made by Chevigny, a great 18th century cabinetmaker, traditional techniques from carving to gouache gilding are used to produce this particular armchair. **Which are the most memorable commissions of the brands that are part of the holding company Marchio Storico that will go down in history?**

*A.B.* We recently had the honour of designing the room furnishings for the hotel ranked 1st in 'The World's 50 Best Hotels 2023'.

In recent years, we have received commissions from important hotels, including Il Salviatino and the Official Hotel of the Hermitage Museum, as well as important private villas both in Italy and abroad.

lità, affezionati al bello e all'artigianato di alto livello, che riflettono uno stile di vita raffinato e sofisticato.

**Il segreto del vostro successo nel conciliare artigianalità, stile e dimensione internazionale?**

*C.S.* In poche parole lo definirei Genius Loci, lo abbiamo ereditato e respirato col passare delle generazioni.

**Come interagisce la contemporaneità nelle vostre aziende?**

*A.B.* Valorizzare e preservare i mestieri d'arte, rafforzandone i legami con il mondo del design è diventato una necessità riconosciuta a livello Internazionale, prova ne è ad esempio l'organizzazione di Homo Faber, che è il primo grande evento culturale dedicato ai mestieri d'arte in Europa a cui abbiamo avuto l'onore di essere invitati a partecipare.

**Come è nata per voi la passione per l'artigianato?**

*C.S.* La passione viene dalla conoscenza fin da bambino dell'ambiente artigiano fiorentino in cui ha sempre lavorato mio padre Guido Savio.

*A.B.* È scaturito dall'entusiasmo e dall'ammirazione per il lavoro e le qualità riscontrate nei suoi anni di lavoro a livelli apicali in varie aziende emblematiche del Made in Italy.

**Cosa significa oggi Made in Italy?**

*C.S.* Preservare il passato e immaginare il futuro, questa è l'unica strada percorribile.

**Qualche esempio eccellente di alta artigianalità dal catalogo di Marchio Storico?**

*C.S.* Un prodotto che mi fa piacere menzionare è la poltrona di Coco Chanel della Collezione Chelini. Si tratta della copia fedele di una poltrona d'epoca, in legno di noce intagliato e rivestita di raso bianco, appartenuta a Coco Chanel, sulla quale fu fotografata da Horst nel 1937. Originariamente realizzata da Chevigny, un grande ebanista del XVIII secolo, per produrre questa particolare poltrona si usano tecniche tradizionali dall'intaglio alla doratura a guazzo. **Le commissioni più memorabili negli annali dei brand che fanno parte della holding Marchio Storico?**

*A.B.* Recentemente abbiamo avuto l'onore di realizzare gli arredi per le camere dell'Albergo 1° classificato nel 'The World's 50 Best Hotel 2023', come miglior hotel al mondo. In questi anni abbiamo ricevuto commissioni da strutture alberghiere importanti, tra cui Il Salviatino e l'Hotel Ufficiale del Museo Hermitage, oltre a realizzare importanti Ville di privati sia in Italia che all'Estero.