



forte\_forte

forte\_forte srl  
via dell'industria 22/32  
36030 sarcedo, vicenza, italy  
t +39 0445 381907  
f +39 0445 294523

info@forte-forte.com  
www.forte-forte.com



anna bollati  
piazza giuseppe grandi 9  
20129 milano

maria@annabollati.it  
anna@annabollati.it

*equilibrio di materia e luce: forte\_forte apre a los angeles*

**nella sua declinazione architettonica, frutto del dialogo tra robert vattilana e giada forte, la lingua forte\_forte traduce in ambiente sensazioni tattili e visive, materializzando un'estetica insieme inefabile e precisa, delicata e coriacea.**

**la grammatica di base permane, ma la costruzione del racconto segue di volta in volta l'unicità atmosferica del luogo, inteso come spazio multidimensionale ed emotivo, cittadino e geografico, modulandosi nel segno di una cangiante continuità.**

**la boutique di los angeles, al numero 8424 di melrose place, esprime una volontà di semplificazione, che amplifica l'emozione nel dialogo con la città degli angeli.**

**luce e materia, curve e rette, solidità e trasparenze si compenetrano, echeggiando i volumi e le linee del modernismo californiano, sullo sfondo del sole accecante e di paesaggi desertici. il contrasto con materiali e finiture di gusto italiano arricchisce di sfumature l'equilibrio di componenti, suggellando l'unicum.**

**la boutique è sita al piano terra di una costruzione databile per approssimazione agli anni trenta. due vetrine si aprono sulla strada, incorniciate dalla facciata di metallo smaltato verde salvia. la porta, incassata rispetto alla facciata, è di legno smaltato, con una grande maniglia tonda di graniglia. oltrepassata la soglia, il racconto si dipana immediatamente nella sua chiarezza spaziale, invitando l'occhio a soffermarsi sull'armonico fluire delle texture. l'ambiente è dominato da toni delicati di cipria per la calce naturale mista a paglia di mais dei rivestimenti e la resina per i pavimenti, insieme al bianco delle tende di mussola a tutta altezza che fungono da setti immateriali e permeabili. questa levità impalpabile è bilanciata dalla geometria angolosa e metallica della parete di fondo di ottone, il**

cui gioco di geometrie evidenzia la larghezza e la profondità dello spazio. quattro sottili colonnine si perdono nel soffitto dentro tre cerchi non concentrici di gesso, rimandando alle geometrie luminose di james turrell.

con il genius loci dialogano anche due enormi pietre, provenienti dal deserto di palm springs e omaggio all'opera di peter fischli e david weiss, poste in bilico una sopra l'altra nella zona espositiva.

la scatola scenica è un bilico armonico di curve e di rette: sul lato sinistro il volume è squadrato, sul lato destro la parete è tonda e ingloba un pilastrino, come i camerini. sui due lati lunghi, simmetricamente, stendini calligrafici di ottone molato piegati a mano come rami di arbusto espongono il prodotto, ancorati a terra o al soffitto. lastre di ottone scotch brite sorrette da bulloni e poggiate su un supporto verticale dal movimento elicoidale fungono da display, insieme ad una tenda scultorea di rete di ottone con ampole di vetro che intrappolano e custodiscono, al loro interno, ricordi di viaggio.

gli arredi aggiungono ulteriori modulazioni al contrappunto di texture e colori. una grande panca circolare, con cuscini di pelle traforata, scavata, come i due vasi posti all'ingresso, in un agglomerato di gragniglia, pietre bianche come cristalli di sale e pietre verdi luminose di giada; sedute in legno curvato e ricoperte di foglia d'oro; una specchiera trittico dal gusto modernista e un lettino color cipria con borchie dorate. l'effetto è tattile e sinuoso. sul fondo del negozio, i camerini si aprono come uno scrigno di velluto capitonné verde giada dietro due porte curve a battenti in ottone percorse dal ritmo di grandi oblò. una tenda di velluto consente di ridefinire lo spazio all'interno. nascosti alla vista, la cassa e il magazzino, con i prodotti contenuti in moduli da archivio su binari, sono una estensione funzionalista, ma in tinta verde salvia.

il progetto è conciso e vibrante. la luce si fa materia, in un equilibrio ineffabile di geometrico e organico.

forte\_forte

forte\_forte srl  
via dell'industria 22/32  
36030 sarcedo, vicenza, italy  
t +39 0445 381907  
f +39 0445 294523

info@forte-forte.com  
www.forte-forte.com



anna bollati  
piazza giuseppe grandi 9  
20129 milano

maria@annabollati.it  
anna@annabollati.it



forte\_forte

forte\_forte srl  
via dell'industria 22/32  
36030 sarcedo, vicenza, italy  
t +39 0445 381907  
f +39 0445 294523

info@forte-forte.com  
www.forte-forte.com



anna bollati  
piazza giuseppe grandi 9  
20129 milano

maria@annabollati.it  
anna@annabollati.it

*forte\_forte, here we are*

la forza narrativa degli abiti è tanto più potente quanto più è protagonista la persona. forte\_forte aspira a dissolvere la distanza tra gli abiti e chi li indossa, mettendo al centro emozioni e sensazioni. l'autenticità emotiva è il carattere che definisce il progetto, nato dall'intesa tra i fratelli giada e paolo forte.

la storia ha inizio nel 2002 con una piccola collezione di t-shirt rifinite a mano. figli d'arte, i fratelli forte operano in veneto, uno dei distretti manifatturieri nei quali il made in italy ha preso forma e identità traslando la cura del processo artigianale su scala industriale, mantenendone intatti valori e peculiarità. giada e paolo hanno vissuto questo ethos fin dall'infanzia, nei laboratori di maglieria della famiglia. giada si forma presso la nottingham trent university, dove studia knitwear design, mentre paolo studia economia. dopo esperienze autonome nei rispettivi campi, decidono di concentrarsi su un progetto autentico e senza tempo, che rifletta i valori profondi in cui credono, ossia la bellezza di ciò che esprime un sentimento creativo per unire chi crea a chi consuma, senza filtri e infingimenti. giada è l'anima stilistica, paolo lo stratega. li accompagna robert vattilana, art director e compagno di vita di giada, che traduce visioni e sensazioni in immagini, spazi, scelte grafiche ed editoriali.

nasce così forte\_forte: il nome di famiglia, raddoppiato, battezza il marchio con una incitazione che è già espressione di valore; il font minuscolo segnala un desiderio di intimità e rinuncia a facili ostentazioni. all'inizio il quartier generale è nella casa della madre di giada e paolo, tra ricordi d'infanzia e via vai di amici e conoscenti. un luogo simbolico e significativo, carico di stimoli e memorie il cui potere risuona ancora oggi.

per le prime due stagioni giada e paolo fanno i commessi viaggiatori: viaggiano con il campionario in valigia, che presentano e illustrano in prima persona. l'autenticità va comunicata così, senza filtri. il successo è immediato.

la crescita, per decisione programmatica, è lenta e organica. la lentezza è un carattere che forte\_forte coltiva con orgoglio. è la scelta di operare su un piano personale, lontano dalla moda e vicino allo stile, immaginando pezzi che non hanno una scadenza temporale, che si offrono come vocaboli di un discorso in continuo divenire. lentezza è la scelta di operare un modello di business nel quale il profitto nasce dalla qualità, da un prodotto il cui valore è vero e palpabile, non pura comunicazione e la produzione è controllata con cura. lentezza è la scelta di aprirsi a tutto un passo per volta, solo e sempre nel momento opportuno. l'arrivo del fondo style capital nel 2017 conferma la solidità del percorso e offre nuovi strumenti senza snaturare il carattere. oggi la collezione è apprezzata internazionalmente, in particolare in italia, europa, stati uniti e giappone.

forte\_forte

forte\_forte srl  
via dell'industria 22/32  
36030 sarcedo, vicenza, italy  
t +39 0445 381907  
f +39 0445 294523

info@forte-forte.com  
www.forte-forte.com



anna bollati  
piazza giuseppe grandi 9  
20129 milano

maria@annabollati.it  
anna@annabollati.it

forte\_forte mantiene la propria sede in veneto: i legami sentimentali, artigianali e industriali con il territorio sono essenziali, plasmano l'identità. la sede non è più nella casa di famiglia, ma in un complesso di edifici industriali nei quali efficienza e spirito domestico si integrano seguendo il filo dell'intuito. il benessere è una qualità che permea rapporti umani, spazio, abiti.

la collezione è cresciuta negli anni in una proposta completa nella quale i protagonisti sono la materia, lasciata libera di esprimere il proprio carattere, il colore e le forme pure che accolgono il corpo senza costrizioni. leggere imperfezioni sottolineano schiettezza e umanità. gli stessi tratti definiscono le boutique aperte a partire dal 2018 a milano, parigi, londra, tokyo, madrid, roma, forte dei marmi, cannes e los angeles.

un racconto di spazi narrativi ed emozionali, immaginati come le campagne e la comunicazione da robert, nei quali oggetti e materie dischiudono un racconto fatto di echi e suggestioni. luoghi mai invasivi, che accolgono e accarezzano, dissolvendo ogni distanza con la persona. forte\_forte è un contenitore di sensazioni dalla classicità emozionante e senza tempo. si evolve, ma lo spirito è sempre quello degli inizi.