

Exibart.design



Ah, la Crisi. Nell'anno della Grande Recessione, come reagirà il Design? In ogni caso, Milano è pronta per la settimana più creativa dell'anno. *Exibart* pure. E anziché a piangersi addosso, invita a guardare ai futuri del design. Proprio così: il plurale è d'obbligo, perché quelli che si profilano sono orizzonti ancora tutti da esplorare. E gli interrogativi fioccano: dove va il mestiere del designer? Dove vanno le nuove tecnologie, sempre più simili a magie? E com'è possibile creare oggetti in grado di "sentirne" le prestazioni? L'eccellenza del Made in Italy terrà? Ma – bando al neoprotezionismo! – *Exibart.design* guarda oltre lo Stivale. Al mondo della formazione, innanzitutto, con l'esperienza della Design Academy di Eindhoven. E, ancora, i talenti più promettenti e quelli già affermati, le sempre più frequenti contaminazioni con l'arte e, dulcis in fundo, l'agenda, per non perdersi neanche un appuntamento dentro e fuori i Saloni. Perché la ripresa passa – e parte – da qui. Senza aspettare il 2010.

a cura di Valia Barriello

VEDI TORINO E POI...

Due realtà torinesi, Adriano Design e Vanni, si sono incontrate per ripensare il modo di "vedere" e di progettare l'occhiale da vista. Da questo sodalizio professionale ed artistico è nata la collezione Adriano design X Vanni. L'innovativa collezione definisce il modo tutto torinese di vestire gli occhiali, rivoluzionando la stanghetta che, sdoppiata e disassata, duplica le giunture con il corpo centrale, rendendo la cerniera fra lente e stanghetta affidabile e funzionale. Dall'idea di creare un altro sguardo si sviluppa la forma del corpo centrale, pensata per ridisegnare il taglio dell'occhio. Una soluzione che reinventa il modo di guardare. E di farsi guardare.

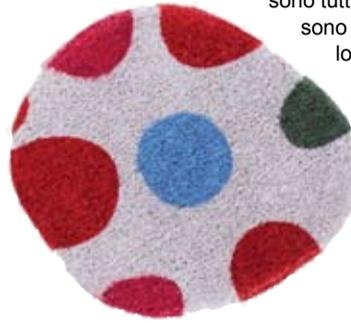
www.adriano-design.it
www.vanniocchiali.com



POLITICALLY CORRECT AGATHA

Agatha Ruiz de la Prada stupisce ancora con la sua nuova collezione di tappeti realizzata in collaborazione con l'azienda AB21 di Saragozza. Lo stile della designer spagnola rimane inconfondibile anche in queste sue ultime creazioni: colore, humor e naturalezza, questa volta con una marcia in più: il rispetto dell'ambiente. I tappeti sono prodotti con la migliore lana della Nuova Zelanda, realizzati totalmente a mano e i lavaggi utilizzati sono tutti a zero impatto ambientale. E come se non bastasse, sono garantiti da RUGMARK, associazione che combatte lo sfruttamento minorile: una percentuale delle entrate derivanti dalla vendita sarà, infatti, destinata a progetti di rilevanza sociale. Per non dimenticare l'unicità delle esigenze di ogni persona, tutti i tappeti sono personalizzabili a seconda del gusto e delle esigenze.

www.agatharuizdelaprada.com



SWITCH ON ELITA!

CITY NETWORK



Elita, design week music festival, presenta *Switch on!* Un programma giornaliero di appuntamenti tra musica, design, arti digitali. L'headquarter di Elita ospiterà durante il giorno esposizioni di design contemporaneo, volte alla creatività e alla sostenibilità, incontri con i protagonisti, i giornalisti e i videomaker. Di notte, invece, condurrà i visitatori alla scoperta dei più celebri locali milanesi: Magazzini Generali, Plastic, Magnolia, La Casa 139, Tunnel, Atomic, Rocket, Connie Douglas. Evento agli EastEnd Studios, dove oltre cinquemila persone parteciperanno al più importante appuntamento musicale dell'intera settimana del design, promosso da Elita e realizzato insieme a tutti gli operatori delle notti meneghine aderenti al suo network.

Elita Headquarter
 Spazio Astoria, viale Monte Nero 55, Milano
www.elitamilano.org

È TEMPO DI DESIGN

Lorenz è una di quelle aziende che al Salone compiono gli anni: gli anni sono ben settantacinque, festeggiati proponendo ai suoi invitati un percorso attraverso i suoi orologi di design. Il progetto, coordinato da POLI.design e ideato da Martino Berghinz con grafiche di Umberto Tolino, propone un tunnel in plexiglas bianco che risalta le scatole trasparenti con all'interno gli orologi. Il percorso tocca tappe importanti della storia di Lorenz, come i due Compassi d'oro: il primo nel 1960 con l'orologio disegnato da Sapper e il più recente del 2008 con NEOS di CuldeSac. Tra i riconoscimenti illustri trova posto anche 75, modello ideato da EMO Design, vincitore del concorso "75 Ore Lorenz" per l'ideazione di un segnatempo ispirato agli anni '30. Sede dell'installazione sono i Cortili dell'Università degli Studi di Milano, Ca' Granda - ex Ospedale Maggiore.

Time 2 Design. Lorenz c/o Interni Design Energies
 Cortili dell'Università degli Studi di Milano, Ca' Granda - ex Ospedale Maggiore
 21 - 27 aprile 10 - 24 ; 28-30 aprile 10 - 19
www.lorenz.it



MOROSO MAL D'AFRICA

Quest'anno Moroso, oltre a presentare al Salone una serie di prodotti basati sul concetto di leggerezza e colore, firmati da nomi eccellenti quali Patricia Urquiola, Tokujin Yoshioka e il gruppo delle giovani svedesi FRONT, programma anche un intervento interessante per il Fuorisalone. Presso lo storico showroom milanese di via Pontaccio, esplora la nuova e contemporanea idea di bellezza africana. Artisti, designer, produttori, architetti e altri creativi africani, coordinati dal designer afro-americano Stephen Burks, realizzeranno installazioni su pavimenti e pareti, con oggetti e arredi fatti a mano, dando vita ad una festa "espressiva" dove l'arte contemporanea africana diventa stimolo per l'interior design. Suggerisce Patrizia Moroso: "Non aspettatevi atmosfere e oggetti etno-chic, l'Africa è molto più di questo!".

Africa!
 Showroom Moroso, via Pontaccio 8/10, Milano
 22 aprile dalle 19
www.moroso.it



SUPER-SUPERFICI

DuPont™ Corian® e Amanda Levet Architects (AL_A) propongono in occasione del Salone 2009 l'evento "CORIAN® super-surfaces". L'esposizione mostrerà una metamorfosi del materiale, che si trasforma in una fluida ed elastica collezione di concetti integrati di cucina, bagno e pavimentazione, visualmente collegati ed enfatizzati da una spettacolare e scultorea parete. Una ridefinizione e un'interpretazione concettuale dell'ambiente lounge come dinamico spazio di transizione tra stati neutri e attivi, che esalterà le proprietà di DuPont™ Corian®, mostrando la sua intrinseca capacità di modificare le percezioni di spazio e forma. Attraverso una combinazione di avanzate tecnologie digitali di design, innovative tecniche di lavorazione e affascinanti effetti di luce, AL_A rivelerà la natura di "super-superficie" di DuPont™ Corian®.



CORIAN® super-surfaces
 Corian® Design - Milano Store, via San Nicolao 4, Milano
 21 aprile 2009 18.30 - 23 opening party
 22 - 27 aprile 10 - 22

L'ALMA DI DIALMA

Dialma Brown ha aperto un nuovo negozio a Milano in viale Umbria, e proprio all'interno del punto vendita presenta un percorso espositivo basato sulla filosofia che caratterizza l'omonimo marchio: un "viaggio" attraverso tempi e culture in grado di far rivivere appieno suggestioni e memorie del passato. Il fascino di antiche e fiabesche storie si intreccia così con gli arredi che contraddistinguono il marchio. Un vero e proprio insieme di stili che si può definire New Classic. Tra elementi di sapore vittoriano e pezzi più attuali, l'occhio si posa sui legni, protagonisti assoluti, sui velluti preziosi, sui lini e cotone, ma anche le ceramiche e i cristalli occupano un posto importante.

Il viaggio di Dialma Brown
 Viale Umbria 85,
 angolo via Maestri Campionesi 30, Milano
 Cocktail 22 aprile 17 - 20
 22 - 27 aprile 10 - 20
www.dialmabrown.it



à la une

la copertina d'artista raccontata dall'artista

Andrea Magnani - Colabrodo

Carl era il nome del primo albero creato dall'Uomo. Carl fin da piccolo appariva fresco e vitale. Dai suoi rami pendevano frutti grandi e succosi. Tutti volevano coglierne uno anche se dopo il primo morso lo gettavano disgustati ai suoi piedi. "Bene!", pensava fra sé e sé Carl, cosciente del suo scopo. Quei frutti così seducenti avevano infatti il potere magico di decomporsi all'istante andando così ad alimentare le sue già possenti radici. E così crebbe, crebbe e crebbe ancora, producendo frutti sempre più appetitosi. Fino alla crisi.

Resign si può descrivere come un processo aperto a tutti quei creativi che non rielaborano soltanto oggetti di recupero, ma che cercano di riattivare la circolazione del progettista liberando le idee e la creatività delle persone che credono ancora nella magia e nel valore simbolico delle cose. Chiunque voglia parteciparvi troverà un atelier creativo (situato presso DO, il nucleo culturale di Faenza) in cui sperimentare il modello della "Bottega 2.0", e un network di relazioni basato sulla complementarietà delle conoscenze. Il progetto *Colabrodo* qui presentato è un'idea nata e realizzata nel 2007 all'interno dell'atelier di Resign (www.resign.it).



Andrea Magnani - Colabrodo, prod. Resign, 2007
www.resign.it

M'ILLUMINO DI FOSCARINI

Foscarini, azienda leader nel campo dell'illuminazione, anche quest'anno è pronta a stupire con un'esposizione molto particolare. Per il Fuorisalone 2009 ha chiamato Vicente Garcia Jimenez a curare l'installazione. Il designer spagnolo ha dovuto coniugare tre caratteristiche: la museale, indicata da superstudio, la pittorica, tipica di Foscarini, e la sua, molto concettuale. Il tema è l'infinito, emozione ineffabile che vuol essere trasmessa. Questa sensazione sarà suscitata dall'atmosfera creata dalla luce, o meglio dalle luci di Foscarini, che simuleranno l'interno di un caleidoscopio. Obiettivo: riportare il visitatore all'interno di un ricordo infantile, scoprendo un percorso emozionale creato da luci e specchi, per scoprire quant'è dolce navigare in questo mare...



Superstudio - Temporary museum for new design
Via Tortona 27, Milano

22 - 27 aprile 10 - 21 Ingresso professionisti | 26 aprile 10 - 21 Ingresso al pubblico
www.foscarini.com

PRE... PARATI AL DISORDINE

Jannelli&Volpi, per il Fuorisalone 2009, organizza assieme al designer Diego Grandi un allestimento ispirato all'home make up, come elemento base la carta da parati Jannelli&Volpi. Il concept viene sviluppato all'interno di un ambiente domestico temporaneo volutamente disordinato, che ricrea la situazione di un ambiente vissuto. Gli oggetti verranno trasformati grazie al loro riutilizzo, dimostrando una grande attenzione per il riciclo e per i prodotti ecosostenibili. In questa esposizione entra in gioco anche il cibo, interpretato da "Il Castello ricevimenti", che diventerà quasi protagonista su di una lunga tavolata rustica completamente rivestita con carta da parati Jannelli&Volpi. Lo chef Paolo Franchini comporrà gli ingredienti naturali esposti per chi vorrà assaporare un'emozione non solo gustativa. Il classico disordine ordinato di tutte le nostre cucine, dove concorrono armonia e naturalezza in quel procedimento complesso e delicato che infine mette a tavola l'espressione più vibrante e più felice di un'idea che si ricordi.



Wallpaper Time. Spring makeover ideato da Diego Grandi,
Jannelli&Volpi, via Melzo 7, Milano

22 - 27 aprile 10 - 20

Lunch tutti i giorni, su prenotazione. Cocktail tutte le sere 18 - 20
www.jannellivolpi.it

NOVE PLUS NOVE

Plusdesign è una realtà milanese in cui arte e design si incontrano, che si impegna a promuovere e a produrre oggetti di arredo in edizione limitata. Nella sua scuderia vanta nomi di designer e artisti internazionali, tutti vocati alla sperimentazione. In occasione del Fuorisalone 2009 presenta nove progetti inediti: un tavolo in terracotta dei fratelli Campana, una panca in resina dell'olandese Richard Hutten e una sedia in plastica riciclata di Richard Little/Cohda Design. Ma anche una lampada a sospensione in ottone dell'inglese Robert Orchardson, un tavolo di Flavio Favelli e una lampada di Patrick Tuttofuoco, un tavolino di Anila Rubiku formato da vari cubi in plexiglas con all'interno piccole case illuminate fatte di carta ricamata e perforata, una panca disegnata da Valentina Ravara e rivestita da porcellane con texture e immagini di Francesco Simeti, infine un paravento di Luca Trevisani.



Plusdesign - di Lilia Laghi e Mariano Pichler
Via Ventura 6, Lambrate - www.plusdesigngallery.com

L'UTILE È IL FUTILE

Secondome è una design gallery romana con un inusuale concept store, ora anche brand, ideata e gestita dall'architetto Claudia Pignatole nel 2006. Questo spazio, grazie alla sua doppia vocazione, galleria e showroom, offre sempre un'incredibile selezione del design contemporaneo. Utiles & [F]utiles è la nuova collezione di vetri disegnata da Sam Baron per Secondome in cui il razionale si contrappone al barocco. La collezione si divide in due serie: Utiles è composta da sei prodotti speciali, nati dalla sovrapposizione di forme regolari che danno vita a singolari cesti portafrutta dalle sembianze di borse; [F]utiles, nella sua essenza frivola, riscopre toni barocchi grazie a vasi con manici doppi e brocche dal manico sontuoso. Il materiale usato per l'intera collezione è un vetro borosilicato soffiato a bocca.



Secondome, via dei Pianellari 26, Roma
www.secondome.eu
A Milano da "Around Glass", Spazio Dimore
Via Solferino 11
22-27 aprile

FABRICA PIGLIATUTTO

Quest'anno Fabrica, affermato centro di ricerca sulla comunicazione di Benetton, sbanca tutto al Fuorisalone. Sarà presente infatti con ben quattro eventi e in mostra anche al Salone Satellite. Chi volesse fare il giro delle esposizioni curate da Fabrica può partire da *Chez Fabrica* a Palazzo Borromeo, che illustra grazie ad oggetti, foto e proiezioni le vite dei quaranta artisti che vivono per un anno proprio a casa Fabrica a Treviso. Per proseguire in piazza San Babila presso il Sisley store dove troverà Bizarre, una collezione di cinque pezzi in edizione limitata di oggetti di ceramica per la casa progettati da Sam Baron. In piazza del Tricolore, presso gli spazi Zanotta, *Trans-Forma*, mostra di diciassette pezzi di casa Zanotta rivisitati dai designer di Fabrica. In via Solferino 11 *Around Glasses*, collezione 2008 e 2009 di oggetti in vetro soffiato a bocca, sempre opera dei designer di Fabrica. Per chi non fosse ancora sazio rimane lo stand D-40 in fiera *This&That* collezione di campane in vetro soffiato.

www.fabrica.it

ALLA CORTE DELL'ORTO

Ortofabbrica, progetto ideato, realizzato e promosso da Angelo Grassi, nasce dall'idea di ricreare un orto in cui piantare tutte le essenze della creatività: architettura, design, moda ed arte. Quest'orto troverà ospitalità all'interno di una corte milanese dell'Ottocento, affacciata su via Savona. Lo spazio, chiuso su tre lati volutamente scabri, verrà valorizzato e recuperato dall'installazione con un intervento assolutamente inedito. In definitiva Ortofabbrica tenderà di riunire in maniera trasversale linguaggi creativi e produttivi diversi accomunati dalla volontà di recuperare i valori che rendono la vita piacevole e piena di qualità.

Ortofabbrica

Cortile di via Savona 37, Zona Tortona, Milano

21-27 aprile 10 - 22

www.angelograssi.it



REAL AROUND THE CLOCK

Durante la settimana del Salone può accadere di tutto, anche che un designer diventi regista, come dimostra Maarten Bass. Il trentunenne olandese ha prodotto tre film basati sullo scorrere del tempo che presenterà presso gli spazi di C'N'C Costume National. Bass ricostruisce in ogni film un differente orologio, passando dalla vecchia sveglia al segnatempo. L'innovazione sta nel fatto che per far "girare"



gli orologi non utilizza ingranaggi o meccanismi ma persone, vere e proprie lancette viventi, che scandiscono il tempo. Ai visitatori sarà offerto tutti i giorni e durante tutte le ore di apertura un cocktail bar alcolico e non alcolico, quindi sarà un vero meeting point!

Real Time

C'N'C Costume National,

via Fogazzaro 23, Milano

22- 29 aprile 10 - 20

www.costumenational.com

UNDUETRESTELLA!

Unduetrestella riporta istantaneamente alla mente la filastrocca dei bambini. E difatti il progetto ideato e curato da Paola Noè proprio di bambini si occupa. Con il contributo di Andreas Golinski, Noè realizza delle installazioni d'arte site-specific per le camerette dei bambini, ma attenzione: non bisogna pensare né ad oggetti per la prima infanzia né ad arredo. Unduetrestella è semplicemente un progetto che stimola la sensibilità artistica del bambino e gli insegna a prendere confidenza con l'arte contemporanea, coinvolgendolo in prima persona nella realizzazione dell'opera d'arte. Grandi murali geometrici, realizzati da illustratori, faranno da tela al piccolo, che armato di pennarelli colorati potrà personalizzare il muro a suo gusto.

Via Maroncelli 12, Milano

21 - 26 aprile 10 - 20

www.unduetrestellababy.com



LA PAROLA ALLA GIURIA

La temuta e leggendaria commissione che decide chi entra (e chi non entra) al Salone Satellite comprende quest'anno, accanto alla storica curatrice Marva Griffin Wilshire e all'unico membro esterno fisso, Beppe Finessi, l'amministratore delegato di Livit Daniele Livi, la direttrice del MUDAC di Losanna Chantal Prod'Hom, e il designer Satyendra Pakhalé...

■ Sono settecentodieci i designer, provenienti da trentasette paesi, metà dei quali alla loro seconda o terza partecipazione, presenti al Salone Satellite 2009, punto d'onore ovvero trampolino di lancio under 35 per eccellenza. Il tema dell'allestimento di Ricardo Bello Dias è *Benessere - Progettare il benessere*, "comunicato ai designer nel caso volessero disegnare un pezzo sull'argomento"; proposta, tuttavia, non vincolante, perché, come spiega Marva Griffin, è "lungi da noi la pretesa di limitare la creatività dei ragazzi, non sarebbe assolutamente giusto restringerla ad un tema specifico".

Faticoso arrivarci, però, dato il numero di domande di partecipazione, ergo faticoso il lavoro della giuria. Ma chi è la giuria? Esclusa Marva Griffin e i membri del Cosmit, la giuria è composta da progettisti, rappresentanti della stampa, critici, direttori di musei o collezionisti, imprenditori; con l'aggiunta di Beppe Finessi, unico membro stabile esterno (insieme, in passato, a Giulio Castelli).

Come si snodi la selezione ha però qualcosa di alchemico: "Il Salone - spiega la Griffin - è stato arcicopiato da tutte le fiere del mondo: Colonia, Valencia, Stoccolma, Parigi. La procedura di selezione non può essere divulgata, resta nostra".

Nel dettaglio, c'è una democratica votazione: come spiega Beppe Finessi, "ogni valutazione è peculiare, a volte basta un colpo d'occhio, in altri casi entrano in gioco vari aspetti; si può considerare l'età: un venticinquenne ha tutto il tempo di maturare e migliorare, un persona più grande forse no". Essendo la giuria varia, "ci possono essere disaccordi, ma è la differenza che genera discussione; persone provenienti dallo stesso background probabilmente non darebbero vita a un confronto interessante", chiarisce Chantal Prod'Hom. Tra l'altro, aggiunge il designer Satyendra Pakhalé, "ogni membro porta una sua

prospettiva, ma non è detto che questa sia estrema".

Rifiuti? "Non si può parlare di progetti scartati a malincuore", taglia corto Daniele Livi. "Naturalmente - gli fa eco Finessi - scartare provoca piccole ferite, ma il Salone Satellite ha dimostrato negli anni di saper scegliere".

Cosa colpisce, in negativo e in positivo? "Ci sono idee forti, con un profilo ben definito", spiega Prod'Hom, e "ci sono temi ricorrenti, come il sorriso, l'ecologia, la sperimentazione", precisa Finessi.

"In alcuni casi si nota la tendenza generica a emulare qualcosa di già fatto, a cercare di sintonizzarsi con lo stile di un certo marchio", avverte Pakhalé. Del resto, continua Prod'Hom, "è di moda adesso l'ecologia, la sostenibilità, lavorare con materiali riciclati. Ma sarebbe meglio se si andasse oltre la moda e il problema si considerasse nella sua interezza". Perché, a ben vedere, "nella selezione non si parte da un'idea, ma si vorrebbe essere

colpiti da un'idea... non si può definire a prescindere ciò che si cerca, altrimenti non c'è ricerca". D'accordo, ma l'eccellenza dove si trova? Secondo Finessi, la commissione cerca "di guardare dentro la proposta e di capire chi abbiamo di fronte. L'eccellenza non è in un dettaglio. Non agiamo sulla base di preconcetti o griglie di qualità definite". Con molta

onestà, Chantal Prod'Hom confessa che "l'eccellenza, a dire il vero, spero di non trovarla in un giovane designer. Ciò che conta è il pensiero dietro l'oggetto".

Questo è uno spazio per proposte in evoluzione e proprio la possibilità di confrontarsi con una proposta e di lasciare aperte varie

alternative lo rende interessante". Ma siamo pur sempre al Salone del Mobile di Milano, e una domanda è d'obbligo: il mercato ci mette lo zampino? "Si tenga presente - dichiara Finessi - che il mercato ha tante sfumature: c'è un mercato dei grandi numeri e un mercato dai numeri controllati. Se da una parte si cerca di capire se una certa sperimentazione sia assolutamente irrealizzabile, dall'altra si deve considerare che ci sono piccoli e significativi mercati".

"Ancora una volta l'idea è il punto di partenza, non di arrivo. - risponde Livi - Si decide di fare un investimento su oggetti che abbiano un'individualità forte, su cui si possa agire e lavorare". Volendo essere drastici, come Pakhalé, "non esiste nulla come il mercato a questo livello. Il processo di realizzazione di un progetto è qualcosa di estremamente complesso e implica decisioni molto delicate. Troppi fattori vi contribuiscono".

Ad ogni modo, il Salone Satellite cre-

sce da dodici edizioni: "Riceviamo adesso proposte presentate in maniera assolutamente professionale, in particolare da alcune realtà,

penso al Giappone, alla Svizzera, al Belgio", dice Finessi. Il limite alle partecipazioni per designer rimane però invariato, o comunque -

precisa Marva Griffin, "non siamo noi a doverlo dire, è il pubblico che giudica. I giovani designer hanno diritto a presentarsi tre volte. Alla fine quasi tutti raggiungono un contatto, che sia con l'industria o con la stampa. Questa è la nostra evoluzione".

Per concludere, avete qualche suggerimento da dare ai giovani designer che vorrebbero essere ammessi al Satellite? "Presentare un progetto forte e definito. Non temere il fallimento" (Prod'Hom). "Imparare a relazionarsi professionalmente con il mondo dell'industria" (Livi). "Imparare a guardarsi dentro. Trovare la propria poetica" (Finessi). "Niente. Che ognuno abbia la possibilità di trovare il proprio percorso e di fare tutti gli errori che vuole" (Pakhalé).

| silvia colaiacono |



a sinistra: Salone Satellite - photo Carola Merello
a destra: Beppe Finessi
in basso a sinistra: Chantal Prod'Hom, direttrice del MUDAC di Losanna
in basso al centro: Marva Griffin Wilshire, curatrice del Salone Satellite
in basso a destra: Salone Satellite - photo Carola Merello



IL PRIMO SALONE NON SI SCORDA MAI

| a cura di **silvia colaiacomo** |

Milano come trampolino di lancio, tra business e creatività. Ne abbiamo parlato con tre celebrità che esordirono qui e che sono tornate, o tornerebbero volentieri, sul luogo del diletto, per provare ancora il "brivido" della prima volta...

MAARTEN VAN BAAS

A quando risale la sua prima partecipazione agli eventi milanesi?

Al 2003, e poi dal 2005 a oggi.

Milano ha influenzato la sua carriera? Se sì, in che modo?

Inizialmente autofinanziata la mia partecipazione. Questo mi offrì completa libertà per quel che riguarda la collezione che presentai. La scelta risultò particolarmente azzeccata, e da allora sono costantemente "cresciuto". Nel 2007 ho esposto nei locali di Superstudio Più, l'anno successivo in via Voghera e quest'anno nella sede di Costume National. Milano è il momento cruciale dell'anno. L'unica fiera a cui partecipo. È in aprile, ovvero presto, perciò vi dedico i primi mesi dell'anno. Generalmente entro in ebollizione intorno a ottobre o novembre e vado avanti fino alla primavera; poi, in ottobre, ricomincio da capo.

Stressato?

A volte. Ad ogni modo è una mia scelta e ho comunque la libertà di fare ciò che mi piace.

Ha visto il Salone Satellite negli ultimi anni? Com'è cambiato? Come può migliorare?

È cresciuto esponenzialmente. Non so che aspetto avrà quest'anno, per via della recessione, ma in un certo senso le circostanze aiuteranno a mantenere

un focus più specifico sul design. Cosa non mi piace, se devo identificare qualcosa, è la "macchina per prodotti" in cui Milano si è andata tramutando. È una sorta di dilemma per me: mi sta bene? Naturalmente da un lato faccio la mia parte nel sistema, ma dall'altro il sistema stesso si è spinto troppo in là. L'evento è in una certa misura diventato più rumoroso del suo messaggio. Questo ha ovviamente dei risvolti positivi e dei risvolti negativi. Genera pubblico e amplia la visibilità della settimana, ma rappresenta anche un enorme spreco di energia, di risorse e di materiali. Una prima conseguenza è l'incredibile numero di collezioni presentate. E l'affastellamento di collezioni necessariamente porta a una perdita di qualità, mentre è proprio la qualità ciò che conta nel design e nell'arredamento. Un marchio di moda può permettersi sette collezioni in un anno, ma l'arredo no.

www.maartenbaas.com



PATRICK JOUIN



Prima partecipazione al Satellite?

Prima edizione nel 1998. Lavoravo ancora per Philippe Stark. Ricordo di aver messo tutto nella mia Fiat e di aver viaggiato in autobus. Psicologicamente l'evento ebbe un enorme impatto su di me. Stavo cercando di trovare la mia strada nel mondo del design e andare a Milano mi diede la sensazione di essere in grado di lavorare indipendentemente, senza l'aiuto

altrui. Fu un'esplosione di energia e libertà. In fiera la reazione fu straordinaria. Il Satellite ricevette moltissima attenzione da giornalisti, editori, designer affermati. Personaggi come Castiglioni e Capellini vennero a visitarci. In un certo senso fu un modo di combattere la paura della novità. Fa paura esporre, anche se sei ambizioso, e quel

tipo di brivido è esattamente ciò che serve per continuare a produrre.

La libertà si perde negli anni?

Non direi. La libertà è la stessa. Naturalmente se lavori con uno specifico produt-

tore la tua creatività si esprime all'interno di certi parametri. Ma questa è la sfida dell'essere designer: l'equilibrio tra il tuo lavoro e le esigenze di funzionalità, materiali, marketing, ecc. Senza questo tipo di confronto si finisce per giocare a ping pong da soli.

Il Satellite ha influenzato la sua carriera?

Certamente. Al Salone di Milano c'è il lato del "super-business", con i più grandi marchi e designer, e per un giovane progettista partecipare sembra un sogno. Quando si arriva e si incontra questa realtà si vorrebbe scappare. Molti progetti sono esposti, molti ottimi progetti, e questo rende la competizione quasi impossibile. Dunque Milano offre due aspetti: energia e realtà.

Ci tornerebbe?

Assolutamente.

Com'è cambiato il Salone negli ultimi anni?

È più grande e più famoso e il processo di selezione è migliorato.

Possibili miglioramenti?

Forse adesso è troppo selettivo. Il Satellite non dovrebbe essere commerciale.

www.patrickjouin.com

SATYENDRA PAKHALÉ

Prima partecipazione?

Nel 2001. Ho esposto a Milano ininterrottamente dal 1999 al 2003, ma da allora ho deciso di dedicarmi maggiormente a collaborazioni con produttori italiani e internazionali. Presento i miei progetti con loro e dunque non ho avuto modo di organizzare altre mostre indipendenti.

Il Salone Satellite ha influenzato la sua carriera?

Credo fortemente che una "componente" cruciale nel percorso di un designer sia la collaborazione con l'industria. Una relazione stabile con i produttori può creare valide possibilità sia per i designer che per le aziende e dare una chance ai progettisti di lavorare da un diverso punto di vista. In questo senso il Satellite offre una possibilità straordinaria ai giovani talenti. Questo è uno dei maggiori contributi di Marva Griffin alla professione di designer. Marva ha creato una piattaforma indipendente sia per i progettisti che per i produttori. La relazione tra loro necessita di tempo e presenta molte sfaccettature, ma questa è una fantastica possibilità di visibilità e libertà d'espressione. Per quel che riguarda la mia storia personale, la mia carriera si è sviluppata sulla base di una combinazione di eventi differenti, e ogni componente ha avuto in questo un ruolo importante. È stato un percorso complesso, fatto di diverse collaborazioni con industrie e istituzioni culturali,

e di fatto il Satellite, o più precisamente Marva Griffin, hanno rivestito un ruolo significativo.

Ci tornerebbe se fosse all'inizio della carriera?

Certamente. Il Satellite è una piattaforma unica.

Possibili miglioramenti?

Una cosa che credo vada tenuta a mente è che occorre sempre trovare un buon equilibrio tra espositori e spazio espositivo. Marva prova a dare un'opportunità al massimo numero possibile di designer, il che è una cosa fantastica, ma è anche fondamentale che lo spazio non si sovrappoli. Questa non vuole comunque essere una critica, il lavoro fatto nelle passate edizioni è stato straordinario e la mostra organizzata per celebrare il decimo anniversario del Satellite è stata magnifica.

www.satyendra-pakhale.com



INNOVAZIONE IN BIANCO E NERO

Superstudio quest'anno sfida la crisi con la cultura. E in occasione del Fuorisalone 2009 lancia il doppio spazio espositivo Temporary Museum for New Design, progetto ponte tra le due storiche sedi Superstudio 13 e Superstudio Più. Ne parliamo con l'art-director Giulio Cappellini...

■ Nel 2008 avete lanciato per la prima volta il progetto Temporary Museum for New Design. Da cosa è nata la necessità di trasformare degli spazi fieristici in spazi "museali"?

Il punto di partenza è stato lavorare con la qualità e la ricerca. Le aziende stanno investendo molto sull'innovazione, e il nostro obiettivo è di dar loro la possibilità di essere più valorizzate. Superstudio ha da sempre lavorato con l'eccellenza, e intendiamo continuare cercando di dare qualcosa in più, evitando di trasformare l'esposizione in una festa paesana. In poche parole, meno kermesse e più sostanza.

Grazie a questa operazione sperate che la gente riesca a prendere più confidenza con il design?

Sì, l'idea è stata proprio quella di mostrare gli oggetti di design non più come icone ma come prodotti a cui le persone si possono avvicinare sia che si tratti di operatori, sia di visitatori o famiglie.

Una scelta coraggiosa è quella di presentare i giovani designer.

Questa decisione è stata presa semplicemente per il cambio generazionale o anche per dimostrare che in periodi di crisi è sui gio-

“**Bisogna continuare a puntare sui giovani che, oggi, fanno progetti molto più consapevoli e coscienti**”

vani che bisogna investire?

Bisogna continuare a puntare sui giovani che, specialmente oggi, fanno progetti molto più consapevoli e coscienti. L'idea di avere una selezione di progetti di giovani, provenienti da tutto il mondo, dimostra una grande apertura mentale. Mai come in altri momenti è importante continuare a lavorare sull'innovazione: solo così possiamo rispondere alla crisi, ed è impossibile farlo senza l'apporto di menti fresche e incontaminate.

L'intera iniziativa nasce come progetto ponte, perché i visitatori si sposteranno da una sede all'altra con una navetta. Questo per mantenere il carattere itinerante di

Zona Tortona?

Zona Tortona nella settimana del Salone si anima e diventa un vero e proprio quartiere del design. Questa iniziativa offre la possibilità di viverlo a pieno e di poter osservare le sue diverse tappe.

Ogni sede ha un tema: a Superstudio Più, *International Panorama* ospita la sezione "Discovering / Other Worlds Other Ideas".

Che nuovi punti di vista offrono i paesi che presentate?

Il maggior rischio che corriamo oggi è la globalizzazione dei progetti, e per evitarla dobbiamo imparare a conoscere le storie di aziende diverse, che provengono da altri paesi. Ogni designer straniero ci mostra la sua cultura e la sua tra-

dizione pur offrendoci un prodotto internazionale pronto ad entrare nel mercato. L'aspetto fondamentale è vedere le differenti espressioni progettuali.

Superstudio 13 ospita le promesse del design italiano. Tra i designer ha già notato qualche nuovo talento?

Non vorrei fare nomi. I giovani designer italiani sono spesso stati schiacciati dai grandi maestri. Ci sono molti giovani designer che nascono come una nuova coscienza e realizzano progetti che vanno incontro alle reali esigenze di mercato. Nel panorama italiano vedo delle promesse sicuramente interessanti.

TEMPORARY MUSEUM FOR NEW DESIGN

Quest'anno per la settimana del design si potrà dire non solo "vado in fiera", ma anche "vado al museo". Grazie all'idea dell'art-director **Giulio Cappellini**, e alla supervisione di **Gisella Borioli**, Superstudio lancia un ambizioso progetto museale temporaneo dedicato al nuovo design. Ancora una volta, si parte con un concept innovativo, e si può quasi dire che si "riparte" dalle origini: l'iniziativa infatti coinvolgerà la storica sede di Superstudio 13, nata nel 1983, e il recente Superstudio Più, che risale al 2000. Le due strutture costituiranno un museo ponte che metterà in mostra, per tutto il tempo della kermesse milanese, i designer più promettenti accanto ai progettisti già affermati. In tempo di crisi, Superstudio dimostra quindi forza e carattere scommettendo sulle menti fresche del design non solo italiano ma anche internazionale. Ogni sede è dedicata a un tema: Superstudio 13 ospita *Italians: New Perspectives*, mentre Superstudio Più accoglie progetti internazionali con il tema *International Panorama (Discovering / Other Worlds, Other Ideas)*. Ma il messaggio più importante che vuole lanciare il Temporary Museum for New Design è quello di avvicinare il design alle persone, rendendo gli oggetti di design qualcosa di destinato non solo a un pubblico specifico ma a tutti, come appunto fanno i musei veicolando cultura. | vb |

Responsabile Comunicazione e Ufficio Stampa - Superstudio Group e Chiara Ferella Falda | designweek@superstudiopiù.com

Tel: +39 02 422501 | Fax: +39 02 475851 | Cell. +39 335 1080528

Il progetto è curato nei minimi dettagli: grafica e segnaletica nuova ed esclusiva. Riconoscibilità e un nuovo rigore formale...

Ho voluto lavorare su una grafica molto rigorosa per enfatizzare al massimo le differenze di ogni espositore. Gli unici colori presenti sono il bianco e il nero, in modo che, all'interno di questi spazi, ogni designer possa esprimere la sua personalità al meglio, come nei musei. Non volevo creare una grafica ingombrante, soprattutto per esaltare al massimo le differenze dei designer di altre etnie, che hanno bisogno di essere maggiormente enfatizzate.

Il museo è "temporaneo" perché dura la sola settimana del Salone. Non pensate in futuro di poterlo trasformare in qualcosa di fisso?

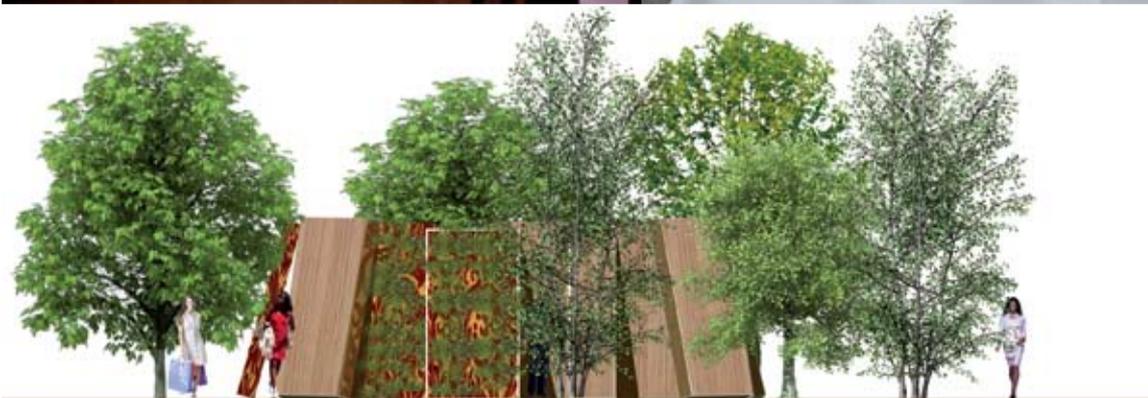
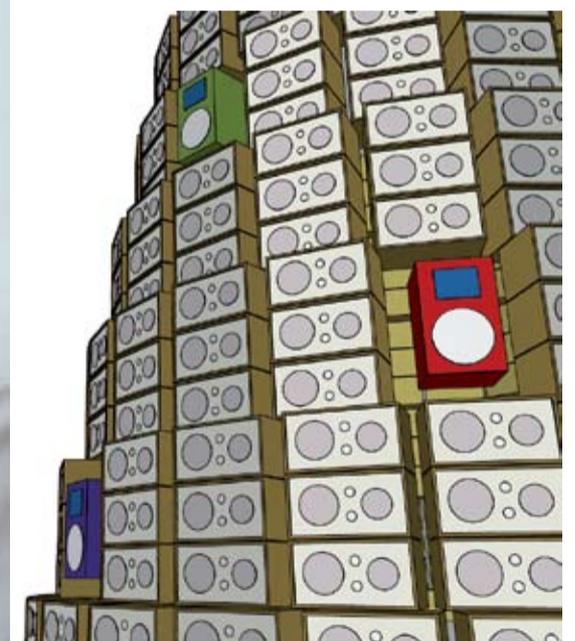
Potrebbe essere un'idea. L'importante è avvicinare il design alla gente. Quindi se in futuro riuscissimo a dare più continuità a un'operazione di questo tipo ne saremmo ben felici.

| a cura di Valia Barriello |

link.

www.superstudiogroup.org

in alto a sinistra: Esterni Superstudio
in alto al centro: Giulio Cappellini
in alto a destra: Ilaria Marelli - The Babel Tower, per Tivoli Audio
in basso a sinistra: Michele De Lucchi - progetto casa italiana - installazione di Performance in Lighting, Atelier Italiano
in basso a destra: Interni Superstudio



GIOVANI IN CORO

Il mondo di Coro, giovane azienda brianzola nata nel 2002, è un mondo con i piedi ben piantati nella realtà, ma con la testa rivolta all'immaginario. Queste due caratteristiche, che sembrano opposte, trovano un punto di incontro nel campo degli arredi per esterni. Lo scopo dell'azienda

è infatti quello di trovare un approccio nuovo e spontaneo alla natura, mantenendo eleganza e rigore nelle produzioni. Per raggiungere tale obiettivo, Coro è partita qualche anno fa con una collezione completa disegnata da **Stefano Gallizioli**, e ha continuato instaurando collaborazioni con

giovani designer d'eccezione, come lo studio **JoeVelluto**. Non è quindi un caso ritrovare Coro, per il secondo anno consecutivo, tra gli ospiti di Superstudio all'interno del nuovo Temporary Museum for New Design. Per l'occasione, l'azienda si presenta con tre collezioni: **Branch**, curata da **Ilaria**

Marelli; **Nest**, di Stefano Gallizioli; e **Pergola**. La prima si sviluppa su un concept teso ad armonizzare la natura umana con la natura vera e propria, e per questa ragione strutture di sedie, tavoli e parasole richiamano rami ed alberi. La seconda arricchisce una serie esistente con complementi

d'arredo realizzati con materiali innovativi, tesi a eliminare la distinzione tra interno ed esterno. La terza, infine, è un elemento di arredo per esterni: un elegante gazebo con all'interno un comodo divano. | **valia barriello** |

www.coroitalia.it



ADIDAS LIQUIDE

Le tre strisce più famose della storia delle sneakers compiono sessant'anni, e per l'occasione festeggiano a Milano durante la settimana del design presso gli spazi "museali" di Superstudio Più. Adidas Originals, insieme all'eccentrico polireattivo **Felice Limosani**, ci raccontano una storia, o meglio una *liquid story*,

che è un connubio tra tecnologia, spirito e arte. Limosani è un esperto narratore di ambienti, atmosfere e sinfonie, e per esprimere lo spirito Celebrate Originality di Adidas Originals sfida quasi se stesso parlando dell'ineffabile: il campo magnetico. Adidas mette in mostra quello che non è possibile vedere grazie

a una doppia struttura cilindrica che, creando un cortocircuito, rende tecnicamente visibile un campo magnetico. Il liquido utilizzato dalla tecnologia aerospaziale, posto tra i cilindri, genera un continuo movimento che incanta i visitatori con una danza sempre diversa, accompagnata da una soundtrack

elettronica e un'animazione 3D composte dallo stesso Limosani. Questa installazione vuole essere una metafora del mondo Adidas, sempre in equilibrio tra originalità e diversità, per un brand che negli ultimi sessant'anni ha mantenuto come obiettivo principale la singolarità pur fornendo sempre una vasta

gamma di prodotti differenti e adatti a ogni stile. La storia liquida non sarà l'unico frutto dell'attrazione e contaminazione di intenti nata tra Adidas e il mondo dell'arte-design, quindi non rimane che tenere occhi e orecchi ben aperti. | **vb** |

www.adidas.com



ALCANTARA DA RISPOLVERARE

Alcantara è un'azienda nata nel 1972 che fin dagli esordi ha orientato la sua attività alla ricerca. Il materiale Alcantara è infatti frutto di una sofisticata ricerca scientifica ed è talmente innovativo da non essere assimilabile a nessun altro materiale, né classificabile in una qualsiasi classe

merceologica. Alcantara non poteva certo mancare all'appuntamento con il Temporary Museum of New Design, dal momento che l'art director dell'azienda è lo stesso del museo, Giulio Cappellini: "L'idea - dice - è stata di togliere un po' di polvere dall'immagine vecchia di Alcantara e di

mostrarlo più come materia che come prodotto finito".

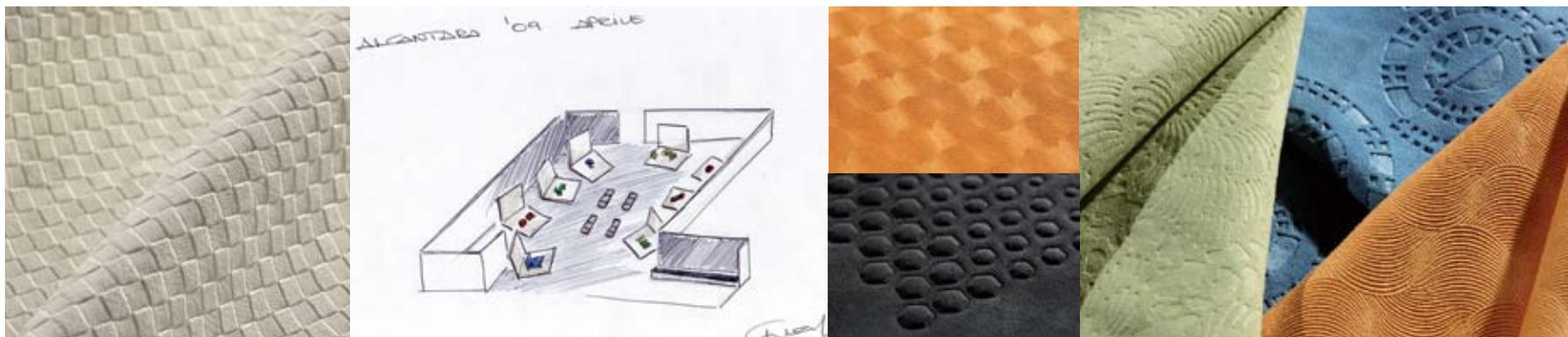
La mostra punta a evidenziare il lavoro di ricerca fatto negli anni e i miglioramenti delle caratteristiche tecniche e stilistiche. Come racconta Cappellini, "per sottolineare la versatilità di Alcantara ho chiamato molti designer, mol-

to diversi tra di loro, a interpretare questo materiale che ha delle caratteristiche tecniche straordinarie e può avere delle espressioni formali molto differenti".

Presso l'Alcantara Design Museum di Zona Tortona sono ospitati otto designer, otto aziende, otto esposizioni con scenografie

personalizzate e otto oggetti di design completamente differenti l'uno dall'altro, ma tutti rivestiti con Alcantara, a dimostrazione del fatto che il materiale riesce ad adattarsi a ogni individualità. | **vb** |

www.alcantara.com



IL TERRIBILE E LA POESIA

Art designer, fashion artist, design researcher, narratori di prodotto: questa la composizione della classe creativa da cui tanto si aspetta il XXI secolo. Una generazione incarnata dal new designer, policreativo felicemente nebuloso e serenamente inquieto...

■ Nell'enorme varietà di stili e proposte che caratterizzano la nostra epoca liquida suona piuttosto ridicolo continuare a parlare ad ogni stagione di un ennesimo "nuovo design". È tempo che l'analisi sposti l'attenzione dal progetto "creato", che oggi è privo di un segno specifico e riconoscibile, al creatore, per mettere a fuoco la nuova figura di creativo costituita dal *new designer*, che vede la propria professionalità impegnata non solo nel design o nell'arte, nella grafica o nel marketing, ma più in generale nella *liberazione di possibilità* attraverso l'alterazione di oggetti, scenografie urbane, domestiche, ecc.

È il caso per esempio della fashion artist **Francesca Menichelli**, che in un lavoro come *Il dentro fuori* pone in essere una tormentata ma inevitabile esplorazione dei lati terribili e poetici del sentire nell'epoca del sentimento liquido, in cui gli abiti costituiscono la nuova nudità del corpo e l'anima si mescola alle carni generando un composto sempre instabile che chiamiamo "io".

Oppure è il caso delle imprese dell'art designer **Martino Gamper** e di performance come *100 sedie in 100 giorni* (in cui ha progettato una sedia al giorno per cento giorni) o atti di riciclaggio praticati sui mostri sacri della storia del design, come in occasione della performance *If Only Gio Knew* realizzata al Design Basel 2008, in cui Gamper ha "riprocessato" l'arredo originale progettato da **Gio Ponti** nel 1960 per l'Hotel Parco dei Principi in Sorrento. L'urgenza che sta dietro simili interventi non dettata dal bisogno di fare una nuova sedia, o un nuovo tavolo, ma tenere i segni in movimento, cioè *in stato di costante alterazione*, per impedire che si congelino e rimangano uguali a se stessi.

Per toccare il cuore vivo della creatività contemporanea, allora, non serve guardare ai fenotipi del progetto (abiti, oggetti, installazioni), ma occorre concentrarsi sul genotipo del new designer, figura felicemente nebulosa e serenamente inquieta che non avverte alcuna separazione tra arte e design, grafica e marketing, originale e riproduzione, perché appartiene a una generazione che è nata

quando la fusione di questi ambiti era già avvenuta, e che non ha mai conosciuto la divisione delle arti. Muovendosi indistintamente tra design e arte, fashion e grafica, il new designer procede in tutti questi casi alla stessa operazione, consistente nella liberazione di possibilità per le "cose" che ci circondano.

Emblematico a questo proposito il metaprogetto *Resign* di **Andrea Magnani** e **Giovanni Delvecchio**. Da un ex-deposito degli oggetti smarriti, in cui ha sede l'associazione culturale DO di Faenza presso la quale operano, Magnani e Delvecchio compiono periodiche incursioni nell'Italia esclusa dal design che conta, cioè nelle case delle persone "normali" che forse non hanno uno Starck o un Mendini ma che possiedono comunque oggetti su cui si è addensato il tempo della loro vita, e sui quali i due "resigner" intervengono liberandone gli strati di vita possibile.

Perché oggi che abbiamo a che fare non con delle "cose" ma con delle temporanee organizzazioni di segni, ciò che dura non è vivo, e lo scopo di chi genera senso non è quello di creare *erga* (opere) ma di mantenere in circolo una *energhēia* (energia) che tiene accesi i segni impedendo loro di essere solamente ciò che

sono, e far sì che la realtà non sia solamente "se stessa" – condizione che ci è diventata intollerabile. Ecco perché quest'epoca non produce capolavori: perché il "capolavoro" è qualcosa che resta e che dura, e quindi preclude la liberazione di possibilità alternative, cioè della dimensione che costituisce il "senso" degli oggetti e delle esperienze del XXI secolo.

Il luogo in cui sgorga il senso nuovo è infatti il luogo dell'esperienza *ulteriore*, dello scarto che apre a *qualcosa d'altro* rispetto a ciò che si dava un istante prima, non necessariamente migliore ma comunque *diverso*. Nel nostro mondo del possibile non-finito il senso è qualcosa che esiste solo al condizionale. Ciò che gli oggetti *potrebbero* essere conta più di ciò che sono, che dura solo il tempo di farci rendere conto che non solo i nostri oggetti, ma anche noi non siamo mai stati ciò che siamo.

“ *Nel nostro mondo del possibile non-finito il senso è qualcosa che esiste solo al condizionale* ”



in alto a sinistra: **Francesca Menichelli** - Disco Collection - Burka di perle - progetto 'Il dentro fuori', 2009
in alto a destra: **Martino Gamper** - progetto 'Martino with Carlo Mollino'
a destra: **Francesca Menichelli** - Body Collection - progetto 'Il dentro fuori', 2009
in basso: **Andrea Magnani** e **Andrea Damiani** - 'AIDS' - prod. Resign, 2008



link.

www.gampermartino.com
www.resign.it

| stefano caggiano |

IL GUERRIERO DEL DESIGN

Impossibile sbagliare: i suoi oggetti sono nitidi, immediati, attuali, solidi. E non hanno bisogno di istruzioni per l'uso. Il suo materiale preferito, il pensiero; la sua sorgente, l'osservazione del quotidiano. Lui è Gabriele Pezzini, in lotta contro un sistema che distrugge il progetto...

■ **Virginio Briatore, nel libro *The Warrior Designer*, ti definisce un "guerriero del design". Con quali armi lotti per progettare i tuoi oggetti?**

Io non lotto per progettare, lotto contro un sistema prestabilito che distrugge il progetto. La definizione di Briatore mette l'accento su alcune qualità indispensabili nella vita: la tenacia, la forza e il coraggio necessari per cambiare lo stato delle cose e, nel caso specifico, del design.

Nella tua progettazione ci sono oggetti "sorgente" dai quali parti per migliorarli in qualche punto?

I punti di partenza del progetto sono molteplici, a volte non possono essere nemmeno identificati perché magari sono emotivi. È il processo di costruzione mentale che non cambia.

Molti dei tuoi oggetti (come

***Sunny Day*) nascono dall'attenta osservazione dei comportamenti quotidiani delle persone. Quanto questa lettura serve nell'ideazione di un progetto?**

L'osservazione e l'analisi sono per me la base di ogni progetto, ma non è una formula matematica, perché questi due aspetti sono condizionati e filtrati dalla mie esperienze dirette.

La tua ricerca sembra spesso indirizzata al materiale. Si può dire che per un oggetto c'è un solo materiale adatto?

Non è proprio così, anzi spesso per me il materiale è secondario; può essere supporto, perché lo si usa direttamente, ma anche perché fa da tramite per arrivare a un prodotto che poi verrà realizzato con un altro materiale. Imporsi standard di progettazione con il tempo può generare una certa sterilità. Il mio materiale preferito è il pensiero, modellabile all'infinito.

La radiolina *Match Radio* progettata per Muji, il rubinetto *Water Pot*, la scaletta *Building* sono tutti oggetti che non hanno bisogno di istruzioni per l'uso per essere compresi nel loro senso e utilizzo. Pensi che possa essere definito "democratico" un oggetto che raggiunge un'accessibilità della comprensione?

Gran parte delle mie ricerche è basata sulla comprensione dell'intera-

Il design liquido teorizzato da Branzi per me significa altro, cioè che tutti oggi possono parlare di tutto senza sapere come stanno le cose. Questa mostra è stata un disastro per le nuove generazioni, Branzi ha curato la sua immagine di designer che non ha più niente da dire e non si è preoccupato di ascoltare e capire, ha solo teorizzato l'apparenza della realtà che gli faceva comodo per restare ancora

“ Tra le sue più recenti realizzazioni, anche un elicottero e un'automobile per Hermès

zione tra l'oggetto e la persona che lo utilizza, oltre che sulla comprensione della percezione delle forme e delle funzioni, e forse è per questo che alcuni dei prodotti che progetto risultano così evidenti, come hai ben detto, tanto da non avere bisogno di istruzioni per l'uso.

Dopo la mostra in Triennale curata da Andrea Branzi, al design italiano delle generazioni di cui fai parte viene spesso attaccata l'etichetta di "design liquido". Ci sono alcuni dei tuoi oggetti che potrebbero essere definiti "liquidi"?

un po' in vita nel mondo del design. I miei progetti non hanno niente di liquido ma tutto di solido, costruito con la mia forza, le mie mani, i miei soldi, il mio lavoro.

Domanda secca: lo sgabello *Moving* strizza l'occhio a Gino Colombini o ai muratori?

Strizza l'occhio a tutti quelli che sono curiosi, e che quando lo guardano capiscono all'istante che ogni oggetto ha radici profonde, perché ogni oggetto è il risultato di una cultura che ha stratificato l'esperienza sublimandola in un oggetto.

Tra i tuoi progetti recenti troviamo un elicottero e un'automobile per Hermès. Dagli oggetti alle macchine, come dire: dal cucchiaino alla città...

Sì, è così. Ho conosciuto tre direttori artistici di Hermès durante una mostra organizzata a Milano nel 2003, *Il futuro della produzione*. Il mio progetto *Plug In*, un piccolo portacandele, li aveva attirati, e quattro anni dopo mi sono ritrovato a progettare un elicottero con la stessa semplicità, curiosità, capacità d'interpretare e capire il progetto nella sua essenza per una sua realizzazione. Il progetto possiamo applicarlo a tutto, se il progetto scaturisce dal pensiero, ma non se si tratta di esercitazione stilistica.

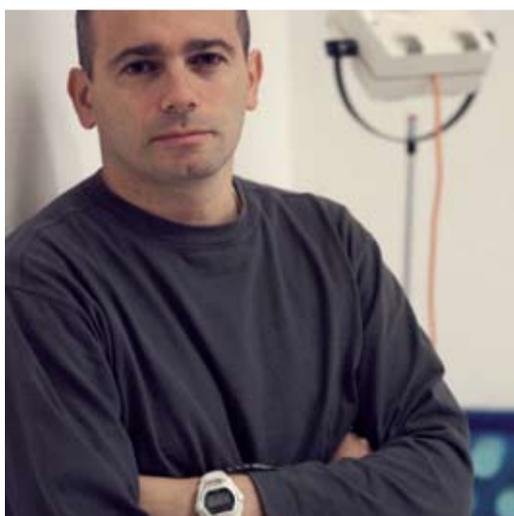
Per concludere, parliamo un po' del progetto *DO meteorite*...

Questa ultima domanda è per me la più importante, e sono contento che incuriosisca perché *DO meteorite*, incluso nel libro della collezione *DO create* di KesselsKramer e Droog Design, è quello che definisco la chimica del progetto, l'essenza delle componenti e delle sequenze che gli danno vita: l'osservazione, l'analisi, la meditazione, il tempo di comprensione, la semplicità del gesto, la curiosità per la banalità, l'intuizione, il coraggio di provare, la magia e la sorpresa di una scoperta.

| a cura di Valia Barriello |

link.

www.gabriele-pezzini.com



a sinistra in alto: Gabriele Pezzini
a destra: Gabriele Pezzini - 'Sunny Day Bench' - prod. Union Corporation, 2006
in basso a sinistra: Gabriele Pezzini - 'Water Pot', 2001
in basso al centro: Gabriele Pezzini - 'Moving' - prod. Maxdesig
in basso a destra: Gabriele Pezzini - 'DO meteorite' - prod. DO Create 2009



PUBLIC ART DI PASSAGGIO

Architettura, arte e design hanno molto in comune: tutt'e tre si dividono l'impervio terreno a cavallo tra estetica e funzionalità. Dove il significato di un'opera si precisa in uno spazio esterno e condiviso, e i segni s'impongono come autonomi portatori di senso...

Non è un caso che il nuovo libro di Georges Didi-Huberman, *Quand les images prennent positions* (2009), apra con l'affermazione che per poter sapere qualcosa bisogna innanzitutto prendere una posizione. È quanto di certo pensarono gli artisti che per primi guardarono alle potenzialità dell'architettura e del design come chiavi interpretative dei mutamenti sociali. Così facendo, essi hanno sviluppato nel contemporaneo una metafora già esposta dal pensiero minimalista: il significato di un'opera non deriva più dallo spazio intimistico e

privato della relazione con l'artista creatore, bensì da quello pubblico ed esterno di un sistema di culture nel quale i segni si impongono come autonomi portatori di senso. Solo che per la cosiddetta *public art* non si può più parlare di metafora: le traduzioni e i passaggi sono reali. Come gli oggetti che ci circondano.

Nel contemporaneo l'arte si è concentrata sempre di più su nuove e stupefacenti forme di rivisitazione degli spazi urbani e dei concetti che ne determinano la fruizione. Le opere di **Monica Bonvincini** per

esempio hanno la capacità di far riflettere e sorridere sulla dicotomia pubblico/privato: si pensi all'opera *Don't miss a sec* (2003-4), in cui l'artista, ispirata dal concetto di "panopticon", realizza una toilette pubblica oscurata dall'esterno, che però permette dall'interno di vedere ogni cosa. La sperimentazione fisica di tale continuità da parte del visitatore/fruitore implica una riflessione anche sulle categorie logiche che appartengono al nostro senso di intimità e socialità.

In questo filone anche i lavori di **Dan Graham**, che analizzano soprattutto l'influenza delle strutture architettoniche sulla nostra percezione spaziale. I vetri semi-oscurati delle sue sculture confondono e destabilizzano i sensi del visitatore, che si trova a dover fronteggiare un nuovo concetto di trasparenza, ostico e cangiante.

Magistrale anche il lavoro di **Rachel Whiteread**, come *House* (1993), in cui l'artista crea un vera e propria ridensificazione degli spazi vuoti dando vita a una sorta di calco interno di una casa che, prima di essere demolita, prese fisicamente posto accanto ad altre abitazioni di Grove Road, nella capitale britannica. La visione di un interno non accessibile si oppone agli esterni accessibili delle normali costruzioni abitative, facendo riflettere sul ruolo di abitazione ma soprattutto su quello di nucleo familiare.

Sul problema delle risorse idriche si è invece concentrato **Henk Hofstra**, che per l'installazione *The Blue Road* (2007) ha pitturato di azzurro mille metri di una trafficata strada di una cittadina olandese, dove prima scorreva un fiume. Impossibile non immaginare lo sconvolgimento degli autisti, che per un attimo si sono trovati ad essere paragonati a pesci al volante.

Molto legate all'impegno ambientalista e politico sono anche le opere di **Arne Quinze**, di cui ricordiamo la recentissima *The Sequence* (2008), installazione inaugurata a novembre a Bruxelles che consiste in un

rosso ponte di legno che fa da

passaggio tra Parlamento e Camera dei deputati.

Se la *public art* si ispira alle

pratiche dell'architettura e

del design (si veda, ancora,

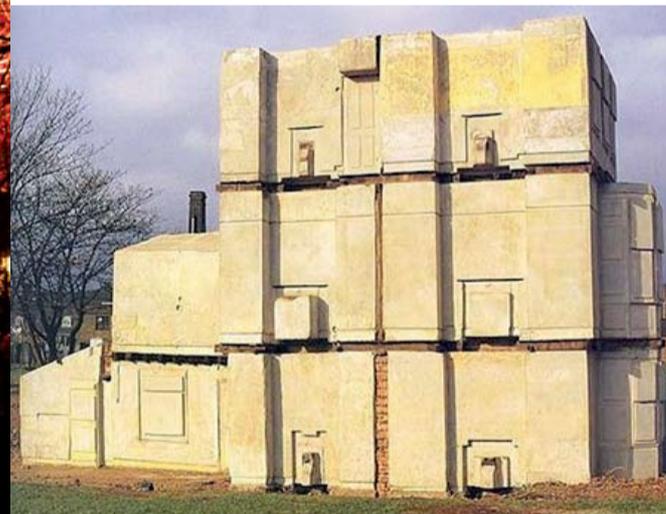
Delete! del duo **Steinbrener/**

Dempf, in cui tutta la segnaletica di servizio e pubblicitaria di una via di Vienna è stata coperta di giallo), lo fa perché nelle loro sperimentazioni ha letto un pensiero visivo che ben sintetizza le tendenze della vita contemporanea. L'arte le rimette in gioco tramite una sperimentazione delle abitudini con le quali normalmente questi spazi urbani vengono vissuti; facendosi luogo di un'esperienza concreta, essa diviene non solo passaggio fisico da un ambiente all'altro, bensì passaggio metaforico tra una tendenza sedimentata di approccio e una sempre nuova, sperimentale. Che è poi quello che fa anche il design, che per Vilém Flusser "avanza per tentativi, cercando di indovinare il disegno (design) approssimativo che regola determinate variabili in base alla loro funzione" (*Filosofia del design*, 2003). Sperimentare, quindi, e prendere una posizione.

| greta travagliati |

“ Il contemporaneo si è concentrato su nuove e stupefacenti forme di rivisitazione degli spazi urbani

a sinistra in alto: **Monica Bonvincini** - 'Don't miss a sec', 2003-2004
in alto al centro: **Arne Quinze** - 'The Sequence'
qui sotto: **Rachel Whiteread** - 'Untitled - House', 1993
in basso a sinistra: **Steinbrener e Dempf** - 'Delete!'
in basso al centro: **Monica Bonvincini** - 'Don't miss a sec', 2003-2004
in basso a destra: **Henk Hofstra** - 'The Blue Road', 2007



RIVOLUZIONE PERMANENTE

Da alcuni anni molte aziende adottano strategie di "marketing non convenzionale". Ne parliamo con Alex Giordano e Mirko Pallera, che nel 2000 hanno dato vita a NinjaMarketing, il primo osservatorio italiano di azioni di marketing alternativo...

■ **Come i guerrieri ninja, anche voi utilizzate tecniche non convenzionali per ottenere il massimo del risultato con il minimo di risorse. Potete descrivere una vostra azione?**

No! La risposta è secca perché il difficile del nostro mestiere è dato proprio dal fatto di non poter reiterare all'infinito schemi predefiniti. Questa è stata una chimera di tutto il sistema industriale televisivo, noi navighiamo verso rotte diverse. Non è un caso che al di là dei narcisismi linguistici (nel nostro libro abbiamo recensito centinaia di nuovi marketing: dal *buzz marketing* al *guerrilla marketing*, dal *wom marketing* all'*ignorance marketing*...) abbiamo introdotto in Italia il concetto di non convenzionale, che ha in sé il seme della rivoluzione continua e permanente: quello che oggi non è convenzionale, domani lo sarà, quindi...

che ci consente di entrare nel senso che le persone attribuiscono al loro stare insieme, al loro divertirsi, al loro consumare.

Insieme a Bernard Cova avete scritto il libro "Marketing non convenzionale", che illustra le nuove strategie di marketing virali. Potete descriverci il concetto di societing?

Ironia della sorte, il libro doveva proprio chiamarsi *Societing*, che è in realtà quello che ci sforziamo di fare nella nostra vita. La parola (e non solo) "marketing" ci ha stufato, ma per l'editore era ancora troppo presto. Ma ancora una volta l'invito è a non innamorarsi di questo o quel nome, ma ritornare a un sano "senso della misura", intesa come un abbandono del proprio fondamentalismo per cominciare ad apprendere dall'altro: raramente viene considerata dall'azienda l'idea

“**Su un piano operativo è fondamentale una ricerca di tipo etnografico: non ci sono target da colpire, ma persone con cui risuonare**”

Nel vostro "decalogo della sacra scuola del marketing non convenzionale" dichiarate che "non ci sono target da colpire ma persone con cui risuonare". Qual è la strategia che porta all'attuazione di questo processo?

In realtà qui entra in gioco soprattutto la sensibilità. Oggi l'impresa non può non essere culturale e deve tener conto che la società non vuole più essere colonizzata dalle dinamiche di mercato su ogni livello di relazione possibile. Un approccio anti-coloniale richiede attenzione alle prospettive dei marketer, nonché a quelle dei consumatori e degli altri rappresentanti operativi. Essi possono, similmente ad aziende o altri rappresentanti societari, introdurre un significato, un'idea ecc. nel marketplace e nella società stessa. Anzi sono proprio queste le idee più rilevanti per i diversi pubblici contemporanei. Si tratta, banalmente, di aprire un po' più le orecchie per chiudere un po' la bocca. Di questo il *Clue Train manifesto* sono anni che ce ne parla. Su un piano operativo è fondamentale ritornare a una sana ricerca di tipo etnografico, la sola

che il consumatore abbia delle conoscenze che possano essere interessanti per l'impresa. L'azienda deve invece "lasciar fare", cioè lasciare che i consumatori "prendano il controllo" delle variabili di marketing tradizionalmente predefinite dall'impresa (distribuzione, informazione sul prodotto, erogazione del servizio, comunicazione sulla marca).

Dal vostro osservatorio, qual è la situazione italiana?

Esistono come sempre due Italie: quella di chi lavora, pensa, fa ricerca, sperimenta, e quella dei parassiti opportunisti. Fortunatamente c'è una scena che negli ultimi anni è cresciuta nei circuiti underground e oggi ha sempre più visibilità, sia in Italia che all'estero, dove vantiamo eccellenze di primissimo piano, anche se per lo più sconosciute dai media mainstream del Paese. Per esempio Salvatore Iaconesi e Oriana Persico di *Art is Open Source*, che hanno organizzato il primo Roma Europa Fake Factory; il LaRiCA (Laboratorio di Ricerca Comunicazione Avanzata) dell'Università di Urbino che conduce importanti studi sul so-



NM



in alto: Alex Giordano e Mirko Pallera
qui sopra: Assvertising - Campagna MTN Italia
a sinistra: Ninjamarketing logo
in basso: Diesel Denim, 2009

cialnetworking e infine mi piace per una volta menzionare anche il DISTRA (dipartimento di Studi e Ricerche Aziendali) dell'Università di Salerno che, bypassando l'attitudine tipicamente meridionale ad entrare in questa o quella parrocchia politica per competere su un piano regionale, ha capito che ormai è tempo di confrontarsi su un piano internazionale, grazie al lavoro svolto dal team del professor Metallo, nel gruppo di ricerca Euromediterraneo sul Marketing Mediterraneo.

Quale azienda italiana legata al design secondo voi applica meglio la strategia di marketing non convenzionale?

Che dire... il paradosso del marketing non convenzionale è che il miglior prodotto è quello che non ha bisogno del marketing. È quel prodotto che possiede ciò che abbiamo definito Viral DNA®, cioè quelle caratteristiche che rendono il prodotto talmente utile e culturalmente attuale che i suoi pubblici sono portati a diffonderlo spontaneamente come un virus. E in questo la cultura del Design italiana, la cultura del progetto ci viene in aiuto. Bisogna lavorare a un buon progetto ma anche affinché questo nei suoi passaggi produttivi non corrompa troppo quella che era l'idea archetipica a cui si ispirava. Questo vale per il prodotto, vale anche e soprattutto per il marketing e la comunicazione. In Italia abbiamo grandi case history mondiali di marketing contemporaneo, come Illy e il gruppo Miroglio con il brand Elena Mirò, Fiat che lavora alla grande su tutto quello che è marketing digitale, e Diesel che lascia decidere ai suoi utenti qual è il suo posizionamento (è street o è fashion? è cool o è underground?). TimTribù è un caso d'eccellenza in termini di marketing tribale, l'unico che è riuscito (sino ad ora) a usare in maniera sostenibile tutte le tecniche del marketing non convenzionale in maniera orientata al *societing* (nel senso che non le usa in maniera opportunistica, ma con grande rispetto e partecipazione del suo pubblico). Il Mulino Bianco con il progetto "Il mulino che vorrei" ha preso atto che non sono più i soli attori di mercato ad agire ma che tutti possiamo agire sulla società, con azioni che hanno ricadute sul mercato. Queste marche non sbaigliano mai? Certo che sì, ma mai come oggi è stato vero che sbaigliando s'impara...

| a cura di **giorgia losio** |

link.

www.ninjamarketing.it

IL PIANETA CREATIVO

Sparso lungo la trama reticolare dell'antropologia contemporanea è in corso oggi il grande incontro del popolo mondiale, le cui differenze reagiscono "chimicamente" l'una con l'altra dando vita al più grande rigoglio di creatività e partecipazione a cui il pianeta abbia mai assistito...

■ Non c'è niente da fare. L'immaginazione non ci arriva. Sei miliardi e settecento milioni è un numero troppo grande. Eppure, tanti siamo oggi su questo pianeta. E che fossimo in tanti, certo, lo si è sempre saputo; ma un conto è sapere, un altro è sentire. Un'idea plastica dell'incredibile pullulare di vita e morte in atto sul terzo pianeta dal Sole possono darla iniziative come quella di Worldmeters.info, sulla cui homepage una serie di contatori febbrilmente attivi aggiornano in tempo reale il numero di abitanti del pianeta, le nascite e le morti di oggi, gli accessi a internet e quelli (negativi) all'acqua potabile. O ancora progetti come

Sei miliardi di altri di Yann Arthus-Bertrand, che sta raccogliendo sul suo sito brevi interviste filmate a tutti gli abitanti del pianeta (per ora ne sono state realizzate seimila) ponendo domande su argomenti come la felicità, la morte, il dolore, i sentimenti. In effetti oggi, grazie alle nuove tecnologie info-elettroniche che connettono senza più alcuna mediazione la dimensione privata a quella planetaria, il popolo mondiale, che prima di internet era solo

un'astrazione dell'intelletto, è diventato una realtà tangibile, qualcosa che non solo sappiamo esistere ma la cui presenza avvertiamo concretamente nella vita quotidiana. E mentre un tempo l'incontro tra culture era improntato all'affermazione delle reciproche diversità, oggi le comunanze si rivelano non meno interessanti delle differenze, così che queste non sono vissute come ostacolo ma come volano per il grande incontro del popolo mondiale,

“ **Non sentiremo mai più gli oggetti come 'cose' concluse una volta per tutte** ”

le, che costituisce il vero, epocale evento in atto oggi su questo pianeta.

Passando alla scala "reticolare", quello che sta avvenendo all'inizio del nuovo secolo con la transizione dal web di prima generazione (in cui i più consumavano passivamente contenuti prodotti dai pochi detentori del diritto demiurgico di creare) al web 2.0 (contraddistinto dal ruolo principale del pubblico nella generazione di contenuti) è destinato ad avere importanti conseguenze sul

modo in cui le persone *sentono* non solo gli oggetti digitali, ma anche quelli materiali.

Lo studio **Hero Design Lab**, per esempio, posta sul blog Notcot.com le fasi di sviluppo dei concept su cui lavora, per accogliere i suggerimenti degli utenti. **Elephant Design**, implementando l'attitudine alla partecipazione, ha scardinato la sequenza designer - azienda - utente riorganizzandola nella sequenza designer - utente - azienda: i progettisti mettono i propri concept sul sito, gli utenti li votano, e quando un concept raggiunge una certa quota di preferenze l'azienda ne ricava un prodotto. E l'elenco potrebbe continuare: Kluster.com, Zooppa.com, ecc.

Anche un'azienda italiana in forte espansione come Lago, diretta dal main designer **Daniele Lago**, se pure con uno spirito meno spregiudicato sta portando avanti una crescita in direzione della dimensione 2.0, laddove tutto ruota attorno alla persona, con i suoi pregi e i suoi difetti.

Simili esperienze mostrano come la

penetrazione del web nei risvolti più intimi della vita personale, relazionale e professionale abbia raggiunto una soglia critica oltre la quale la propensione alla creazione partecipata si è ormai estesa *al di fuori* del perimetro del virtuale, investendo il mondo delle cose tangibili. In particolare, il fenomeno dell'*upgrade*, per cui il prodotto digitale non viene concepito come qualcosa di "finito", ma come qualcosa che rimane sempre "aggiornabile", è destinato ad incidere a fondo le corde emotive di chi si occupa di progetto. Non sentiremo mai più gli oggetti come "cose" concluse una volta per tutte. Anche nel design allo stato solido le energie più fresche sono quelle che partecipano del nuovo paradigma della liquidità, dando vita a un vero e proprio "design 2.0", nel quale la genesi dell'oggetto assume in sé i due caratteri che definiscono la *2.0 attitude*: generazione partecipata dei prodotti, e prodotti costitutivamente aperti a evoluzioni successive. È il caso per esempio del progetto $2 : 4 = 6$ di **Maria Marino**, in cui l'oggetto, a un certo punto della sua esistenza, viene "scisso" dall'utente in due oggetti diversi, ri-

cavati da una serie di operazioni di trasformazioni iscritte a monte nel prodotto e che non lasciano dietro di sé nessuno scarto. Così, il mobiletto si scinde dando vita a una lampada e a un tavolino, mentre il baule si scinde dando vita a un tavolo e a una specchiera.

Nel nuovo secolo, accanto al design a cui siamo abituati, fatto di "opere" e di estetica, sta trovando sempre più spazio un design fatto di "processi" e di energia, in cui l'oggetto chiuso alla dimensione evolutiva, e alla cui ideazione l'utente non può partecipare, è percepito come amputato del proprio senso - del "senso", cioè, così come prende forma all'inizio del XXI secolo: aperto, evolutivo e partecipato.

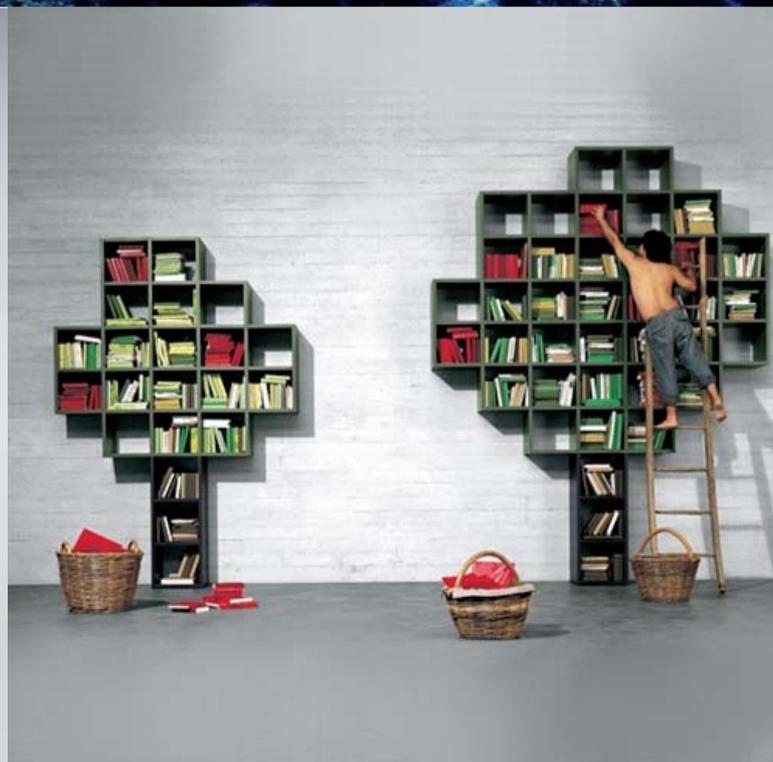
| stefano caggiano |

link.

www.worldmeters.info
www.6billionothers.org
www.herodesignlab.com
www.notcot.com
www.kluster.com
<http://it.zooppa.com>
www.redesignme.com
www.lago.it



in alto a sinistra: Il terzo pianeta dal Sole
 qui a destra: **Maria Marino** - '3 : 2 = 6' - autoproduzione, 2009
 in basso a destra: **Daniele Lago** - '30 MM' - prod. Lago, 2006



QUESTA NON È UNA LAMPADA

I segni che caratterizzano il paesaggio dei prodotti di oggi sono, come i liquidi di Bauman, "sempre pronti, e inclini, a cambiare forma". Trasformando questa rilevazione sul campo in una linea di tendenza per il design, la neonata azienda milanese NTT Design, uno dei primi casi di made in Italy del XXI secolo, si sta facendo molto apprezzare con *Kreaton*,

una "lampada che non esiste" (come recita il claim) ideata dal direttore creativo **Sergio Nava**, e sviluppata con la collaborazione degli altri soci fondatori di NTT, i quali – anche questa è una notizia in Italia – sono tutti trentenni. Il prodotto ricorda molto una costruzione in Lego, ma il brevetto è originale, e risultato da una ricerca volta a isolare il modulo-DNA

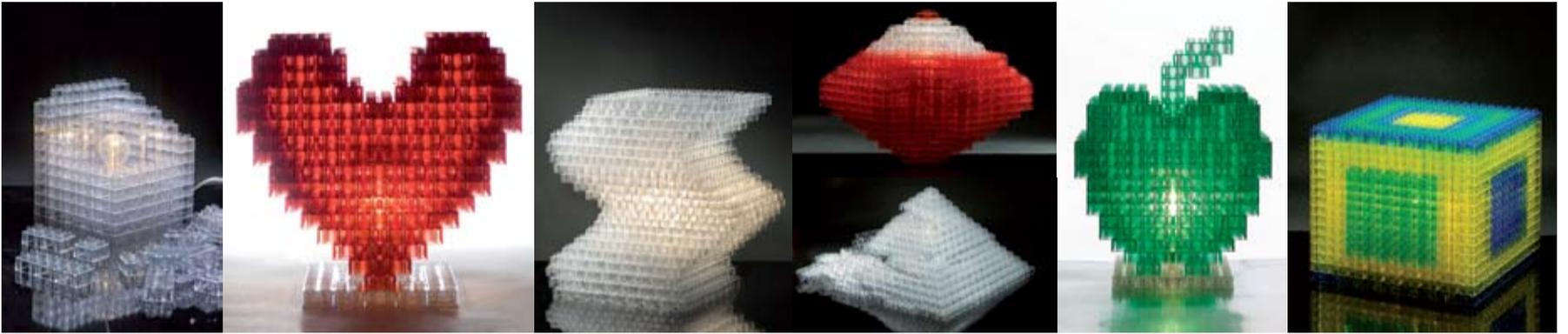
più adatto per permettere all'utente di fare qualsiasi cosa con il suo oggetto. *Kreaton* è infatti composta da una lampadina montata su una base in policarbonato trasparente a partire dalla quale è possibile costruire e ricostruire infinite volte la lampada che si vuole, a forma di mela, cuore, piramide o in qualsiasi altra foggia, astratta o concreta, utilizzando i pic-

coli mattoncini forniti in tre misure e cinque colori. Anche se il grado di personalizzazione raggiungibile con un oggetto simile è altissimo, non è in questo che risiede la vera forza di *Kreaton*, ma nella possibilità reale, e non solo presunta, offerta all'utente di prendere parte a un processo creativo aperto ed evolutivo. Qualunque sia la forma alla quale perviene, in-

fatti, l'utente è il primo ad avvertire il proprio risultato come non definitivo, perché ciò che *Kreaton* cerca (il suo "senso") non è l'estetica migliore ma la variazione ulteriore – sempre e comunque ulteriore. Non ergon, ma energheia. | **stefano caggiano** |

www.kreaton.it

www.nttdesign.com



IL PROGETTO CHE VIVE

Come gli uccelli di uno stormo in volo seguono poche regole di base che generano "estetiche" di grande fascino e suggestione, così il progetto *Vita* di **Massimo Mariani** per MDF Italia è un sistema componibile di sette moduli con mensole e contenitori che possono adattarsi non solo allo spazio, ma anche al tempo. Squadrato nel segno e fluido nel principio, grazie

a un "configuratore" virtuale che il cliente può utilizzare dal sito di MDF Italia, il sistema misto reale-virtuale *Vita* è in grado di produrre un numero infinito di combinazioni, che l'utente può modificare liberamente spaziando all'interno di un principio generatore di alta qualità estetica e funzionale: in ogni caso, ci pensa il software ad escludere le composizioni non realizzabili o for-

malmente inadeguate, cogliendo la fortissima esigenza dell'utente di partecipare, che sta diventando *più alta* della sua stessa capacità di ottenere risultati di livello estetico che il suo gusto, abituato alla qualità del prodotto made in Italy, esige comunque. In *Vita* è evidente come l'obiettivo del progetto sia oggi meno pervenire a soluzioni definitive che mantenere aperta una

trasformabilità diffusa delle cose e delle persone. Così, passato un certo periodo dall'acquisto, l'utente di *Vita* può "upgradare" il proprio arredo acquistando altri moduli, realizzando nuove composizioni e ripetendo l'operazione ogni volta che ne sente il bisogno. Perché in gioco c'è qualcosa di più che una semplice "fidelizzazione": piuttosto, qui si ha a che fare con la declina-

zione nel XXI secolo della migliore tradizione del design italiano, da sempre capace di tessere una complicità relazionale tra cliente e produttore basata un tempo sulla partecipazione a un comune progetto culturale, e oggi sulla progettazione condivisa di prodotti aperti ed evolutivi. | **sc** |

www.mdffitalia.it



È IL 2.0, BELLEZZA

Ci sono fatti che segnano il tempo, aprendo a nuovi scenari inimmaginabili fino a pochi giorni prima. È quello che è successo con la nascita del software open source, persone che da tutto il mondo si sono messe a realizzare e diffondere gratuitamente prodotti di qualità professionale non per guadagnare soldi, ma per esprimere la propria

progettualità. Anche nel mondo degli oggetti allo stato solido stanno nascendo esperienze di vero e proprio design open source, come nel caso di Redesignme.com, azienda sorta nell'incubatoio di Eindhoven che permette agli utenti di proporre miglioramenti o addirittura riprogettare i prodotti esistenti in commercio. Il sito è suddiviso in due sezioni:

Design Critique e RDM Challenges. La prima sezione raccoglie le migliori modifiche apportate ai prodotti in base agli input forniti dagli utenti, che possono così trasmettere ai designer e ai produttori consigli e preziosi feedback dal mondo reale. La sezione dedicata alle RDM Challenges raccoglie le "sfide concettuali" lanciate dalle

aziende che vogliono coinvolgere maggiormente i loro clienti nel processo di sviluppo del prodotto. Questo servizio ha un costo per le imprese, che costituisce la principale fonte di reddito di Redesignme.com, ma anche in questo caso il coinvolgimento degli utenti negli e-briefing avviene su base spontanea e volontaria, incentivata

solo dalla possibilità di raccogliere punti RDMs che successivamente vengono convertiti in premi tratti dal RDM Shop, provenienti in ogni caso da quella miniera d'oro inesauribile che sono le persone *tutte*. È il 2.0, bellezza, e tu non puoi farci niente. | **sc** |

www.redesignme.com



LA SUBLIMAZIONE DEGLI OGGETTI

Ciò che gli oggetti info-elettronici stanno portando nelle nostre vite, con le loro prestazioni e la loro invasività, è un profondo rimescolamento degli automatismi del pensiero e della dislocazione psicosomatica dei sentimenti. Che catapulta il design al centro del "sentire" nel nuovo mondo...

■ Quello tecnologico è uno dei fronti su cui il fare creativo è oggi maggiormente attivo. Ma ogni nuova opportunità apre a problematiche specifiche. E quando, come nella nostra epoca, per la prima volta nella storia la tecnica è molto più di uno strumento nelle mani dell'uomo, ma tende a coincidere con l'ambiente stesso all'interno del quale l'uomo vive, la categoria umana del "senso" va incontro a pericolose sbandate, perché la tecnica, in quanto attività procedurale, non nasce per generare senso ma per produrre risultati. Così, nel momento in cui l'intero orizzonte reale, speculativo ed emotivo delle persone viene riassorbito dalla vis puramente performativa della tecnica, è la stessa dimensione del senso a venire a mancare nel vissuto quotidiano delle persone.

Quello che si apre è uno scenario nel quale la tecnica mette in grado l'uomo di produrre effetti che vanno oltre la sua stessa capacità di sentire la portata di tali effetti, il che fa di noi, come dice **Umberto Galimberti**, degli "analfabeti emotivi", cioè degli esseri che non riescono a provare ciò che fanno, perché ciò che fanno è portato dalla tecnica a un tale livello di estensione, efficienza e prestazionalità, da lasciare indietro le corde emotive di chi li ha generati. Assistiamo così "alla distruzione del sistema ecologico, [...] alla possibilità della comunicazione totale superiore ai contenuti effettivi che abbiamo da comunicare, alla presenza simultanea di tutti gli accadimenti del mon-

do senza un'adeguata possibilità di assimilazione".

La partita del design diventa allora la partita del ricongiungimento "senso" (sensoriale e di significato) dell'uomo con il suo agire tecnicamente organizzato. Meravigliosamente inquietante, a questo proposito, l'"architettura dinamica" di **Robert Fisher**, la cui prima *Rotatong Tower* (questo il nome del grattacielo) sarà pronta tra il 2010 e il 2011 a Dubai. I

Paola Antonelli, curatrice della mostra *Design and the Elastic Mind*, ha colto perfettamente la posta in gioco: "Senza i designer, anziché una città virtuale fatta di homepage con finestre, porte di accesso, pulsanti e link, internet sarebbe ancora una serie di oscure stringhe di codice [...]. I designer danno vita e voce agli oggetti, e così facendo rivelano le nostre visioni e aspirazioni: anche quelle che non sapevamo ancora di avere".

In particolare, attraverso la progressiva miniaturizzazione delle tecnologie, gli oggetti a funzionalità computerizzata tendono a diventare quasi aeriformi. D'altro canto, secondo **Mike Kuniavsky** di Adaptive Path, i designer che progettano

gli apparecchi info-elettronici, le cui prestazioni sono sempre più simili a prodigi, dovrebbero adottare la magia come nuova metafora cognitiva per le interfacce, in sostituzione della metafora del desktop che per anni ha definito i computer da ufficio. Mettendo insieme queste due linee di tendenza – la sparizione fisica degli oggetti tecnologici e la loro sempre più alta, quasi "magica", performatività – la design researcher **Mariaelena Gianmoena** ha elaborato un progetto di interfaccia immersiva che adotta come metafora cognitiva

link.

www.kineticarchitecture.net
<http://dynamic-architecture.blogspot.com>
www.youtube.com/watch?v=iY0Uuyf8Xhw
www.moma.org
www.adaptivepath.com
www.youtube.com/watch?v=MfdQArNVJgA

la gestualità corporea dell'utente, il quale interagisce con ologrammi tridimensionali diffusi nello spazio domestico attraverso i suoi puri gesti, letti da sensori installati nell'ambiente senza bisogno di guanti o visori.

Simili progetti, in relazione ai quali la fantascienza (si pensi a *Minority Report*) non costituisce l'opposto ma una palestra preparatoria, danno corpo a una nuova "rimagicizzazione" del mondo, dopo la "smagicizzazione" segnalata da **Max Weber** in epoca moderna, quando la ragione occidentale credette di poter disvelare ogni ripiegamento arcano del mondo riconducendolo a una spiegazione scientifica, psicologica, sociologica. Ma oggi che il possibile mostra di avere una forza impattante superiore a quella del reale, la ragione non è in grado da sola di comprendere quello che sta avvenendo nelle nostre vite quotidiane, e compito del design diventa quello di mettere in grado tutti noi di sentire il possibile.

| stefano caggiano |

“ Il livello di estensione, efficienza e prestazionalità della tecnica è tale da fare di noi degli 'analfabeti emotivi' ”

piani del palazzo, di forma irregolare, sono fissati a un pilone centrale, attorno a cui ruotano ciascuno per proprio conto. Ciò permette a chi si trova all'interno di cambiare panorama quando vuole, e a chi si trova all'esterno di assistere, tra lo spavento e la meraviglia, a un edificio le cui linee danzano e ondeggiavano come una gigantesca scultura fluida.



in alto a sinistra: *Minority report*
 in alto al centro: **Mariaelena Gianmoena** - progetto per interfaccia immersiva, 2009
 in alto a destra: **Mathieu Lehanneur** - 'Bel-Air' - Design and the Elastic Mind - MoMA, New York, 2008
 in basso a sinistra: **Robert Fisher** - Rotating Tower - Dubai, 2010
 in basso al centro: **Joris Laarman** - 'Bone Chair' - Design and the Elastic Mind - MoMA, New York, 2008
 in basso a destra: **Front design** - 'Sketch Furniture' - Design and the Elastic Mind - MoMA, New York, 2008



TECNOLOGIA A FIOR DI PELLE

Philips Probes è un dipartimento di Philips Design che porta avanti ricerche sperimentali su scenari post-2020, in cui le tecnologie avanzate potrebbero entrare a far parte della nostra vita quotidiana sino a diventare, ad esempio, veicolo delle nostre emozioni. Il centro di ricerca è di recente ideazione e

ha sede ad Eindhoven. Vengono individuati trend emergenti e sviluppi tecnologici, per elaborare concetti futuristici e dibattere sugli usi appropriati delle tecnologie, fino ai test effettuati su prototipi fisici.

SKIN: Tattoo è uno dei filoni attualmente portati avanti. I tatuaggi e i piercing, così come altre forme di

decorazione del corpo, hanno da sempre costituito un linguaggio visivo capace di veicolare messaggi circa identità e personalità. Attraverso l'uso di tecnologie elettroniche capaci di individuare le emozioni umane, Philips Probes sta sviluppando tatuaggi sensibili allo stato emotivo della persona, in

modo tale da modificarsi in tempo reale in un numero infinito di informazioni. **VIBE: Emotion sensor** è un altro progetto di Design Probes che esplora la possibilità di rendere le tecnologie sensibili alle emozioni dell'uomo. **VIBE** consiste in una collana con sensori biologici integrati che la rendono intelligente

alle emozioni di colui che la indossa. Attraverso la collana è possibile comunicare le proprie emozioni ad altri apparecchi elettronici o semplicemente ad altre persone che indossano una collana con la stessa tecnologia. | **laura boffi** |

www.design.philips.com/probes



TECNOLOGIA NON SCONTATA

Non tutti gli utenti fanno uso delle tecnologie allo stesso modo. Per ogni utente soddisfatto, ce n'è uno dai bisogni più complessi e bizzarri. Questo è il punto di partenza per il duo di progettisti **James Auger** e **Jimmy Loizeau**, con base a Londra, il cui lavoro mette in discussione il trend contemporaneo che vuole una tecnologia super-efficiente e multi-funzionale. Dall'osservazione di episodi di vita

quotidiana captano bisogni individuali e comportamenti sociali che rivelano singolari relazioni tra le persone e le tecnologie tutto intorno, quotidianamente a disposizione. James e Jimmy creano scenari ipotetici sulla base delle loro analisi "sul campo" e producono prototipi che mostrano e testano altri usi possibili delle tecnologie. **Telepresence**, ad esempio, esplora la possibilità di sentirsi fisicamente

presenti in un luogo geograficamente lontano, attraverso la rimozione di qualsiasi referenza visiva e acustica dell'ambiente circostante. Mutuando una tecnologia che esiste da tempo in ambito militare, James e Jimmy costruiscono un sistema dotato di un casco con telecamera e microfono indossato dalla persona nella località remota, e di occhiali-schermo televisivo su cui vengono trasmesse wire-

less le immagini rilevate dalla telecamera. I due designer immaginano poi possibili scenari di utilizzo sociale dei loro dispositivi. Potrebbero nascere servizi di **affitto del corpo** nell'eventualità che uno non possa/voglia fisicamente recarsi in un luogo e magari ingaggi un suo sostituto che possa adempiere all'azione. Oppure montando il dispositivo sul dorso di un cane, un utente potrebbe iniziare a cammi-

nare **standosene da casa** nelle vie della città o in aperta campagna. Se si pensa a ciò che un progetto del genere può significare per gli utenti disabili, si riesce a percepire l'enorme potenzialità di pratiche sperimentali e apparentemente bizzarre che hanno luogo oggi nel campo del design, com'è quella del duo Auger-Loizeau. | **lb** |

www.auger-loizeau.com



SE IL DESIGN È THINKING

IDEO è unanimemente riconosciuta come la più importante società mondiale di consulenza per il design, con sedi a Palo Alto, San Francisco, Chicago, Boston, New York, Londra, Monaco e Shanghai. La caratteristica che più colpisce di IDEO è che all'interno del gruppo lavorano non solo designer e progettisti, ma anche antropologi e scienziati cognitivi. Perché il metodo messo a punto da IDEO, che ha contribuito a portare

l'azienda ai vertici del settore, consiste nel far germogliare il progetto non dalla fantasia del designer (a che pro, nell'epoca della creatività diffusa, dove le "idee" sono la materia prima maggiormente disponibile e più a buon mercato?), ma dalle emozioni degli utenti. Non a caso, quelli di IDEO sono stati i primi a parlare di **design thinking**, formula che – come spiega il CEO della società **Tim Brown**, il quale tra poco pubbli-

cherà un libro sull'argomento e nel frattempo tiene un blog – significa fondamentalmente tre cose: 1. concepire qualsiasi problema non come un nodulo inamovibile dalla faccia della realtà, ma come l'occasione per dar vita a un **progetto** che ancora non era stato pensato; 2. tener presente, in ogni momento dell'agire progettuale, che comunque vadano le cose c'è **sempre** un modo diverso di vederle; 3. concretizzare **subito**

le soluzioni ipotizzate, tramite la realizzazione, con qualunque mezzo, di prototipi velocemente allestiti, per testare in tempo reale come questi "reagiscono" sul sentire dell'utente. I tre punti elencati da Brown chiariscono come, nonostante le apparenze, l'uomo messo al centro del progetto da IDEO **non** sia lo stesso uomo attorno al quale veniva orchestrato il progetto del XX secolo. Mentre quest'ultimo era un uomo standard,

ideale, **concepibile** in serie perché figlio di un mondo popolato da oggetti prodotti in serie, l'uomo di cui si prende cura il design thinking del XXI secolo non esiste al singolare ma solo al plurale: sono **le persone**, con i loro diversi pregi e difetti, sogni e incubi, a stare nei mille centri (leggi nodi) della rete creativa diffusa del nuovo secolo. | **stefano caggiano** |

www.ideo.com



L'OLANDESE CREANTE

Cosa succede dentro la scuola di design più famosa del mondo? Nella Design Academy di Eindhoven ribolliscono di continuo idee su idee. A volte semplici, altre complesse, ma sempre intimamente potenti. Felicamente sospese tra concettualismo e materialità...

■ La Design Academy di Eindhoven, una delle scuole di design più influenti nel mondo, è un luogo in cui convergono studenti e docenti accomunati dalla voglia di raccontare storie attraverso gli oggetti. Tutto si concentra ad Eindhoven, un piccolo centro industriale nel mezzogiorno dell'Olanda, con tantissime biciclette ai semafori nelle ore di punta e un persistente grigio nel cielo per gran parte dell'anno. L'edificio della Design Academy, lo storico Witte Dame, fabbrica dei primi bulbi incandescenti della Philips, si nota da ogni parte della città. Ed è proprio qui che stormi di biciclette guidate da ragazzi di tutte le nazionalità si dirigono sin dal primo mattino, quando i laboratori aprono e alcuni professori iniziano le loro lezioni.

Se si è in giro per Eindhoven il martedì, all'ora di pranzo per esempio, molti dei giovani che si vedono per le strade sono designer "in borghese" che vanno a zonzo per il mercato, chi in cerca di materiali per costruire modelli, chi per fare pausa in attesa che l'officina della scuola riapra. Di tempo ce n'è: dal punto di vista di chi la frequenta, la Design Academy è una storia che può durare dai due ai quattro anni, a seconda che si sia iscritti a un Bachelor o a un Master Degree. Tutti quelli che arrivano ad Eindhoven con lo scopo di studiare alla Design Academy condividono una visione che guarda all'oggetto come a un'entità fisica capace di

na che ha traghettato la scuola a ciò che rappresenta oggi nel panorama mondiale del design, ma soprattutto è riuscita a formare una

tipologia di designer che intende il prodotto come la manifestazione fisica della dialettica tra il concept originario e il percorso creativo attraverso innumerevoli esperimenti condotti in officina.

I progetti che vengono sviluppati in Design Academy nascono tutti da un'idea originale che lo studente/designer propone personalmente. A volte sono idee che balenano in testa come epifanie inaspettate,

un po' alla James Joyce, in seguito all'osservazione di particolari di vita quotidiana, senza troppe pretese e vezzosità, idee genuine, semplici ma intimamente potenti. Altre volte il concept tarda ad arrivare e lo studente ci giunge solo in seguito a una ricerca che nessuno avrebbe mai pensato che avrebbe portato a tale conclusione.

Dopo aver scovato il concept, nella mente o nel mondo, per gli



in alto e a sinistra: Design Academy Eindhoven - photo Davide Dulcetti
in basso: Reinier Korstanje - 'OKES - oak lifestyle bike'



“ *I tecnici di laboratorio, che ne hanno viste tante, sanno suggerire sempre una buona direzione* ”

parlare agli occhi e al cuore. Gli oggetti che nascono nelle officine della scuola sono tutti il frutto di un processo creativo eccitante, sperimentale e a volte estenuante, che gli studenti intraprendono fiduciosi di giungere al traguardo a cui vogliono arrivare.

Saranno state le parole dei discorsi dell'ex direttrice della scuola, Li Edelkoort, a infondere tanta passione e fiducia nel proprio percorso creativo, e la tenacia per superare gli ostacoli e le temporanee sconfitte. La Edelkoort è la perso-

link.
www.designacademy.nl

studenti iniziano le giornate in cui pensare alla materializzazione dell'oggetto, la traduzione fisica del pensiero. Forma, materiali, funzione per raccontare una storia personale che va via via arricchendosi per ogni ora passata in officina. Gli studenti si stimolano a vicenda, anche se può succedere che uno non capisca esattamente cosa stia realizzando l'altro, mentre i tecnici di laboratorio, che ne hanno viste tante, vedono più lungo e sanno suggerire sempre una buona direzione. O magari si appassionano a un progetto al punto che ogni giorno in officina diventa una collaborazione tra più persone.

E si arriva così ai *finals*, quando a fine trimestre ogni studente allestisce la sua esposizione nei corridoi e negli spazi aperti della Witte Dame, ripercorrendo con tutti i suoi esperimenti, modelli rotti, prove riuscite e prototipo finale i passaggi che lo hanno condotto al punto in cui si trova adesso. Forse definitivo, forse no.

Perché chi passa alla Design Academy Eindhoven impara che c'è sempre un *next step* da intraprendere, e in qualsiasi momento della sua carriera farà mentalmente ritorno a questo luogo speciale, che ha abitato per qualche anno e che da ora in poi abiterà sempre in lui.

| laura boffi |

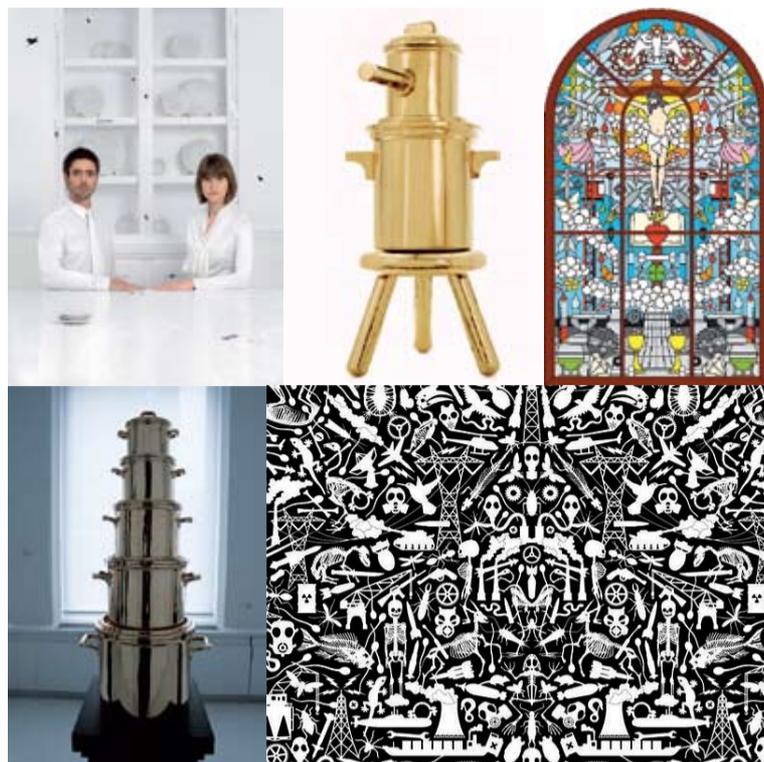
LA METAMORFOSI DEL MAIALE

Studio Job è composto dal duo belga-olandese Job Smeets e Nynke Tynagel. Dopo la laurea alla Design Academy Eindhoven, nel 2000, hanno iniziato a lavorare insieme ad Anversa. Il riconoscimento che va attribuito a Job e Nynke è senza dubbio quello di aver svelato il luogo mitologico che aleggia intorno agli oggetti appartenenti a un design tradizionale, mettendone in risalto la forma archetipica o il decoro iconografico. Il loro lavoro non mira infatti alla realizzazione di un progetto funzionale, ma all'ampliamento di un repertorio simbolico in cui oggetti per lo più comuni vengono manipolati nella scala,

nei materiali, nelle finiture, per poter comunicare quanto il susseguirsi del tempo possa influire sulla modellazione e ridefinizione di archetipi scolpiti nella memoria dell'uomo. Recentemente Studio Job ha collaborato con l'antica fabbrica di porcellane Tichelaar in Maccum, a nord dell'Olanda, attiva dal 1572. Da tale singolare sodalizio sono uscite rinforzate entrambe le identità, quella del duo di designer e quella della compagnia Tichelaar. Job e Nynke hanno avuto modo di lavorare tra l'altro a cinque archetipi molto cari alla tradizione produttiva della fabbrica: l'orologio, il salvadanaio, la scatola, il vaso, il candeliere.

Il salvadanaio, ad esempio, ha subito una metamorfosi che lo ha portato a non avere più la forma di maiale, bensì quella di scoiattolo, al fine di stabilire un diretto legame con l'attitudine che contraddistingue l'animale ad accumulare provviste di cibo. Sulla superficie ceramica Studio Job ha trovato un efficace medium da cesellare in dense iconografie, che reinterpretano in chiave attuale la dialettica tra l'ordine del mondo naturale e l'incombente minaccia di catastrofe dovuta all'opera dell'uomo. | **laura boffi** |

www.studiojob.nl



UNA MANO IN CUCINA

Dick van Hoff è un designer a tutto tondo, nel senso che segue lo sviluppo del progetto dal concept al prodotto finale passando per i vari stadi dell'affinamento del prototipo, facendosi carico di ricercare la metodologia di produzione più consona all'idea e all'oggetto stesso, eseguendo un'interminabile serie di modelli e stampi provvisori sino alla soluzione finale. Nella sua ricerca van Hoff esplora le potenzialità dei materiali e dei processi produttivi con cui lavora, per arrivare ad una propria estetica, che nasce dal suo peculiare approccio *hands-on* al progetto e dalla riappropriazione di materiali e forme che ne deriva. Molti dei suoi prodotti mostrano

una spiccata trasparenza non solo rispetto alla loro funzione, ma anche al processo creativo che li ha generati. *Stop Tap*, per esempio, è un rubinetto decostruito nei due tubi di rame che convogliano l'acqua calda e fredda, così da mostrarci come funziona un comune miscelatore di acqua. Negli oggetti appartenenti alla serie *Tyranny of the Plug* analizza il modo con cui le persone usano gli elettrodomestici quotidiani, notando un asservimento di base alla tecnologia da parte dell'utente. A suo parere, spesso le persone optano per la soluzione meno logica e meno divertente nello svolgimento di mansioni quotidiane, specie quando demandano a

un bottone l'accensione on/off per la preparazione del cibo. *Tyranny of the Plug* consiste in una serie di mano-domestici, ovvero macchine da cucina alimentate manualmente, che vogliono restituire all'utente la possibilità di dedicarsi in prima persona alla preparazione dei pasti attraverso un intuitivo uso di ausili meccanici azionati a mano, come lo sbattitore, il tritatutto e lo spremiagrumi. La riappropriazione di modalità manuali nella preparazione dei cibi si traduce così per l'utente nella riappropriazione di tempi di vita più legati alla natura umana, non più condannata alla tirannia della tecnologia. | **lb** |

CACCIATORI DI PROGETTO

Bart Hess è un giovane designer olandese laureatosi alla Design Academy Eindhoven nel 2007, presso il dipartimento Man and Identity, focalizzato su prodotti e servizi a misura dell'individuo, dei suoi bisogni e delle sue emozioni. Il progetto di laurea di Hess, *Hunt for Hightech*, nasce da uno scenario creato dallo stesso designer, dal quale ha poi estrapolato il concept che ha alimentato il processo creativo sino alla realizzazione dei prototipi fisici. Hess ha ideato un mondo di animali fantastici, forse frutto dell'ingegneria genetica o ibridi a metà tra robot e esseri viventi;

animali che possono depistare i predatori cambiando la morfologia delle proprie impronte, o i cui peli possono crescere per metri e metri per apparire più grandi. Il designer ha immaginato queste creature muoversi nei loro ambienti naturali, ma si è anche chiesto come sarebbe stato incontrarle e toccarle di persona. Così ha sfoderato la sua "pistola" immaginaria, ha iniziato a collezionare le pellicce dei suoi animali hi-tech e a studiarle nei minimi dettagli, per poterne poi imitare le varie proprietà. Questa la sinapsi che porta alla realizzazione di prototipi di pellicce del futuro, con-

traddistinte da peculiarità tattili come la riflettività dei peli, legata al modo in cui gli stessi crescono lungo le pelli dando vita a forme tridimensionali. Hess ha anche sperimentato una lunga serie di materiali low tech per confezionare pellicce a imitazione degli animali fantastici: molle, paillettes, siliconi, film plastici a cui ha saputo conferire un'estetica fortemente high-tech. Attualmente, continua la sua ricerca insieme alla collega Lucy McRae, esplorando l'ibridazione del corpo umano e costruendogli intorno pelli artificiali a metà tra vestiti e piccole architetture. | **lb** |



È DEL DESIGN IL FIN LA MERAVIGLIA

Cinque secoli di intelligenza progettuale e magnificenza artistica. Cinquecento anni di grandi mobili italiani in mostra al Palazzo Reale di Milano. Ad illustrare questo raro "confronto all'americana" uno degli autori del concept, Luigi Settembrini...

■ "Magnificenza e Progetto": perché questo titolo?

La mostra presenta cinquecento anni di grandi mobili italiani a confronto. Il titolo vuol significare che tanto la magnificenza artistica ed estetica quanto l'intelligenza progettuale sono sempre egualmente presenti nella mobilia e nell'arredo italiani durante tutto questo lungo percorso.

Può illustrarci il concept generale della mostra?

La mostra vive di un confronto all'americana tra due universi entrambi italiani, paralleli e lontani nel tempo: quello del mobile classico, che prende le mosse dal periodo umanista cinquecentesco e termina col Tardo Impero, e quello del design della seconda metà del XX secolo, con la scoperta e la riproposizione di una serie di progetti unici e irripetibili. Durante il percorso cronologico agli arredi classici vengono contrapposti arredi contemporanei, in un continuo rimando antico-moderno. Tale confronto si stabilisce di volta in volta per assonanza, commento, dissonanza. L'idea è stata quella di presentare una mostra sfolgorante per la straordinarietà dei pezzi e mai tentata finora, nella quale dimostrare che la storia del mobile italiano è unica. Che per quanto riguarda mobili e oggetti la qualità prodotta nei secoli dal nostro paese è stata ed è superiore a quella di qualsiasi altro paese al mondo. Una realtà importante da ricordare sempre e ancora di più in momenti di crisi

info.

Dal 22 aprile al 21 giugno
Magnificenza e Progetto
Milano, Palazzo Reale
22 - 27 aprile h 9,30 - 22,30 (in questi giorni il biglietto di ingresso ai Saloni consente l'ingresso gratuito)
28 aprile - 21 giugno h 9,30 - 19,30 (lunedì h 14,30 - 19,30, giovedì 9,30 - 22,30)
Concept: Cristina Acidini e Luigi Settembrini
Direzione del progetto: Luigi Settembrini
Curatore: Enrico Colle
Curatore per la parte contemporanea: Manolo De Giorgi
Architettura e messa in scena: Mario Bellini Architects
Immagine grafica: Italo Lupi
Produzione esecutiva: Solares
Fondazione delle Arti
Con un intervento di Gérard Depardieu
Catalogo Skira
www.cosmit.it

come quelli che stiamo vivendo.

Qual è il criterio di selezione dei pezzi presentati?

Cercare ed ottenere da grandi musei e collezioni private i pezzi più belli e significativi, per raggiungere l'obiettivo di comunicazione che il concept si era posto.

Come si snoderà il percorso?

Il percorso inizia col Manierismo e finisce col Tardo Impero. A questo itinerario classico viene contrapposto - come ho già detto - un viaggio che presenta invece mobili e progetti del grande design contemporaneo.

“**La politica non ha ancora capito il formidabile indotto che un progetto culturale forte garantisce**”

Si parla di allestimento "visionario e minimalista". Perché?

La bellezza, la preziosità, lo scintillio dei mobili e degli oggetti in mostra ha suggerito un allestimento che proprio per non diminuire questo impatto doveva cercare di "sparire", che navigasse il più lontano possibile dall'arredamento e dalla scenografia. Più facile da dire che da fare. Devo dare atto

a Mario Bellini di essere riuscito nell'impresa. L'idea che Bellini ha avuto per contrapporre il contemporaneo al classico è - la vedrete - a un tempo minimalista, perché non disturba il confronto tra epoche e oggetti, ma ugualmente visionaria, perché i momenti contemporanei sono messi in scena attraverso delle "apparizioni". Non voglio aggiungere altro per non sciupare la sorpresa...

Qual è il pezzo più antico?

I pezzi più antichi sono uno stipo di ebano e palissandro con placche e rifiniture di avorio di Jacobo Fiamengo Giovanni Battista De Curtis, che è della fine del XVI secolo e che viene dal Victoria and Albert Museum di Londra, e un Cabinet milanese in ferro, bronzo, in parte dipinto, del 1567, che viene dal Kunsthistorisches Museum di Vienna. C'è poi uno splendido treppiede di bronzo con incisioni d'argento nei particolari degli occhi delle sfingi proveniente dal Museo Archeologico Nazionale di Napoli che, frutto di un abile montaggio eseguito nel XVIII, presenta però elementi antichi che si possono datare addirittura tra il I secolo avanti Cristo e il I secolo dopo Cristo.

Questa non sembra una mostra di nicchia. Secondo lei, c'è attenzione in Italia verso eventi di questo tipo o il secolare pregiudizio che omologa le arti applicate all'artigianato non è stato ancora superato?

Gli eventi di questo tipo in Italia non sono frequenti, tant'è vero che una mostra del genere non era mai stata presentata. Difficile,

FAI UN PROGETTO. ANZI QUATTROCENTO

La mano sulla città. È quella dei centodieci architetti che hanno partecipato all'omaggio a **Pietro Portaluppi** organizzato dal Fai e da alterstudio partners e curato da Francesca Serrazanetti e Matteo Schubert. Oltre quattrocento schizzi e disegni autografi di progetti, realizzati in totale libertà creativa dai prestigiosi donatori e distribuiti nelle tre sedi espositive - Villa Necchi Campiglio nel cuore di Milano, "casa" del Fai, la Triennale Bovisa e la sede della rivista Abitare -, dove si potrà ammirare la "poesia ideativa" di pezzi da novanta come Renzo Piano, Tadao Ando, Bolles+Wilson, Alessandro Mendini, Mario Botta, Alvaro Siza, David Chipperfield, Guillermo Vasquez Consuegra, Massimiliano Fuksas, Richard Meier, Boris Podrecca, Vittorio Gregotti, Aimaro Isola, Antonio Citterio, Pei Cobb Freed & Partners, Zaha Hadid, Emilio Ambasz, Italo Rota, Michele De Lucchi, Alessandro Anselmi, Mario Bellini, Gae Aulenti, Andrea Bruno, Jo Coenen, Guido Canali, Juan Navarro Baldeveg, Riccardo Dalisi, De Pas D'Urbino Lomazzi, EMBT, Michael Graves, Kengo Kuma, Gustav Peichl, Dominique Perrault, Paul Chemetov, Paolo Portoghesi, Umberto Riva, Moshe Safdie, UNStudio, Eduardo Souto de Moura, Cino Zucchi, Bob Wilson. Nessuno, insomma, ha voluto far mancare il proprio contributo a questa iniziativa del Fondo per l'Ambiente Italiano, che giovedì 14 maggio batterà all'asta le opere esposte per una raccolta fondi a favore di Villa Necchi Campiglio, progettata nel 1932 proprio da Portaluppi. | **ap** |



Dal 18 aprile al 10 maggio

La mano dell'architetto - The hand of the architect
FAI - Villa Necchi Campiglio | Tel 02 76340121 | www.fondoambiente.it
Triennale Bovisa | Tel 02 365 77801 | www.triennalebovisa.it
Abitare | Tel 02 210581 | www.abitare.it
Catalogo Maleskine
Ingresso libero

se manca completamente l'offerta, prevedere la risposta. È vero in ogni modo che in Italia la cultura delle arti applicate e decorative è di gran lunga inferiore a quella che esiste in Francia. Così come la cultura dell'arte contemporanea è infinitamente meno presente che in Inghilterra, Germania, Spagna, per parlare solo dell'Europa. Bisognerebbe fare molto di più, ma in Italia la politica non si occupa d'arte. Tanto quella di destra che quella di sinistra non ha ancora

capito il formidabile indotto e ritorno di comunicazione di alto profilo che un progetto culturale forte garantisce.

Quanto deve il design italiano contemporaneo ai modelli classici, ammesso che esista questa "eredità"?

L'eredità secondo me esiste e spero che la mostra ne dimostri pienamente la grande importanza.

| a cura di **anita pepe** |



a sinistra: Angelo Mangiarotti - Tavolino Eros, Skipper
a destra: Ottavio Calderoni, Poltrona, 1701. Legno intagliato e dorato, sedile e spalliera imbottiti e ricoperti di velluto e broccato
in alto nel box: Alessandro Mendini - Torta, 2006 - Penna stilografica e matite colorate su carta. ©Alessandro Mendini



SIDI FA LA OLA

È ormai un appuntamento fisso quello del gruppo spagnolo **SIDI** al Salone del Mobile. Sidi è una piattaforma che favorisce il dialogo tra designer, società di marketing, produttori e fruitori nel rispetto delle strategie delle singole imprese. Raccoglie e diffonde i prodotti di molte aziende spagnole, ad esempio Stua ed Enea – le due mag-

giormente eco-oriented – ma anche B. Lux, Carpyen, Evaluz, Vanlux, Amat, Andreu World, Capdell, Joquer, Nueva Línea, Punt Mobles e Sancal.

Quest'anno tra le novità "sostenibili" si segnala la seduta *Lottus*, disegnata da **Lievore Altherr Molina** per la Enea. Si tratta di una serie di sgabelli in polipropilene che of-

frono la possibilità di combinare colori e soluzioni plastiche e tessili, tutti montati su basi metalliche distinte. Enea mostra da tempo la sua preoccupazione per l'ambiente attraverso una filosofia di design e produzione che tiene conto di criteri come la riciclabilità dei prodotti e l'utilizzo di materiali e sostanze che non siano dannose per l'ambiente.

Questo sforzo ha portato l'azienda a ottenere il certificato Ekoscan di sostenibilità.

Stua propone il progetto *Onda* e *Nube*. *Onda* è uno sgabello disegnato dal suo fondatore **Jesus Gascas**, le cui forme mimano le curve di un corpo così come le curve di un'onda. *Nube* è invece un tavolo aggiunto alla poltroncina già esi-

stente. Il suo sistema di giuntura è un semplice elemento in metallo, avvitato nel lato più basso della poltrona. Lo stesso meccanismo può essere utilizzato per installare il tavolo *Nube*, che può così fluttuare tra le due poltrone senza nessun contatto con il suolo. | **giorgia losio** |

www.sidi.es



ALCHIMIE D'EGITTO

Anche l'Egitto, altro paese che si affaccia sul Mediterraneo, porta la sua onda creativa all'interno del Salone con il progetto *Kyme*, che fa scoprire le sue grandi potenzialità quale nazione emergente nella geografia del design internazionale.

Il nome del progetto è paradigmatico della fertilità e della concentrazione creativa che caratterizza il

fermento egiziano, essendo *kyme* la radice dell'antica parola araba *Al-kimia*, che è la ricerca della trasformazione attraverso divisione e unità, espansione e contrazione della materia, e riflette lo stato delle terre egiziane, le *terre nere* della valle e del delta del Nilo distrette dalle piene del fiume e ricreate di continuo in forme nuove.

Il progetto è stato ideato dal de-

signer **Karim Mekhtigian**, con l'ambizione di proporre sette diversi approcci al design egiziano, a dimostrazione della varietà e ricchezza dell'humus creativo del Paese. A sviluppare il progetto sono stati chiamati giovani designer egiziani e internazionali, i quali hanno lavorato sia con le aziende che con un gruppo di lavoro per lo sviluppo dei progetti. "Ispirati – affermano –

dal caos che ci circonda comprendiamo che c'è una molteplicità nel background multistrato egiziano. La pressione creata da questa sovrapposizione di culture crea un'energia dinamica, alimentata dalle sinergie che sussistono tra le sue componenti. Il primo Design+Industry Workshop dello scorso novembre al Cairo ci ha dato la possibilità di canalizzare le nostre energie per

costruire i pilastri della nuova identità del nostro design, facendoci capire che in ogni caos manifesto c'è un'unità nascosta".

Il risultato sono dei prototipi che rispecchiano la morfologia, la natura e la cultura locali, un *melting pot* tra passato, presente e futuro. | **gl** |

Salone Internazionale del Mobile Hall 9 / Stand H06-08



BENESSERE O NON BENESSERE...

...Questo è il dilemma. Tema 2009 del Salone Satellite, anima underground del più patinato Salone del Mobile, è il benessere del corpo, della mente, dell'anima, per un mondo migliore. Tra le ricerche eco-oriented, *Sottolpanca* di **Area** progetto riesce a generare energia e cedere l'accumulo di "calore" per rendere un servizio di pubblica

utilità. Ma non mancano i *divertissements* legati allo stesso tema del *wellness*. Per esempio, il collettivo romano che si cela sotto l'etichetta **Paula** presenta *Wardrom*, "il guardaroba verticale che randomizzerà il vostro concetto di disordine. Un oggetto, un modulo assemblabile che invita al lancio dei vestiti che di solito vengono abbandonati su

sedie, letti etc.". Anche *Tangram Sofa* del francese **Luc Swen** rappresenta un trend attuale della società contro la convenzionalità imposta da molte produzioni, ossia quello di cercare di essere sempre unici personalizzando i propri vestiti e i propri mobili. Il *Tangram sofa* è un divano modulare, ma è anche un gioco come un puzzle,

che porta il fruitore alla ricerca di una combinazione armoniosa che vada bene con il proprio spazio e il proprio *mood*. Divertenti anche le proposte di **James Van Vossel**, che crea piccoli ammennicoli e al Salone espone nuovi oggetti del suo universo creativo. Il gruppo **United Design** invece, composto da alcuni studenti del Central Saint

Martins di Londra, si muove tra arte e design, con progetti che coprono numerosi temi che vanno da un design intimista ed emotivo a sperimentazioni virtuali. | **g.l** |

www.allaboutpaula.com
www.area-progetto.com
www.jamesvanvossel.be
www.csm.arts.ac.uk



(ECO)DESIGN

C'era l'insieme del design e il sottoinsieme dell'ecodesign o *design sostenibile*, che dir si voglia. C'era. Perché secondo l'autore del volume, Paolo Tamborrini, la sostenibilità del prodotto – dalla progettazione alla fruizione – non dev'essere più un valore aggiunto a un design genericamente inteso, bensì un pre-requisito

affinché un oggetto possa essere definito un prodotto di design contemporaneo. Questa, in sintesi, la tesi centrale del libro. Che è naturalmente accompagnata da innumerevoli esempi, soprattutto realizzati e ben funzionanti. Vi dice nulla il *Velib* parigino?

Design sostenibile - Electa - 224 pp. - 42 euro
www.electaweb.it

**SOFT GRAPHIC**

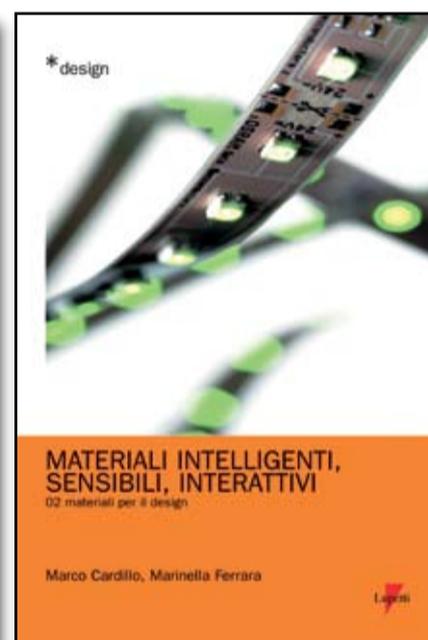
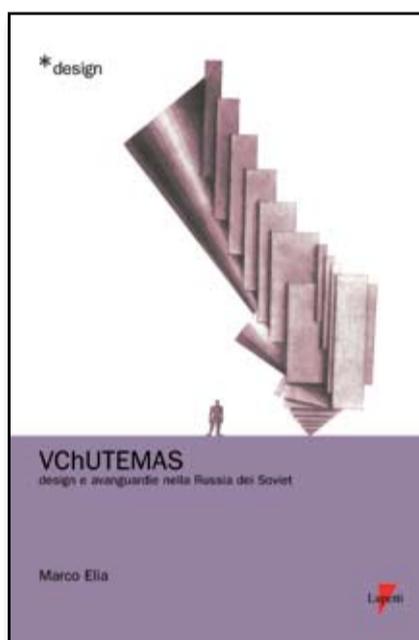
Una delle risorse di Mike Mills consiste nella quantità e varietà di maniere per le quali ci si ricorda di lui. Per dirne una, come *“bel perdente”* nella mostra orchestrata da Aaron Rose e approdata alla Triennale, dove il californiano esponeva i suoi disegni su vinile. Per dirne un'altra, i *Patterns and Graphics for Marc Jacobs*. Artista a tutto tondo, qui lo si segnala per le sue straordinarie doti di graphic designer. Un esempio? Ricordate la *Washing Machine* dei Sonic Youth? Beh, sempre di Mills si tratta. A ripercorrerne la carriera, il volume della collana Alleged Press, diretta dal suddetto Rose.

Graphics Films - Damiani - 176 pp. - 40 euro - www.damianieditore.it

**DAI SOVIET AL FUTURO**

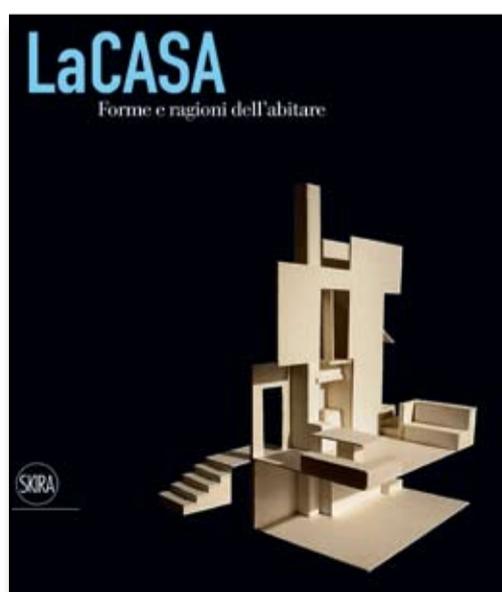
Che il milanese *“editore di comunicazione”* Lupetti abbia deciso d'inaugurare nel proprio catalogo una collana dedicata al design – diretta da Vanni Pasca – potrebbe apparire fuori luogo. Ma basta iniziare la lettura del volume di Marco Elia dedicato ai *Vchutemas* per rendersi conto di quanta parte abbia avuto la cultura *comunicativa* del design *ante litteram* per farci giungere alla società contemporanea. I *Vchutemas* erano infatti quei Laboratori Tecnico-Artistici di Stato *“nella Russia dei Soviet”* dove sono germogliate avanguardie come il Costruttivismo e il Produttivismo, che tanta influenza hanno avuto nell'Europa occidentale e, in particolare, come ricorda l'autore, sul Bauhaus. Se si nutrissero ancora dei dubbi, basta riguardare la forza del messaggio scaturente dal manifesto di Rodcenko che *“invita la popolazione alla lettura”*, con il profilo fotografico della moglie di Majakovskij e i caratteri del termine *“libri”*, *“la cui deformazione allude all'amplificazione del suono di una parola gridata a squarciagola”*. Se dopo quest'immersione storica sentite l'esigenza di immergervi nel contemporaneo più spinto, fa allora al caso vostro il tomo di Marco Cardillo e Marinella Ferrara. Vi troverete tutto o quasi su *Materiali intelligenti, sensibili, interattivi*. E, va da sé, la loro applicazione nel design.

Vchutemas / Materiali intelligenti, sensibili, interattivi - Lupetti - 216 / 168 pp. - 15 euro - www.lupetti.com

**HOME SWEET HOME**

Le premesse sono da saggio filosofico. Perché il volume curato da Luciano Semerani prende avvio dal concetto di proprietà per sondare una costellazione di significati derivati e arricchenti il concetto-radice. Così il passo è breve per fare dell'appropriamento un'appropriatezza. In altre parole, l'abitazione – e il quartiere – borghese si contraddistingue per la volontà di rendere originale se stessa, al fine di assegnare un'identità forte al suo proprietario, inteso singolarmente e come classe sociale. Quanta parte abbiano l'architettura e il design in questo processo è inutile dirlo. Meglio leggere i saggi di questo libro.

La casa - Skira - 224 pp. - 39 euro - www.skira.net

**PER FARE UN ALBERO...**

Ormai è passato un secolo ed è cosa buona e giusta far qualche bilancio. All'inizio del XX secolo avveniva una delle tante rivoluzioni che avrebbero cambiato i connotati al vivere quotidiano, almeno nella parte di mondo che abitiamo. I protagonisti hanno nomi spesso dimenticati al di fuori della cerchia degli *“addetti ai lavori”*: Otto Prutscher e Gustav Siegel, per fare due esempi. Più eloquenti i nomi d'un paio di fabbriche: Jacob & Joseph Kohn e Gebrüder Thonet. Per colmare la lacuna, nulla di meglio del catalogo ragionato del mobile in faggio curvato, compilato da Giovanni Renzi e Chiara Caraffa.

Il mobile moderno - Silvana - 288 pp. - 50 euro
www.silvanaeditoriale.it



PUBLIC DESIGN FESTIVAL

Durante la settimana del Salone si tiene la I edizione del Public Design Festival. Teatro, piazza XXIV maggio, luogo solitamente caotico e frenetico trasformato in un ambiente accogliente e utile. Grazie a Duepercinque, progetto di rivitalizzazione dei parcheggi urbani, lo spazio, solitamente destinato al parcheggio, è stato riconquistato e recuperato come area espositiva per presentare i 10 progetti vincitori del concorso internazionale Duepercinque. Tra gli special guest, Winfried Baumann presenta Instant housing, modulo d'abitazione trasportabile 1,5 x 0,9 m, e Instant cooking, cucina a disposizione del pubblico, durante la quale un team di cuochi intervorrà sulla spesa appena acquistata al Mercato Comunale assemblando e cucinando gli ingredienti, fino al Foot-Bath for All, il pediluvio per tutti, per un po' di sollievo dopo le faticose giornate di fiera e i cocktail d'inaugurazione.

Public Design Festival
Piazza XXIV Maggio
22 - 27 aprile
www.designpubblico.it

MA COS'È QUESTA CRISIS?

[Design]Crisis è la mostra ad invito ideata e curata da JVL/ JoeVelluto + YetiMatilde che avrà luogo presso lo Spazio P4, temporary gallery in una un'ex fabbrica milanese lungo i Navigli. Quali sono le sensazioni, gli spunti, le "formule" che ci possono aiutare a superare questo particolare momento? Come la creatività di un professionista (e quindi il design) può affrontare o risolvere "la" crisi? L'esposizione ha come

proposito quello di sondare l'atteggiamento critico di professionisti diversi, ma in qualche modo vicini al mondo del design e della creatività, su un tema estremamente difficile e di attualità. Designer e architetti, critici e giornalisti, imprenditori ed economisti, artisti, medici, musicisti, cuochi, maestri artigiani, presentano una loro visione e/o analisi di questo momento storico, mediante una libera espressione che spazia dal prodotto alla teoria, dall'arte alla musica.

[Design] Crisis
Spazio P4
Via Pestalozzi 4
22 - 26 aprile
www.joevelluto.it

FUORISALONE

C'è un'importante realtà milanese che negli ultimi anni è diventata un punto di riferimento per chi vuole vivere appieno la Milano design week: Fuorisalone.it, un'iniziativa nata e curata dai designer di Studiolo, giovane studio milanese che si occupa di design della comunicazione. Il sito è una piattaforma che permette di vivere l'esperienza del Fuorisalone in maniera interattiva, e consente agli utenti di essere aggiornati in tempo reale e di partecipare attivamente alla comunicazione degli eventi. Quest'anno presenta due supernovità: la prima, per stare al passo con la moda del momento, consente la connessione a Facebook per la parte di agenda eventi e foto reporter; la seconda è una nuova guida mobile, su cellulare, con geoposizionamento e indicazioni in prossimità degli eventi più vicini all'area in cui ci si trova.

Studiolo/Fuorisalone.it
Via Pastrengo 5/A
www.fuorisalone.it

LIVING FOR DIESEL

Due nuovi partner d'eccellenza per Diesel: Foscarini per il settore lighting e Moroso per quello furniture. Le due nuove licenze avranno una durata quadriennale con un accordo distributivo su scala mondiale. Le collezioni saranno presentate in anteprima mondiale durante il Salone. La nuova linea di mobili sarà esposta presso lo stand Moroso; le nuove lampade Diesel avranno uno spazio dedicato nello stand Foscarini a Euroluca; l'intero universo di casa Diesel sarà allestito nella sede milanese di via Stendhal 34, con un'esposizione aperta al pubblico per tutta la durata del Fuorisalone, che culminerà con un evento su invito il 23 aprile. Disegnata dal Diesel Creative Team, la nuova Home Collection si sviluppa attorno a modelli e materiali innovativi, e prodotti personalizzati con l'utilizzo degli immancabili trattamenti che Diesel mette in tutte le sue collezioni, applicati per la prima volta anche al mondo del design.

Diesel Penthouse
Via Stendhal 34
22 - 26 aprile 14 - 22
Cocktail party 23 aprile
20 - 24 su invito
www.diesel.com

MADE IN JAPAN

Japan Design Promotion Organization presenta Japan Design Selection 2009, una rassegna di progetti realizzati da aziende leader nel panorama giapponese in grado di stabilire nuove tendenze in mercati come quello automobilistico, elettronico-digitale e della comunicazione mobile. L'esposizione di quest'anno porta in scena il moderno design giapponese sotto la prospettiva della tradizione e dell'innovazione. L'elevata qualità, l'alta tecnologia e la forza del brand caratterizzano questi prodotti che investono ogni aspetto del quotidiano.

Triennale

Via Alemagna 6
22 - 27 aprile
www.triennale.it

NEOREAL CANON

Anche quest'anno Canon prende parte alla Settimana del Design. Nella prestigiosa sede della Triennale presenta Neoreal: A new visual expression created by Canon. La mostra unisce il talento e la creatività giapponesi alla tecnologia Canon, sviluppando una risposta alle sempre più complesse esigenze di design dell'immagine.

Triennale
Via Alemagna 6
22 - 27 aprile
www.triennale.it

UN'ALTRA MODA È POSSIBILE

Un'isola di moda creativa e sensibile all'ambiente. In occasione del Fuorisalone 2009 Isola della Moda presenterà progetti di "moda critica" che hanno come comune denominatore la sostenibilità ambientale: produzioni a km zero, capi realizzati con gli scarti delle grandi produzioni, vestiti rifatti utilizzando capi vintage, esemplari prodotti con tessuti provenienti da coltivazioni biologiche... Per dimostrare che un'altra moda è possibile.

Isola della Moda
Via Carmagnola 7 - quartiere Isola
22 - 26 aprile
www.isoladellamoda.net

YOU CHOOSE, WE CUT

Inaugurazione del nuovo Temporary Store in via della Pergola 3: You choose, We cut. Design Compo presenta nuove linee di abbigliamento componibili in collaborazione con gli artisti: TSF, orticanoodles, neofuturism, TSO crew, La Raclet, Playshirt. In partnership con Isola della Moda.

Temporary Store
Via della Pergola 3
22 aprile
www.temporystore.it

MICAMERA CON VISTA

L'associazione culturale MiCamera, in occasione della 48a edizione del Salone del Mobile, dedica una mostra all'ambiente. Due gli artisti invitati a esporre sui due diversi piani dello spazio: il giapponese Yamamoto Masao e l'emergente Maria Cristina Spinato. La mostra vuole anche essere un'occasione per sensibilizzare il pubblico sui temi legati all'ambiente. Il giorno dell'inaugurazione, Legambiente raccoglierà le firme per la campagna "Metti un freno al cemento, costruisci natura" finalizzata alla presentazione della proposta di legge regionale di iniziativa popolare per il contenimento del consumo di suolo e la disciplina della compensazione ecologica.

MiCamera photography and lens-based arts
Via Medardo Rosso 19
21 aprile - 23 maggio - da mercoledì a sabato 10-13 e 16-19
www.micamera.com

IL CICLO DELL'ORCO

La possibilità di vedere, toccare, pedalare in anteprima Nilde, Palmiro, Grendel, Preta e Spicciola: cinque diverse biciclette in acciaio, nuove ma come quelle di una volta, progettate, disegnate e fatte in Italia, rifinite e montate a mano nella bottega di Milano, prodotte solo su misura in 210 colori diversi.

Orco Cicli
Via Pastrengo 7
22 - 27 aprile
<http://orcocicli.com/Home.html>

GLOBAL GARDEN

aMAZElab propone la settima edizione di Green Island, dedicato al verde urbano e alla sostenibilità. L'appuntamento 2009 si incentra su un progetto legato all'opera degli "artisti del verde" Lois & Franziska Weinberger e prevede una selezione di piante e semi dal loro Archivio del Verde che raccoglie essenze arboree in estinzione. La piantumazione avverrà nel Quartiere Isola di Milano, zona che manca di una qualsiasi area verde pubblica e che sarà coinvolta nell'iniziativa includendo soprattutto le varie etnie presenti nella zona. A ognuno di questi gruppi sarà chiesto di realizzare "il proprio giardino", portando sementi provenienti dai propri paesi di origine. La restituzione del progetto sul quartiere Isola sarà realizzata con grandi poster sul muro ferroviario di via Pepe; apertura e valorizzazione dei laboratori artigianali, degli studi di architettura e di design della zona; musica della scuola locale di fisarmonica; una sezione fotografica.

Laboratorio Costanza Algranti
Via Pepe 28
22 aprile 17 - 21
www.amaze.it

NEOPLASTICISM

Mutazioni, riflessioni, sperimentazioni intorno alla plastica: tutto questo è Plasticism. Plust, nuovo brand del design contemporaneo, presenta una linea interamente basata su processi e finiture innovative legate allo stampaggio della plastica, mettendo al centro il tema del mutamento, della trasformazione, del rinnovamento. Cambiamenti che generano oggetti diversi, accompagnati da una poesia progettuale che non dimentica il senso etico, suggerendo un nuovo punto di vista dal quale guardare il tema della sostenibilità. Plasticism è una riflessione artistica su come il design sia responsabile dell'immissione di oggetti in plastica sul nostro pianeta e su come possiamo convivere con l'invadenza dei nuovi rifiuti. I progetti in mostra presso lo Spazio Rossana Orlandi sono firmati da Chris Kabel, El Ultimo Grito, JVL, Alberto Brogliato e Laudani&Romanelli.

Plasticism by Plust
Spazio Rossana Orlandi
Via Matteo Bandello 14/16
22 - 27 aprile
www.rossanaorlandi.com

PARADISO TERRESTRE

La collezione di Kubedesign è una sfida progettuale in cui sostenibilità ambientale e ricerca si incontrano ponendo al centro del progetto il cartone. Semplice e naturale, il cartone è un materiale dalle eccellenti prestazioni, caratterizzato da spiccate attitudini ecologiche. Paradiso Terrestre racconta la forma che Kubedesign vorrebbe dare al nostro abitare, puntando su un arredo ecologico, rispettoso del mondo, e realizzando oggetti ecosostenibili fin nella fase di produzione, nella scelta dei materiali, nella distribuzione e nello smaltimento/separabilità del cartone utilizzato.

Kubedesign
con Roberto Giacomucci
Paradiso Terrestre Ecoevent
Hotel Regina
Via Correnti 13
22 - 27 aprile
(orario reception hotel)
Cocktail 23 aprile ore 18
www.hotelregina.it

PICAME MUCHO

Picame, l'e-magazine più pungente della rete non poteva mancare all'appuntamento con la settimana milanese del design. Una serie di iniziative sparse per la città saranno pronte a cogliervi di sorpresa perciò... fate attenzione!

www.picamemag.com

SILENZIO STAMPA

Pensieri scartati assaltano la città. Notizie stropicciate, catturate nell'istante prima di essere gettate via, diventano installazioni estemporanee che nei frenetici giorni del Salone ci invitano a riflettere sul valore della notizia, della comunicazione, dell'informazione. Boccioli di carta ammiccano da terrazzi, vetrine e lampioni a ricordarci il valore delle parole. Silenzio stampa è un progetto firmato da Alice Visin.

www.alicevisin.com

ECOMATTONI

Per il Fuorisalone 2009 Tabu è presente all'interno dello storico loggiate dell'Università degli Studi di Milano per Interni Design Energies. Tabu inserisce nella Cà Granda la sua ultima creazione, nata dalla collaborazione con Lorenzo Damiani e Simone Tommasi: Endless Bricks, una parete che si oppone al tradizionale concetto di piano, composta da poliedri differenti che creano movimento in un gioco alternato di pieni e vuoti, realizzato in legno Lati e colorato con ecologiche vernici all'acqua. Il legno sembra sostituire il mattone, come nei più ambiziosi progetti ideati all'insegna della sostenibilità e della biodiversità. Gli elementi modulari della parete possono interpretare il ruolo di mensole e contenitori, determinando strutture ritmiche sempre differenti e suggestive.

Tabu a Interni Design Energies
Cortili dell'Università degli Studi di Milano, Cà Granda - ex Ospedale Maggiore
Via Festa del perdono 7
21 - 30 aprile
www.tabu.it

IKEA D'ANTOLOGIA

Nel 2009 Ikea torna a Milano per raccontare la storia di Ikea con una retrospettiva delle precedenti cinque edizioni, quasi una piattaforma simbolica per il lancio dei contenuti e dei valori della nuova collezione: dai materiali basilari (legno, tessuto e vetro) alle funzioni che valorizzano le radici scandinave dell'azienda, che, in mancanza di una collezione storica, ha chiesto ai propri soci family e ai dipendenti di raccogliere i prodotti più rappresentativi di ciascuna collezione, che saranno esposti con una targhetta riportante il nome del cliente o del collaboratore.

Ikea
Via Tortona 20
22 - 27 aprile
www.ikea.com

SPAZIO ALLA MATERIA

Nel centro di Milano, a pochi passi dal Duomo, Stone Italiana inaugura il suo nuovo showroom. Un grande spazio espositivo minimale e materico disposto su due piani, dove le collezioni e i materiali innovativi offrono un'interpretazione suggestiva delle ultime tendenze nell'ambito della progettazione e del design.

Showroom Stone Italiana
Via degli Arcimboldi 5
22 - 27 aprile 10 - 22
Opening party su invito
22 aprile 19
Cocktail 23 - 25 aprile 19 - 22
www.stoneitaliana.com

SAPORITI ALLA POMODORO

Giunge alla quarta edizione l'appuntamento alla Fondazione Arnaldo Pomodoro con il progetto Inside Art, il laboratorio di Saporiti Italia dedicato alla ricerca di oggetti di arredo per i grandi spazi dell'arte e dell'architettura. L'edizione 2009 affronta il tema della luce per la costruzione di spazi di arredo attraverso prospettive inedite, indagando le applicazioni come elemento architettonico e materico

Exibart.design

DIRETTORE EDITORIALE
Massimiliano Tonelli

STAFF DI DIREZIONE
Marco Enrico Giacomelli
(vicedirettore)
Massimo Mattioli
(caporedattore news e Exibart.tv)
Elena Percivaldi
Valentina Tanni

SUPERVISIONE E PROGETTI SPECIALI
Anita Pepe

coordinatore speciale design
Stefano Caggiano

coordinamento
Valentina Bartarelli

IMPAGINAZIONE
Athos de Martino

REDAZIONE
www.exibart.com
Via Giuseppe Garibaldi 5
50123 - Firenze
onpaper@exibart.com

INVIO COMUNICATI STAMPA
redazione@exibart.com

RESPONSABILE PRODOTTI PUBBLICITARI
Cristiana Margiacchi
Tel. +39 0552399766
Fax. +39 06233298524
adv@exibart.com

RESPONSABILE PRODOTTI COMMERCIALI
Antoine Carlier

DIRETTORE RESPONSABILE
Giovanni Sighele

STAMPA
CSQ - Centro Stampa Quotidiani
Via delle Industrie, 6 - Erbusco (Bs)

ABBONAMENTO
8 numeri x 24 euro
info: <http://onpaper.exibart.com>

IN COPERTINA
Andrea Magnani - Colabrodo

EDITO DA
Emmi s.r.l.
Via G. Garibaldi, 5 - 50123 Firenze

PRESIDENTE
Giovanni Sighele

VICE PRESIDENTE
Artico Gelmi di Caporiacco

REGISTRAZIONE
presso il Tribunale di
Firenze n. 5069 del 11/06/2001

nella definizione degli spazi e delle architetture di un ambiente. Luce non come semplice fonte di illuminazione, ma come "materia" per costruire nuove soluzioni e oggetti di arredo.

Saporiti Italia
Fondazione Arnaldo Pomodoro
 Via Andrea Solari 35
 22 - 27 aprile
 www.saporiti.com
 www.fondazionearnaldopomodoro.it

NON SOLO CAFFÈ'

Lavazza riconferma la sua presenza al Salone del Mobile, proseguendo un percorso intrapreso nel mondo del design che vede l'azienda nuovamente protagonista del Fuorisalone. Una scelta consapevole grazie a cui Lavazza ha dimostrato nel tempo di non essere solo una produttrice di caffè ma anche di espressioni e scelte artistiche mirate. Non solo caffè ma rito, socialità e anche lifestyle: un vero e proprio modo di vivere. Lavazza Design Paradiso: una mostra e un libro ispirati al Paradiso Lavazza.

Lavazza Design
Carrozzeria
 Via Tortona 32
 22 - 27 aprile
 www.lavazza.it

BAUHAUS DOES IT BETTER

Il gruppo My Bauhaus is better than yours presenta un design giovane e attraente con opere che rappresentano una combinazione di mobili d'arredamento, videoinstallazioni e moda. Il gruppo è composta da 10 giovani designer dell'università Bauhaus di Weimar, che espongono le loro opere recenti presso il Wok-store a Milano.

Wok
 Viale Col di Lana 5°
 22 - 24 aprile
 wok-store.com

X FACTOR

Entriamo nella materia. Scopriamo il mistero dell'invisibile e l'infinita perfezione delle particelle. Compriamo un viaggio emozionante alla ricerca di ciò che i nostri occhi non sono in grado di vedere, vestiamo i panni di Mister X, un misterioso esploratore. Dotdotdot propone per Donati Group una vertiginosa installazione multimediale, una passeggiata tra macro molecole di alluminio alla scoperta delle straordinarie potenzialità del materiale e delle innovative tecniche di lavorazione sviluppate da Donati.

Donati Group
Officina 1
 Via Tortona 31
 22 - 27 aprile
 www.donatigroup.com

FOGLIE TRA I FOGLI

Foglie nasce per evidenziare la preziosità della natura, nobilitando il segno iconico in metallo argenteo e trasformando le linee naturali in facce sagomate e nette. L'allestimento nel piccolo spazio espositivo Secondopiano posto nella Libreria Internazionale Hoepli in occasione della settimana del design si mostra sotto una caduta di decine di foglie di carta e muta in evidenza la materializzazione lussuosa negli esemplari esposti, riconoscibili grazie alla cura del dettaglio e dell'esecuzione tipica della storica azienda De Vecchi.

Libreria Internazionale Hoepli - spazio espositivo "Secondopiano"
 Via Ulrico Hoepli 5
 Opening 21 aprile 18.30
 www.hoepli.it/libreriainternazionale.asp

BULBI VIVENTI

La luce si evolve per incontrare nuovi bisogni emozionali nel rispetto dell'ambiente. L'installazione proposta da Toshiba riflette questo

modello di cambiamento. La piccola sorgente di luce che brilla nello speciale bulbo interattivo è un led. Ciò che a prima vista sembra una tipica e freddamente meccanica lampada emette una luce più calda appena il visitatore si avvicina. Tocandolo, il bulbo pulsa come se fosse un essere vivente. Preludio a una nuova generazione di lampade.

Design library
 Via Savona 11
 22 - 27 aprile
 www.toshiba.it

DISMETTIAMOLA!

Dismettiama! è un percorso pensato da 16 designer della nuova generazione sul tema "come si gettano i rifiuti". Il nome dell'iniziativa racchiude un doppio significato: esortazione a smettere di raccogliere/gettare i rifiuti in maniera scorretta, e richiamo alla dismissione. Tra i 37 concept arrivati da 28 designer, una giuria d'eccezione, composta da Marco Ferreri, Beppe Finessi e Denis Santachiara, ha selezionato i 16 in mostra. Dismettiama! ha chiesto ai progettisti di trovare nuove idee e soluzioni per contenitori e cestini portarifiuti. L'obiettivo dei designer è indirizzare gli utenti verso atteggiamenti sostenibili e responsabili fornendo loro strumenti che rendano possibili comportamenti corretti.

Posti di Vista 09
Fabbrica del Vapore
 Via Procaccini 4
 22 - 26 aprile
 www.fabbricadelvapore.org

TORTONA35 MILANO COLLECTION

La Design Open Collection di Tortona35 Milano Collection è un nuovo brand aperto a tutti. Sulla scia del concept partito nel 2008 da DesignYourMind: percorsi di ricerca e ricerca di percorsi e dall'iniziativa di aziende del network nascono il nuovo marchio e la prima collezione, interamente progettata dai senior e dai young designer che hanno partecipato alla D.Mind Room. I primi pezzi della collezione sono presentati in occasione del Fuorisalone 2009, in via Tortona 35, nella splendida serra in cristallo di Skywalk.

Tortona 35
 Via Tortona 35
 www.t35.it

SALE E SALONE

Nella cornice di Bettinelliquattro, giovane galleria di fotografia e moda, e del Fuorisalone 2009, il collettivo aNaCletolab presenta la mostra-evento Sale q.b. Ad ognuno il proprio granello. Sale e Salone: da un semplice gioco verbale all'esplorazione della materia in profondità, per comprendere il significato del sale per le persone. Sale q.b., ossia salare quanto basta un piatto, in giusta quantità: il collettivo aNaCletolab guarda in questo senso al progetto di design, in cui ciascuno è chiamato ad aggiungere il proprio granello di sale, secondo il vecchio detto francese "mettre son grain de sel", che significa dare il proprio contributo. Grazie al team di SaltExpò®, Evento Internazionale itinerante dedicato al Sale (www.saltepo.com) e al suo ideatore Fabio Fassone i designer e creativi di aNaCletolab hanno trovato utili riferimenti e possibilità di confronto per lo sviluppo della loro ricerca.

Bettinelliquattro
 Via Fratelli Bettinelli 4
 22 - 27 aprile 2009
 www.anacletolab.it

CORRAINI. UNA FAVOLA CON ARCHITETTURE

Per il Salone del Mobile approdano a Corraini Montevideo le tavole originali del libro I tre porcellini, un classico delle favole ambientato da Steven Guarnaccia nel mondo

dell'architettura e del design, fra le case di importanti architetti del Novecento e altrettanto famosi oggetti di design. Riuscirà il lupo ad abbattere Casa Gehry? E la Casa sulla cascata? Una favola contemporanea ricca di edifici e oggetti d'autore, perché ai porcellini piace vivere comodi e farsi beffe del lupo cattivo. Questa divertente combinazione di contesti ha stimolato Riccardo Blumer, Riccardo Dalisi e Martí Guixé a progettare in una sorta di gioco di rimando la loro casa ideale per i nostri porcellini. A proposito di comodità: ogni giorno del Salone, la mattina dalle 11.00 alle 12.30, caffè illy, cappuccino, pane e mieli thun aspettano tutti coloro che credono alle favole (con architetture) per un dolce inizio di giornata. E per i più piccoli, domenica 26 alle 11 la colazione sarà accompagnata dalla lettura ad alta voce della favola dei Tre Porcellini.

CORRAINI EDIZIONI MONTEVIDEO
 via Montevideo, 5 - 20144 Milano
 www.corraini.com

SURFING SURFACIN'

I nuovi orizzonti della progettazione richiedono un orientamento sempre più interdisciplinare in cui il confine tra design e architettura diventa sottile. L'obiettivo è mostrare nuovi scenari di applicazione in ambito progettuale. L'evento, curato da ZonaTortona in collaborazione con Material ConneXion Milano, è uno showcase interattivo dedicato ai materiali e alle superfici, in cui la percezione del visitatore diventa protagonista. Palcoscenico la sala del Museo della Scienza e della Tecnologia "Leonardo da Vinci", che si affaccia su via Olona, una nuova ed esclusiva location per l'edizione 2009 di ZonaTortona Design, che diventa così la porta d'accesso nord ovest del circuito della zona del design.

Museo della Scienza
 Via San Vittore 21
 22 - 27 aprile 2009
 www.museoscienza.org

THAT'S THE WAY!

Il meglio dei lavori delle scuole internazionali di design e dei giovani progettisti emergenti riuniti in un unico grande spazio espositivo. È That's Design!, lo show case organizzato da ZonaTortona, Domus Academy e POLI.design, di cui CampariSoda è main sponsor. Patrocinato dal Comune di Milano, That's Design! giunge alla terza edizione confermandosi piattaforma espositiva per giovani talenti, e che quest'anno per la prima volta ospita anche i designer indipendenti. That's Design! si fonda sui valori di innovazione, internazionalità, creatività, ricerca e sostenibilità e rappresenta un autentico palcoscenico cosmopolita, oltre a costituire un momento di incontro tra imprese e progettisti: un modo per generare opportunità, sinergie e nuova imprenditorialità. Quest'anno That's Design sceglie oltre 1.000 metri quadri dello Spazio Ex Industria in via Forcella 13.

Spazio Ex Industria
 Via Forcella 13
 22 - 27 aprile 10-22
 www.thatsdesign.it

TEMPORARY LOUNGE

ZonaTortona Design e Veuve Clicquot presentano Design Lounge, temporary lounge di 400 mq presso la Sala Domino di Magna Pars, in via Tortona 15. Si tratta di uno spazio strategico e centrale nel quartiere, centro polifunzionale dedicato a un pubblico trasversale di visitatori, espositori, architetti e designer, punto di accoglienza e di incontro, fulcro delle iniziative che animano tutta l'area. L'allestimento del progetto Design Lounge è realizzato da Adam D. Tihany, "hospitality designer" israeliano di fama mondiale. Special partner del progetto è Viccarbe, azienda spagnola che fornisce tutti gli arredi della De-

sign Lounge. Design Lounge offre ai suoi visitatori un incontro con l'enogastronomia, l'informazione, la cultura. All'interno dello spazio, anche un bookshop di titoli legati ai temi del progetto, selezionati tra le proposte dei più importanti editori internazionali.

Magna Pars
 Via Tortona 15
 22 - 27 aprile 10-22
 www.magnapars.it

RADO IN RETE

Fil rouge tra ZonaTortona Design 2009 e Rado è la visione del design come elemento chiave nella vita di tutti i giorni. DesignPartners e Rado hanno collaborato alla realizzazione di un progetto ad hoc finalizzato al rafforzamento del brand svizzero nel settore design e al lancio del suo innovativo progetto di community on-line. Target del progetto sono giovani designer e studenti internazionali, così come il mondo dei professionisti che verranno raggiunti da una comunicazione multimediale e coordinata capace di valorizzare la filosofia dell'azienda svizzera. Rado è in contatto con il pubblico di ZonaTortona attraverso il sito internet ufficiale dell'evento, nelle "welcome areas" e nella nuova Media Suite. Tutti i visitatori di ZonaTortona avranno l'opportunità di registrarsi alla nuova piattaforma di social network dedicata al design, sviluppata da Rado, e di seguire l'animarsi della community durante la settimana attraverso gli schermi distribuiti su tutto il territorio.

www.rado.com

UN BALCONE PER QUATTRO

Looking Up for the Impossible, o La ricerca dell'impossibile, è localizzata su un balcone di Corso Como, civico 14. Un gruppo di quattro giovani designer internazionali si presentano al mondo del design con questa esposizione, un composto di quattro sedie e lampade ciascuna basata sul tema dell'illusione ottica.

Group of Designers-GOD
 Corso Como 14
 22 - 27 aprile
 www.groupofdesigners.com

MANGERESTI UN GELATO GRIGIO?

E se il colore si "spengesse"? Come sarebbe il mondo senza colori? Cosa significa rinunciare al rosso di una mela, al verde intenso di un prato, all'emozione che proviamo osservando un quadro? Il colore è uno degli elementi più importanti della nostra sfera percettiva, perché fa parte dell'identità di tutto ciò che ci circonda e determina il nostro modo di rapportarci al mondo. Emozioni, sensazioni, ricordi, sapori ci appartengono anche (e in gran parte) grazie al colore. Mangereste un gelato grigio? Proviamo allora a giocare con il colore, "spengendolo" per poi riscoprirlo. L'idea è dello Studio Colordesigners di Milano, che in occasione del Fuorisalone 2009 presenta LightMeUp: un'installazione sorprendente, in cui un ambiente apparentemente monocromatico svela i suoi colori al comando di una "magica" torcia.

Colordesigners
 Alzaia Naviglio Grande 4
 22 - 26 aprile
 www.colordesigners.it

PANASONIC RELAX

Design e tecnologia ecocompatibile i temi con i quali Panasonic Electric Works presenta il nuovo progetto (standard)³ - relax al Salone del Mobile. Lo speciale allestimento di Martino Berghinz è pensato per uno spazio nel quale si coniugano design e tecnologia, attraverso gli oggetti pensati da Naoto Fukasawa e Patricia Urquiola, che riconfermano la loro importante collaborazione con il colosso giapponese.

La collezione di lampade disegnata da Fukasawa è emblema del suo tratto progettuale inconfondibile: unione tra spiritualità e concretezza, essenzialità e rigore. La Urquiola reinterpreta il nuovo concetto di poltrona in un'innovativa seduta ergonomica coniugando le prestazioni tecnologiche con l'estetica e la funzionalità del rivestimento.

Panasonic Electric Works
 Via San Carpoforo 9
 22 - 27 aprile
 www.panasonic.it

TECNOLABIRINTO

Presso la propria sede, in Piazza XXV Aprile, Tecno presenta un'installazione unica, in linea con l'evoluzione del proprio marchio: ACK?... ci sei?, di Pierandrei Associati, un labirinto emozionale dove natura e tecnologia danno vita a un ambiente sensoriale in continuo mutamento, che introduce alla collezione Tecno esposta all'interno dei Caselli.

Tecno Caselli di Porta Garibaldi
 Piazza XXV Aprile
 22 - 27 aprile
 www.tecnospa.com

IL DESIGNER DI MATRIMONI

Il Politecnico di Milano, Dipartimento Indaco, presenta con i docenti della prima edizione del Corso di Formazione Permanente in Wedding Design: W.W.D-sign: White Wedding Design. Il Salone del Mobile 2009 diventa l'occasione per presentare il lavoro svolto nell'ateneo relativo alla formazione di un designer con sensibilità creativa che sappia ridisegnare l'immaginario tradizionale delle nozze. Lo Spazio Studio Domo Adami per l'evento W.W.D-sign ospita installazioni luminose intrecciando una serie di simboli che evocano un matrimonio da sogno. Il lino è interprete e protagonista delle scenografie, grazie alla sponsorizzazione del Masters of Linen. La direzione artistica è affidata a Mauro Adami.

Atelier Domo Adami Milano
 Via Manzoni 23
 22 - 27 aprile
 www.domoadami.com

GLI AMMUTINA... TI DELLA LUCE

Mutina è presente al Fuori Salone di Milano con Light on surface, la materia svelata dalla luce, un evento in cui la luce esalta la materia e le lievissime, irregolari percezioni del decoro, come lavorazioni in filigrana che percorrono le superfici della nuova collezione Déchirer, design Patricia Urquiola. Per l'occasione Mutina Ceramiche presenta il nuovo mosaico Random, esagoni di piccolo formato realizzati con la texture decor della collezione Déchirer, in cui i bassorilievi di diverse altezze creano originali effetti decorativi sia a pavimento che a parete. In scena anche Déchirer Glass, il nuovo mosaico "eco-friendly" in vetro riciclato. Con Déchirer Glass, presentato nei cinque colori della gamma cromatica Déchirer, Mutina propone una nuova idea di creatività per il design sostenibile. In mostra a Milano anche la nuova proposta Mutina Ceramiche per l'arredamento d'interni Déchirer Tables. Una nuova collezione di tavoli per la zona living in edizione limitata. Gli scenari luminosi sono di Davide Groppi.

Mutina
 via Medici 13
 22 - 27 aprile
 www.mutina.it

TRANSFORMA

Continua per il secondo anno consecutivo la collaborazione di Zanotta e Fabrica, con Trans-forma, una mostra di 17 pezzi storici tratti dalle collezioni Zanotta e reinterpretati in chiave contemporanea dai giovani designer di Fabrica.

Zanotta shop
Piazza del Tricolore 2
22 - 27 aprile
www.zanotta.it

SOLO PER I TUOI PERSOL

Persol è l'ispirazione per nove talenti dell'arte contemporanea provenienti da tutto il mondo, i nuovi protagonisti della campagna di comunicazione 2009 e della prossima esposizione di Persol alla 48ª edizione del Salone del Mobile di Milano.

Persol
Galleria Otto Zoo
e spazi adiacenti
Via Vigevano 8
22 - 27 aprile
www.persol.com

NOTTI DA FHIABA

Fhiaba rientra nel circuito del Fuorisalone con la propria gamma di elementi per la conservazione di alimenti e vini pregiati presso lo showroom Arredamenti Stadio di Piazza Velasca. Distintasi per l'offerta di frigoriferi e cantine vino dalle performances elevate e dal design accattivante, Fhiaba risponde alle esigenze di un consumatore alla ricerca di un prodotto che superi gli standard tecnologici ed estetici con infinite possibilità di personalizzazione. Le Fhiaba Luxury Nights si giovedì 23 e venerdì 24 aprile (orario prolungato fino alle 22) sono dedicate ad architetti e rivenditori.

Fhiaba
Arredamenti Stadi
Via Solferino
23 - 24 aprile
www.fhiaba.com

KITA E DELIZIA

Protagonisti dell'esposizione Toshiyuki Kita. Future delight sono inediti apparecchi d'illuminazione in cui il design e i materiali sono il frutto della ricerca, condotta con passione, di progetti ecosostenibili. Prodotta dalla nuova azienda Lumiotec, la tecnologia Oled, elettroluminescenza organica, è la nuova prospettiva della luce nell'era contemporanea, che apre molteplici scenari di sviluppo per il ridotto consumo energetico e il minimo impatto ambientale. La lampada Planet è ideata per adattarsi ad infinite possibilità di angolazione, mentre i materiali naturali dialogano con le più moderne tecnologie nella lampada Led Awabi, in cui sorgenti luminose d'avanguardia si alternano alla carta washii, ricavata dalla fibra di kozo, gelso da carta che cresce in Giappone, impiegata nel paralume con una tecnica di modellazione tridimensionale.

Toshiyuki Kita. Future delight
Galleria Il Castello
Via Brera 16
22 - 27 aprile 10-20
www.toshiyukikita.com

BELLO, EQUO E SOSTENIBILE

Design Sostenibile: + LCD - Co2: a che punto sei? Mostre, eventi, scambi, informazioni sull'ecodesign e sostenibilità ambientale e sociale. Consulenze gratuite con esperti. Ogni sera dalle 17 incontri tematici e aperitivo.

Spazio Amico Charly
Via Guerzoni 23
22 - 27 aprile
Ogni sera dalle 17
www.bestup.it

PAOLO ULIAN 1990-2009

In occasione del Salone del Mobile 2009 Careof e Viafarini presentano alla Fabbrica del Vapore, a cura di Beppe Finessi, la prima mostra monografica dedicata a Paolo Uljan, uno dei più significativi designer dei nostri giorni, erede dei maestri della grande stagione del design

italiano (Bruno Munari, Achille Castiglioni, Angelo Mangiarotti, Vico Magistretti, Enzo Mari), a sua volta già riferimento, per coerenza, estro e capacità, della nuova generazione di progettisti.

Fabbrica del Vapore,
via Procaccini 4, Milano
presso le sedi di Careof e Viafarini
inaugurazione mercoledì 22
aprile ore 20.00
22 aprile al 2 maggio 2009
tutti i giorni 11 - 19

I LOVE SHOPPING CON OSYRIDE

Stilista e decoratrice eccentrica, vi accoglie nel suo "salotto da segnare in agenda", in uno splendido cortile di Milano. Vintage e Moda, per ritagliarsi uno spazio intimo nella frenesia milanese. La stilista Valentina incontra il gusto delle clienti e dei migliori buyer internazionali con l'abito o l'accessorio giusto per ogni occasione, abiti e cappottini, la sartoria su misura, stoffe pregiate.

Osyride Fashion & Vintage
Via Nirone 19 Mi
22 - 27 aprile 15-19.30
www.osyridefashionshop.com

LA FIESTA È MOBILE

Rita Favetti studio, cinque luminosi locali belle epoche, in un elegante palazzo di via Montebello 14 a Milano, si propone come partner per le aziende che scelgono di sviluppare progetti nell'ambito dello stile. In questo nucleo di energia giornalisti internazionali, creativi e persone curiose potranno incontrarsi e confrontarsi. Il primo appuntamento, Fiesta mobile, va in scena dal 22 al 23 di aprile ed è dedicato all'abitare e alla figura di Ernest Hemingway. Per una volta ospiti, i rappresentanti dei media diverranno a loro volta protagonisti di questa amichevole kermesse.

Rita Favetti studio
Via Montebello 14
22 - 23 aprile 10-22
www.ritafavetti.it

BENESSERE BELGA

Paul Nougé, poeta del Surrealismo belga, amava il paradosso. Apre la porta: il sole è all'interno... Il 2009 è un anno difficile: il design può rappresentare una ricetta anti-crisi? La frase di Nougé implica un'azione: varcare la soglia che ci separa dalla luce ma anche dalla libertà creativa. Ripensare i nostri habitat, reinventare l'oggetto. Wallonie-Bruxelles Design/Mode, sotto l'insegna de [les belges], sottolinea una particolarità del design di quest'area geografica, ovvero la creatività come dimora di benessere, e la vita interiore come tappa fondamentale per la costruzione di un mondo migliore, a cominciare dalle abitazioni. La selezione di designer e aziende operata in questa occasione testimonia ancora una volta della diversità di approcci, sintomo di una fertilità multiculturale e, spesso, multidisciplinare, che il design del Belgio vanta dalle sue origini.

Civico 9
Piazza XXV Aprile 9
22 - 27 aprile 10.30-21
www.wbdm.be

TIRANO LE PIETRE

In Zona Tortona, circuito riconosciuto dalla design community come un appuntamento immancabile a livello internazionale, la Natural Stone Vision, progetto trasversale lanciato lo scorso anno durante la 29ª edizione di Carrara Marmotec con l'obiettivo di ridare vigore e contenuti al dialogo fra la filiera del marmo e il mondo degli architetti e dei progettisti, presenta Sacro e Profano. Lo Spazio Giovannoni accoglie il nuovo allestimento, a cura degli architetti Paolo Armenise e Silvia Nerbi, che dà voce e corpo a

questo percorso di riqualificazione del mercato lapideo nei confronti della creatività e progettualità con un messaggio ben preciso: il marmo al servizio del design.

Officine Stendhal
Via Stendhal 35
22 - 27 aprile 10-22
www.carraramarmotec.com

SEGNOSINTESI

Segnosintesi nasce con lo scopo di guardare il design e vivere l'emozione che dà l'oggetto, dove la sensibilità sfocia nella creazione del piacevole. Oggetti frutto della ricerca di una necessità estetica e metodologica per creazioni di una semplicità tutt'altro che scontata. Progettare la nostra esistenza costruendo noi stessi attraverso la cultura: e in questo anche la ricerca del rapporto forma-funzione è un'espressione di miglioramento dell'uomo, un tentativo di crescita e di raggiungimento del piacere attraverso gli oggetti.

Segnosintesi
Via Savona 61
22 - 27 aprile
www.segnosintesi.com

LA MOSTRA DI LOCHNESS

In occasione del Fuorisalone Zona Tortona 2009, l'azienda Tagina - ceramiche d'arte presenta l'installazione Lochness: un sistema di moduli separati, costruiti per ottenere altezze ed estensioni diverse, che si susseguono in una forma curvilinea come un flusso continuo che emerge e scompare dalla superficie. Lochness descrive uno spazio infinito che interagisce con il mondo circostante senza interrompersi mai. Dove il contenitore non diventa più barriera, ma diaframma.

Pasticceria De Santis
Via Tortona 28
22 - 27 aprile
www.tagina.it

INCARTALUCE

Incartaluce è una nuova serie di lampade a stelo, da tavolo, da terra, a sospensione e da parete create senza impatto sull'ambiente per un abitare sostenibile, utilizzando carta e bastoncini di legno, tondini di ferro, basi di terracotta, frammenti di vetri colorati, sassi di fiume e semplici mattoni. La carta veste la luce elettrica e la rende più morbida, più amica, per oggetti anche da guardare. Fabio Perrone, quando può, costruisce personalmente ciò che progetta. È sua convinzione che progetti e oggetti realizzino pienamente il loro scopo se oltre che servire ai loro usi specifici, in equilibrio tra tecnica e fantasia, funzionalità e poesia, comunicano in chi li abita o li usa idee creative, serenità e stimoli per generarne altri ancora.

White Star Adventure
Piazza Filippo Meda
22 - 27 aprile
Opening 24 aprile 18.30
www.wsadventure.it

PLINIO E IL NASCONDINO

Plinio Il Giovane presenta tre nuove idee arredo la casa: Nascondino, il tavolo con un utile segreto in grado di contenere tovaglie e stoviglie all'interno di un'elegante struttura di rovere; Eclettica, il tavolo trasformabile in letto, pouf e poltrona, scelto tra i cento pezzi di design italiani della mostra internazionale I.Dot; e Day Bed, il letto in robusto legno di rovere, pratico e leggero che di giorno si fa elegante divano.

Showroom Plinio il Giovane
Via Enrico Cernuschi 1
22 - 27 aprile
www.plinioilgiovane.blogspot.com

IO BRILLO DA SOLITAIRE

Fratelli Rossetti apre ancora una volta le porte della propria boutique di Montepulciano per dare spazio ai progetti dei giovani designer. Dopo la collaborazione con lo IED del 2008, quest'anno Fratelli Rossetti ha scelto Solitarie di Chiara Moreschi. Ispirata al più sognato degli oggetti, Solitaire è una lampada a sospensione che reinterpreta in chiave contemporanea il classico lampadario di cristallo. E lo fa in punta di piedi, con equilibrata raffinatezza.

Fratelli Rossetti
Via Montepulciano 1
22 - 27 aprile 10 - 20
Cocktail 23 aprile 18 - 21
www.chiaramoreschi.com
www.rossetti.it

LA LUNGA MARCIA DI MAOS

Creare icone nei capolavori contemporanei. Un nuovo concetto di arte contemporanea trattata con forme bidimensionali e tridimensionali. Il lavoro di Maos si concentra sull'interattività e la felicità. Questa l'idea principale: "La vita è divertente, quindi noi creiamo oggetti per un ambiente confortevole ed accogliente. Questo è ciò che rende felice la gente. Noi siamo molto orgogliosi del nostro concetto di lavoro, e la nostra missione è semplicemente collegare la parte divertente di vita con il concetto di arte contemporanea. Questo è il meglio di quello che facciamo".

Superstudio Più
Via Tortona 27
22 - 27 aprile 10-22
www.superstudiogroup.com

PROGETTARE COME UN TURCO

Alex Turco organizza la sua prima personale ideando un progetto originale e di grande impatto, capace di armonizzare appieno la volontà di presentare elegantemente i propri prodotti e di proporli tramite una struttura di vendita temporanea. La location scelta è lo Spazio Borgonuovo, una delle strutture polifunzionali più importanti di Milano per la sua posizione centralissima e per la facilità di modulazione degli interni.

Spazio Borgonuovo
Via Borgonuovo 1
14 aprile - 2 maggio 10 - 22
www.alexurco.com

AGNIESZKA LASOTA'S OBJECTS

In oggetti d'arredo all'interno di cubi in vetro elettropolarizzato si possono ritrovare non solo frammenti materiali di mobili antichi, ma anche tracce di memoria, o forse solo suggestioni che vengono da un passato lontano. Le immagini, a volte vivide al punto da sovrastare la realtà materiale, in altri momenti si fanno pallide e impalpabili, in una modulazione che investe gradualmente la sfera visiva, intellettuale ed emozionale del visitatore.

Spazio Thaon di Revel 3
22 - 27 aprile
Ore 12 Aperitivo Martini
www.agnieszka-lasota.pl

OPERE AL NERO

I designer libanesi Wysssem e Cécile Nochi presentano Dark Matter, una mostra di nuovi progetti al confine tra design e arte e una selezione di alcuni tra i loro maggiori successi. Il loro lavoro riflette la vita quotidiana - tematizzando questioni sociali e politiche del loro Paese - la natura e la scienza - interpretando materiali naturali o scoperte scientifiche - e importanti opere di design e d'arte - con omaggi ai grandi maestri del passato.

Superstudio più
Via Tortona 17
22 - 27 aprile 10-22
www.superstudiogroup.com

FESTINA LENTI

Paola Lenti presenta le nuove proposte d'arredo per interni ed esterni: storia, arte e design nel chiostro cinquecentesco del Palazzo delle Stelline. Una pausa di riflessione in ambienti antichi e moderni, tra colori, tessuti e materiali della collezione 2009.

Palazzo delle Stelline
Corso Magenta 61
22-27 aprile 2009 10-22
Anteprima: 21 aprile 15-19
www.paolalenti.com

SUONI IN CODICE

Be different night out presenta Unleash your style: designer, stilisti, agenti, fotografi, stylist, make up artists e molti altri per la Be different night out: un'installazione, una competizione, un vincitore fashion contest + vernissage del maestro Giancarlo Reati.

Dj's: Stitch + Vice +
Marco Peluchetti + Alberto C.
Codice a barre
Alzaia Naviglio Grande 98
21 aprile 23.30
www.bedifferentmilano.it

INCONTRI RAVVICINATI IN 3D

BigChief Design presenta all'interno del proprio studio l'evento-installazione BigChief meet Furni in Sparespace, realizzato in 3D paper art e nato dalla collaborazione internazionale con il product & interior designer olandese Jack Brandsma e Mike Giles di Furni, azienda con base a Montreal in Canada. Per la design week di Milano, uno scenario immaginario fatto di oggetti d'arredo, pop-up, sculture e installazioni tridimensionali, ispirato dalle creazioni di Mike Giles (Furni Clock Collection) e Jack Brandsma (SpareSpace & lamps) presenti nell'area espositiva con alcuni pezzi delle loro collezioni. All'interno dell'esposizione verrà allestito un temporary shop con una speciale selezione di prodotti.

BigChief Design
Via Cimarosa 12/2
22 - 25 aprile 11 - 19
www.bigchief.it

A QUALCUNO PIACE HOT

Buderus presenta Hot Pot, il concept realizzato in collaborazione con Marc Sadler. Risparmio energetico e sostenibilità, principi guida dell'azienda, sono reinterpretati ed esaltati grazie alla progettualità dell'architetto-designer francese. Hot Pot è una moderna "macchina leonardesca" da cui ottenere ottimi livelli di risparmio energetico ed economico, in linea con i sistemi integrati Buderus, realizzati con materiali riciclabili e a basso impatto ambientale.

Interni Design Energies
Cortili dell'Università degli
Studi di Milano Ca' Granda -
ex Ospedale Maggiore
Via Festa del Perdono 7
21 - 27 aprile 9 - 24
28 - 30 aprile 10 - 20
www.buderus.it/

ASPIRANTE PESCE

L'azienda Elica, la Fondazione Ermanno Casoli e Caterina Tognon Arte Contemporanea presentano presso lo Showroom Elica, nel quartiere Brera, un nuovo progetto di Gaetano Pesce dal titolo Pesce-cappaxPesce-trullo, a cura di Marcello Smarrelli, direttore artistico della Fondazione. Pesce-cappax è un prototipo di cappa aspirante ideato dall'architetto e designer Gaetano Pesce e realizzato da Elica, azienda leader mondiale nella produzione di cappe da cucina, per Pesce-trullo, inconsueta e innovativa abitazione realizzata da Caterina Tognon nella campagna pugliese, su progetto dello stesso Gaetano Pesce.

Showroom Elica
Via Pontaccio 8
23 aprile - 30 maggio
Inaugurazione: 22 aprile 18
www.elica.it

DESIGN WEEK 2009 APRILE 22-27

SUPERSTUDIO

TEMPORARY MUSEUM FOR NEW DESIGN

A Milano un Fuori Salone del Mobile che assomiglia a un Museo del Design. La location più importante della zona Tortona raddoppia gli spazi espositivi unendo **Superstudio Più** e **Superstudio 13**. Un progetto innovativo "meno Fiera e più Museo" suddiviso in "International Panorama", "Discovering / Other worlds other ideas", "Italians: new perspectives". I migliori brand del design di ricerca. Spazi culturali, incontri, interferenze tra arte e design. Il **Temporary Museum for New Design** di Superstudio è l'appuntamento in città cui non si può mancare durante la Design Week. Progetto di Gisella Borioli con la direzione artistica di Giulio Cappellini.

E INOLTRE...

DISCOVERING, con "Other worlds, other ideas", riservata a paesi e designer emergenti, "Young Talents on show", 20 designer selezionati da Elle Decoration Network, "Hidden Heroes", collettiva internazionale di designer anticonformisti e "Unexpected Objects".

AROUND 30, brevi incontri di 30 minuti per conoscere la nuova generazione di trentenni che sta cambiando la faccia del design internazionale.

COSTA CROCIERE, con un'installazione che unisce arte e design.

V.I.P. (very important professionals) **AREA**, in collaborazione con l'artista Flavio Lucchini e Jannelli&Volpi.

PRESS OFFICE: saletta stampa, press office a disposizione, free internet, per lavoro o semplice relax.

DESIGN-BOOK: set fotografico per ritrarre i protagonisti del design, in collaborazione con l'Associazione Nazionale dei Fotografi Professionisti.

RISTORANTI: Dada Café, Superstudio Café, Caffè Italiano, La Cucina dell'Orto e Elle Décor Caffé.

PRESSFORYOU: riviste e guide selezionate in omaggio ai visitatori.

BOOKSTORE SKIRA

INDIRIZZI

Superstudio Più, via Tortona 27, Milano

Superstudio 13, via Forcella 13 e via Bugatti 9, Milano

Come raggiungerci

METRO: Linea verde MM2 P.ta Genova o S. Agostino

BUS e TRAM: Linee 14 - 47 - 59 - 68 - 74 - 90/91



ESPOSITORI

SUPERSTUDIO PIU'

ADIDAS ORIGINALS
ALCANTARA
ALL+
ARIK BEN SIMHON
BRAND VAN EGMOND
CORO
COSENTINO/SILESTONE
DAVID TRUBRIDGE
DCS - DESIGN COMPOSITES SOLUTIONS
DESIGN APPARAT
ELLE DECOR INTERNATIONAL
FLOOR TO HEAVEN

FLORA
FOSCARINI
IBEBI DESIGN/INFLATE
JOO
L'ABBATE
LINTELOO/VERDEN
MAOS CONTEMPORARY ART
MODULAR LIGHTING
INSTRUMENTS
MOOOI
NIKA ZUPANC
NOBODY&CO/BOSA/
TIMOROUS BEASTIES
PERFORMANCE IN
LIGHTING/ATELIERITALIANO

PHILIPS LIGHTING
PLANIKA
PLUS+ BY TAKEIDEA
PROOFF
PROYECTO ABECEDARIO
PULSAR
SERHAN GURKAN
SLIDE
SÓDRA
SVENSK FORM
TIAZZOLDI-NUOVA
ORDENTRA/BENAMOR
DUARTE ARCHITECS
TIVOLI AUDIO
TOM DIXON

UNTITLED (FAB)/URBAN-FX
VALCUCINE
VEUVE CLICQUOT PONSARDIN
WYSSEM & CÉCILE NOCHI
YOMEI

SUPERSTUDIO 13

ADREANI/BENCORE
COSTA CROCIERE
DEJAVU HOME
HHD HOLIDAY HOMES DESIGN
PETRA ANTIQUA
SPA DESIGN BY MY
EXHIBITION
ZEROZERO DESIGN

www.superstudiogroup.com