

Exibart.design



Torino e Milano, due capitali a confronto ■ il Salone del Mobile raccontato dal presidente del Cosmit Rosario Messina ■ sostenibilità e aziende ■ undici candeline per il Salone Satellite ■ la parola ai designer ■ il successo di Zona Tortona ■ Superstudio Più, intervista a Gjsella Borioli ■ il fenomeno della creatività diffusa ■ il nuovo ruolo del design secondo Luca De Biase, direttore di Nova 24 ■ le grandi collezioni: il Triennale Design Museum ■ intervista a Michelangelo Pistoletto ■ Torino World Design Capital 2008 dalle parole della giovane direttrice Paola Zini ■ *better by design*, il design che esplora il tessuto sociale ■ progettare al servizio della flessibilità ■ la storia del car design torinese ■ Olivetti, una grande vicenda italiana ■ eccellenze piemontesi: da Alessi a Italia Independent ■ quando i cittadini collaborano con i creativi, nasce il geodesign ■ la primavera del flower design ■ l'esperienza della condivisione della rete Turn raccontata da Marco Rainò ■ l'agenda degli appuntamenti...



BATEAU IVRE

a cura di **Marco Meneguzzo**
project managing di **Antonio Colombo**
direttore artistico **Aldo Premoli**

13 aprile - 28 settembre 2008

**Gabriele Arruzzo, Paolo Brenzini,
Pier Luigi Callignano, Maurizio Cannavacciuolo,
Marco Cingolani, Alberto Di Fabio,
Fulvio Di Piazza, Nathalie Du Pasquier,
Massimo Kaufmann, Laboratorio Saccardi,
Francesco Lauretta, Andrea Mastrovito,
Davide Nido, Cristiano Pintaldi,
Antonio Riello, Bruno Zanichelli.**

Cantina **ICARIO**

via delle Pietrose 2
53045 Montepulciano (Si)



www.icario.it

Su appuntamento. Info al +39 0578 75 88 45



Con il patrocinio del
Comune di Montepulciano

IL MITO RESISTE. MA ANCORA NON ESISTE

Spostarsi da Milano a Torino significa spostarsi dal design al disegno industriale. Oggi le due capitali industriali del Paese si guardano con rinnovata attenzione. All'ombra di MiTo, la futura megalopoli del nord-ovest...

Il prestigioso Massachusetts Institute of Technology (MIT) ha di recente dimostrato al Vehicle Design Summit come l'opensource, la filosofia di condivisione della conoscenza teorizzata da Richard Stallman, possa essere applicata anche all'automobile.

A Boston gli studenti di circa trenta università internazionali hanno progettato un'automobile ecosostenibile, presentata a marzo a Milano e che sarà poi prodotta a Torino. Verrebbe da dire: è la globalizzazione, bellezza! Ma se, come afferma Andrea Pininfarina, "Torino viene identificata con il car design. Ed è giusto: in questa città è nata l'automobile, con la Fiat, è qui che si sono sviluppate le competenze specifiche ed è sempre qui che si è sviluppata la tradizione dei carrozzieri", in realtà più che alle caratteristiche prestazionali di questo Suv ad alimentazione ibrida - rivoluzionario per il settore - è interessante notare la geografia di processo disegnata dagli americani: Milano per la comunicazione, Torino per la produzione. Vale a dire: Torino, città dalla consolidata cultura industriale - con 231.645 imprese nella provincia e ben 112.255 nel solo capoluogo - rappresenta l'eccellenza produttiva italiana, senza preclusioni di competenze, con escursioni merceologiche dalle banche al cioccolato, dalle automobili ai gioielli, dalle assicurazioni al caffè; mentre Milano, con i suoi Saloni e la sua rete di sistemi, è riconosciuta come il catalizzatore universale del design. Di più. Per la moda e per il design Milano è come Google: se non ci sei non esisti, il sistema non è in grado di riconoscerli e quindi di metterli in rete. E la rete milanese è quanto mai este-

sa, potendo contare su una visione sistemica che, dalla Brianza degli anni Cinquanta, si è consolidata nel tempo per la sua straordinaria capacità di coagulare insieme progetto e produzione, distribuzione e comunicazione, formazione e promozione. Dalla visione efficacemente semplificata del MIT deriva dunque che Milano rappresenta il software e Torino l'hardware del sistema design Italia.

Tale vocazione risulta storicamente determinata al punto che Ettore Sottsass in una delle sue ultime interviste aveva riassunto che "a Milano c'è il design mentre a Torino c'è il disegno industriale", a conferma del fatto che, come sostiene Marco Romanelli, "Torino è riuscita a produrre realmente il design di serie e, facendo leva su queste radici, deve dimostrare di avere una tradizione autonoma rispetto a Milano dove si è invece diffusa un'accezione del design come manifestazione d'élite, fortemente legata alla comunicazione". Alla luce di quanto detto sorprende dunque che l'ICSID (International Council of Societies of Industrial Design), l'organo attuativo della influente International Design Alliance, abbia insignito Torino e non Milano del titolo di prima capitale mondiale del design, facendo ricadere sul capoluogo sabauda un

enorme indotto in termini di comunicazione. Le ragioni sono molteplici e sapientemente delineate nelle motivazioni espresse dal presidente Peter Zec, per cui Torino ha il pregio di essere una città in rapida e "forzata" trasformazione, che ha saputo

eccellere nello scenario internazionale per la propria vocazione alla ricerca, alla formazione e al design. Tale riconoscimento rappresenta un importante attestato di merito per Torino ma, al tempo stesso, anche una nota di demerito per il capoluogo ambrosiano. Che non ha saputo rinnovarsi con pari vigore né tanto meno sostenere quello straordinario patrimonio di etica politecnica ed estetica borghese che ne avevano determinato il successo nel tempo. Vale la pena ricordare che mentre su Torino si stampava l'impronta della fabbrica, del luogo di lavoro e della catena di montaggio, il design milanese affondava le sue radici nella casa e in una cultura dell'abitare borghese fondata su una visione etica del benessere e del progresso. Nel progetto per l'abitare si sono innovati non soltanto i prodotti ma anche i comportamenti, accelerando insieme al progresso tecnologico quello della società. E se a Milano nel decennio d'oro, dalla fine degli anni Cinquanta all'inizio dei Settanta, vi erano, come sostiene Andrea Branzi, molti designer e

poche industrie, a Torino l'equazione era esattamente inversa. E lo è tuttora, al punto che i designer torinesi sono di gran lunga inferiori, per numero e visibilità, alle industrie piemontesi.

“ Sorprende che l'ICSID abbia insignito del titolo di capitale mondiale del design Torino e non Milano. Che non ha saputo rinnovarsi con pari vigore né tanto meno sostenere quello straordinario patrimonio di etica politecnica ed estetica borghese che ne avevano determinato il successo nel tempo.

Una tale esiguità di apparato, unita a un'amministrazione collaborativa, ha comportato maggiore snellezza e agilità del sistema che ha così messo a segno importanti successi per la valorizzazione e la promozione del design nel territorio piemontese: dopo le Olimpiadi invernali del 2006 arriva Torino World Design Capital, cui seguiranno le celebrazioni del 2011 per i centocinquanta anni dell'Unità d'Italia. Di contro la candidatura milanese per l'Expo del 2015 è stata - al di là del risultato - talmente tiepida da evaporare al solo pensiero. Per Luisa Bocchietto, neo presidente dell'Adi nazionale ed ex presidente dell'Adi Piemonte, "Torino World Design Capital è stato un evento

fortemente voluto dalla città di Torino che vede in questa circostanza un'opportunità per consolidare il lavoro di rinnovamento urbano avviato con le Olimpiadi. Il design è un'ottima occasione per rafforzare l'immagine del capoluogo piemontese come città capace di rinnovarsi, scelta che ha di fatto già avuto una ricaduta positiva sulla collettività, al punto che oggi Torino è una meta turistica e prima non lo era. In questo contesto la città sposa il design come occasione di riprogettare il proprio futuro".

Futuro che vede, tra le diverse ipotesi di scenario, i due capoluoghi congiungersi per dare vita alla capitale del Sud Europa, MiTo. Nel 2025, infatti, per il World Urbanization Prospect delle Nazioni Unite, la rete infrastrutturale di Milano e Torino sarà completamente integrata e attraverso l'alta velocità MiTo servirà più di nove milioni di abitanti facendo così segnare uno degli indici più alti in Europa e garantendosi per questo un ruolo primario nello scenario internazionale della mobilità urbana. Fantascienza? >

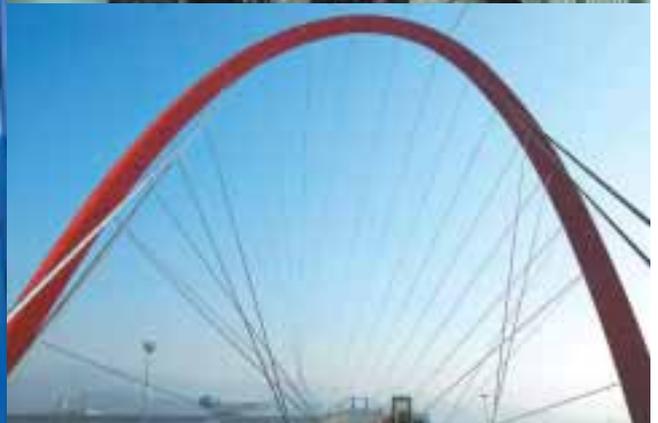
| alba cappellieri |

link.

<http://vehicledesignsummit.org>

a destra: due immagini della fiera Rho-Però, sede del Salone del Mobile di Milano, progettata da Massimiliano Fuksas

in basso a destra: Arco Olimpico, simbolo dei Giochi Olimpici di Torino 2006 - photo Bruna Biamino
in basso a sinistra: Metropolitana di Torino - photo Michele D'Ottavio



GEHRY VS RASHID. SONO LE BOTTIGLIE IL NUOVO CAMPO DI GARA PER I CREATIVI



Dopo il gin, la vodka. Ormai la sfida è lanciata. Dopo che Bombay Sapphire aveva presentato le bottiglie-gioielli griffate Karim Rashid, in vendita a duecentomila dollari al pezzo, ora è la Pernot Ricard a presentare una bottiglia d'autore, pensata per impreziosire ulteriormente la nota vodka polacca Wyborowa Exquisite. A concepire la linea slanciata e morbida della bottiglia stavolta è addirittura Frank Gehry, il grande architetto incaricato fra l'altro di realizzare a Londra il Serpentine Pavilion 2008. Gehry non è del resto nuovo alle escursioni nei più disparati ambiti della creatività: basti pensare alla collezione di gioielli creata per Tiffany nel 2006.

L'UNIFORME DEL DESIGNER, ORIGINALE PROGETTO DA REPLAY E FONDAZIONE BUZIOL

Il concept dell'installazione si basa sul significato della parola Multi-form, intesa come contrario di Uni-form. In occasione del Salone del Mobile, Replay e la Fondazione Claudio Buziol presentano il progetto "Multi-form - L'uniforme rende uguali, la creatività rende diversi", un'installazione presso il Replay Store di Corso Vittorio Emanuele a Milano. L'idea - che parte dalla citazione di Andy Warhol, "Io credo nelle uniformi" - è di creare l'uniforme del designer o del creativo, con molteplici possibilità di personalizzazione, in antitesi con il concetto in sé dell'uniforme. La realizzazione dell'installazione verrà curata dagli studenti della *Cattedra Claudio Buziol*, istituita dall'omonima Fondazione ed assegnata a Maria Luisa Frisa, all'interno del Corso di Laurea in Design della Moda, presso l'Università IUAV di Venezia. Durante il periodo dell'installazione, verrà distribuito del materiale informativo relativo alla nuova edizione del concorso "A Box of Dreams", aperto a tutti i giovani creativi che vogliono proiettarsi verso un futuro multiforme.

Dal 16 al 21 aprile 2008
Replay Store
Corso Vittorio Emanuele - Milano
Info: www.fondazioneclaudiobuziol.org -
www.replay.it

DESIGN IN VIAGGIO, AL FUORISALONE LE VISIONI DI QUATTRO CREATIVI ISPIRATI AL BRAND PERSOL

Inediti viaggi in Italia di personalità del design e della cultura contemporanea, che sperimentano in esclusiva video cortometraggi e foto reportage capaci di sintetizzare con un linguaggio contemporaneo le visioni creative ispirate dal marchio. Il marchio è quello di Persol, storica azienda italiana di occhiali, che per il terzo anno si presenta al Salone del Mobile di Milano con un progetto creativo di design, rafforzando il proprio legame con lo stile e il design italiano ed internazionale con un proprio spazio espositivo nel circuito del Fuorisalone Zona Tortona, al Superstudio 13. Con *Design in viaggio*, questo il titolo dell'iniziativa, immagini fisse, video, atmosfere sonore e materiali di design danno vita in diretta al fascino di un viaggio di talenti internazionali - l'italiano Martino Gamper, il francese Patrick Norguet, l'americano Jason Miller, lo spagnolo Hector Serrano - dedicato agli occhiali Persol, che sono insieme ispiratori e protagonisti del progetto.

Dal 16 al 21 aprile 2008
Superstudio 13
Via Forcella, 13 - Milano
Info: www.persol.com



BRIT INSURANCE DESIGN AWARD, A LONDRA VINCE IL MINI-PC PER BAMBINI DEL TERZO MONDO

È l'apparecchio creato da Yves Behar per il progetto *One Laptop Per Child* il vincitore assoluto del *Brit Insurance Design Award*, prestigioso premio assegnato a Londra e che in questo 2008 ha celebrato la sua prima edizione. Il piccolo pc, progettato senza scopo di lucro al Massachusetts Institute of Technology per dotare bambini di paesi in via di sviluppo, è stato scelto dal panel dei giudici su una rosa di candidati di oltre cento progetti. Economico da produrre e capace di ridurre il consumo di energia del novanta per cento rispetto a un normale laptop, può essere ricaricato con un innovativo sistema manuale, ed è dotato di dispositivi video, per il networking, wi-fi e per la connessione web.



GOOGLE LUNAR X PRIZE, LA TECNOLOGIA E IL DESIGN ITALIANO FINISCONO SUL NEW YORK TIMES

È un concorso internazionale indetto mesi fa da Google con un montepremi di ben trenta milioni di dollari, per chi riesca nell'impresa di mandare un robot sulla luna in grado di inviare foto e altri dati sulla terra. Nei giorni scorsi a Mountain View, in California, presso la sede di Google si è svolta la presentazione ufficiale dei team che parteciperanno al *Lunar X Prize* - questo il nome della gara -, ognuno con una propria missione dagli obiettivi ben definiti. Dieci i team presenti, di cui otto americani, e solo uno italiano. Il professor Alberto Rovetta del Politecnico di Milano, uno dei maggiori esperti al mondo nel campo della robotica, ha presentato l'ambizioso progetto di "Team Italia" con grande successo e ammirazione da parte di tutti i media internazionali giunti a Mountain View per l'evento. Anche la *ABC* ed il *NYT* se ne sono interessati. Addirittura sul *New York Times* si è parlato del Google Lunar X Prize Event, e a corredo di tutto l'articolo il prestigioso quotidiano statunitense ha scelto di usare l'immagine del concept italiano. Sviluppato da Rovetta nel Laboratorio di Robotica ARIAL del Dipartimento di Meccanica del Politecnico di Milano, il robot presentato è stato messo a disposizione di "Team Italia" dal Politecnico di Milano. Le due ipotesi di re-design presentate, che si basano sulla parte ingegneristica già sviluppata e brevettata in tutto il mondo dal professor Rovetta, sono frutto della sua collaborazione con il designer Raffaele Iannello.



www.googlelunarxprize.org

LA PIETRA NEL DESIGN E NELL'ARCHITETTURA, AL FUORISALONE SI PRESENTA LA FIERA CARRARAMARMOTEC

C'è spazio anche per la relazione tra industria della pietra naturale e mondo del Design e dell'Architettura, nei giorni del Salone del Mobile a Milano. In particolare in Zonatorona, centro degli eventi del Fuorisalone, dove sarà creata una struttura completamente in marmo, una scultura che fungerà da reception di Zonatorona con l'accoglienza posta sotto il logo di CarraraMarmotec, promotrice del progetto realizzato con il coordinamento di Giulio Cappellini. Ovvero la Fiera Internazionale dei Marmi Tecnologie e Design, in programma a Carrara dal 29 maggio al 1 giugno prossimi. Che per la prima volta si presenta in un contesto di respiro internazionale quale il Salone di Milano, per promuoversi e per rafforzare la propria immagine. Con l'obiettivo di educare all'uso della pietra naturale attraverso l'esperienza dei grandi nomi dell'architettura e del design, incoraggiando la nuova generazione di professionisti a considerare i materiali lapidei alla stessa stregua del legno, del vetro, dell'acciaio e dei materiali compositi. Anche con il premio Dressed Stone Design Awards, concorso che mira a promuovere l'utilizzo della pietra naturale "in dialogo" con gli altri materiali, tra studenti delle facoltà e delle scuole di architettura e design, tra i giovani progettisti.

Info: 0585787963 - t.aquino@carrarafiere.com
www.carraramarmotec.com



IL NEW MUSEUM? ME LO METTO SULLA SCRIVANIA...

Pare che Sherwood Forlee, il designer che l'ha ideata, avesse notato che il New Museum non rispettava le indicazioni di Sanaa's - lo studio che ha progettato il nuovo edificio sulla Bowery -, che prevedevano che fosse completamente illuminato di notte. E allora ha voluto porre rimedio lui, ideando questa lampada da tavolo che riproduce l'ardita costruzione. Che in Italia qualcuno risponda con una plafoniera *Mart-inspired*?



PLUSDESIGN, IN ZONAVENTURA NUOVO DESIGN SHOP E BRAND PER MULTIPLI D'ARTISTA

È un nuovo spazio dedicato al design d'eccellenza, ma anche un marchio impegnato nella produzione di edizioni limitate di mobili, lampade e oggetti d'arredo affidati ad artisti e designer con una forte vocazione sperimentale. Debutta in occasione del Salone del Mobile Plusdesign, progetto di Lilia Laghi e Mariano Pichler localizzato in piena Zonaventura, sempre più crocevia delle novità artistiche meneghine. Un'iniziativa che sottolineare un'idea di design contemporaneo in assonanza con la libertà di espressione dell'arte contemporanea, focalizzando quindi i contatti tra questi due mondi. Molti gli artisti-designer già coinvolti nel progetto, tra i quali Paolo Gonzato, Elisa Sighicelli, Francesco Simetti, Simone Tosca, vedovamazzei, Paolo Chiasera. Il cantiere di via Ventura dove apre Plusdesign con altre gallerie è inoltre "presidiato" da una gru-installazione di 30 metri, realizzata da Anna Galtarossa e Daniel Gonzalez, che rimarrà visibile finché il cantiere sarà aperto, il prossimo dicembre. Gli oggetti gonfiabili che pendono dalla struttura vengono modificati e "cambiati d'abito" periodicamente dagli artisti. Al debutto di Plusdesign a Milano seguirà l'apertura di una seconda sede a Berlino, nell'ambito di un nascente distretto per l'arte contemporanea che sorgerà nel quartiere di *Wedding*, limitrofo ai quartieri di *Prenzlauerberg* e *Mitte*.

Inaugurazione: martedì 15 aprile 2008 - ore 19.00
Via Ventura 6 - Milano
Info: info@plusdesigngallery.com

SEDIA ELETTRICA D'ARTISTA. È LA WASSILY DI BREUER, RIVISITATA DA IVAN NAVARRO...

Molto si è parlato della moratoria sulla pena di morte, promossa dal governo italiano presso l'assemblea generale dell'Onu. Anche l'arte ora vuole dire la sua, e l'artista cileno New York-based Ivan Navarro lo fa con questa personalissima "sedia elettrica". Una rivisitazione al neon delle celeberrime Wassily di Marcel Breuer, attualmente esposta alla Galerie Daniel Templon di Parigi nella personale dal titolo *Antifurniture...*



MILANO, FITTO PROGRAMMA FRA ARTE E DESIGN AL NEGOZIO TEMPORANEO DE DIETRICH

Un negozio temporaneo nel cuore del quartiere Garibaldi di Milano per conoscere, con un ricco programma di incontri, esposizioni, presentazioni, degustazioni, il marchio De Dietrich, che segna l'ingresso del design di lusso in cucina. All'interno del Temporary Shop è allestita un'art kitchen, una cucina le cui pareti sono le tele di alcuni artisti che si alternano ogni settimana con le loro opere, da Alessandro Gedda a Sasha Preve, Giampiero Gasparini, Francesca Bozano. Con una serie di eventi speciali il cui clou è previsto la settimana del Salone Internazionale del Mobile. Fra questi il 16 aprile 2008 un happy hour con i soci Porsche Haus Milano, il 20 aprile l'evento Meccaniche Veloci, lancio in anteprima di una serie di orologi Limited Edition ispirati all'art kitchen De Dietrich, realizzati da Alessandro Gedda. Che per l'occasione si è diletta nel dipingere i quadranti del famoso orologio quattro valvole realizzando dei pezzi unici ad edizione limitata presentati al Temporary Shop. Il negozio temporaneo è anche on-line su www.temporaryshopdedietrich.it, dove è possibile vivere in diretta tutte le attività e gli appuntamenti organizzati grazie ad una web cam collocata all'interno dello spazio.

Fino al 27 aprile 2008

Corso Garibaldi, 59 - Milano

Info: info@temporaryshopdedietrich.it

Web: www.temporaryshopdedietrich.it

E AL FUORISALONE DEBUTTA ANCHE LA LINEA PRODOTTA DALLA DESIGN GALLERY ROMANA SECONDOME

Approda per la prima volta nel mondo della produzione la design gallery romana Secondome, con una nuova linea disegnata e realizzata da Fabrice e presentata a Milano nell'ambito del Fuorisalone. Con un evento - Cordially Invited il titolo - presentato nello splendido Palazzo Borromeo, dove sfilano oggetti e accessori di uso quotidiano concepiti dal team internazionale di giovani designer con uno stile ironico e anticonvenzionale. La collezione del marchio Secondome è composta da 12 pezzi in vetro soffiato a bocca, dalle forme più particolari: campane copritorta, che possono diventare coprigioielli in una vetrina, dai manici più fantasiosi come nasi enormi, frutta, banane, peperoncini o pere; copriarrosti a forma di pollo arrosto; decanter a forma di ampolla chimica; campane a forma di marziano; brocche a forma di pulcino con becco e zampette e vasi a forma di ramo.



Dal 16 al 21 aprile 2008

Piazza Borromeo 10 - Milano

Info: dgcomunicazione@gmail.com

SARÀ UNO SCULTORE GRECO A DISEGNARE LA MONETA DEL DECENNALE DELL'EURO

Il vincitore è stato scelto da oltre centoquarantamila cittadini dell'Unione Europea, chiamati ad esprimersi tramite un apposito website con un sondaggio conclusosi lo scorso 22 febbraio. Oggetto della "gara" era il design della moneta commemorativa da due euro che nel 2009 celebrerà i dieci anni dell'Unione economica e monetaria. E il vincitore, con un largo quarantuno per cento dei suffragi, è risultato lo scultore greco George Stamatopoulos, con un progetto che, nell'aspetto volutamente arcaico del disegno, evoca il baratto preistorico. A partire da gennaio 2009, tutti gli Stati membri dell'area dell'euro emetteranno monete commemorative con questo disegno.



www.eurodesigncontest.eu

EMPORIUM ED AGATHA RUIZ DE LA PRADA, NUOVO MATRIMONIO TRA DESIGN E MODA

Lei è un'estrosa creatrice spagnola, che da anni caratterizza il mondo della moda e del design con il suo personalissimo stile di vita, riconducibile ai concetti di allegria e buonumore. È Agatha Ruiz de la Prada, che si lancia ora in una nuova sinergia tra design e moda con un accordo con Emporium, azienda che da tempo si avvale dell'apporto progettuale e creativo di diversi affermati designer. Dall'incontro italo-spagnolo nasce una collezione chiamata simpaticamente "Agathology", con oggetti dove tornano le sue esclusive forme a cuore, fiore e nuvola, che si trovano nei capi d'abbigliamento. Fra i modelli proposti, dalle forme ludiche e realizzati con materiali innovativi, ci sono tavolini, appendiabiti, scaffali e scatole portaoggetti.



Presentazione: mercoledì 16 Aprile 2008

Store Emporium, in.

Via Maroncelli 5 - Milano

Info: 0258108021 - bsidecomunicazione@libero.it

ANCORA IL VETRO PROTAGONISTA. A TRIESTE CONCORSO INTERNAZIONALE CON TEMA

Tema particolarissimo quello dell'ottava edizione del *Concorso Internazionale di Design Trieste Contemporanea*, cui sono invitati artisti e progettisti dell'Iniziativa Centro Europa: ai partecipanti è infatti richiesto di disegnare il Graal in vetro. Come tradizione i finalisti avranno la possibilità di vedere il loro oggetto realizzato nelle fornaci di Venezia questa estate ed esposti successivamente nella doppia sede della città lagunare e di Trieste. Consistenti i premi. La giuria - presieduta da Gillo Dorfles - attribuirà 4000 euro al migliore progetto, 3000 euro saranno riservati al miglior progetto proveniente da un paese INCE non membro dell'Unione Europea, mentre il più giovane progettista selezionato riceverà 1000 euro. La partecipazione è gratuita e riservata a progettisti nati in Albania, Austria, Bielorussia, Bosnia e Erzegovina, Bulgaria, Croazia, Estonia, Germania, Italia, Lettonia, Lituania, Macedonia, Moldavia, Montenegro, Polonia, Repubblica Ceca, Repubblica Slovacca, Romania, Serbia, Slovenia, Turchia, Ucraina e Ungheria. (d. c.)

Graalglass. Concorso Internazionale di Design Trieste Contemporanea

Scadenza per la presentazione dei progetti 10 giugno 2008

Comitato Trieste Contemporanea

Via del Monte 2, Trieste

Info: 040639187 - tscont@tin.it - tscont@tin.it

Web: www.triestecontemporanea.it



MILANO, DALL'OLANDA ARRIVA AL FUORISALONE ANCHE IL VIRTUAL DESIGN

C'è anche una selezione di arredi e tessuti realizzati da un gruppo di designer iscritti alla prestigiosa *Koninklijke Academie van Beeldende Kunst*, de L'Aia, in mostra nel nuovo "Fuorisalone" di via Custodi a Milano, nell'ambito del Salone del Mobile. I migliori studenti del corso in Interior design and Textile & Fashion hanno ideato la mostra "Royal Dutcheese" dove i visitatori muniti di un casco ottico e di uno zaino leggero potranno interagire anche con le rappresentazioni virtuali degli oggetti "reali" in mostra grazie all'impiego di un innovativo sistema di riconoscimento a radiofrequenze progettato dal "Ar Rfid Lab". (g. s.)



Dal 15 al 21 aprile

Via Custodi 6 - Milano

Info: www.kabk.nl

2008: L'ANNO DELLA SVOLTA

Con il prezzo delle materie prime e dell'energia che continua a crescere, e la crisi finanziaria dei mutui subprime americani che minaccia di far sentire le sue conseguenze, questa sarà un'edizione fondamentale dei Saloni di Milano. Perché? Perché qui si fanno prodotti destinati a sua maestà l'export. Ne parliamo con il presidente del Cosmit Rosario Messina...

► Come si colloca questa edizione de I Saloni?

Questa sarà un'edizione particolarmente importante, in quanto esistono molte variabili che dipendono dagli effetti della globalizzazione. Il 2007 è stato infatti un anno positivo, con un tasso di crescita che ha riguardato tutti i comparti. La congiuntura è dunque solida, anche se trainata soprattutto dalle esportazioni, che rimangono la componente più dinamica della domanda.

Già, ma il 2008...

Per il 2008 abbiamo incertezze. Ci sono segnali da non trascurare: l'aumento del prezzo delle materie prime e dell'energia, la crisi finanziaria dei mutui subprime, il trend negativo delle borse. Per un settore fortemente orientato all'export come quello dell'arredamento, questi segnali sono significativi. In questo senso, l'edizione sarà davvero fondamentale, perché aiuterà a leggere e comprendere meglio l'attuale congiuntura economica.

Il mercato estero è un punto di riferimento per il made in Italy e presume una "strategia obbligatoria". Quali sono le nuove logiche produttive e commerciali?

Dall'analisi per paesi degli ultimi dati di commercio estero riferiti ai mobili, nel periodo gennaio-ottobre 2007 emerge una crescita generalizzata delle esportazioni di arredamento in tutti i principali mercati, con forti accentuazioni per Russia, Grecia, Ucraina e Emirati Arabi Uniti. Francia, Germania e Regno Unito si confermano i primi tre paesi clienti e tornano a mostrare significativi tassi di crescita. Da questa analisi dei mercati di sbocco dell'arredamento si deduce in modo significativo la

discontinuità del 2007 rispetto al 2006. Bisogna infatti arrivare al quattordicesimo paese cliente per osservare una variazione negativa delle esportazioni in valore di una certa consistenza, segnale significativo dell'attuale ciclo economico. Questo spiega anche la maggiore omogeneità degli andamenti tra le imprese: la specializzazione per prodotti e mercati di sbocco nel 2006 aveva penalizzato alcuni e avvantaggiato altri.

Cosa emerge alla luce di questo trend?

Che le imprese hanno saputo trarre una lezione positiva e hanno iniziato a percorrere la strada di una maggiore internazionalizzazione, che è oggi non un'opzione, ma una necessità.

Con i SaloniWorldWide avete aperto delle sedi importanti nella

geografia economica mondiale. Le dinamiche domanda-offerta sono simili a quelle della manifestazione milanese o presentano caratteristiche originali?

Direi che essenzialmente sono uguali ma ben distinte. A New York siamo presenti esclusivamente con aziende rappresentative della fascia alta del settore design tra le più qualificate, sia a livello qualitativo che merceologico. A Mosca invece - la Russia e i paesi del suo bacino geopolitico sono un mercato completamente diverso da quello americano, in quanto in evoluzione e con gusti

“ **Business e cultura è la formula che Cosmit ha sviluppato negli anni, affiancando all'offerta prettamente commerciale proposte di forte impatto e di alto valore**

molto diversi - siamo presenti non solo con aziende di design, ma anche del settore classico e moderno.

Il vostro Risiko si amplierà?

Per ora non ci sono previsioni immediate di nuove fiere all'estero. Avevamo considerato varie possibilità come Giappone, India, Dubai e Cina, ma sono ancora mercati non maturi, ciascuno per un motivo diverso.

Com'è nata l'idea del progetto Ufficio Fabbrica Creativa legato al SaloneUfficio?

Da un convegno organizzato da Assufficio, nel corso del quale si è pensato di estendere il titolo del progetto a macrotema di SaloneUfficio, riportando l'attenzione sugli uffici moderni considerati le fabbriche di oggi, luoghi di produzione di creatività. Un ufficio, come una fabbrica, ha bisogno di essere pensato e progettato per attività specifiche, per un determinato processo produttivo, per una certa tipologia di persone, per una certa filosofia aziendale, perché in un ufficio, come in una fabbrica, organizzare lo spazio in funzione dell'attività produttiva ha un impatto diretto sulla produttività del lavoro e quindi della stessa azienda.

Il Salone Internazionale del Mobile coinvolge anche la città con delle manifestazioni culturali. Le mostre in città sono percepite dai visitatori del Salone come parte integrante della manifestazione fieristica?

Con la nostra comunicazione cerchiamo di far comprendere questo legame, ma non sempre viene percepito in pieno. È difficile, credo, immaginare che una fiera di portata internazionale come la nostra riesca solo a fare cultura elitaria. E questo invece è proprio il fiore all'occhiello dei Saloni e di Cosmit. Business e cultura è infatti la formula che Cosmit ha sviluppato negli anni, affiancando all'offerta prettamente commerciale proposte di matrice culturale di forte impatto e di alto valore. Formula che si è dimostrata assolutamente vincente per il pubblico degli operatori commerciali e di tutti coloro che vivono da protagonisti il mondo della progettazione. La storia degli eventi collaterali del Salone del Mobile è iniziata molto presto, nel 1965, quando - per sottolineare la presenza di un nuovo padiglione completamente dedicato alle aziende più attente al design, che sarà tra le carte vin-

centi della mostra merceologica stessa - venne organizzata la "Mostra retrospettiva per una documentazione sul design del mobile in Italia dal 1945 a oggi".

La città è sicuramente partecipe dell'energia creativa della settimana del design grazie anche alla collaudata manifestazione fuori salone organizzata in ZonaTortona. Il rapporto con loro com'è?

Né rivalità né collaborazione, ma una grande sinergia nata in maniera assolutamente naturale e spontanea. Il fuori salone è nato come conseguenza del Salone, partendo dalle stesse aziende che espongono al Salone e volevano poter continuare ad avere contatti con i clienti anche al di fuori degli orari di manifestazione, aprendo quindi i loro showroom in città anche di sera.

La tematica ecologica sta pervadendo sempre di più anche il settore del design del mobile e del complemento d'arredo. Interesse crescente che, per esempio, ha visto sorgere a Milano progetti come Bestup! e, all'ultima edizione del Salone del Mobile di Parigi, l'allestimento di spazi dedicati ad aziende caratterizzate da una produzione ecosostenibile. Avete in progetto di puntare i riflettori su questa tematica nel prossimo futuro?

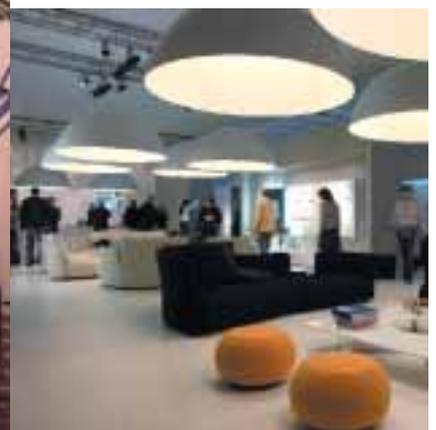
Un progetto è già pronto. Il Salone Satellite dedica questa edizione al verde, con il titolo "W il verde, go Green!", sia nell'allestimento che per quanto riguarda i progetti. I designer partecipanti sono stati invitati a portare, oltre ai progetti principali, anche qualcosa legata all'ecosostenibilità. Abbiamo scelto di concentrare questa attività sul Salone Satellite, in quanto i giovani progettisti di oggi saranno i designer di successo di domani e del futuro, com'è già successo per molti architetti oggi famosi nel nostro settore. >

[a cura di giorgia losio]

www.cosmit.it



sopra: Il presidente del Cosmit Rosario Messina qui a sinistra e in basso: Salone Internazionale del Mobile - photo Saverio Lombardi Vallauri



TECHNOLOGY FOR THE KITCHEN

Eurocucine fin dalla prima edizione del 2002 propone l'evento collaterale FTK (*Technology For the Kitchen*) per dare spazio alle novità tecnologiche di alcune aziende di elettrodomestici tra le più importanti a livello internazionale. Si tratta di prodotti connotati da un design eco-efficiente e dall'*easy of use*, ossia la semplificazione d'impiego dell'elettrodomestico. Un'altra componente che caratterizza il prodotto è sicuramente la sua ergonomia, con un forte orientamento verso la riduzione delle dimensioni d'incasso per poter rispondere ai sempre più ridotti spazi abitativi. Vengono proposti, accanto ai prodotti innovativi, anche dei "pensieri sul futuro": prototipi e progetti degli elettrodomestici a venire. Tra le aziende partecipanti si segnala il gruppo tedesco BSH (Bosch, Siemens, Gaggenau, Neff), classificato al primo posto dall'organizzazione GfK per l'attenzione al cliente, la cui soddisfazione costituisce il primo obiettivo dell'azienda, e che le ha fruttato anche il *German Logistics Prize* e ben trentadue riconoscimenti per la creatività del design nella categoria Household/Living all'edizione 2006 dell'*iF design awards*. Il gruppo BSH mostra inoltre un'accesa sensibilità per le tematiche ambientaliste e sostiene, per esempio, l'iniziativa della Commissione Europea "Sustainable Energy Europe". Dalla responsabilità ambientale a quella sociale, un altro elemento chiave che BSH manifesta garantendo migliori condizioni di lavoro e di vita in tutto il mondo. Firmando il *UN Global Compact* e il *CECED (Code of Conduct for the European home appliance sector)*, BSH sottolinea la sua *mission* verso l'armonizzazione delle condizioni globali di produzione.



L'evento Technology For the Kitchen

| giorgia losio |

www.cosmit.it
www.bsh-group.it

LAGO NELLA QUARTA DIMENSIONE

L'azienda Lago presenta un nuovo sistema componibile di cucine e bagni che consiste nella "quarta dimensione del progetto", la quale permette di creare volumi e forme che evocano la natura, come nel caso di *Albero&Nuvole*, che riproduce un paesaggio in una stanza. Si tratta di un sistema modulare che consente di alleggerire la percezione d'ingombro, lavorando per sottrazione, e di giocare con il proprio gusto dando libertà di composizione al fruitore. Un'altra novità è l'ingresso nella dispensa dell'armadio *N.O.W.* con la colonna da sessanta centimetri di larghezza che ospita il frigorifero, il forno tradizionale e il microonde. Le ante e i top sono prodotti con pannelli di legno con vetro accoppiato, materiali ecologici che contraddistinguono la filosofia Lago. L'azienda padovana è connotata infatti da una specifica tradizione produttiva: la lavorazione del legno applicata alla produzione di complementi d'arredo e sistemi per la zona giorno e la zona notte. La *mission* per il futuro è quella di diffondere il proprio marchio e la propria identità di eco-azienda nei mercati esteri, in particolare quello asiatico. Lago si autodefinisce una non-fabbrica, che persegue un'etica intesa come approccio educato al mondo del business, ed è un laboratorio di idee dove giovani studenti da tutto il mondo partecipano a workshop di design, grafica, scenografia, fotografia e packaging. Quest'ultimo aspetto è particolarmente caro all'azienda, che con il car-

tone di scarto degli imballi ha prodotto lo sgabello *Ricciolo*, in linea con i suoi principi etici, e la collezione *Object Deluxe*, una serie di scatole di cartone sulla cui superficie sono stampati provocatoriamente disegni raffiguranti sagome di oggetti di lusso. | g. l. |

www.lago.it



Object Deluxe, produzione Lago

CALLIGARIS... AL VERDE PER L'ARTE

Tra le novità presentate da Calligaris segnaliamo la sedia *Area 51* dei designer Ludici&Peverè: realizzata in polipropilene con la tecnica *airmoulding*, è impilabile e utilizzabile indoor e outdoor. Anche Calligaris è tra quelli che per-



Ludici&Peverè, prog. Area51 - produzione Calligaris

seguono una filosofia "verde", come dimostrano alcuni dati: nel 1997 è una delle prime aziende a ottenere il certificato ISO 9001 per tutto il sistema organizzativo e produttivo grazie all'utilizzo razionale delle materie prime, alla riduzione dell'inquinamento e alla promozione di un equilibrio tra uso e ripristino delle risorse naturali. Recentemente ha inoltre ottenuto il prestigioso certificato Fsc, Forest Stewardship Council, dall'omonimo organismo internazionale che ha per obiettivo la tutela dell'ambiente naturale utile per i lavoratori e le popolazioni locali in linea con i principi di sviluppo sostenibile. Grazie alla certificazione Fsc, Calligaris garantisce la provenienza delle proprie materie prime da aree forestali controllate. Nel 2007 l'azienda promuove anche il concorso *Legno e Progetto* perché, sostiene, progettare utilizzando il legno significa rispetto per la natura ed è simbolo di vita e di energia. Alla prima edizione del concorso sono pervenuti oltre seicento progetti e il primo premio è andato all'appendiabiti da terra *Lancillotto* del designer fiorentino Leonardo Bua. Sempre nel 2007 Calligaris fa il suo ingresso anche nel mondo dell'arte e della cultura con il sostegno ad eventi artistici e culturali quali la Fiera Internazionale del Libro di Torino e la mostra antologica "Terredarte" di Ettore Sottsass a Trieste. In continua crescita, il marchio Calligaris è oggi forte del riconoscimento internazionale con la presenza di filiali in tutto il mondo. | g. l. |

www.calligaris.it

ECO EVENTI EFFICIENTI

Zona Tortona ospita quest'anno il progetto *ABLE2008* - creato da Uchita de Zoysa e Artur Moustafa della *Able Global Solutions* di Malmö -, che seguendo il motto *be the change you want to see* del Mahatma Gandhi vogliono indirizzare il mondo del design verso stili di vita sostenibili. Si tratta di una piattaforma che include discussioni, workshop e un *sustainable design lab*, in cui i designer possono incontrare le aziende e i produttori per scambiare idee e opportunità seguendo i principi di eco-efficienza. È inoltre indetto un concorso che premierà i progetti che meglio riflettono la filosofia sostenibile. Al termine della design week verrà stilato anche un Manifesto che sarà lo strumento di comunicazione tra design e settori sostenibili e che proporrà testi, immagini, prodotti e network utilizzando la piattaforma wiki. *ABLE2008* è disegnato seguendo le 3R: *Reduce, Reuse and Recycle*. Tra le aziende partecipanti segnaliamo: Vujji, Svensk Form, Bella Cycla (Taiwan). Sempre sotto il segno dell'eco-efficienza dall'11 al 14 aprile è indetta l'edizione 2008 di *Fa' la cosa giusta*, fiera dedicata all'abitare sostenibile con la sezione speciale "Dire, fare... Abitare", che propone al visitatore soluzioni innovative per l'abitare caratterizzate da sostenibilità ambientale, economica e sociale. La fiera è suddivisa in tre piazze: "Abitare la città", "Abitare la comunità", e "Abitare la casa". All'interno di quest'ultima è allestita la mostra *Fa' la cosa giusta*, a cura di Terre di mezzo, Legambiente e Best up. Il fine è quello di mostrare attraverso immagini e arredi un sistema sociale equo e sostenibile che si ponga come sintesi di comportamenti responsabili e prodotti eco-efficienti per una casa in cui vivere meglio risparmiando e rispettando l'ambiente. | g. l. |

www.worldwideable.com
www.falacosagiusta.org



Tiziana Cerri

DESIGNED TO DESIGN

Un padiglione, il 28, creato apposta per l'occasione. Cinquecentosettanta i nomi selezionati. Ventidue le scuole che partecipano all'edizione 2008. Molte le novità, sempre più definito il focus sugli astri nascenti. Il Salone Satellite preannuncia un undicesimo compleanno particolarmente succulento...

> Pare non manchi proprio nulla. L'aprile milanese si promette generoso per le nuove proposte e la città si riconferma ormai perfettamente a suo agio nei panni di madrina benefica di giovani talenti. Numerose le occasioni di visibilità per i designer emergenti, dai circuiti più istituzionalizzati ai vari ed eventuali appuntamenti paralleli. Onore al merito, certamente, e onore doppio a chi può senza dubbio vantare il primato di aver iniziato una tendenza così strutturata da essere ormai una tradizione.

Dunque, undicesima edizione del Salone Satellite, primo evento in assoluto ad essere stato esclusivamente dedicato a designer giovani o addirittura in formazione. Chiuse le celebrazioni per il decennale della manifestazione, che hanno

portato lo scorso anno all'organizzazione della mostra "Avverati", presto riproposta da Torino 2008 World Design Capital e da altre sedi espositive internazionali, il Salone si prepara a doppiare il successo delle passate stagioni garantendo al pubblico e agli addetti ai lavori la possibilità di confrontarsi con il panorama più scelto delle nuove tendenze italiane e non.

Eco-sostenibile la selezione dei partecipanti per il 2008; "Viva il verde" il filo conduttore. Idea saggia e assolutamente bene accolta, che trova di fatto precise corrispondenze in scelte simili

relative ad altri interessanti progetti milanesi contemporanei ai saloni (come ABLE di Zona Tortona) e che ha colto nel segno suscitando l'interesse di capacissimi giovani marchi che vogliono fare di una produzione consapevole ed equa un punto di riferimento e di imprescindibile crescita (Naturalmente, Belgio; Fokus Fabrik, Finlandia; Az-e-mut, Francia; Neo Studios, Germania). Sulla severità e competitività della selezione si possono nutrire ben pochi dubbi: proprio nel momento in cui si moltiplicano gli spazi dedicati ai cosiddetti esordienti, Salone

“ **Proprio nel momento in cui si moltiplicano gli spazi dedicati ai cosiddetti esordienti, l'intenzione apertamente dichiarata è quella di non livellarsi a semplice piazza giovanile**

Satellite porta avanti un percorso di coerente continuità nel segno di una rigorosissima qualità. Avendo

già dato i natali e decretato il successo di molti indiscutibili grandi, tra cui Matali Crasset, Lorenzo Damiani, Patrick Jouin, Harri Koskinen, Xavier Lust, Satyendra Pakhalé e Paolo Ulian, l'intenzione apertamente dichiarata è quella di non livellarsi a semplice piazza giovanile. Dunque numero chiuso a cinquecentosettanta designer e ventidue scuole, scremate da un comitato di selezione tanto robusto quanto variegato, in cui designer e architetti di fama internazionale, come Giulio Cappellini, Ferruccio Laviani, collaborano insieme a

giornalisti e altri addetti del settore, da Silvana Annicchiarico, direttrice del Triennale Design Museum, a Marva Griffin Wilshire, combattiva curatrice storica del Salone Satellite. Non più di tre, infine, le partecipazioni concesse ad uno stesso designer o gruppo, così da garantire un fluido rinnovarsi di buone idee senza contrastare la possibilità di seguirne lo sviluppo e l'evoluzione. A tale proposito, tra i novelli partecipanti, vale la pena menzionare ODCD (Oriental Domestic

Culture and Design), che raggruppa programmi universitari cinesi, coreani e giapponesi, l'Università di Belgrado e l'Irlandese Southern Regional College-Lurgan Campus. Parlando di novità, il Salone Satellite promuove quest'anno due iniziative volte ad offrire una valida piattaforma di scambi e contatti tra creativi e mondo della produzione. Se la tessitura di un vivace connettivo di incontri tra progettisti e imprenditori acuminati ha sempre caratterizzato questo evento, il 2008 si fregia di uno strutturato programma di appuntamenti con produttori, designer affermati e professori, tutti dal profilo rigorosamente internazionale, e dell'offerta di possibili tirocini in aziende produttrici. Assolutamente da non dimenticare, in merito, l'ormai consueto accordo con ADI (associazione per il disegno industriale), che offre assistenza a chi intende proteggere il proprio lavoro attraverso l'iscrizione al Registro Progetti. E se tutto ciò non dovesse bastare potrà aiutare tenere a mente che "non c'è niente di meglio che cenare italiano tutte le sere" (Laura Järvaläinen, Fokus Fabrik, Finlandia). >

| silvia colaiacomo |

qui in basso: Stand della Scuola Politecnica di Design nell'edizione 2007
a destra: Salone Satellite 2007
in fondo: Stand nell'edizione 2007 di Alberto Dassasso, che ha presentato il progetto 'Avio'



LA PAROLA ALLE IDEE

I DESIGNER RACCONTANO LE LORO CREAZIONI

Nicolas B. Lecompte - Samare (Canada)

Un pezzo a cui siamo particolarmente affezionati è lo sgabello *Mountie*, che a nostro avviso rappresenta in modo essenziale l'iconografia canadese rivisitata in chiave contemporanea. Alto e fiero, *Mountie* è ispirato alle famose "giubbe rosse" della gendarmeria reale canadese come emblema di vigilanza che richiama alla posizione di "attenti". Abbiamo deciso di presentarlo proprio qui al Salone Satellite perché è l'oggetto



Nicolas B. Lecompte per Samare, progetto Mountie

più emblematico e di forte impatto della nostra collezione, in grado di descrivere al meglio il nostro processo creativo.

d-VISION - (Israele)

La nostra esposizione si chiama *On the table - Outdoors* e uno dei progetti in mostra è il set di posate *Sunny side up*, ispirato alla naturalissima tendenza alla cre-



d-Vision - progetto Sunny side up

scita di ogni essere vivente. Leggermente inclinati ma eretti, la forchetta, il coltello e il cucchiaio imitano un fiore, assetato di solare vitamina C. Come designer facciamo spesso riferimento al comportamento naturale delle cose. Crediamo che una profonda verità si nasconda dietro il modo in cui la natura si è evoluta, e da un punto di vista di puro design la natura rappresenta il miglior processo di evoluzione di un prodotto mai esistito. Osservarla può insegnarci molto, sia come designer che come esseri umani.



Claudia Unterscheider per Croesa, prog. Lex7

Claudia Unterscheider - Croesa (Austria)

Lex7: l'idea di base era quella di creare un fantastico pezzo di arredamento sia nella forma che nel colore, qualcosa che potesse essere modificato e che potesse piacere a tutti. *Lex7* è uno straordinario complemento modulare, che può essere composto e variato sulla base di innumerevoli combinazioni. Sviluppare *Lux7* ci ha impegnato per circa un anno, fino all'ottobre 2006. Ora siamo qui al Salone Satellite per trovare un produttore che abbia interesse a collaborare con noi.

Géraldine Hetzel, Rafaële David - Az-e-mut (Francia)

Il nostro primo prodotto è *Tutrix*, un sistema non ostruttivo di supporto per piante rampicanti ispirato a un giardino ghiacciato. Questa idea è inizialmente nata dalle nostre stesse esigenze in fatto di giardinaggio. Ogni volta che cercavamo un supporto per rampicanti, trovavamo soluzioni minime e discrete o, al



contrario, grandi al punto da nascondere la pianta stessa. Allo stesso tempo, l'ispirazione per la sua realizzazione ci è stata offerta dalla natura, ovvero da un giardino



Az-e-mut - progetto Tutrix

completamente ghiacciato. Il modo in cui il gelo accompagna le forme e riflette la luce è infatti quasi magico. *Tutrix* ha già ricevuto premi e riconoscimenti ed è ormai in commercio. Siamo orgogliose di dire che è prodotto in Francia con componenti di alta qualità. Tutte le nostre creazioni tendono a rinforzare un forte legame tra l'uomo e la natura e i nostri prototipi sono integralmente biodegradabili e costituiti da materiali di riciclo.

Anna Sellgren, Linda Alexandersson - Proudly (Svezia)

Uno degli oggetti presentati è *Bucket*, una lampada da soffitto fatta da centinaia di fili. L'idea ci è venuta dal desiderio di creare una lampada con quanta più espressione e carattere possibili, ma composta dal minimo materiale indispensabile. Volevamo dare vita ad un prodotto che fosse facile da



Anna Sellgren e Linda Alexandersson per Proudly, progetto Bucket Lamp

maneggiare e non prendesse troppo spazio se trasportato o messo da parte. Riteniamo che il risultato finale rispecchi esattamente ciò che volevamo ottenere, per questo motivo la lampada occupa una posizione privilegiata nel cuore di Proudly.

Rodrigo Vairinhos - Neo Design (Germania)

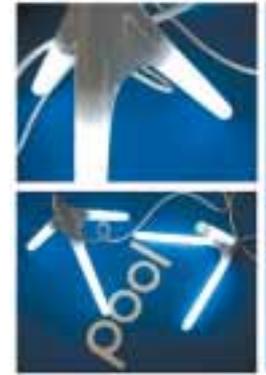
Tra i vari progetti che porto a Milano posso annoverarne uno speciale, uno dei miei *pièces de résistance*, il *puff/sedia* a dondolo *Corky Lips*, un prodotto con una forte coscienza ecologica. Posso affermare che *Corky Lips* è la materializzazione di sensualità ed ecologia, essendo realizzato solo con scorza di sughero. Ho creato



Neo Design - progetto Corky Lips

Coarky Lips perché ho sempre avuto il desiderio di lavorare con il sughero, materiale versatile e flessibile, le cui migliori qualità sono l'essere rinnovabile ed ecologico. Il progetto è decisamente recente, creato circa un anno fa, e subito ne ho inteso l'interesse che il pubblico gli avrebbe dimostrato. Il motivo per

cui amo così tanto questo oggetto è la combinazione tra la scelta dei materiali, una forma meravigliosa e la sua altissima qualità. Il fatto che il pubblico si senta intrigato da *Coarky Lips* è anche il motivo per



In-design - progetto Pool

cui porto questa poltrona con me a Milano: so che si presenteranno situazioni in cui le persone vorranno rilassarsi e si lasceranno tentare dall'idea di provarla.

Nicole Aebischer, Gabriela Chichiero - Aebischer-Chichiero (Svizzera)

Al Salone Satellite presentiamo un nostro *concept store*, una piccola collezione di undici pezzi realizzati esclusivamente per l'occasione. Ogni singolo oggetto è creato per la vendita e speriamo di ricevere un



Chichiero - progetto Babel

riscontro positivo da produttori, designer e giornalisti. Un pezzo della collezione è *Toga*, un attaccapanni, un semplice oggetto in legno con delle aggiunte per appendibili. A partire da un attaccapanni tradizionale abbiamo creato un nuovo pezzo di arredamento. La grande sfida è stata ripensare qualcosa di già conosciuto e adattarlo fino al punto di farne un nuovo e sorprendente oggetto. Un altro lavoro, ancora in progress, è una lampada costituita dai soli fili che la collegano al soffitto. Naturalmente è una soluzione ottica che richiede una buona competenza tecnica per essere realizzata, per questo il progetto non è ancora completato. È da un po' che lavoriamo all'idea di questa lampada, dunque è il momento di metterla in pratica. Quello che vorremmo è un oggetto assolutamente sobrio, ma con dei dettagli determinanti.

In design - (Giappone)

Principalmente disegniamo progetti di illuminazione. Quest'anno presentiamo la nostra nuova lampada *Pool*. *Pool* è sostenuta da tre gambe e ha un aspetto irresistibile-



mente grazioso. Siamo certi che tutti ne saranno conquistati.

John Niero - (Stati Uniti)

Quest'anno presento quattro pezzi: due sedie, una poltrona, un set tavolo/ottomana e una lampada. Credo che tra questi il mio favorito sia la lampada: era di fatto un progetto indipendente che ho intrapreso quando ho deciso di forzare i miei limiti e lavorare con oggetti e concetti che non sentivo veramente miei, come cristalli, candelieri, luci colorate e tessuti e fantasie. Il risultato è una *Monkey light*, che consiste in alcune centinaia di sagome di scimmia in acrilico rosa e arancione con fantasie tagliate al laser e pance in cristallo. Le scimmie pendono da un albero circolare che copre una lampadina fluorescente al centro. La lampadina fluorescente fa colorire le scimmie. La cosa interessante di questa lampada è



John Niero - progetto Monkey light

che di fatto è più di ciò che sembra. In principio non si vedono le scimmie, perché sono densamente raggruppate intorno all'anello della struttura e il profilo che creano è più simile a quello di una lampada tradizionale. Questo è indicativo della mia filosofia di lavoro in cui si manifesta un processo di graduale disvelamento che cattura il pubblico. Sto cominciando proprio ora una nuova carriera e il nome della mia compagnia, *Just not normal*, riflette la mia filosofia.

MILANO ZONA APERTA

Partita nel 2001 con pochi espositori (tra cui Cappellini), Zona Tortona è arrivata nel 2007 a ottantamila visitatori. Come dice Maurizio Ribotti, amministratore delegato di DesignPartners, l'appuntamento, in forte crescita, "ospita e lancia nuovi brand, e fa del design un tema di respiro internazionale"...

Zona Tortona 2008 si chiama nientemeno che "The Sign of Design" e, giunta alla sua ottava edizione, si presenta come l'evento più ruggente della primavera lombarda. "Evento unico", puntualizza Maurizio Ribotti, "perché si tratta di un circuito 'a cielo aperto', un circuito originale, non esiste nulla di simile al mondo". Unico anche il programma, che offre un'interessante mescolanza di vecchie e note conoscenze e di nuovi talenti. Tra gli espositori storici vale la

pena citare Moooi, Bisazza, Paola Lenti - nel nuovo spazio espositivo Forcella 5 insieme a Carl Hansen ed Ecllettis - Viccarbe, Pircher e Swarovsky. Per gli emergenti consistente è la

“ Giunto alla sua ottava edizione, "The Sign of Design" si presenta come l'evento più ruggente della primavera lombarda

presenza dei paesi nordeuropei: dal Danish Kraft Center danese

all'inglese Manlet. La new entry spagnola è BD da Barcellona. Tokio Design Premio torna per il secondo anno consecutivo, così come Ilk (selezione di designer turchi) e David Trubridge. Accapunto, per finire, è un nuovo marchio indonesiano che si presenterà con l'art direction di Michael Young. Ovviamente, vietato trascurare That's design, la manifestazione dedicata alle scuole internazionali di design, promossa da Domus Academy, Consorzio POLI.design, la Facoltà di Design del Politecnico di Milano e ZonaTortona, e ospitata dagli spazi dell'area Ex Ansaldo.

Per dirla tutta, Zona Tortona Design 2008 ha ottenuto il patrocinio del Comune di Milano, e per la prima volta è guidata da DesignPartners, gestore ed organizzatore di tutta la "macchina" Zona Tortona e proprietaria del marchio. Novità da trascurabili, dato che "DesignPartners è il primo gruppo

integrato di società di servizi dedicati ad aziende internazionali che fanno del design un asset strategico. Il gruppo unisce otto società, con esperienza decennale, nate dalla passione di chi ha studiato, ideato, vissuto il mondo del design, tra le quali ZonaTortona, DesignLibrary e DesignItalia", come spiega Ribotti. Cambiare significa rischiare, ma "i rischi sono in parte anche le sfide del gruppo, per quanto sia troppo presto ora fare un bilancio. Per il momento si stanno definendo dei dettagli che già si vedranno in questa edizione, a partire dalla selezione delle aziende, l'art direction degli spazi, la nuova immagine della comunicazione e una pianificazione molto importante che trasferirà il nostro know-how all'evento di design in Turchia (Istanbul Design Week) il prossimo ottobre".

Altra nota di grande interesse il progetto ABLE (nei locali del NHOW) centrato sul tema della sostenibilità, anzi "creato per dare una spinta al settore del design con la creazione di stili di vita

responsabili". La consapevolezza del ruolo del design come veicolo di informazione e sensibilizzazione è peraltro rafforzata dal progetto Impatto Zero di Lifegate, "il primo progetto italiano che concretizza gli intenti del protocollo di Kyoto".

Dunque il bilancio si va delineando massimamente corposo, straordinari gli spazi - molti dei quali di diretta gestione di Superstudio Più, la cittadella dell'immagine nata nel '79 dalla collaborazione tra Flavio Lucchini e Fabrizio Ferri - e ricco, tutto lascia credere, il riscontro del pubblico. "Speriamo che il futuro ci dia ragione", conclude Ribotti. "Zona Tortona ha ottenuto un grande successo perché si è aperta alla città di Milano offrendo una settimana che attira gli stranieri come nessun evento. Vorremmo continuare a incrementare il nostro evento, migliorandolo sotto alcuni aspetti e, perché no, renderlo un modello da esportare".

| silvia colaiacono |

a destra: That's Design! - Zona Tortona - edizione 2007
 qui sotto: Il rivestimento in legno N.O.R.D.
 BioParkett di Area Pavimenti - photo Rovere
 Thermo - Zona Tortona
 in basso a sinistra e a destra: Zona Tortona Design



PIÙ SUPERSTUDIO PIÙ

Nel cuore di Zona Tortona Exibart ha incontrato Gisella Borioli, amministratore delegato di Superstudio Più, punto di partenza e punta di diamante della designtown meneghina. Quasi diciottomila metri quadri di spazi espositivi capaci di dare risposte alle esigenze della comunicazione e della creatività con progetti low o no profit...

Come si è evoluto Superstudio Più?

Fin dall'inizio abbiamo pensato a creare un luogo che a Milano non c'era, capace di dare risposte alle esigenze della comunicazione avanzata e della creatività in genere, tenendo presenti i settori del nostro background e delle nostre passioni: moda, arte, teatro, danza, design e tutte le espressioni innovative della contemporaneità. Cercando di far convivere progetti commerciali e progetti *low-profit* o *no-profit*, ma che potessero dare opportunità a giovani artisti, curatori, stilisti e creativi.

Il vostro ruolo nell'ambito di Zona Tortona Design 2008?

Abbiamo sempre avuto un ruolo trainante. Non solo perché tutto è partito da Superstudio Più, ex-General Electric, nel 2001, ma anche perché, con i suoi diecimila metri quadri di spazi espositivi in loco e gli altri ottomila che controlla tra ex-Ansaldo e

Superstudio 13 di via Forcella, la nostra realtà rappresenta più della metà degli spazi a disposizione durante il Salone del Mobile in Zona Tortona.

Le novità di quest'anno?

Un progetto coerente e preciso, che si avvale della preziosa collaborazione di Giulio Cappellini come art-director dell'impostazione generale, per fare di Superstudio Più, Ex-Ansaldo e Superstudio 13 tre appuntamenti diversi e complementari con il miglior design internazionale. Da non perdere la mostra di Glass-design in MyOwnGallery organizzata da Bombay Sapphire, l'esposizione di Bisazza in Art Point, i Basement di via Tortona allestiti con un progetto di *hospitality*, il magico Dance Point per la prima volta utilizzato per il design, il progetto art-design di Luxottica al Superstudio 13, il caos calmo dell'ex-Ansaldo con la seconda edizione di *That's Design*, in col-

laborazione con i Politecnici di tutto il mondo.

Niente in vista al confine tra arte e design?

Il bello di Superstudio è che ci muoviamo con una precisa filosofia in testa, ma siamo aperti alle opportunità e agli innamoramenti, anche fuori programma. Abbiamo appena aperto un piccolo ristorante collegato agli studi fotografici dell'originario Superstudio 13, progettato da Michele De Lucchi, che è anche un contenitore per mostre di fotografia. Abbiamo iniziato una serie di appuntamenti serali con giovani artisti che, durante una happy hour conviviale e culturale, presentano le loro *Première*, coreografie, corti, video e altre performance al Dada Café di Superstudio Più. Abbiamo trasformato un box che dava sulla strada in un art-box, una window-gallery per installazioni emozionali. Ospitiamo ormai da quattro edizioni White, il più importante Salone di Moda di ricerca dove la contaminazione tra fashion, vintage, design e arte è sempre più evidente.

Il design ha ormai raggiunto una grande visibilità anche per un vasto pubblico di non addetti ai lavori. Come pensate di capitalizzare questo momento? C'è il rischio che sia solo

una moda passeggera?

Per noi la "temporaneità" è un valore e una scelta. Viviamo tempi rapidi, bisogna essere veloci e flessibili, attenti ai mutamenti e quindi anche a imboccare nuove strade o a cambiare rotta. Se le mode cambiano, cambieremo con loro.

“ **Abbiamo creato una microeconomia che ha fatto esplodere una piccola parte della città senza snaturarla, ma arricchendola in tutti i sensi...**

Quali sono le prospettive di sviluppo di Superstudio Più nei prossimi anni?

Riporterei l'attenzione su Superstudio Group e su due punti caldi: la location di via Tortona e gli storici studi di via Forcella. In via Tortona la strategia è di incrementare la presenza di Saloni di nicchia e d'avanguardia, ma anche gli appuntamenti con le arti in senso lato. E in ciò la mia galleria MyOwnGallery sta svolgendo un ruolo importante. Abbiamo appena creato M.A.T - Milano Altri Talenti, per offrire opportunità ai giovani. In collaborazione con il Comune abbiamo dato vita a *Look-book*, per selezionare nuovi fotografi di moda e

di arredamento, e ideato un premio per giovani designer. Ma l'iniziativa che spero avrà maggior sviluppo è (*con*) *Temporary Art in via Tortona e dintorni*, art-week due volte all'anno con il coinvolgimento di più di venti location nel quartiere che, per una settimana o più, diventano delle "temporary galleries". Il primo progetto è stato pensato a cavallo di Miart: si chiama infatti *Aspettando Miart* ed è un circuito artistico-curatorio con mostre disseminate in zona che presentano solo opere realizzate negli ultimi cinque anni.

Quest'anno diventate per la prima volta "Temporary Museum of New Design"...

Il progetto è nato con Giulio Cappellini per togliere quell'aria da fiera di paese che stava rischiando di soffocare Zona Tortona durante il fuorisalone. All'interno di Superstudio Più la scelta è stata radicale: indicazioni e selezioni precise, solo aziende e designer di grande spessore, cui affidare spazi grandi per essere trasformati in altrettante mostre che sappiano unire il prodotto al messaggio e all'emozione. Vogliamo siano, di primo acchito, valorizzati di più i concept che i prodotti.

Per concludere: è o non è Milano la capitale internazionale del design?

Se sulla moda ci permettiamo qualche dubbio come Milano capitale, almeno sul design teniamo questa certezza! Quello che ha fatto Superstudio Più, che con le sue iniziative è riuscito a trasformare un intero quartiere produttivo in un quartiere espositivo, mi sembra evidente. Ormai non c'è artigiano, laboratorio, carrozzeria, persino negozietti e parrucchieri che non svuotino i loro spazi e non li mettano a disposizione per il design e altri momenti. Abbiamo creato una microeconomia che ha fatto esplodere una piccola parte della città senza snaturarla, ma arricchendola in tutti i sensi. Il che non è poco. >

| **silvia colaiacomo** |



qui a destra: Gisella Borioli, amministratore delegato di Superstudio Più
in alto a destra: Ahrend, Clipchair - Superstudio Più - Zona Tortona
in basso: Gli spazi di Superstudio Più
in basso a destra: B&T Design, Coffe table-balance - Superstudio Più - Zona Tortona



link.

www.superstudiogroup.com

LA VITA DENSA

Le cifre della settimana del design e il numero dei designer in circolazione la dicono lunga. Immerso in un contesto di creatività diffusa, il lavoro dei creativi sta subendo uno spostamento di livello, che lo porta a porsi sempre meno come progetto di "cose" e sempre più come proposta di "senso" per le cose...

► I numeri danno subito un'idea del fenomeno. In Italia la percentuale di laureati in design è cresciuta dal 2001 al 2004 del quattrocento per cento e quella di visitatori del Salone del Mobile ha registrato dal 2005 al 2007 un incremento del sessantaquattro per cento. Un master in design alla Domus Academy costa tredicimila euro + iva.

Ma queste sono solo le punte dell'iceberg. La creatività caratterizza la società e il sistema produttivo dell'inizio del XXI secolo, così come il fordismo ha caratterizzato la società e il sistema produttivo del secolo scorso. Il frenetico lavoro della tecnologia, dell'arte e del design investe oggi una quantità incalcolabile di energia per mantenere ogni aspetto della realtà in costante fibrillazione. Questa diffusa sollecitazione delle cose, e del sentire, è a tal punto integrata nel vissuto quotidiano che non può più essere considerata un'attitudine psicologica di alcuni "creativi", ma costituisce un vero e proprio tratto antropologico della cultura contemporanea, nella quale alle cose viene letteralmente impedito di essere *solamente* ciò che sono. Ogni prodotto, servizio, settore, vive accompagnato dal fantasma di come potrebbe essere, e dalla pronta realizzazione di questa possibilità.

In questa condizione così originale la sfida del design assume caratteri molto diversi da quelli che definiranno il cimento dei maestri del XX secolo. Ciò che per questi ultimi costituì un vincolo determinante, come la producibilità in serie e il basso costo, non è più avvertito

come tale dai giovani progettisti, la cui irrequietezza ama cimentarsi tanto con la grande quanto con la piccola serie, tanto con i materiali tradizionali quanto con i ritrovati più avanzati della tecnologia, tanto con il riciclo (sia semiologico che materiale) quanto con il *rapid prototyping*.

Anche questa è una faccia di quella condizione che Bauman chiama "modernità liquida", in cui il progresso, reso libero dal destino unico dello sviluppo tecno-razionale, si è fatto più vivace che mai, esplodendo in una miriade di micro-direzioni instabili e cangianti che non vengono più concepite come fasi di passaggio da una situazione di stabilità a un'altra, ma come la sola condizione normale, rispetto alla quale verrebbe piuttosto avvertito come strano (o addirittura pericoloso) il non-cambiamento.

Il progetto della prima modernità trasformava la materia per costruire qualcosa. Il design contemporaneo trasforma la materia perché lo scatto *sur-* che riapre ogni volta l'immanenza della realtà, e quindi la *trasformazione* in quanto tale è la sola condizione possibile nel contesto antropologico in cui viviamo. Non si alterano le cose per raggiungere un risultato ma per il fatto di esperire il cambiamento. È il sentire stesso che non tollera più niente di meno che di essere riaperto di continuo al nuovo; purché (ed è questo il dato che Zigmunt Bauman non coglie, ma che emerge con chiarezza dalle nuove tendenze) questa apertura al nuovo non sia gratuita e fine a se stessa ma assuma i connotati

di un'evoluzione capace di raccogliere in sé la *densità del senso*, seppure nelle differenti forme legate ai vari modi del sentire.

Da questo punto di vista, ciò che oggi si chiede ai designer non è più una generica capacità di produrre idee, ma una sofisticata *skill* immaginifica che vada ad inserirsi come chiave di volta all'interno del nuovo assetto produttivo dell'economia della conoscenza. Un tempo il fare umano aveva in sé il proprio senso, come quando dopo il lavoro di semina il grano cresceva, o come quando l'industria produceva prodotti di cui le persone avevano bisogno. Oggi che le possibilità produttive si sono fatte enormi, e il numero di prodotti supera di gran lunga quello dei bisogni, diventa più che mai essenziale progettare il senso di tali produzioni - che è senso emancipato e per questo tanto più esplorativo di quanto in passato sia mai stato possibile -, come dimostra tra l'altro la diffusa "generosità" dei tanti appassionati che gratuitamente contribuiscono a sviluppare i software *opensource* come il sistema operativo Linux e la suite Openoffice.

Ma la generosità è per sua natura incontentibile. La disarticolazione della realtà alla quale il fare creativo diffuso procede senza sosta

rischierebbe di tradurre ogni cosa in una effimera danza di segni, com'è successo nei "postmoderni" anni '80. Il compito al quale il designer è chiamato non è quindi più quello di "agitare" i segni (che sono già in agitazione da soli, senza il bisogno di una specifica professionalità che se ne occupi), ma di *tessere senso* componendo le continue evoluzioni della realtà materiale e immateriale. Perché ciò che i consumatori cercheranno sempre di più non sarà quello che hanno già (creatività diffusa) ma quello di cui proprio la condizione di creatività fuori controllo in cui sono immersi genera il bisogno, vale a dire i mille e uno *sensi* per i mille e uno cambiamenti che li sollecitano da ogni parte, e ai quali non sono comun-

“
In una condizione antropologica caratterizzata dal cambiamento continuo e generalizzato la priorità non è più quella di spostarsi in avanti, ma di spostarsi ad altro

que disposti a rinunciare, perché una volta guadagnato un grado di libertà non è più possibile tornare indietro, a meno di un inaccettabile impoverimento della qualità (densità) della vita.

Si delinea così il passaggio dalla R&D, *Research and Development*, alla D&C, *Design and Creativity*, ovvero dalla produzione intesa come strumento della crescita alla produzione intesa come strumento di creazione del senso. In una condizione antropologica caratterizzata dal cambiamento continuo e generalizzato la priorità non è più quella di spostarsi *in avanti*, ma di spostarsi *ad altro*; avanti o indietro, *high-tech* o *vintage* non importa, ciò che conta è che il prodotto sia "altro" rispetto a ciò che si dava un momento prima. Questa mutabilità diffusa, che coincide con la massima esplosione di creatività (*Creativity*), ha tanto più bisogno di senso (*Design*) quanto più è diventata qualcosa alla quale non

siamo più disposti a rinunciare. La sfida del fare positivo, sia esso ricerca, cultura, produzione, politica o progetto, assume i caratteri dell'ossimoro, essendo chiamato a produrre "sostanza" *preservando* il grado di libertà proprio della società liquida. Per questo più che di "solidità" è opportuno parlare di "densità". È alla *vita*

densa che il design del XXI secolo è chiamato a dar forma. Che sarà forma non statica ma pulsante. >

| stefano caggiano |

a destra: Dorothy Gray, progetto Sativa - tavolo con orto in mezzo
a sinistra: Salone Internazionale del Mobile - photo Saverio Lombardi Vallauri in basso a sinistra: Giovanni Levanti, progetto Gobbalunga - produzione Campeggi, 2007

in basso a destra: Mariaelena Gianmoena - progetto Cafe social.



GENERAZIONE DI SENSO

La sterminata diffusione di tecnologie e creatività che apre il XXI secolo ha innescato una ridefinizione del ruolo del design.

Ne parliamo con Luca De Biase, direttore di Nòva 24 e attento indagatore delle imminenti svolte antropologiche. Che fremono dietro l'angolo...

► **Le apparecchiature info-elettroniche stanno portando nelle nostre vite un vero e proprio cambiamento antropologico, nel quale sono gli automatismi del pensiero, i riflessi del corpo, la dislocazione psicosomatica dei sentimenti ad aprirsi a nuove congiunture dell'umano. Oggi che la funzionalità e l'innovazione sono esplose oltre qualsiasi capacità cognitivo-percettiva, il compito del design può diventare quello di agganciare il sentire umano alle incredibili prestazioni della tecnica?**

Sì. Ed è chiaro che da un certo punto di vista non è una novità. Il telecomando ci ha cambiati. Ci ha cambiati il mouse. E ci ha cambiati l'iPod. Tutti oggetti pensati da una ricerca di design che non era tanto legata all'estetica o alla funzionalità, ma alla vera e propria antropologia della nostra relazione "attiva" con la tecnologia. Ma è anche chiaro che nell'immensa quantità di nuove possibilità offerte dalla tecnologia, oggi abbiamo bisogno di qualcosa in più: il progetto di un sistema sintetico per l'interpretazione della grande trasformazione in atto. Le informazioni alle quali accediamo con i nuovi strumenti mediatici non sono solo un'aggiunta di sapere alla nostra vita quotidiana scandita dall'organizzazione lineare, industriale della società: nell'epoca della conoscenza sono l'ambiente fondamentale nel quale ci muoviamo. E progettare il modo con il quale accedia-

mo a quell'ambiente è pensare contemporaneamente i modi con i quali valorizziamo la nostra individuale creatività e la nostra partecipazione all'insieme.

Nella nostra epoca, in cui la società, l'economia e il sistema produttivo fanno della conoscenza il loro vero propellente e la vera posta in gioco, che ruolo può giocare la riflessione filosofica nell'ambito del design e della creatività?

Nell'epoca della conoscenza, il ruolo del design è sempre più largo, diventa paradossalmente simile a quello del pensiero. Non solo logico. Il pensiero che sa mettere insieme l'intelligenza emotiva e quella razionale è necessario in un mondo nel quale la rete - fatta di persone che si esprimono e si connettono - è la forma essenziale dell'organizzazione sociale ed economica. Disegnare questa relazione è necessariamente un'operazione filosofica. Il problema: filosofie che tra loro non si parlano, filosofie non compatibili, saranno un freno allo sviluppo; filosofie che riescono a connettersi saranno un fattore di sviluppo fondamentale. Il design come pensiero filosofico deve saper giocare con questo aspetto pratico, come del resto il design industriale era assolutamente consapevole del contesto funzionale delle sue opere.

L'esplosione di creatività diffusa che stiamo vivendo oggi genera nelle persone il bisogno di qualcosa che "incanali" tutta questa creatività in percorsi nuovi, ma soprattutto "sensati", nella tripli-

ECONOMIA 2.0

Luca De Biase è direttore di "Nòva 24", il supplemento del "Sole 24 Ore" dedicato a ricerca, nuove tecnologie, design e creatività. Nel suo ultimo libro, *Economia della felicità. Dalla blogosfera al valore del dono* (Feltrinelli, 2007), riflette sulla sensazione, oggi molto diffusa, che il capitalismo abbia esagerato, e che l'eccessiva monetizzazione della realtà abbia perso di vista un fatto semplice ma fondamentale, e cioè che le persone hanno bisogno non di denaro (che è solo una "tecnologia", mezzo e non fine), ma di felicità. La nostra, scrive De Biase, "è una cultura nella quale si cerca il fine dell'enormità di mezzi che l'umanità ha generato". L'errore commesso dal capitalismo è stato quello di concentrarsi solo sui mezzi, dimenticandone il fine, e quindi il senso. L'aumento indefinito del consumo implica infatti una spinta indefinita di lavoro necessario a finanziarlo e di tempo da dedicare all'attività professionale a scapito delle relazioni umane, che costituiscono invece il principale generatore di senso e felicità.

Ma la diffusione dei nuovi media digitali sta creando le condizioni di un ritorno alla dimensione della relazione tra le persone, del gratuito, della partecipazione. I blog, e più in generale la richiesta di media partecipati e visioni che abbraccino la vita aziendale come social network, integrando anche il lavoro in una sfera nella quale il gratuito si declina nella qualità e nella motivazione con la quale si intrattiene uno scambio attivo e partecipe, testimoniano del diffondersi di un bisogno di relazioni che vadano oltre la sfera puramente economica. Occorre prenderne atto e trarne le conseguenze per la progettazione sociale, ivi compreso il progetto delle cose e delle sensazioni, e quindi il loro "design".

| s. c. |

ce accezione del termine che si riferisce alla significazione, alla sensorialità, e alla direzione di movimento. Ciò che i consumatori cercheranno sarà ciò hanno già (creatività diffusa), o la proposta dei mille e uno sensi per i cambiamenti che li sollecitano da ogni parte?

Non so rispondere in modo univoco a questa domanda. Penso che tutti abbiano un urgente bisogno di senso. Ma non so se tutti sapranno riconoscere un proprio bisogno di senso in chiave sintetica e prospettica: la rete che sta emergendo è anche un iper-presente nel quale ogni informazione è disponibile senza una chiave storica o spaziale; la prospettiva storica o la consapevolezza geografica non sono necessariamente alimentate dalla rete. Ma queste dimensioni fanno parte integrante della generazione di senso. E credo che il design ben pensato si porrà il problema di connettere la rete al più ampio sistema delle relazioni sociali che vivono nella storia e nella geografia.

Difficile, però,

dire se i consumatori sapranno apprezzare questo approccio sintetico, o se preferiranno vivere nell'iper-presente a una dimensione, o ancora se cercheranno un continuo passaggio da una dimensione all'altra stordendosi nello spiazzamento. Tendo a ritenere che preferiranno la soluzione più comprensibile e accessibile. Ma non credo che tutti si comporteranno allo stesso modo.

La creatività è libera e confonde, come non smette di ricordarci Bauman. Tuttavia, una volta guadagnato un grado di libertà non è più possibile tornare indietro, e del resto proprio la rete sta diventando metafora e metonimia di un nuovo modo di praticare il legame sociale. Ciò che sempre più si chiederà al progetto sarà il ripristino di una società "solida", o piuttosto l'elaborazione di una vita "densa"?

Entrambi. La rete è un

ecosistema nel quale ci sono tutte le relazioni e le esperienze possibili. La diversità è una ricchezza. Si vorrà sicurezza e nello stesso tempo varietà espressiva e partecipazione personale. Si vorrà certezza e sorpresa. Si vorranno prove di forza e prove di solidarietà. E si svilupperanno luoghi della solidità e luoghi della densità. L'evoluzione, nella rete, preferisce però di solito le soluzioni simbiotiche a quelle predatorie o parassitarie. Una sorta di unità nella differenza. È un modo per dire "sostenibilità".

È azzardato ipotizzare un prossimo cambio di paradigma nel sistema produttivo che vada dal modello R&D, Research and Development, a D&C, Design and Creativity?

Sì. È azzardato perché assume una distanza tra i due modelli che non è necessaria. Il metodo sperimentale e prototipale non sono destinati a sparire ma a dialogare con il pensiero progettuale e con la qualità espressiva. I due metodi si orienteranno al dialogo. La ricerca non è più soltanto capacità di generare scenari e visioni, teorie e ipotesi, per poi sottoporle a verifica: la ricerca scientifica ormai non si limita a osservare la realtà, la modella. E d'altra parte le sue realizzazioni non possono avvenire in assenza di un pensiero progettuale più ampio e culturalmente avvertito. Dunque il pensiero scientifico e quello del design tendono a convergere. Secondo me. >

| stefano caggiano |

link.

<http://blog.debiase.com>
www.nova100.ilssole24ore.com



sopra a sinistra:
Meret Oppenheim
- Object, 1936
sopra al centro:
iPod Touch - progetto e produzione Apple, 2007
in basso a sinistra:
Athem, Blecker Group - Avenue George V - surrealistico urbano - Parigi, 2007
in basso a destra:
Luca De Biase - direttore di Nòva 24

GIACIMENTI IN GIACENZA

In Italia si trova un patrimonio di design tra i più ricchi del mondo, solo che quasi nessuno lo sa. Oggi il Triennale Design Museum di Milano si propone come hub "rotante" per la rappresentazione e la valorizzazione della rete di collezioni sparse per la Penisola...

➤ Dopo più di mezzo secolo di discussioni, convegni e polemiche, infine è sorto a Milano il Triennale Design Museum, che fin dal progetto punta ad essere un "museo diverso". Il patrimonio del design italiano è infatti costituito da una molteplicità di enti e soggetti che rende difficile delineare un sistema uniforme e centralizzato. Ci sono numerosi giacimenti di design sparsi sul territorio, spesso di proprietà di aziende o enti che dallo loro posizione "periferica" hanno spontaneamente dato vita a preziosi luoghi di conservazione e valorizzazione di questo o di quel volto della vasta eredità che la l'avventura storica del design italiano ha lasciato sul territorio. Ecco perché, come precisa la direttrice **Silvana Annicchiarico**, il museo esisteva già, solo che restava nascosto al pubblico, "perché esploso all'esterno di un classico involucro architettonico, frammentato e disaggregato sul territorio, talvolta addirittura disperso", sovente sconosciuto al pubblico perché fuori dalle rotte principali del turismo e della cultura. A partire da questa considerazione il Triennale Design Museum intende essere non un normale museo, ma un vero e proprio hub capace di rappresentare la rete dei giacimenti di design sparsi sul territorio italiano, offrendo spazio di volta in volta ora a quella ora a quell'altra collezione, all'interno di un progetto mutante che a rotazione cambi

la proposta espositiva ogni dodicidiciotto mesi.

I soggetti che partecipano al network dei giacimenti (oltre cinquanta: per l'elenco completo vedi box nella pagina accanto) vanno da Abet Laminati alla Collezione Umberto Panini, dal Museo Didattico della Seta al Museo della Radio e della Televisione Rai, dal Museo Ferruccio Lamborghini al Museo Nazionale Alinari della Fotografia, dal Museo Salvatore Ferragamo al Museokartell. Alcuni sono più recenti, altri meno. L'Archivio Storico della Barilla, per esempio, nasce nel 1987, per volontà della presidenza dell'azienda di raccogliere, conservare e valorizzare la documentazione aziendale, consentendo a chiunque di ripercorrere la storia, l'attività economica, la strategia comunicativa e pubblicitaria del marchio. L'Archivio Storico delle Industrie Pirelli ha sede alla Bicocca di Milano e comprende scritti, filmati e immagini fotografiche che documentano l'evoluzione dell'azienda dalla sua costituzione nel 1872 ad oggi. I materiali sono stati raccolti grazie al lavoro svolto durante gli anniversari che a partire dal cinquantenario della fondazione hanno offerto l'occasione per la sistemazione dei documenti.

L'Archivio Storico Fiat, con sede in

[link.](#)

www.triennale.it

un edificio liberty che nel 1907 costituì il primo ampliamento delle officine di Corso Dante, conserva oltre cinquemila metri lineari di documenti che illustrano la vicenda del Gruppo dal 1900 agli anni Ottanta. Dispone inoltre di un patrimonio iconografico di quasi un milione di fotografie, lastre fotografiche e negative, migliaia di manifesti, bozzetti pubblicitari e oltre duecento ore di film e video riversati in digitale.

Interessante il caso dell'Archivio delle Aziende Guzzini, che si presenta non con una ma con due identità: una reale, che raccoglie quasi millequattrocento pezzi esposti a Recanati, e una virtuale, presente sul web con la collaborazione di Microsoft. L'Archivio, nato a metà degli anni Novanta per salvaguardare il ricco patrimonio aziendale di famiglia (a cui fanno capo le aziende Fratelli Guzzini, iGuzzini illuminazione e Teuco Guzzini), vanta la collaborazione della storica del design Anty Pansera, grazie alla quale è stata

elaborata una metodologia scientificamente corretta che è stata d'esempio anche per altri archivi d'im-

“
Una molteplicità di enti e soggetti che rende difficile delineare un sistema uniforme e centralizzato. Da Olivetti a Fiat a Guzzini

presa.

L'Archivio Storico Olivetti raccoglie libri, fotografie, riviste e manifesti pubblicitari. Si compone di vari settori, tra cui una biblioteca che comprende migliaia di volumi dalle Edizioni di Comunità (una delle case editrici più importanti del dopoguerra) all'originale editoria interna, con prestigiose realizzazioni quali le agende, i libri strenna, i calendari, le monografie. Altrettanto interessante l'emeroteca, che raccoglie riviste culturali di valore storico come "Comunità", "SeleArte",

"Urbanistica", "Zodiac", "Tecnica e Organizzazione", "Notizie Olivetti". La cinevideoteca copre un periodo che risale alla fine degli anni Quaranta, con molti filmati dovuti all'impegno di tante personalità della cultura italiana e straniera. Completano l'archivio un'audioteca, un'eidoteca e una fonoteca.

Gli esempi si potrebbero moltiplicare. Sono tanti, e spesso carsici, i patrimoni del design sparsi sul territorio italiano. Sono addirittura più di quelli entrati a far parte del network. Stupisce infatti che tra la rete di enti e soggetti coinvolti a vario titolo non figurino il Museo del Design Industriale Italiano di Calenzano e il Museo dell'Arredo Contemporaneo di Ravenna, primo vero museo del design in Italia la cui collezione, tra le più importanti d'Europa, conta quasi duecento pezzi che vanno dai primi anni del Novecento fino agli anni Ottanta. >

| stefano caggiano |

a sinistra: Comignolo del Museo dell'Arredo Contemporaneo, Ravenna
qui sotto: **Silvana Annicchiarico** - direttrice del Triennale Design Museum di Milano
in basso a sinistra: **Bruno Munari** - progetto Falkland - produzione Danese, 1964 - Triennale Design Museum - Le sette ossessioni del design italiano - I grandi semplici
in basso a destra: **Alessandro Mendini** - progetto Poltrona di Proust, collezione Museo dell'Arredo Contemporaneo, Ravenna



LE MAGNIFICHE SETTE OSSESSIONI

> Che cos'è il design italiano? Questa la domanda che fa da filo conduttore al primo allestimento del Triennale Design Museum, alla quale il curatore, Andrea Branzi, dà non una ma sette risposte. Tante sono infatti, secondo il più importante teorico italiano, le "ossessioni" del nostro design, per scoprire le quali è necessario andare oltre la

Rivoluzione Industriale del XVIII secolo, alla quale di solito si fa risalire l'inizio della storia del design.

Per comprendere adeguatamente quel fenomeno così denso di creatività e significati che è stato e continua ad essere il design italiano occorre infatti risalire all'origine più antica della nostra cultura oggettiva, fino alle sue

radici latine, cristiane e rinascimentali. Si scopre così che il design italiano è attraversato da sette ossessioni che al di là dei tempi e delle mode tornano a riaprire una partita in fondo mai risolta.

Il primo dei sette assilli, o cimenti privilegiati, è secondo Branzi *Il Teatro Animista*, che a partire dalla domus latina fino ai nostri

giorni illustra l'idea di casa come luogo teatrale in cui gli oggetti sono attori che interloquiscono con gli abitanti.

La seconda ossessione porta il titolo *I Grandi Borghesi e la Sacralità del Lusso*, in quanto il design italiano, spiega Branzi, "è l'unico in Europa ad avere avuto origine non solo dalle Avanguardie ma soprattutto dai 'club illuministi' della borghesia (milanese in particolare)", che nell'arredamento hanno espresso sia il bisogno di sicurezza e identità che la loro profonda inquietudine.

È poi la volta del *Super-Comfort*, inteso come "elaborazione problematica di una comodità popolare", dove attraverso imbottiti, super-imbottiti e cuscini destrutturati prende corpo la ricerca di "un benessere fisico misurabile sui centimetri di schiume morbide".

La quarta tappa affronta l'ossessione della *Dinamicità*, che a partire dal Futurismo pensa al progetto come a una costante ricerca di instabilità, velocità e

provvisoriarietà, derivate anche dalle invenzioni sui nuovi mezzi di trasporto realizzate dalla versatile piccola-media impresa italiana.

Con *La democrazia impilabile* la ricerca si sposta sulla serialità, la lavabilità e l'impilabilità, intese come sinonimi di democrazia moderna che prende la forma di oggetti in plastica, colorati e a basso costo.

L'ossessione per *La Luce dello Spirito* deriva dal fatto che il design italiano ha sempre visto l'illuminazione "non come un semplice problema illuminotecnico, ma come l'occasione per realizzare segni immateriali".

Infine, la settima ossessione, quella de *I Grandi Semplici*, affonda le sue radici nella cultura popolare e contadina, che in Italia ha elaborato "prototipi semplici, che interpretano la modernità come la nascita di un nuovo alfabeto elementare, che permette di riscoprire valori spirituali e ideali". >

CINQUANTA, MA NON SI MOSTRANO

Abet Laminati, Archivio - Galleria (Virtuale / Reale) delle Aziende Guzzini, Archivio Olivetti Archivio Storico Barilla, Archivio Storico delle Industrie Pirelli, Archivio Storico FIAT, Bonacina Pierantonio, Candy Elettrodomestici srl, Cassina, Clac - Galleria del Design e dell'Arredamento di Cantù, Collezione Freyre, Collezione Pininfarina, Collezione privata d'Armi Beretta, Collezione Storica Busnelli, Collezione Vortice, CUP Collezione Umberto Panini, Fondazione Antonio Ratti Museo Studio del Tessuto, Fondazione Istituto per la storia dell'età contemporanea (Isec) - Onlus, Fondazione Museo Arti e Industria di Omegna, Fondazione Museo dello Scarponcino e della Calzatura Sportiva, Galleria Guglielmo Tabacchi - Sàfi lo Group, Illy Art Collection, Lanificio Leo, Museo Agusta, Museo Alinari, Museo aziendale Mario Buccellati, Museo del Cappello Borsalino, Museo del rubinetto e della sua tecnologia, Museo dell'Arte Vetraria Altarese - ISVAV, Museo dell'Industria e del Lavoro di Sesto, Museo della Raccolta Storica I Santi, Museo della radio e della televisione Rai, Museo dello Scooter e della Lambretta, Museo Didattico della Seta, Museo Ferruccio Lamborghini, Museo Fisogni della stazione di servizio, Museo Flaminio Bertoni, Museo Internazionale Design Ceramico, Civica Raccolta di Terraglia, Museo Moto Guzzi, Museo Nazionale Alinari della Fotografia, Museo Nolis, Museo Richard Ginori della Manifattura di Doccia, Museo Sagsa, Museo Salvatore Ferragamo, Museo Storico Nazareno Gabrielli, Museo Zucchi Collection, Museokartell, Savinelli, Venini, Vittorio Bonacina & C., Wolfsoniana, World Museum.

[s. c.]



sopra a sinistra: Museo dell'Arredo Contemporaneo di Ravenna, Patio Galleria, progetto di Ettore Sottsass
qui a fianco: Franco Albini - progetto Poltrona Seggiovia, 1940
in basso a sinistra: Triennale Design Museum di Milano
in basso a destra: Museo Galleria del Design e dell'Arredamento - Collezione Bruno Munari



OFFICINA PISTOLIGHT

Arte, design e spiritualità. In occasione della Biennale Internazionale dell'Ambiente del Lavoro, Michelangelo Pistoletto s'installa sotto la Loggia dei Mercanti con un lavoro che riflette (e non) sull'idea di SegnoArte e sulle nuove esigenze di chi "abita" gli uffici. Un messaggio al cubo con tre livelli di significato, che ricalca la struttura della Fondazione biellese.

Sotto la Loggia dei Mercanti, in occasione della Design Week meneghina, Michelangelo Pistoletto (Biella, 1933) inaugura soluzioni installative proposte da SaloneUfficio, Biennale Internazionale dell'Ambiente del Lavoro. La realizzazione di questo progetto diventerà l'interpretazione artistica del tema scelto quest'anno, Ufficio come Fabbrica Creativa. "È un'occasione per parlare alla gente", sostiene il maestro, "non un motivo banale per infilarsi negli eventi di una fiera: è solo un posto dove poter di nuovo far emergere qualcosa di più complesso rispetto a quel che sono gli oggetti e le cose in sé". Con l'artista si è parlato di design, di spiritualità e di SegnoArte Uffici, l'opera scelta per essere "messa in piazza".

Tra lei e il design c'è una certa familiarità. Prendiamo, ad esempio, la Design week di Palermo... In quell'occasione avevo realizzato il quadro da pranzo. D'altronde l'arte e il design su alcuni piani si intrecciano. C'è nel mio lavoro una presa diretta col reale: l'opera deve essere creata per essere vissuta, come il quadro specchiante, per essere percepita appieno deve essere partecipata. Affinché il pubblico esista nell'opera ed entri nell'o-

pera stessa questo deve riflettersi per diventarne parte integrante. Anche a quella tavola da pranzo che avevo presentato a Palermo ci si poteva sedere e la si poteva vivere come un posto al quale sedersi e prendere un caffè, chiacchierare, scrivervi e via discorrendo. Il tavolo

“ **Chi fa design deve pensare a come l'oggetto interagisce con l'ambiente e quale impatto di significato può avere mentre comunica... L'arte deve necessariamente urlare contro il viaggio automatico della tecnologia** ”

aveva la sagoma del Mediterraneo e prendeva un aspetto parlamentare per rifarsi all'idea che questo movimento artistico, stretto attorno all'area del Mediterraneo, facendosi carico del concetto di intermediterraneità potesse fungere da promotore e attivatore di una politica dell'arte aderente ai diversi ambiti della

Michelangelo Pistoletto -
"Il Metrocubo d'infinito in un cubo specchiante", 1966-2007 - specchi, neon, cartongesso - 500x500x500 cm - foto: courtesy Galleria Continua/Beijing, Pechino

vita umana. Se le cose fossero reali come lo sono nei sogni, bisognerebbe che queste somigliassero a sogni d'artista. La società ha bisogno di un rapporto più ravvicinato con le idee, i concetti e le utopie che si formano dalla progettualità artistica, perché poi sono loro stesse a trasformare la realtà. Questo tipo di processo è molto vicino all'architettura e al suo modo di creare strutture costruite per far sì che un'arte diventi mezzo di interazione col pubblico.

Cos'è per Michelangelo Pistoletto il design?

Solitamente c'è una funzione diretta e ben specifica legata all'uso dell'oggetto. Nel mondo del design, c'è spesso un'ideazione volta a suscitare emozioni, anche se gli oggetti prodotti sono poi dei multipli sottoposti alla visione industriale delle vendite e del mercato. È questa l'estetica che coinvolge il design. Mentre nell'arte, nonostante esistano alcune strane forme di eccezioni, c'è la tendenza a produrre pezzi unici, perché questi siano credibili come portatori di una filosofia della percezione. L'arte è prima di tutto emozione,

perderebbe senso e significato se questa fosse moltiplicata e dispersa all'infinito. Lo scopo dei processi di design è, e resta, la veicolazione di messaggi e di concetti seriali, mentre l'arte porta un pensiero unico che non è esplicitamente legato al prodotto e al supporto materico dal quale parte. La materia è solo uno spunto. È l'idea che emana a dover trascendere tanto dall'oggetto quanto dalla creazione del manufatto stesso. E i musei d'arte contemporanea ben testimoniano questo fatto. Sono istituzioni nate per proteggere, mostrare e restituire un certo peso a quella particolare nicchia di prodotti che non entra e non sottostà alle leggi del mercato delle grandi merci. L'arte, infatti, è anche meno immediatamente disponibile. Il servizio istantaneo della funzionalità non è prerogativa dell'opera d'arte, ma è funzione di un oggetto d'uso quotidiano.

Ci parli dell'installazione ideata per la Loggia dei Mercanti di Milano...

Il progetto SegnoArte Uffici si divide seguendo tre livelli di significato. Una parte è stata suggerita dal tema dato dalla Biennale Internazionale dell'Ambiente del Lavoro, cioè dall'ambiente dell'ufficio visto come fabbrica, come officina creativa. Dunque il tema cardine rimane l'arredamento da ufficio, che si sta trasformando sem-

pre di più in un ambiente con esigenze di tipo abitativo. Una seconda fase della progettazione prevede che questa idea venga plasmata sulla base delle caratteristiche della Cittadellarte di Biella. Anche la struttura della Fondazione infatti è suddivisa in vertici e in uffici che hanno come caratteristica quella di unire l'arte ad uno specifico soggetto. Un argomento che fa parte del tessuto sociale, come l'economia, la spiritualità, la politica, la comunicazione, la produzione e via discorrendo. Questa suddivisione dei compiti e degli ambiti assomiglia ad una sorta di esplosione di celle, una dimensione organico-cellulare che interviene attraverso l'arte lì dove la realtà dev'essere responsabilmente trasformata. La terza parte di questa installazione milanese ricrea degli ambienti suddivisi da pareti reticolari di colore arancione acceso, modulati nel traforo, sulla forma del SegnoArte. Quel disegno che, secondo me, delinea la massima estensione dell'uomo - figura rappresentata con le mani e la gambe tese - e porta la persona al centro della trasformazione del mondo. Ogni uomo, come in questo disegno, ha un proprio equilibrio e un punto che ne rappresenta il baricentro: l'ombelico è il punto di mezzo di tutte le forze. Credo sia il contesto nel quale viviamo a stravolgere questa sorta di bilico e di benessere che costantemente viene attaccato da fenomeni distorti e distruttori come la politica, l'economia, le guerre e via discorrendo. Nel SegnoArte l'uomo rimane in equilibrio perché alla

info.

SegnoArte Uffici. Evento di Michelangelo Pistoletto & Cittadellarte dal 16 Aprile 2008 a 21 Aprile 2008 Presso la Loggia dei Mercanti di Piazza dei Mercanti 20123 Milano dalle 11.00 alle 22.00, ingresso libero http://www.cosmit.it/tool/home.php?s=0,1_21,25,268



ricerca di sé e del significato dell'Umanità. Tutto il resto, al di fuori, lo condiziona.

Come sono disposte queste celle?

Ci sono otto unità prefabbricate, modulate sempre sul *SegnoArte* (una forma che geometricamente ricorda il segno dell'infinito stilizzato) e suddivise in due gruppi da quattro. Ciascuno di questi spazi provvisori è unito agli altri attraverso dei passaggi e delle soglie di entrata e di uscita. Ognuno di questi, nei due sensi di percorrenza, reca scritto, sopra lo stipite, il proprio ambito di riferimento come "politica", "produzione", "economia" o, ancora, "comunicazione". All'interno sono sistemati dei mobili, essenzialmente tavoli e panche per sedersi che riprendono la forma del *SegnoArte* e che, grazie ad un meccanismo a pedali sottostante, producono luce con intensità variabile a seconda dell'azionamento dei visitatori; i quali, pedalando, mettono in moto una dinamo e illuminano i mobili. Quando viene fatta luce le superfici riflettono di cui sono fatti i ripiani diventano trasparenti e lasciano vedere alcune immagini. Emblemi e simboli leggibili che richiamano e sono legati all'ambito dell'unità nella quale ci si trova. All'interno di questi contenitori il visitatore trova molti stimoli che portano a un'immaginazione del concetto di mobile d'ufficio, veicolata però in maniera del tutto simbolica attraverso diverse aree dedicate a specifiche attività del sociale. Avevo già realizzato un'installazione simile, ma non riguardava l'ufficio come fabbrica creativa. Quello era un progetto sull'unità di spazio minima usata come luogo per l'abitare, realizzato per la Fondazione Moore, in Inghilterra, nel 1998. Anche lì ogni casa rappresentava e riproduceva il modulo significativo della figura umana, come se questa forma potesse poi riallacciarsi alle città, alle altre case e alle fabbriche, diventando un'estensione delle persone stesse.

Al centro di queste unità abitative vi è un cubo molto particolare...

Il cubo è il luogo della spiritualità, della meditazione e della riflessione, una vera e propria stanza fatta di specchi quattro metri per quattro, quasi completamente chiusa, cui si accede attraverso una porticina. In questa grande scatola c'è il *Metrocubo di Infinito*, una mia opera degli anni Sessanta. Un cubo esternamente lastricato di lavagna, e internamente composto da specchi, con i lati di centoventi centimetri che diventano a loro volta pareti per donare visibilità all'invisibile. Questa struttura fatta di sei lastre è un'impalcatura architettonica primaria, dove, come dei nervi di un corpo, dei cavi di acciaio tengono insieme tutti gli elementi che la compongono. All'interno nessuno può vedere il proprio riflesso. Nel *Metrocubo* permane l'intangibile, l'intonso. È come un al-di-là non abitato, di cui vediamo solamente la parete esterna. La pietra nera lascia intuire la forma degli specchi all'interno e determina la nostra percezione tangibile di quel che, invece, racchiuso in essa non è. L'infinito chiuso nel finito restituisce una dimensione scientifica, oggettiva alla spiritualità. È per questo che all'esterno delle pareti del *Grande Cubo Specchiante* ci sono i simboli delle quattro religioni monoteiste (cristiana, musulmana, ebraica e buddista). Questo lavoro, anche se di dimensioni più grandi, è già stato esposto a Pechino, durante la Biennale. Volevo vedere come l'intangibile avrebbe reagito a un luogo molto frequentato da un pubblico che, nelle mie intenzioni, deve interagire con e fruire l'opera, per ricevere emozione.

L'arte, il design e la spiritualità come sono legati in *Segno Arte Uffici*?

Oggi si devono riconvertire dei fenomeni come la spiritualità, che sta diventando una sorta di scienza dell'arte e non solo una mera speculazione religiosa. Io credo che per spiritualità si possa intendere anche una coscienza nuova, che lasci trasparire nuovi elementi interiori che estraggono elementi dal proprio profondo. Progettare dunque con questa nuova consapevolezza significa anche fare prodotti con una maggiore responsabilità rispetto ai fenomeni che danno senso al sociale. Chi fa design deve pensare a come l'oggetto interagisce con l'ambiente e quale impatto di significato può avere mentre comunica. Come diceva Mac Luhan: il mezzo è il messaggio. In verità i mezzi devono essere adeguati a far funzionare il messaggio ed è l'arte che deve mettere a fuoco il suo pensiero, e trovare il modo di veicolarlo comunicandolo. L'arte deve necessariamente urlare contro il viaggio automatico della tecnologia. L'uomo deve smettere di fare della natura un oggetto proprio: questo è ormai solo un concetto rinascimentale, che però ancora oggi ci sta distruggendo. Ogni messaggio ha l'obbligo di codificare una via diretta verso il progresso, mentre se continuiamo ad andare troppo dritti prima o poi sbatteremo fortemente il naso. Il progresso, come davanti

ad uno specchio, deve curvare. Bisogna fare un po' di retromarcia per poter centrare la cornice della parete riflettente che illumina e fa vedere il nostro futuro. La frontalità, nella rappresentazione di noi stessi, non può ridurci a mera bidimensionalità, questo è un esame collettivo davanti al quale ci troviamo.

“ **Nell'installazione di piazza Mercanti verrà posta, in mezzo ad altri simboli, una parola chiave, una sorta di certificazione di umanità responsabile, ripetuta come un marchio, che deve sovrastare e incidere chiunque entri**

E lo specchio, tanto caro alla sua poetica, è un buon mezzo?

Lo specchio rappresenta la ricerca dell'identità individualistica. Io sono stato portato a guardarmi nello specchio nel momento in cui ho dovuto farmi un autoritratto. In quel momento mi sono visto solo, nel mio riflesso, e questo non mi bastava più, non volevo ritrarre un'identità soggettiva, volevo essere calato nella realtà in cui mi trovavo. Così, facendo diventare la tela specchiante, per la prima volta ho trasformato l'autoritratto dell'artista, che è diventato anche rappresentazione del mondo. Dunque non identità solitaria, ma identità collettiva. Dietro gli specchi di *Segno Arte Uffici*, per esempio, vengono celati alcuni simboli. Solamente

con la luce, creata dal meccanismo a pedali messo in moto dal visitatore, a seconda dell'intensità vengono rese trasparenti le superfici. Si possono così vedere simboli e immagini legate ai più diversi ambiti della società. Oggi per me i simboli maggiormente archetipici sono quelli del Terzo Paradiso e della Mela Reintegrata, che fanno

entrambi parte delle Scritture della Storia Ebraica; gli stessi che poi arrivano anche ai computer Macintosh. Il morso dato alla mela va riapplicato ad essa per farla tornare intera, questo è il simbolo della reintegrazione dell'uomo con la natura. L'uomo non ha fatto che astrarsi dal contesto in cui ha sempre vissuto per creare un mondo artificiale e rimettersi al proprio giudizio, non a quello divino. In verità, bisogna mettere giudizio in quel che si fa e guadagnarsi il paradiso in terra, il terzo Eden, dopo quello naturale, dal quale siamo stati scacciati, e quello artificiale, creato oggi con la tecnologia. Nell'installazione di piazza Mercanti viene anche posta, in mezzo ad altri simboli (come quello della Mela della Concordia e del Love differences fatto sulla forma del Mediterraneo), una parola. Una parola chiave ripetuta come un marchio che deve sovrastare e incidere chiunque entri, una sorta di certificazione di umanità responsabile che riassumerà ogni altro concetto trasmesso per questo Salone del Mobile 2008. >

[ginevra bria]

in basso: Michelangelo Pistoletto - Finestra-Segno Arte Unlimited, 1976-1993 - alluminio verniciato a fresco, 210x110 cm - Collezione Fondazione Pistoletto.
a destra: Michelangelo Pistoletto dentro la Porta - Segno Arte (1976-1998)



LA PRIMA CAPITALE

Per tutto il 2008 Torino è l'ombelico del mondo del design. La partenza è andata bene, ma l'anno è ancora lungo e denso di avvenimenti. Il calendario, per giunta, è aperto e in progress. Ne parliamo con Paola Zini, giovane direttrice di Torino World Design Capital 2008...

Per tutto il 2008 Torino prima World Design Capital. Essere gli apripista di questa competizione internazionale che avrà cadenza biennale (nel 2010 toccherà a Seul) è una grande responsabilità, perché la vostra esperienza costituirà il modello di riferimento per le successive nomine. Come vive la città l'onore e l'onore di questa investitura?

Fino a questo momento i feedback sono estremamente positivi. Il calendario continua ad arricchirsi di progetti che soggetti sia piemontesi sia nazionali ed internazionali continuano a sottoporci. Siamo arrivati a oltre duecentocinquanta eventi. La partecipazione alle varie iniziative denota l'interesse che il design suscita non solo nei professionisti o appassionati del settore, ma anche nel grande pubblico. La sera del 31 dicembre 2007 oltre trentamila persone sono passate per piazza Castello incuriosite dai container verdi che ospitavano i laboratori di design, dove oltre tremila tra cittadini e turisti hanno potuto realizzare un oggetto con le proprie mani. La lezione di Stefan Sagmeister alla Piscina Monumentale di corso Galileo Ferraris, lo scorso 2 febbraio, ha registrato il tutto esaurito, idem il ciclo di incontri organizzato dal Circolo dei Lettori. L'anno quindi è iniziato molto bene, nonostante l'annullamento dei festeggiamenti disposti la notte di Capodanno dall'amministrazione comunale per commemorare, giustamente, le vittime della Thyssen Krupp.

Non facile racciocinare tutti...

Già, ma l'entusiasmo e la determinazione ci hanno consentito finora di superare tutte le difficoltà. Siamo davvero contenti, e ancora non sono partite le grandi mostre di primavera, prima fra tutte quella della collezione storica del Compasso d'Oro, che aprirà alla Reggia di Venaria alla fine di aprile.

Il tema dominante dell'anno torinese è quello della "flessibilità", concetto chiave per il futuro dei processi produttivi, soprattutto se inteso come strategia della creatività definita non da "cosa" si fa ma da "come" lo si fa.

Nella nostra società la flessibilità, intesa come capacità di adattamento ai cambiamenti, è diventata

“**Fra gli obiettivi a lunga gittata c'è quello di lasciare un'eredità fisica e culturale attraverso la creazione di un network internazionale in grado di trasferire al territorio una mentalità progettuale da diffondere in tutti gli ambiti**”

non solo una necessità ma una condizione indispensabile per raggiungere e mantenere alti i livelli di competitività, oltre che per migliorare la qualità della vita. Questo vale per le imprese, grandi e piccole, che devono saper cogliere i mutamenti repentini del mercato e adeguarsi rapidamente, ma anche per le

istituzioni pubbliche, che devono individuare i nuovi bisogni dei cittadini adattando e migliorando i propri servizi. In tutto questo processo il design, inteso come capacità progettuale, è una delle leve strategiche per conseguire tali obiettivi.

A differenza della cultura milanese, caratterizzata da una maggiore sensibilità per le radici artistiche del design italiano, Torino sembra privilegiare un approccio più vicino a un'idea "anglosassone" di progetto, caratterizzata da una maggiore attenzione al ruolo che il design può avere nei servizi, nella vivibilità e nella preparazione di una civitas della sostenibilità...

Esattamente. Questo ovviamente non significa che il calendario non preveda momenti più "glamour" o maggiormente orientati all'aspetto artistico di questa disciplina, ma indubbiamente il nostro obiettivo è quello di lasciare, al termine del 2008, un'eredità culturale al Piemonte, contribuendo allo stesso tempo alla crescita delle competenze del sistema locale.

Il colore ufficiale di Torino World Design Capital è il verde. Perché?

Torino 2008 World Design Capital è stata concepita fin dall'inizio come una manifestazione collettiva e non curatoriale. Tutti i soggetti nazionali ed esteri sono stati invitati a presentare i propri progetti e, come dicevo, il calendario è ancora aperto. Da questa considerazione scaturisce anche la volontà di non usare nell'ambito della comunicazione visiva di Torino 2008 un unico verde, ma un'ampia gamma di verdi, flessibile e mutevole. Ogni designer coinvolto nei contesti progettuali da cui prendono forma i vari mezzi di comunicazione ha la possibilità di scegliere un verde diverso e nuovo ad ogni occasione. *Another green colour* è lo slogan che esprime questo concetto e che è riportato su ogni supporto, seguito dall'indicazione del colore Pantone o delle corrispondenti percentuali cromatiche usate nello specifico caso. Ma ci sono altre buone ragioni a supporto della scelta del verde. È un colore nuovo per la città. Torino è da sempre legata al blu e al giallo, i suoi colori istituzionali. Il verde nasce dalla combinazione di questi due colori. Inoltre il verde allude al *green design* e alla sostenibilità, entrambi importanti temi di riflessione attuale.

Fra gli obiettivi a lunga gittata c'è quello di lasciare a Torino e al Piemonte un'eredità fisica e culturale attraverso la creazione di un network internazionale in grado di trasferire al territorio una mentalità progettuale da diffon-

dere in tutti gli ambiti, inclusa la pubblica amministrazione. Concretamente, come pensate di implementare il design thinking in una dimensione come quella della pubblica amministrazione, strutturalmente riottosa al coraggio e alla sperimentazione?

Innanzitutto confidiamo che questo tipo di cultura sedimenti grazie a oltre due anni di intenso lavoro. Esistono poi alcune iniziative in calendario che vanno in questa direzione. Su tutte, le Summer School, che si pongono l'obiettivo di trasmettere questa mentalità alle nuove leve mettendo in relazione studenti e designer internazionali, e International Design Casa, che prevede di creare un grande momento di confronto istituzionale a livello internazionale intorno a temi legati al design. Si tratta di un processo sicuramente lungo, che non può esaurirsi con la fine del 2008, ma siamo convinti che l'obiettivo sia alla nostra portata.

Lei è giovane e donna, due caratteristiche che in Italia si trovano raramente associate a incarichi di responsabilità come quello che le è stato assegnato da Torino WDC. Come descriverebbe la situazione dei giovani e delle donne nel mondo del design e della creatività?

In ambito creativo e negli studi di design è molto alta la presenza femminile, mentre l'età media è generalmente piuttosto bassa, a testimonianza che la situazione delle donne e dei giovani in questi settori è positiva. Basta fare un salto nelle agenzie pubblicitarie di Torino o negli studi di design per imbattersi in ragazzi e ragazze che in certi casi arrivano anche molto presto a ricoprire ruoli di responsabilità. Il nostro staff non fa eccezione: il sessanta per cento è costituito da donne e l'età media è di 33 anni. >

| stefano caggiano |

link.

www.torinoworlddesigncapital.it



a sinistra: Luce d'Artista di M. Airò - photo Michele D'Ottavio
sopra al centro: Paola Zini, direttrice Torino World Design Capital 2008 - photo Michele d'Ottavio
sopra a destra: Another green colour - immagine coordinata di Torino 2008, World Design Capital
in basso al centro: Fontana-Igloo di M. Merz - photo Michele D'Ottavio

TORINO DOES IT BETTER

Per la città sabauda, il caso del Design Centre neozelandese costituisce un esempio da seguire. All'insegna del "meglio". Dove il valore aggiunto è dato dalla capacità di soddisfare esigenze trasversali...

Sotto la definizione *Better by Design* si colloca un'iniziativa nata in Nuova Zelanda nel 2003 al fine di sostenere le aziende del paese in una valida politica di esportazioni attraverso un uso adeguato del design. La direttrice, Judith Thompson, spiega che le aziende neozelandesi non sono in grado di conseguire risultati positivi sul mercato interno e che, di conseguenza, l'unica via d'uscita è l'export. Il Design Centre neozelandese mira dunque a consolidare esperienze e ad affinare tecniche operative per aumentare al massimo la competitività. In quest'ottica, di recente ha fatto suo lo slogan *Better by Design* anche un'azienda produttrice di software, la ADM, che assume sotto questa definizione le innovazioni di un programma in grado di supportare la tecnologia con il design.

Questi due esempi offrono spazio a una riflessione sul graduale spostamento del design verso obiettivi trasversali, con un ventaglio di prospettive che non si limitano ad abbracciare l'aspetto estetico, di impatto immediato ma di superficie, bensì esplorano il tessuto sociale. Il design ha mutuato dal Futurismo un'idea di modernità che si esprime attraverso la produzione di vortici, accelerazioni, cambiamenti. La *dynamis* implica una processualità, una tensione

costante che trova il suo fulcro in una "semplicità efficace" frutto di un continuo adeguamento dell'intuizione. Com'è avvenuto per l'Arte

Povera, anche il design contemporaneo mira spesso dritto al quotidiano, senza artifici e sovrastrutture, e se da un lato si trova a fare i conti con le esigenze del mercato e con l'affinamento inarrestabile della tecnologia e dei materiali, dall'altro rende ragione alle esigenze di una vita che cerca punti fermi al di là delle apparenze e dello strapotere mediatico. *Better* si identifica allora, in prima istanza, con l'esigenza di attribuire all'oggetto una connotazione precisa, un'identità che non si espliciti solo sul piano della percezione ma che tocchi anche le corde dello spirito. L'oggetto di design è chiamato a diventare un protagonista del quotidiano che unisce funzionalità e scena in una combinazione armoniosa.

Due esempi tra i tanti possibili: Enzo Mari e Carlo Mollino. Il primo ha cercato di lavorare sul "sempre anonimo ma non arrogante", il quotidiano nella sua accezione più ampia; il secondo in questa attitudine ha trovato un linguaggio ibridato con l'architettura, la fotografia e la grafica: la sua metodica di curvatura a freddo del legno compensato è un'invenzione tanto straordinaria quanto semplice di un design che nasce da esigenze di "ordinaria quotidianità".

Alcune presenze a Torino World Design Capital 2008 testimoniano come il *Better* sia una realtà, non mera astrazione né artificio linguistico. Si pensi al newyorchese Stefan Sagmeister, la cui attività di desi-

DESIGN INTEGRATION. 5 X 50 X 500 X 5

L'attività principale del Design Centre neozelandese *Better by Design* consiste nel programma *Design Integration*, specificamente diretto a fornire assistenza alle imprese, che punta - come spiega la direttrice Judith Thompson - "ad offrire supporto alle aziende che integrano il design in tutti gli ambiti della propria attività". Il programma copre diversi settori del *design way of thinking (and working)* che vanno dalla leadership alla cultura strategica, dalla ricerca funzionale a quella estetica, fino all'imballaggio e al branding.

"Quando un'azienda viene ammessa a far parte del programma il nostro team di esperti del settore privato, con competenze in tutte le aree del design [...], affianca l'impresa per valutarne le competenze in materia di design, individuare le opportunità e quindi pianificare con essa i cambiamenti da affrontare. Il programma, grazie alle sovvenzioni governative, copre tutti i costi relativi alla consulenza degli esperti". Fino ad oggi hanno preso parte al piano di *Better by Design* ottanta aziende, di cui trenta attualmente impegnate a completarlo. Ma non tutti sono papabili. "Le aziende devono già essere di un certo interesse. Le dimensioni minime richieste corrispondono a un fatturato di circa tre milioni di dollari neozelandesi (un milione e mezzo di euro). Il fatturato della maggior parte delle aziende supera i venti milioni di dollari (dieci milioni di euro) e, in molti casi, i cento milioni (cinquanta milioni di euro). Le dimensioni dell'impresa devono essere tali da soddisfare le ambizioni del programma. Di conseguenza non collaboriamo né con le start-up, né con le piccole imprese". L'obiettivo del programma si riassume in una formula molto chiara: 5 x 50 x 500 x 5, ovvero "in cinque anni le cinquanta migliori aziende con cui abbiamo collaborato saranno in grado di generare cinquecento milioni di dollari in più all'anno (duecentocinquanta milioni di euro) di utili in esportazioni e di registrare una crescita pari a cinque volte il PIL prefissato". I dati iniziali sono positivi: la prima valutazione autonoma ha registrato una crescita delle società coinvolte del ventitre per cento l'anno, largamente al di sopra della media neozelandese.

| stefano caggiano |

gner, espressa anche nella realizzazione di copertine per i dischi dei Rolling Stones, di Lou Reed e di altri icone della musica, si evidenzia al meglio nella performance. O ancora al londinese James Irvine, star del design per aziende come Canon, Whirlpool, Artemide e B&B Italia,

invitato a Torino per trovare soluzioni a misura d'uomo per il sotterraneo del Parco del Valentino. In questa prospettiva appaiono di estremo interesse iniziative come il concorso *Rotarydesign 2008*, che mira al progetto di pannelli verticali da collocare a presidio delle Isole

| tiziana conti |

link.

www.betterbydesign.org.nz



sopra a sinistra: Stefan Sagmeister
sopra a destra: Il PalaOlimpico di Arata Isozaki - photo Bruna Biamino
qui a sinistra: Industria dell'auto - photo Archivio Regione Piemonte, Mauro Raffini
qui sopra: Stazione della Metropolitana di Torino - photo Michele D'Ottavio

MUTAZIONI FLESSIBILI IN RIVA AL PO

Il design come risorsa per un'intera comunità, strumento operativo del XXI secolo. La flessibilità come fattore chiave del successo di una città. Sono le coordinate per muoversi in questo 2008 nella Prima Capitale. Del Regno d'Italia ieri, del World Design oggi...

> Il design come risorsa strategica? Così la pensano il comitato organizzatore e il comitato scientifico di Torino 2008 World Design Capital, il riconoscimento attribuito, qui per la prima volta e d'ora in avanti ad una nuova città ogni due anni, dall'ICSID (International Council of Societies of Industrial Design) che, permettendo di dedicare un intero anno alla cultura del progetto, premia nello stesso tempo le energie creative presenti in un nucleo urbano. E quale migliore strategia, da intendersi come capacità di gestire il proprio futuro, se

tuire un valido aiuto per il continuo confronto con questi cambiamenti. "Il tema è costruito sul reale significato che World Design Capital ricopre per Icsid, l'associazione internazionale che ha nominato Torino prima World Design Capital", interviene Paola Zini, giovane direttore della manifestazione. "Torino è stata scelta per la capacità che ha dimostrato di rinnovarsi, di cambiare pelle, utilizzando il design come una delle leve strategiche. Ma che cosa può fare il design per una città in trasformazione? Noi pensiamo che Flexibility sia la risposta. Essere

“**Torino è stata scelta per la capacità che ha dimostrato di rinnovarsi, di cambiare pelle, utilizzando il design come una delle leve strategiche. Essere 'adattativi' o 'reattivi' significa trovare risposte valide a queste trasformazioni.**

non quella della flessibilità applicata alla quotidianità di una città?

Concetto ribadito molto chiaramente nella dichiarazione d'intenti del programma di eventi, dalla fisionomia appositamente non lineare, pensato per dar voce ad una pluralità di modi e di linguaggi: "Più che una metodologia operativa, oggi il design ha assunto i connotati di una strategia della creatività che non si definisce più nella dimensione del 'che cosa' si fa, quanto in quella del 'come' si affronta un progetto. Restituire il significato di queste trasformazioni intercettando le evoluzioni fisiche e sociali della città è quindi diventato l'obiettivo dell'anno, sintetizzato nel concetto di Flexibility, tema generale di Torino 2008 World Design Capital".

Concetto che Torino incarna perfettamente nella sua condizione di città in costante mutazione, sotto tutti i punti di vista, a partire dall'aspetto sociale fino a quello culturale ed economico. Specie se si pensa al radicale cambiamento della composizione della sua popolazione negli ultimi decenni e a cosa questo abbia comportato a livello di integrazione sociale e di servizi pubblici. O alla sua trasformazione in termini architettonici, iniziata a partire dagli anni Ottanta con la riconversione, da parte di Renzo Piano, dell'ex stabilimento Fiat del Lingotto nell'attuale mix di attività legate al terziario avanzato, fino ad arrivare alle attuali eredità olimpiche come il Palasport per l'hockey su ghiaccio progettato da Arata Isozaki.

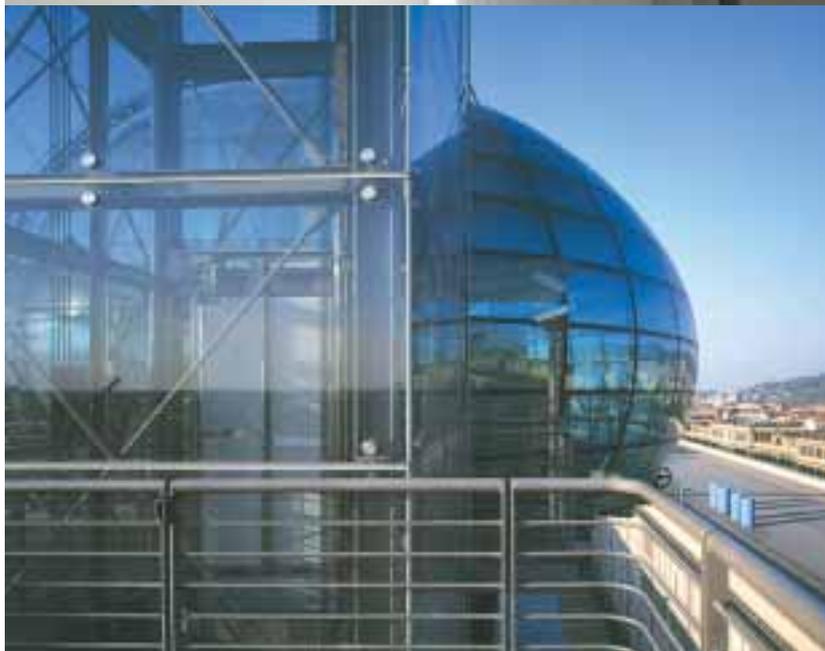
Se si pensa a tutto questo, non si può fare a meno di riferirsi alla flessibilità in termini di risorsa. In tale contesto il design, il lavoro di progettazione, la ricerca teorica e applicata, adottando per natura un atteggiamento malleabile possono costi-

'adattativi' o 'reattivi' significa trovare risposte valide a queste trasformazioni. Essendo questi cambiamenti numerosi e repentini, la capacità di adattarsi a contesti continuamente rinnovati con opportuni strumenti diventa determinante. Il design può essere uno di questi strumenti. Il nostro obiettivo è quello di lasciare, al termine del 2008, un'eredità culturale al Piemonte, contribuendo allo stesso tempo alla crescita delle competenze del sistema locale, creare un network di livello internazionale in grado di trasferire a Torino e in Piemonte un'attitudine al progetto, una 'mentalità progettuale' che ci piacerebbe potesse diffondersi anche nella pubblica amministrazione, in tutti i suoi ambiti, dalla sanità alla formazione".

Il tema della flessibilità sarà declinato anche in una grande mostra, intitolata appunto Flexibility, curata dalla portoghese Guta Moura Guedes, presidente della Biennale Experimenta Design di Lisbona, che inaugurerà il 28 giugno. L'esposizione sarà aperta fino al 12 ottobre e, nella suggestiva cornice delle ex Carceri "Le Nuove", vedrà dieci designer di livello internazionale interpretare liberamente il leitmotiv dell'anno. >

| claudia giraud |

in alto: Molodesign - progetto Textile Softwalls
al centro: La "Bolla" del Lingotto di Renzo Piano - photo Bruna Biamino
a destra: Air Quechua - tenda istantanea - by Decathlon Design Department



LA MACCHINA NEL TEMPO

La storia del car design torinese fa tutt'uno con la storia del design italiano, da quando, a partire dalla prima metà del Novecento, e soprattutto nel dopoguerra, ha cominciato a scolpire bolidi e utilitarie con matite e gallerie del vento...

> La nuova Cinquecento sarà "l'i-Pod della Fiat", ha detto con il sorriso sulle labbra l'amministratore delegato Sergio Marchionne. Le oscillazioni del titolo in Borsa non mancano, ma non si tratterebbe di un problema italiano, bensì legato "all'instabilità che c'è in giro". Intanto, la produzione di Cinquecento, già arrivata a centosettantamila ordini, salirà nel secondo trimestre del 2008 a centonovantamila pezzi all'anno. E invero la poderosa strategia di lancio del redesign di una vettura simbolo del car design non solo torinese ma anche italiano sta dando i suoi frutti, anche se non proprio quanto si era sperato. La lezione è dura, e di sicuro nemmeno questa volta la impareremo: non si possono far rivivere i sogni a tavolino. Specie nel caso del sogno della Fiat, che è poi il sogno del car design italiano, il quale viene da molto lontano e attinge la sua linfa dall'entusiasmo di un Paese che in pieno Novecento cresceva a una velocità mai vista prima e prendeva rapidamente congedo da una povertà antica di secoli.

Tutto comincia quando, nel 1930, il signor Battista Farina, detto Pinin (diminutivo di Giuseppe in piemontese), apre la Società omonima Carrozzeria Pinin Farina, che grazie all'adozione di criteri molto avanzati per l'epoca è in grado di offrire non solo ricerca estetica sull'autovettura ma anche ingegneristi-

ca, tanto da essere tra i primi ad interessarsi concretamente di aerodinamica. È così che, dopo aver lavorato in maniera quasi artigianale sulle meccaniche di Alfa Romeo, Lancia e Fiat, nel '47 il signor Pinin presenta la Cisitalia 202, destinata a diventare la prima automobile di fama mondiale e la prima ad ottenere un posto in un museo al MoMA di New York. A partire dal '61 l'azienda, guidata dal figlio Sergio, avvia un decennio segnato dalla creazione di alcuni tra i modelli più famosi della storia dell'automobile, come l'Alfa Romeo Duetto e la Fiat 124 Spider. Nel decennio seguente la società sarà la prima in Italia a dotarsi di una galleria del vento, da cui usciranno ancora modelli storici come la Ferrari Testarossa, l'Alfa Romeo Spider, la Lancia Thema Station Wagon e la Peugeot 205 Cabriolet.

Nel frattempo, nutrendosi nello stesso ambiente, cresceva un'altra figura destinata a segnare e, letteralmente, a disegnare la storia del car design italiano: Giorgio

Giugiaro, a cui un giorno sarebbe stato conferito il titolo di Car Designer del Secolo. Dopo essersi fatto le ossa prima nel Centro Stile della Fiat, poi all'azienda di Nuccio Bertone e infine alla Ghia, nel 1968 fonda l'Italdesign, società che con lucido coraggio e sicura consapevolezza punta a fornire all'industria automobilistica servizi di progettazione

LA MOSTRA. SOGNI A RUOTA LIBERA

L'automobile non è solo benzina e acciaio, ma anche vento e fibra di carbonio, sogno, velocità, slancio verso un futuro visto sempre come migliore del presente. Nasce da qui quella speciale emanazione del car design che ha generato e oggi più che mai (grazie anche al cinema di fantascienza) continua a generare *concept car* puri, raccolti per Torino World Design Capital da tutto il mondo, e ai quali è dedicata la mostra *Dream. Il concetto di futuro nel car design torinese*, che aprirà il 18 settembre al Padiglione Giovanni Agnelli di Torino Esposizioni.

Dagli Stati Uniti al Giappone, dalla Corea alla Germania, dalla Francia all'Italia, sono molti i distretti dell'auto che vantano tradizioni e *know-how* al top level della categoria. In nessun altro luogo però è sorto un fenomeno imprenditoriale e socio-economico come quello torinese, così articolato, complesso e ricco di competenze capaci di integrarsi e di fare consorzio, generando proposte creative e metodologie produttive di altissima qualità e competitività. Non è quindi un caso che una mostra sui *dream car* fiorisca proprio sul terreno piemontese, il cui humus da almeno un secolo produce sogni di automobili e automobili che fanno sognare: sia in grande per pochi, con i *dream car* (molti dei quali sono poi diventati realtà), sia in piccolo per molti (con vere e proprie rivoluzioni sociali in forma d'automobile come è stata la Fiat 500). La mostra parte dagli anni '50, quando, appena uscita dalla guerra, l'industria dell'auto italiana, pur impegnata a perseguire l'obiettivo fordista dell'auto per tutti, resta fortemente attratta dal fascino del modello fuori serie, il *dream car* come segno esplicito di ottimismo e visione di un futuro luccicante, anche se a volte ingenuo.

I marchi presenti sono quelli dei grandi maestri di allora, alcuni scomparsi, altri dimenticati, tutti accomunati dal bisogno di offrire una visione del bello puro nel pezzo di design applicato, l'automobile, la carrozzeria, il dettaglio, svincolati dagli standard imposti dalla catena di montaggio. Sui profili di Ferrari e Maserati compaiono le mostrine di Bertone, di Pininfarina, Ghia. Spiccano figure di designer come Mario Revelli (di Beaumont) e Dante Giacosa, campioni in seno a una comunità di Centri Stile, Carrozzeri, e strutture fornitrici di servizi come l'Italdesign di Giugiaro e Mantovani, o Coggiola e Fioravanti, che si avvalgono di professionalità come quella di Giovanni Michelotti, Mario Boano, Aldo Sessano, Filippo Sapino, Tom Tjaarda, Franco Scaglione, Pio Manzù, Marcello Gandini, Paolo Martin, Lorenzo Ramaciotti, Walter De Silva.

A partire dalla metà degli anni '70 i centri di car design avviano ricerche più solide per affrontare le criticità dell'automobile, adeguando il mezzo alle esigenze di sicurezza e soprattutto alla riduzione dell'inquinamento, verso un futuro a emissioni zero. Da qui le indagini sulle trazioni elettriche e i propulsori ibridi, che mostrano come il confronto dei *dream car* con il futuro, ancorché essersi concluso il giorno in cui abbiamo mangiato la foglia, si sia fatto più maturo e consapevole, portatore di segnali concreti capaci di offrire una prospettiva di sviluppo entusiasmante ma allo stesso tempo sostenibile.

| s. c. |

Dal 18 Settembre al 23 Novembre 2008
Padiglione Giovanni Agnelli di Torino Esposizioni
Corso Massimo D'Azeglio, 15 - 10126 Torino
www.museoauto.it

“ La nuova Cinquecento sarà 'l'i-Pod della Fiat'. Ma non si possono far rivivere i sogni a tavolino...”

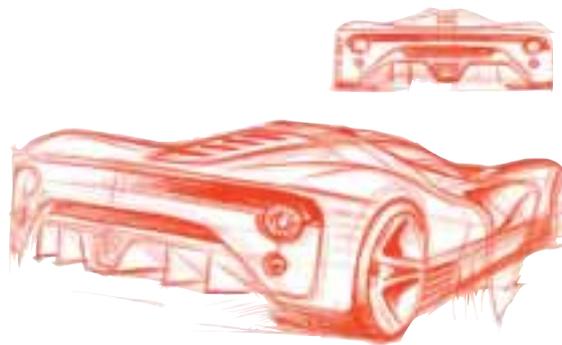
completi, fino alle prime prove su strada delle autovetture. Oggi l'azienda, attraverso la società controllata Giugiaro Design, si interessa non solo del settore automobilistico ma di tutti i campi che puntano su una produzione *design-oriented*. Ma la vita di Giugiaro aveva già avuto modo di intrecciarsi con quella di altri pezzi della storia del car design. Ad assumerlo alla Fiat era stato infatti l'ingegner Dante Giacosa, una vita passata all'interno della Fiat segnata, tra i numerosi riconoscimenti, dal Compasso d'Oro 1959 per la Nuova Fiat

Cinquecento, per "la coraggiosa rinuncia alla figuratività tradizionale dell'automobile attraverso un attento riesame del complesso dei suoi elementi fondamentali, [che] oltre ad aver condotto il designer alla massima limitazione degli elementi superficiali del costume decorativo, segna una importante tappa nella strada verso una nuova genuinità espressiva della tecnica". E poi il già citato Nuccio Bertone, figlio di quel Giuseppe che nel 1912, lo stesso anno di nascita del figlio, aveva fondato l'omonima azienda che avrebbe collaborato con le più

grandi case automobilistiche mondiali firmando alcune delle vetture più prestigiose della storia del car design, come la Lamborghini Countach, la Lancia Stratos e la Fiat X1/9. Oggi, dopo la morte di Nuccio, la società ha iniziato un lento peggioramento delle economie interne, a causa di speculazioni finanziarie e cattive scelte manageriali che l'hanno portata a una profonda crisi aziendale e famigliare, al punto da mettere la madre Lilly Bertone contro le figlie Barbara e Marie Jeanne. Infine, una curiosità. Thomas

Magnum, il protagonista della fortunata serie televisiva interpretata da Tom Selleck, non guidò sempre la stessa Ferrari ma almeno tre modelli diversi, di cui si conoscono anche i numeri di telaio: una 308 GTS del 1979 (n. 29109), una 308 GTSi del 1981 (n. 34567), e una 308 GTS Quattrovalvole del 1984 (n. 57685). Il mondo della fiction, dove le aziende non falliscono mai, è sempre stato più adatto del mondo vero ad ospitare questi costosi, inquinanti e bellissimi sogni a quattro ruote. >

| stefano caggiano |



in alto a sinistra: uova Fiat Cinquecento
in alto a destra: Pininfarina, Ferrari P45 - disegno
in basso a sinistra: Lamborghini Concept S
qui a sinistra: Dream car - Maserati Birdcage75th - 2005

UNA LETTERA SEMPRE IN ANTICIPO

Tra le eccellenze del design piemontese un posto d'onore spetta alla Olivetti. La cui vicenda non fu solo quella di un'azienda di macchine da scrivere, ma soprattutto un progetto estetico-sociale sospeso tra utopia e positivismo. Un'azienda e un uomo. Cento anni di una grande vicenda italiana...

È a Ivrea, una quarantina di chilometri da Torino, che nel 1908, anno di grande destabilizzazione sociopolitica, l'ingegner Camillo Olivetti fonda la prima fabbrica italiana per produrre macchine da scrivere. Ma sarà il figlio Adriano ad operare la "svolta" trasfondendo nell'azienda, accanto all'innovazione tecnologica, le qualità della cultura formativa di cui si nutre: la chimica industriale, che studia presso il Politecnico di Torino sino alla laurea, ma anche la frequentazione di intellettuali come Piero Gobetti e Carlo Rosselli, assieme alla voglia di dirigere l'azienda e al gusto per la scrittura, mai aridamente fine a se stessa. Nel 1925 risulta fondamentale un viaggio negli Usa, dove si impadronisce delle tecniche innovative industriali che porta poi in Italia, aprendo a soluzioni impensabili per l'epoca quali il decentramento del personale e la promozione nazionale dei prodotti. La rivista *Tecnica e organizzazione*, da lui fondata, è un bell'esempio di sintesi di cultura umanistica e scientifica, di come urbanistica, architettura e design debbano amalgamarsi in modo da costituire un'interfaccia attiva tra industria e territorio. Alla sua morte, avvenuta nel 1960, l'azienda vanta oltre trentaseimila dipendenti, e gioca un ruolo primario nell'Italia del miracolo economico. La storia della Olivetti si identifica essenzialmente con quella del suo leader, la cui impronta e il cui spirito promotore di cultura perdurano anche oggi nella Fondazione, costi-

tuita nel 1962 a Ivrea e poi trasferita a Roma. La parola chiave della nuova idea di designer da lui elaborata è *sostanza*: una figura a tutto campo che si rapporta con grafici, architetti, pubblicitari, letterati, interpretando il lavoro di equipe nel segno di una vocazione anticipatrice dei tempi. Il designer non può essere solo un esteta, ma deve saper fondere estetica e funzionalità, in modo che non costituiscano un calco vuoto ma un sostrato forte, carico di contenuti in divenire. Nel 1935 è raggiunto il primo traguardo importante: la macchina da scrivere *Studio 42*, prodotto di alta ingegneria ma non solo. L'arrivo degli architetti Figini e Pollini e del pittore Schawinsky non fa che accrescere le qualità di un percorso

“ **La storia della Olivetti si identifica essenzialmente con quella del suo leader, Adriano, la cui impronta e il cui spirito promotore di cultura perdurano anche oggi nella Fondazione**

senza sosta. Nel 1938 entra in azienda Marcello Nizzoli, che in breve tempo arriva a risultati quali *Lexikon 80* (1948) e *Divisumma 14* (1948). A seguire *Lettera 22* (1950) esposta al MOMA di New York insieme a *Lexikon*, *Studio 44* (1952), *Divisumma 24* (1956) e *Lettera 32* (1963). Dal 1958 la presenza di Ettore Sottsass accresce ulteriormente la qualità della produzione con pezzi entrati nella storia del design come il calcolatore elet-

tronico *Elea 9003* (1959), la macchina da scrivere *Tekne 3*, e *Praxis 48* (1963), fino alla novità assoluta costituita dalla portatile *Valentine* (1969) di colore rosso fiammante e dal *PC M24* (1984). Nel 1963 Mario Bellini introduce armonie geometriche con il calcolatore elettronico da tavolo *Programma 101* (1965), le calcolatrici della serie *Logos*, la macchina da scrivere elettronica *ET 101* (1978), il notebook formato A5 *Quaderno*. A fine anni '70 è la volta di Michele De Lucchi: PC della serie *M6* (1992), stampanti a getto di inchiostro, come le *JP 170* (1996), e la serie *Arjet*, premiata con il Compasso d'Oro.

In parallelo procedono la promozione e l'architettura, in un gioco combinato di effetti. L'ufficio Sviluppo e Pubblicità, diretto inizialmente da Renato Zveteremich, poi da Leonardo Sinigalli e successivamente da Renato Zorzi, lavora nella linea di un progresso a misura d'uomo. La grafica pubblicitaria si cimenta in raffinati allestimenti di stand fieristici e nella realizzazione di oggetti promozionali da parte di Giovanni Pintori e di Egidio Bonfante. Come non ricordare il poster *Olivetti Tetractys* (1956) di Pintori, dove campeggiano vettori colorati che suggeriscono un movimento centrifugo, o l'*Agenda Olivetti* del 1969, realizzata da J.M. Folon? La stessa capacità anticipatrice dei tempi si constata nei progetti architettonici di Luigi Figini e Gino Pollini, che curano il progetto iniziale della fabbrica di via Jervis a

Ivrea, di Luigi Cosenza, che realizza la fabbrica di Pozzuoli nel 1955 nel pieno rispetto del territorio, e di Edoardo Vittoni e Marco Zanuso, ai quali si deve il complesso di Scarmagno, presso Ivrea, ripreso poi nell'idea a Crema e a Marcianise. Infine i negozi, veri capolavori di design e di architettura, tra cui New York 5 Strada, Venezia (Carlo Scarpa), Parigi (Franco Albini), Buenos Aires (Gae Aulenti).

Di non secondaria importanza è poi l'attività editoriale della Fondazione. I *Quaderni*, consultabili in sede, si segnalano due vere chicche: "Sociologia e futuro" (n. 50) e "Tempo dell'architettura. Tempo dell'arte" (n. 22). >

| tiziana conti |

www.fondazioneadrianolivetti.it

La mostra

Cent'anni di attualità. Quella di Olivetti non è solo una storia di macchine da scrivere ma anche di architettura, grafica, urbanistica, politica, cinema, letteratura, pubblicità, in una strategia culturale integrata all'insegnamento del design inteso come strumento di progettazione civica.

La lunga parabola dell'azienda, che nell'anno di Torino World Design Capital celebra il centenario dalla fondazione, è la parabola della vicenda della civiltà industriale, in cui sorge e declina un sogno, sempre in bilico tra l'utopistico e l'illuminato, sulla capacità dell'industria di essere non solo un sistema tecno-razionale di produzione di oggetti ma soprattutto un motore e un modello per la crescita e lo sviluppo della società nel suo insieme.

Nessun'altra azienda, in nessun paese del mondo, ha saputo interpretare meglio di Olivetti l'essenza positiva e ottimista di una simile ambizione. Questa unicità è al centro della mostra *Olivetti. Una bella società*, in cui l'universo Olivetti è messo in scena in tutta la sua ricchezza e complessità: dalle scelte etiche alla morale sociale, dall'organizzazione industriale alla comunicazione, dalle prospettive politiche al ruolo degli intellettuali, dal valore dell'arte alla ricerca tecnologica.

La capacità di costruire una visione d'insieme - e soprattutto la lucidità, la coerenza e la costanza con la quale è stata perseguita - trova oggi una nuova attualità, proposta nella mostra attraverso una serie di campionature emblematiche di temi innovativi scelti fra i vari settori d'intervento dell'azienda, concentrando nel cuore del percorso una sorta di dizionario enciclopedico di tutte le esperienze che ne hanno caratterizzato la produzione. La grafica, l'architettura, l'urbanistica, la pubblicitaria, la letteratura, il cinema industriale, gli allestimenti, i negozi, la tipografia, vengono esaminati non tanto nei loro singoli aspetti disciplinari ma come le molte facce di una moderna progetto d'immagine, che a differenza di oggi poteva ancora permettersi il lusso, il talento e il genio illuminato di una visione solida e compatta, in cui il "design" era la filigrana visibile di un più ampio progetto di civiltà.

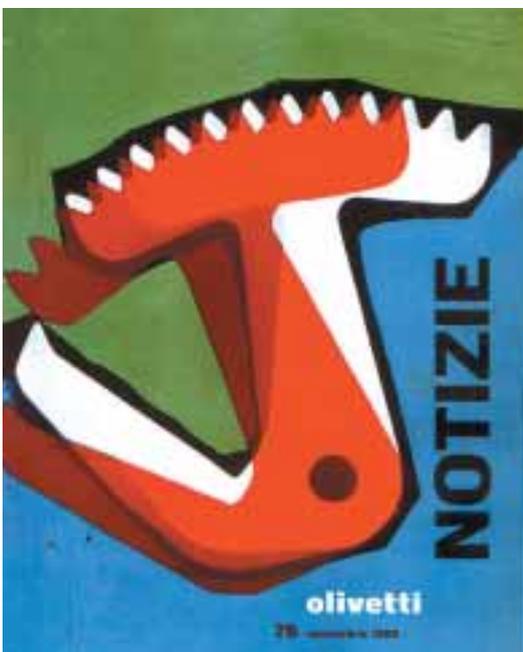
| stefano caggiano |

Scheda mostra:

Curatori: Manolo De Giorgi e Enrico Morteo
Grafica: Daniele Ledda

Curatori di settore: Patrizia Bonifazio, Alberto Saibene
In collaborazione con l'Archivio Storico Olivetti e la Fondazione Adriano Olivetti e con il supporto della Città di Ivrea
Dal 15 Maggio al 27 Luglio 2008
Società Promotrice delle Belle Arti
Viale Balsamo Crivelli Diego, 11 - 10126 Torino

a sinistra: Giovanni Pintori, copertina per Notizie Olivetti - credit Telecom Italia
al centro: Giovanni Pintori - credit Telecom Italia
in basso a destra: Ettore Sottsass, mod. Valentine - prod. Olivetti
qui sotto: Jean Michel Folon, "Il mondo delle frecce stradali" - opera raccolta nell'Agenda Olivetti 1969 - credit Telecom Italia



SUA ECCELLENZA IL PIEMONTE

La regione rappresenta oggi una vera e propria fucina di creatività, grazie a realtà consolidate come Alessi, Zegna o Sambonet, e a novità in rapida crescita come Italia-Independent. In viaggio tra alcune aziende che fanno grande il design piemontese, commistione unica di arte e originalità nel mare magnum della globalizzazione...

> In occasione di Torino World Design Capital 2008 si moltiplicano le mostre e gli eventi che rendono omaggio all'eccellenza del design piemontese, come la mostra dedicata alla Fiat 500 Overland al padiglione Agnelli all'interno della rassegna *Trilogia dell'automobile. Novecento*, spettacolare omaggio alla vettura insignita a Berlino del titolo di Automobile dell'anno 2008.

Anche Italia-Independent, nuovo fiore all'occhiello dell'eccellenza torinese capitanata dall'eccentrico Lapo Elkann, ha recentemente riscosso grande successo a Parigi, dove sono stati presentati i pezzi unici caratterizzati da innovazione, ricerca dei materiali, artigianalità e italianità, tra cui l'*Outdoor Jacket* in quattro nuove varianti caratterizzate da materiale tecnico diverso e la serie di occhiali ormai diventati oggetto cult dei globetrotter, come i preziosi vasi in tessuto termonastrato in nuove tonalità fluo.

Se Italia-Independent è una novità nel campo del design e della moda, aziende quali Cerruti e Zegna, nel distretto laniero di Biella, rappresentano marchi d'eccellenza consolidati a livello internazionale. La famiglia Zegna da qualche anno ha capitalizzato il bagaglio storico e culturale ereditato dal fondatore del lanificio Ermenegildo, attraverso la creazione prima della Fondazione Zegna e nel 2007 di CasaZegna, che oltre ad ospitare l'archivio storico costituisce un nuovo polo di aggregazione culturale, segno tangibile di sensibilità e responsabilità sociale.

A sottolineare questa finalità è anche la collaborazione con Cittadellarte che ha dato vita all'*Habitus Zegna Cittadellarte*, un impegno comune nell'arte e nell'impresa per una creatività responsabile. L'arte dialoga con il patrimonio industriale e lo comunica attraverso installazioni interattive: l'*HabitusZegna* prende forma attraverso colonne e pareti che rappresentano i valori del Gruppo Zegna, dall'accurata selezione delle materie prime all'attenzione verso l'ambiente, il prodotto e la cultura. Per esempio, *Totem - La scultura* è una spirale composta da undici casse del magazzino filati Zegna e mostra, in modo organico e non didascalico, i diversi stadi di produzione della lana, introducendo nello spazio *Habitus* i colori ed i materiali del lanificio. La *Colonna Cultura* è invece un contenitore aperto per la presentazione dei diversi progetti che la Fondazione Zegna sviluppa con i propri partner nei campi della cultura, del sociale, dell'ambiente e della ricerca medica e scientifica. Il dialogo tra impresa e arte arric-

chisce CasaZegna con l'opera di Michelangelo Pistoletto *Woolen - La Mela Reintegrata*, emblema centrale della conciliazione tra natura ed artificio, e *Mosaico della Trasformazione* a cura di Cittadellarte-Fondazione Pistoletto.

Sempre all'interno del calendario di Torino capitale mondiale del design segnaliamo la mostra tributo a Roberto Sambonet presso Palazzo Madama, artista e designer illuminato che ha saputo dare un nuovo assetto creativo e di eccellenza all'industria di famiglia, come dimostra la sua famosa pesciera nata dallo studio della natura per andare oltre la natura, come afferma l'autore, oggi parte delle collezioni permanenti dei più importanti musei internazionali.



A partire dagli anni '60 anche altri designer, come Anna Castelli Ferrieri, hanno contribuito alla diffusione dell'identità creativa del marchio Sambonet nel mondo, oggi uno dei maggiori fornitori di posateria e vasellame per alberghi prestigiosi come l'Hotel Hilton del Cairo. E ancora oggi azienda in continua ascesa, come dimostrano i riconoscimenti internazionali come il Red Dot Award - Product Design 2007, categoria Household and Kitchen, ottenuto con la posateria *Twist* e la linea di pentole *Menu*. Non ultima, anche Confindustria ha conferito all'azienda il Premio dell'Eccellenza per l'Innovazione, nel campo dell'eco-efficienza è arrivato il Certificato di Eccellenza, importante riconoscimento rilasciato da Certiquality

qui in alto in piccolo:
Sambonet - progetto Twist
foto grandi dall'alto al basso:
Casa Zegna;
Michelangelo Pistoletto -
Woolen. La Mela Reintegrata
- CasaZegna; Sambonet - 4-
luci; Bialetti - Cuor di moka, in
collaborazione con Illycaffè



link.

www.torinoworlddesigncapital.it
www.fiat500.com
www.italyaindependent.com
www.fondazionezegna.org
www.casazegna.org
www.sambonet.it
www.bialettiindustrie.it
www.valenza.org

per aver conseguito le certificazioni di Qualità, per l'Ambiente e per la Sicurezza. Su questa linea, come altre aziende illuminate anche Sambonet ha optato per un'architettura sostenibile durante la fase di rinnovamento della sua sede di Orfengo: la *slow architecture* di Enrico Frigerio pone in essere una progettualità progressiva che interagisce in armonia con l'ambiente circostante. Questo progetto ha dato vita anche a una mostra itinerante, *Frigerio Design Group - A Journey in Slow Architecture*, che dopo le tappe italiane si sposterà in Europa.

Il distretto dei casalinghi del nord-est piemontese conta, oltre a Sambonet, altre realtà d'eccellenza, quali Alessi, Lagostina e Bialetti. Quest'ultima, nonostante la recente acquisizione da parte dell'azienda Rondine di Brescia diventata poi Bialetti Industrie, rappresenta un elemento connotativo dell'eccellenza piemontese grazie alla famosa *Moka express* nata nel '33 dall'ingegno di Alfonso Bialetti e che ha rivoluzionato il modo di preparare il caffè diventando un'icona mediatica grazie all'*Omino coi Baffi* della fortunata pubblicità del Carosello, ancora oggi l'immagine delle novità Bialetti. Tra queste ultime, si segnala *Cuor di Moka*, in collaborazione con Illycaffè, e *Dama Sound Collection*, design ludico che emette una melodia a erogazione del caffè completata.

Il design di preziosi ha sempre in Piemonte un centro d'eccellenza nazionale e internazionale: il distretto orafino di Valenza Po, nato da una tradizione di lungo corso di *know-how* artigianale e di una stretta relazione tra piccole imprese locali e grandi marchi internazionali come Bulgari e Cartier. Purtroppo, anche a Valenza si riflette oggi la crisi dei mercati europei e la concorrenza di Cina e India, seppure il distretto orafino rimane attivo e continua la sua diffusione nel panorama del gioiello di lusso con la creazione del marchio Divalenza - Impronta Orafa, un certificato di eccellenza che identifica e garantisce i propri gioielli nel mercato mondiale. È inoltre attiva la ricerca di nuovi canali di diffusione del marchio a livello internazionale, con la partecipazione a fiere come Macao Watch and Jewellery Fair, con il fine di ottenere una fetta di mercato in un'area caratterizzata da un turismo d'élite. E in Italia si consolidano i risultati raggiunti, con l'inaugurazione del nuovo centro fieristico polifunzionale Expo Piemonte Spa e la progettazione di un futuro museo dell'Oreficeria e gioielleria valenzana. >

È MIO. E LO DISEGNO IO

Cosa succede se delle comunità organizzate di bocciofilo, ciclisti e canottieri, ma anche gruppi spontanei di cittadini sono invitati a collaborare con dei creativi? Nascono piccole serie di oggetti di buon design, prodotte dalle migliori aziende locali. Ad illustrare il progetto Torino Geodesign uno dei coordinatori, Lucia Tozzi

> Non si tratta del solito bando di concorso finalizzato a selezionare un pool di progettisti con qualità tali da soddisfare le esigenze di una committenza pubblica, per poi ridursi alla semplice promozione di una ristretta fascia di autori e di aziende. Geodesign vuole essere presente sul territorio piemontese. Dove il ruolo del designer, una volta dimenticata ogni sfera autoreferenziale, diventa quello di catalizzatore di dimensioni creative tali da porlo al centro di una rete di relazioni, in cui sfumino le tradizionali distinzioni tra committenti e utenti, produttori e beneficiari della progettazione. Questa, in sintesi, l'anima dell'intero progetto Torino Geodesign, voluto da Torino 2008 World Design Capital in collaborazione con la rivista "Abitare", per veicolare definitivamente una certa idea di design. Cioè quella che lo qualifica come fattore di coesione sociale e culturale di una grande città. Motore della prima fase di questo programma di workshop, ossia la scelta delle diverse comunità da coinvol-

gere, la predisposizione di incontri tra le medesime e i curatori del progetto Stefano Boeri, Stefano Mirti e Lucia Tozzi, nonché la definizione dei diversi temi di design su cui lavorare, è stato l'Urban Center Metropolitan insieme a The Gate. Due istituzioni fondamentali della città di Torino - la prima, attiva dal 2005 con funzioni di presidio e supporto ai processi di trasformazione dell'area metropolitana; la seconda, responsabile della rinascita di Porta Palazzo, un quartiere centrale per la vita del capoluogo e ricco di risorse malgrado le difficoltà, il degrado e i problemi costanti - che, per l'occasione, hanno messo a disposizione le reciproche conoscenze in fatto di questioni urbane e sociali. Così, dopo l'individuazione e la selezione dei venticinque-trenta gruppi di cittadini da inserire nel progetto, sono stati organizzati oltre cinquantacinque incontri (già da luglio 2007), tesi ad una loro progressiva preparazione al lavoro condotto con i quarantuno progettisti (designer, architetti, ma anche artisti e grafici) vincitori del concorso. A tal proposito è chiarificatore il racconto, fatto ad Exibart, di Lucia Tozzi, uno dei coordinatori scientifici di Geodesign: "All'inizio le comunità scelte

erano quelle appartenenti già ad una rete di relazioni costruita nel tempo da The Gate e Urban Center, dimostrando con questo come Torino abbia un sistema di rapporti col territorio e le persone fortissimo. Poi si è creato un pas-saparola tra i torinesi che venivano spontaneamente a chiederci una soluzione al proprio problema, aumentando di fatto il numero dei soggetti coinvolti". Chi sono queste comunità? "Membri di associazioni (ciclisti, canottieri, bocciofilo), ma anche gruppi spontanei di cittadini, in stretta relazione col progetto The Gate, che fuoriescono dalla definizione etnica comunemente intesa". In questo modo Geodesign ha aiutato a capire anche quanto è complesso e stratificato il tessuto sociale di una città attiva come Torino, e come nuove "comunità" si formino e si scompaginino continuamente, andando contro ogni monolitica composizione. In previsione anche della mostra di maggio presso il PalaFuksas a Porta Palazzo, sui prototipi di Torino Geodesign, come procede il lavoro? "Ad oggi", continua Tozzi, "siamo a quota trenta prototipi di design realizzati, circa i due/tre dell'intero progetto. Con prototipi scaturiti da incontri a volte informali, a volte ufficiali che combiniamo tra designer, azienda e comunità. Mentre in alcuni casi si è comincia-

to con incontri preliminari bilaterali, quando il tema da sviluppare non era ancora ben definito oppure per rassicurare un'azienda insicura". Alcuni esempi di workshop riusciti?

“ Non si tratta del solito bando di concorso finalizzato a selezionare un pool di progettisti con qualità tali da soddisfare una committenza pubblica. Ecco cos'è Torino Geodesign

"Tra i workshop finora più sicuri, doverano presenti tutti e tre i soggetti interessati, posso ricordare quello con il designer Marti Guixé, insieme all'azienda Saporiti, ben disposta a sperimentare su una bocciofila. L'idea era quella di concentrarsi sul tema della colorazione delle bocce, da soddisfare tramite un macchinario appositamente inventato, che avrebbe finalmente permesso ai suoi appassionati di inserirla come disciplina olimpica. Quindi un caso ideale di comunità molto motivata e dalle idee chiare, con un designer sperimentatore e un'azienda disposta a tutto". Ma anche un esempio rappresentativo di come il design si applichi ad una serie di campi estesi e nonostante questo lasci dei vuoti, non considerando nemmeno certe categorie di persone che hanno determinate esigenze e potrebbero avere un mercato.

Ci sono stati, però, anche episodi di tensione. "Gli inquilini di una casa popolare non sono rimasti contenti della soluzione adottata da un designer olandese per risolvere il loro problema delle tende coordinate. Volevano garanzia dell'economicità del prodotto e la possibilità di autoprodursi il prototipo realizzato, nel caso la ditta Magis avesse deciso, come sembra, di non farne una produzione in serie". Introducendo, di fatto, un tema molto caro a Stefano Boeri, direttore di "Abitare" e curatore di Geodesign, che riguarda proprio la possibilità per le comunità di autoprodursi gli oggetti, adottando un sistema di microcredito. Succede anche che si sconfini dagli intenti del progetto: "Per risolvere il problema del parcheggio abusivo su piazza Madama Cristina, il presidente della sua circo-scrizione ci ha chiesto dei pilomat, quei costosi piloncini a scomparsa. Così, il designer Jasper Morrison, di concerto coi commercianti della zona e con l'azienda Serralunga (quella dei vasoni di plastica che si illuminano), ha inventato un sistema di barriere mobili provvisorio, in attesa di ottenere magari i pilomat. Con questo non vogliamo sostituire il Comune, ma solo dimostrare che ci sono processi lunghi e noi possiamo offrire una soluzione immediata nell'attesa di qualcos'altro, senza comunque mai forzare le procedure di legge". >

| claudia giraud |



in alto a sinistra: Guixé - Bocciofila Mossetto - Saporiti - courtesy Richard Sympton
qui a sinistra: Lorenzo Damiani - Canottieri - courtesy Richard Sympton
in basso a sinistra: Migliore e Servetto - Scuola di Circo, Ferrino - courtesy Richard Sympton
in basso: Giulio Iacchetti - Ciclisti, Gtt+Extravega - courtesy Richard Sympton



METTETE FIORI NEI VOSTRI SALONI

La natura che sboccia nei progetti dei designer internazionali si mescola al profumo della primavera meneghina: un trionfo di petali e corolle, dai parati ai mobili. Senza trascurare i vasi, con fantasiosi giochi di scambio tra contenuti e contenitori...

« *Che mille fiori fioriscano* è uno slogan di Mao enfatizzato numericamente da Anselm Kiefer, che amplifica, in una serie di ritratti del primo presidente della Repubblica Popolare Cinese, il risultato di quel movimento che prevedeva la partecipazione degli intellettuali con le loro idee allo sviluppo sociale della Cina e venne cancellato dallo stesso regime. Una riflessione in immagini su un'epoca storica attraverso la bella mostra recentemente curata da Germano Celant alla Triennale Bovisa.

Ma questo slogan definisce anche i nuovi motivi nel panorama della moda e del design. Già nella passa-

ta edizione del Salone del Mobile non erano mancate alcune anticipazioni floreali, come con la poltroncina *Clover* di Ron Arad per Driade e le sculture *Transplant* di Matali Crasset. Quest'ultima propone, sempre alla galleria Luisa

I fiori pervadono con le loro forme flessuose i mobili della designer islandese Gudrun Lilja, che ha recentemente esposto alla ToolsGalerie di Parigi la seduta *Flower chair*, in legno e plastica, e *Lavaflower*, composta dalla lava dei geysir islandesi. Sotto le semplici apparenze di elementi d'arredo dalle linee minimali si nasconde un giardino segreto fatto di fiori e vegetazione, opere che mescolano la funzionalità e la produzione industriale all'unicità di un'opera d'arte.



“ **Ron Arad, Tokujin Yoshioka, Jannelli&Volpi, Philippe Stark. E poi Missoni e Versace. La rivoluzione floreale non sembra arrestarsi...**

sinuose dei fiori scandinavi e si avvicinava alle forme denotative dell'arte di Jans Arp. Dal Nord arrivano anche le novità del collettivo belga L'Anverre, attivo dal 1986 in ambito artistico, nel design e in progetti a carattere sociale esposti nel circuito *ABC Authentic Belgian Creativity* in Zona Tortona, vasi/opere d'arte, formidabili esercizi di stile e di grande abilità tecnica, come *Drop Honey*.

Un omaggio ai fiori e ai relativi vasi è arrivato di recente con la mostra *Flowerpower* alla galleria DesignFlanders di Bruxelles, dove sono stati esposti vasi classici, mini-

malisti e contenitori che giocano con i fiori contenuti. Anche Serralunga continua a proporre nuove variazioni scenografiche sul tema, con il progetto *Holly All* firmato da Philippe Stark, che è anche seduta ed elemento scultoreo enfaticamente dal taglio centrale, che ricorda le ricerche spaziali di Lucio Fontana.

Non ultime le grandi maison di moda diffondono i motivi floreali non solo su abiti e accessori, ma anche nelle loro home collection, come Missoni, che già nella collezione 2007 aveva proposto rose e violette per i suoi tessuti casa, e Versace, che quest'anno presenta il dinner set *Flower Fantasy* in collaborazione con Rosenthal, un raffinato omaggio alla rosa che insieme alle altre novità debutta nella nuova boutique inaugurata in occasione della design week.

Flowerpower è anche il nome di una meritevole organizzazione di New York che si occupa di raccogliere i fiori provenienti da eventi di gala e destinati al macero per portarli a persone sole e malate, che difficilmente potrebbero ricevere questo simbolo di affetto. La rivoluzione floreale non sembra dunque arrestarsi... »



sopra: Gudrun Lilja per Studiobility, progetto Flower Chair in alto a destra: Gudrun Lilja per Studiobility, progetto Lavaflower in basso: Drop Honey, progetto Vase by L'Anverre, floral work by Daniël Ost - © Robert De Wilde in basso a destra: Philippe Stark, progetto Holly All - produzione Serralunga

delle Piane, una *Nature morte à habiter* dove gli elementi d'arredo dialogano con il wall drawing di Peter Halley, in una natura geometrizzata evidenziata anche da disegni numerici che mescolano vegetazione e flussi informatici, come sintesi tra semplicità naturale e sofisticazione virtuale.

Anche il designer giapponese Tokujin Yoshioka fa sbocciare corolle sulla sua poltroncina *Boquet*, novità nel mondo Moroso, che mette in scena pure un giardino estivo incantato, firmato dal visionario Tord Boontje: *The little Wild Garden of Love*, in cui vengono mostrati i nuovi prodotti dedicati all'outdoor disegnati da Patricia Urquiola, Ron Arad, Tord Boontje, Ross Lovegrove e Tokujin Yoshioka. Mille petali rivestono anche i muri con Jannelli&Volpi, grazie alla novità *Rapoxy*, il primo pavimento decorato con un giardino di carta da parati.

Ma quando si parla di fiori recisi, e ancor più se si tratta di composizioni create da abili *flower designer*, non si deve dimenticare il loro contenitore: il vaso. Diversi creativi internazionali si interessano da tempo al vaso come prolungamento di vita dei fiori recisi, simbolo di scambio d'amore e d'affetto che diventa al contempo elemento d'arredo tout court, come nel celebre *Savoy* dell'architetto Alvar Aalto, progettato per Iittala nel 1936, che riprende le sagome

link.

www.matalicrasset.com
www.driade.it
www.billy.it
www.moroso.it
www.abc-design.be
www.serralunga.it
www.jannellivolpi.it
www.versacehomecollection.it
www.flowerpowerfoundation.org



TURN OVER IN RETE

Una community nata dal basso, con tanti sforzi e pochissime risorse, per soddisfare un'esigenza reale: condividere un sapere e promuovere la cultura del design sul territorio torinese. Novanta studi per un totale di circa trecento professionisti sono i numeri della rete di TURN. Che il suo vicepresidente Marco Rainò racconta così...

► Come nasce il nome TURN?

Da un concorso interno circa tre anni fa, la prima volta che ci siamo visti in maniera collegiale. Dopo una prima convergenza di intenti era nata l'esigenza di trovare un nome collettivo, in grado di identificare compiutamente la nostra design community. Si tratta di un termine che non è un acronimo, ma un gioco di parole sul significato italiano della parola inglese *turn*. Un qualcosa che gira su se stesso, torna indietro ma può anche svolta-

re, incluso in un segno circolare, con un pallino sulla gamba della enne che rievoca immediatamente il nome di Torino. Quindi, nell'accezione sono comprese sia la volontà di fare qualcosa di nuovo sia un forte legame col territorio, perché TURN non sarebbe potuta nascere

altrove. È, di fatto, la prima community di settore in Italia, dove non esisteva ancora un tipo di associazione culturale così estesa e così dedicata nello specifico al design diffuso.

Vi siete ispirati a qualcuno?

Devo dire di no. L'esigenza è nata dopo uno scambio di e-mail tra pochi soggetti. La prima in assoluto è stata mandata da Luca Ballarini, presidente di TURN e anche suo ideatore, che ha condiviso un suo parere con una decina di soggetti sparsi nel comparto torinese. Ovvero che era arrivato il momento giusto per superare i personalismi e quella modalità di cattivo antagonismo che esiste spesso nella professione. Da lì, abbiamo comincia-

to a pensare cosa potesse significare fare rete.

E oggi?

La prima missione di TURN, ancora oggi, penso sia questa: sviluppare il networking sul territorio, fare in modo che le persone parlino tra loro di design, in modo tale da poter fare un lavoro organizzato molto interessante, senza trascurarne la competitività.

Cosa intendete per "cooperazione competitiva", citata nel vostro statuto?

Riguarda la condivisione di saperi, lo scambio di informazioni che ha fatto maturare un'identità specifica in TURN, in cui la collaborazione è una componente molto forte. La

seconda esigenza sentita da tutti era quella di comprendere meglio l'accezione contemporanea di design. Di che cosa parliamo quando parliamo di design oggi, visto che si può esprimere in diverse modalità? Lo si può fare utilizzando strumenti molto diversi e distanti l'uno dall'altro? A TURN si iscrivono ancor oggi studi di architettura propriamente detti, persone che si occupano di design di prodotto, grafici, professionisti, ma anche fashion designers, addirittura dei copywriter, quindi è un'estensione del termine piuttosto vasta. Alla fine, per motivi di semplicità e di organizzazione del sito web, che è uno strumento determinante per la community, abbiamo ottenuto una tripartizione in *places, things, messages*.

“ È, di fatto, la prima community di settore in Italia, dove non esisteva ancora un tipo di associazione culturale così estesa e così dedicata nello specifico al design diffuso



in alto a sinistra: Campagna "Design Enlargement!"
in alto a destra e in basso: Campagna "Design Enlargement!" - "Turn the corner" - photo Bibi Gramaglia

link.

www.tum.to.it

Qualcuno maligna: TURN è solo una vetrina dei singoli professionisti?

No, direi di no. Questa è una domanda interessante perché toglia l'urgenza iniziale e toglie il fatto che il networking su uno specifico territorio, come quello torinese, è una circostanza di grandissimo impatto strategico, l'altra cosa fondamentale è promuovere la cultura del design. C'è questa tendenza diffusa tra gli iscritti a percepirla come un'esigenza, nel tentativo di superare quella sua definizione troppo legata al motivo del superfluo. Per noi è qualcosa che può implementare significativamente la vita quotidiana. È un modo di vivere ed è la condizione più semplice per poter riuscire a comunicare meglio tra le persone. Ha una sua utilità molto forte, socialmente parlando. Quindi TURN da sempre cerca nelle proprie attività di esprimere questa circostanza, non agendo mai come singolo, ma sempre come un macroscopico soggetto che rappresenta tutti. Per cui bisogna fare attenzione a non confondere l'intera design community con gli studi dei singoli professionisti.

I vostri rapporti con la politica e le istituzioni?

Tra le altre situazioni considerate impellenti all'interno della community, c'era l'esigenza di poter fare realisticamente massa critica, nel senso di coordinare un dialogo importante con le amministrazioni locali sul discorso del design. E questo obiettivo è stato raggiunto, come dimostra la collabo-

razione intensa con il comitato organizzatore di *Torino 2008 World Design Capital*. In questo ambito, il 13 marzo scorso abbiamo presentato, presso la sede della Confederazione Nazionale dell'Artigianato, un progetto di analisi statistico-economica dal titolo *TURN at the Mirror*: per la prima volta in Italia è stata indagata una community di designer in termini di fatturato e di indotto sul territorio. I risultati? Una

“ Tra le situazioni considerate impellenti, c'era l'esigenza di poter fare realisticamente massa critica, coordinare un dialogo importante con le amministrazioni locali. E questo obiettivo è stato raggiunto

TURN in salute sotto il profilo identitario ma che addirittura, da quando esiste, in qualche modo ha accresciuto i margini di interesse del sistema design sulla città di Torino.

Esempi concreti di collaborazione con le istituzioni in occasione di Torino WDC?

Quella, recentissima, con l'Ascom, attraverso il progetto *Designers' Portraits*. Nella fattispecie, una pubblicazione che racconta i temi della professione, distribuita nei negozi aderenti, unitamente a una mappa illustrativa e a un cartonato in vetrina. Poi ci sarà *TURN Exchange*, un ciclo di mostre e di presentazioni, all'interno di un altro macroprogramma di eventi che si chiama *Any designers' home for 366 days*, nella nuova sede di corso Mortara. Qui inviteremo delle realtà esterne al comparto metropolitano torinese, in arrivo da tutt'Italia, per proporre delle visioni sul design contemporaneo particolarmente innovative. Quindi largo spazio alla grafica sociale, a un certo tipo di architettura, con link molto forti a situazioni di associazionismo, diverse anche dalle nostre. >

| claudia giraud |



in alto al centro: Turn, la design community di Torino - photo Tommaso Buzzi
sopra a destra: Turn Tower Opening - photo Giovanni Cassnese
qui a destra: Campagna 'Design is the seed', allestimento - Galvanotecnica Bugatti
in basso a destra: Campagna virale 'Design is the cure'

I Turners

- 00pm
- Adriano Design
- Alberto Caramello
- Alberto Conte
- Alberto Pugnale
- ALTREMENTI
- Andrea Mantello
- Archicura
- Architectura&Fabrica
- Archeworld Channel - Giorgio Scianca
- ARDES Progetti
- ARIAFRITTA
- Armando e Casalegno
- AULA studio
- Base Architettura
- bazarq
- Bellissimo
- Bibi Gramaglia
- BODA'
- Bottega Studio
- brh+
- Carlotta Petracci
- CIVICO13
- cliostraat
- con3studio
- Cub8 ice designers
- D+designstudio
- DadIndustry
- dadostudio
- Dario Quatrini
- DBA
- ddesigner
- Design Gang Network
- Easybit
- Elastico disegno
- Emanuele Selva
- esperienza
- Federica Patti Arch
- FFWD Architettura
- GDA design
- HUMAN-MADE DESIGN
- id lab
- immaginato
- In Piedi
- INglass
- IPE cavalli

- Kut Communications
- LABORABOSCO
- LaboratorioSette
- LSB
- maat
- magmaprogetti
- MARC
- Mariangela Lapadula
- matilde progetti
- ma'de
- METABETA
- MIGMA
- MoMu srl
- ONE Off
- Out of Media
- PAT.
- Profilo Design
- ProTocube
- QGLab
- QUALIFIEDESIGN
- Ronindesign
- RossoVivo
- Sabrina Tetrao
- Sanprogetto
- SdA Progetto semplice!
- SLE
- Special Young People
- Studio 999
- Studio Ape
- Studio Ata
- studio BoCa
- Studio Doppio
- Studio LL.TT
- Supermaxistudio
- Supra Design
- TUDO
- tr a
- UAU
- Uda
- undecimodesign
- UNDESIGN
- unfamous
- Virtual Graphic
- yet | matilde



MASSIMO UBERTI

Dreams OF A POSSIBLE City

una città ideale e infinita
non sospesa nell'aria
in un continuum
con le stelle della notte

un invito a sognare
la propria città ideale
e a condividerla su
www.unacittapossibile.com

DREAMS OF A POSSIBLE CITY
Installazione di Massimo Uberti

17 aprile - 16 ottobre 2008
17th April - 16th October 2008

Milano, Fondazione Stelline
Chiosco della Magnolia
Corso Magenta 61

Tutti i giorni 10-20
Everyday 10.00 a.m. - 8.00 p.m.
ingresso libero / free entrance

Info +39 02 45462411
www.unacittapossibile.com

Catalogo Electa

EVENTO FUORI SALONE DEL MOBILE

Inaugurazione / opening
mercoledì 16 aprile, h 19-23
Wednesday 16 April 2008,
19-21 a invito / 7-9 p.m. invited request
21-23 ingresso libero / 9-11 p.m. free entrance

agenda.milano

Zona Tortona Design

Zona Tortona offre quest'anno una grande novità da scoprire: Forcella 5, duemila metri quadri di eccellenza. L'evento, che si svolgerà al suo interno, conta l'importante presenza di Paola Lenti con le sue ultime collezioni, insieme ad altri selezionati brand internazionali protagonisti del living privato e pubblico, tra cui Carl Hansen ed Ecolitt. Riconfermano la loro presenza alcune aziende storiche cresciute negli ultimi otto anni assieme a Zona Tortona: Moooi, Bisazza, Via Pircher, Swarovsky. In contemporanea ad Eurocucina anche ZonaTortona ospiterà diverse aziende leader del settore, tra cui Valcucine e la Cucina Alessi, che presenteranno il loro progetto in un unico grande spazio all'interno di Superstudio Più, e Boffi con i progetti delle Cucine e del Bagno ai Magazzini Porta Genova. Come di tradizione, ZonaTortona sarà "ambasciatore del design" per espositori provenienti da tutto il mondo: Turchia, Svezia, Olanda, Danimarca, Inghilterra, Spagna, Giappone, Nuova Zelanda, Indonesia e altri. Dalla



Spagna la new entry dell'importante azienda BD Barcellona e del progetto presentato da Javier Mariscal. Tokyo Design Premio torna per il secondo anno consecutivo. Nuovo è invece il marchio indonesiano Accupunto, che si presenta quest'anno con l'art direction di Michael Young.

Zona Tortona si trova nella zona di via

Tortona e via Savona
MM 2, fermata Porta Genova

That's Design!

Dopo il successo della prima edizione, torna l'evento That's Design!, nato dall'idea di Domus Academy, Consorzio POLI.design e Facoltà del Design del Politecnico di Milano e da ZonaTortona, di dedicare uno spazio alle scuole di design di tutto il mondo. Un'occasione di incontro tra impresa e giovani progettisti in cui, come nell'edizione precedente, ci saranno rappresentanti da scuole ed istituzioni da Danimarca, Finlandia, Italia, Francia, Germania, Corea, Cina, Giappone, Svezia, Svizzera, Taiwan e per la prima volta, scuole dagli USA, Inghilterra, Australia e Nuova Zelanda ed il Hong Kong Design Centre. L'evento ospiterà anche le presentazioni dalle aziende partner che hanno sostenuto il progetto: CampariSoda, Fap Ceramiche, LG Chem, Mamoli, Fedrigoni, e MTV Italia, che per l'occasione rilancerà MTV TOY.

Ex-Ansaldo - via Tortona 54, Milano

Superstudio Più quest'anno è il Temporary Museum of New Design

Superstudio Più (dove nel 2001 ha preso avvio il grande fenomeno del Fuori Salone in Zona Tortona) durante la settimana del design si trasforma quest'anno in un "Temporary Museum of New Design", in cui si celebrano i riti di grandi architetti e aziende internazionali chiamate a creare veri e propri spazi espositivi che sappiano aggiungere alla presentazione del prodotto l'emozione della mostra d'arte. Particolare attenzione è posta all'esterno dell'edificio e nelle aree comuni, che diventano parte integrante del progetto con segnaletica e percorsi ben indicati in cui la grafica un po' caotica delle fiere lascia il posto a quella più discreta e sofisticata degli spazi museali. Una piccola città dove gli spazi coperti e le aree esterne dialogano e si integrano con armonia, mantenendo per ogni "padiglione" i nomi dati dalla location: Art Point nella Piazza dell'Arte, Central Point nella Piazza degli Eventi, Basement nella via Dada, Lounge nella Piazza del Design e così via.

Superstudio Più -

Via Tortona 27, 20144 Milano
Tel. +39 02 422501 - Fax +39 02 475851
info@superstudiogroup.com

Fuorisalone in Bovisa

Il quartiere Bovisa, dopo un passato di periferia industriale, si sta trasformando nel nuovo polo della ricerca, della scienza e della cultura, un luogo di frontiera dal sapore internazionale. Le tre principali realtà che hanno dato vita a questa trasformazione sono il Politecnico di Milano, la Triennale Bovisa e l'Associazione Zona Bovisa. Oggi alla Bovisa c'è una costellazione di realtà creative, artistiche e di formazione pronte a fare rete e a comunicarsi in eventi e manifestazioni. Per la settimana del design Gaetano Pesce presenta fra le altre cose un'installazione composta da tre cabinet a grandezza uomo in resina: "Mantegna" (con il profilo di Mantegna) "Cavallo" e "Acqua". Antonio Merloni spa propone "Daily Design", una collezione di elettrodomestici quotidiani che abbandonando le logiche estetiche ed economiche che si rivolgono a ristrette fasce di pubblico individuano nuovi concept di frigo, lavastoviglie, lavatrici e cucine che rappresentano un'indagine partita dalla considerazione delle logiche industriali di produzione e dall'uso concreto dei prodotti, per dimostrare come sia possibile ironizzare le forme degli apparecchi rendendoli al contempo giocosi. Il progetto espositivo, fortemente relazionale al luogo, prevede la contestualizzazione degli apparecchi in situazioni che amplificheranno le diverse proposte estetiche. BaseB diventa invece BaseZanotta, per festeggiare i quarant'anni della famosa poltrona con l'evento "40 Sacco per 40 Anni.

Mostra celebrativa per i 40 anni della Poltrona Sacco".
Triennale Bovisa -
Via Lambruschini 31/36
16-21 aprile 2008
info: 0236557580;
info@zonabovisa.com

Plusdesign



Da un progetto di Lilia Laghi e Mariano Pichler nasce Plusdesign, spazio dedicato al design d'eccellenza e marchio impegnato nella produzione di edizioni limitate di oggetti d'arredo affidati ad artisti e designer con forte vocazione sperimentale. Perché far convivere artisti e designer nello sviluppo di progetti di design? Perché gli artisti, quando cercano un impatto fisico diretto con la realtà, spesso incontrano il design quale dimensione privilegiata per entrare in contatto con un pubblico di fruitori-attori per metterne in discussione le abitudini, gli usi e i consumi. E perché i designer, nell'intento di verificare la tenuta dell'impianto intellettuale che li sostiene, incontrano spesso l'arte sul piano della ricerca, del coraggio e della spregiudicatezza.

Inaugurazione martedì 15 aprile
ore 19,00

Via Ventura 6, Milano Lambrate
info@plusdesigngallery.com

David Trubridge:
Spiral Islands

L'acclamato designer David Trubridge continua la sua ricerca negli elementi naturali come serbatoi di idee da applicare al design. Quest'anno presenta il progetto Spiral Islands, ispirato ai ciottoli e alle forme a spirale.



Aprile 2008 - Spazio Goradesky,
via Forcella 7, Zona Tortona, Milano
www.davidtrubridge.com

Matali Crasset: Nature
morte à habiter

La polimora personalità progettuale di Matali Crasset in mostra presso la Galleria Luisa delle Piane, in pezzi d'arredo concepiti per luoghi di conservazione, meridiane per salotti eleganti e lampade che portano luce all'ambiente e allo spirito.
16-20 aprile 2008
Galleria Luisa delle Piane
Via Montebello 14, 20121 Milano
info: 02 29 06 17 72; zetadipi@libero.it
10,30-20,00
vernissage 16 aprile 2008 ore 18,00

Semplicemente

Flavia Dalla Pellegrina, Cristina De Agostini e Federico Pezzini, alias Playdesign, presentano nuovi prodotti e progetti in occasione del fuorisalone 2008. "Semplicemente" è uno spaccato fedele dell'attività del team, formato da menti creative che amano collaborare alla ricerca di soluzioni progettuali fresche e originali. Da questo principio di assoluta trasparenza e dall'entusiasmo di svolgere la professione di designer nasce il desiderio di allestire un piccolo spazio espositivo situato nella suggestiva cornice dei navigli di P.ta Genova.
Semplicemente - via P.Paoli 4, Milano, zona P.ta Genova.
Orari di apertura: 13-15, 18-21
Opening 17 aprile ore 18.00

Happening musicale 18 aprile ore 19.00
Cocktail 19 aprile ore 19.00
info@playdesign.it
www.playdesign.it

Pelle conciata al vegetale

Asap (as sustainable as possible) continua la sua ricerca di proposte originali e sostenibili presentando una serie di oggetti ideati dai progettisti del circuito Opos (www.opos.it) realizzati in pelle conciata al vegetale. La mostra-vendita "Pelle conciata al vegetale" si propone di sensibilizzare il consumatore promuovendo un processo produttivo che esalta la qualità del materiale e permette di ottenere prodotti di basso impatto ambientale, biodegradabili e anallergici, sui quali imperfezioni e segni del tempo sono indice di unicità e naturalità.

asap -
Corso Garibaldi 104, 20121 Milano
29 febbraio - 23 aprile 2008
Dalle 10.30 alle 19.30
info: 02-659.81.57
www.asaplab.it
contact@asaplab.it

B&T Design

L'azienda leader in Turchia nella produzione, distribuzione ed esportazione di sedute, tavoli e imbottiti con struttura metallica, presenta la nuova linea di prodotti ideata per il contract in contemporanea a ZonaTortona Design e alla 47ª edizione del Salone Internazionale del Mobile.

Spazio setmani - via Forcella 5, Milano
- 16-21 aprile 2008 dalle 10.00 alle 22.00
Fieramilano Rho - Pad. 10 Stand E 09 -
16-21 aprile 2008 dalle 9.30 alle 18.30

Arik Ben Simhon



Il poliedrico designer israeliano presenta in uno spazio di cinquecento metri quadri al Magna Pars in Zona Tortona la sua nuova collezione di divani, poltrone imbottite, lampade, sedie, tavoli e cassettiere ispirate al mondo della moda.
Magna Pars - via Tortona 15, Milano
16-21 aprile dalle 10.00 alle 22.00

Wallpaper à la carte

Jannelli & Volpi mette in tavola le ultime tendenze nel mondo della carta da parati con un evento di grande impatto visivo a cura di Markus Benesch: un'esposizione che è un omaggio ai sensi, dove decor e cibo si legano attraverso giochi di associazioni appagando vista, gusto, tatto e olfatto.
16-21 aprile dalle 10.00 alle 20.00
JVstore - Via Melzo 7, 20129, Milano
Cocktail tutti i giorni alle 18.30

WallPaper, FloorPaper,
AllPaper

Nasce Rapoxy, il primo pavimento tappezzato con carta da parati. Nel cortile dell'Ex Ansaldo sarà possibile visitare la "Wallpaper House", un luogo magico dove tutto, ma proprio tutto - dal pavimento, alle pareti, al tetto - è rivestito con carte da parati. Il progetto porta la firma di Markus Benesch.
Spazio ex Ansaldo -
Via Tortona 54-56, 20144 Milano
16-21 aprile 2008 dalle 10.00 alle 22.00

Droog Design:
Post-sustainability

Un mondo in cui il bamboo le borse in plastica giocano il ruolo principale. Non occorre scusarsi per la propria "monnezza": a quelli di Droog piace. Fondazione Antonio Mazzotta - Foro Buonaparte 50, 20121 Milano
16-20 aprile; mer.-sab. dalle 11,00 alle 21,00; dom. dalle 11,00 alle 19,00
www.droog.com

Modus

Modus mostra per la prima volta otto nuovi concept di prodotto incentrati intorno al tema del sedersi. Otto oggetti per otto pensieri di otto designer, tra cui Stephen Burks, Monica Forster, CKR, Simon Pengelly, Paolo Notaro and Jonathan Prestwich.
design+, Via Tortona 20, Zona Tortona
16-21 aprile 2008
mer.-dom. dalle 10,00 alle 21,00

Bross

Le novità di Bross, azienda friulana che si è sempre distinta per la spinta innovativa, quest'anno sono all'insegna dell'inventiva e della funzionalità corredate da un pizzico di ironia, come nel caso di Manomorta, seduta d'appoggio da fissare al muro realizzata in lamiera d'acciaio lucido, satinato o verniciato, a forma di mano, o di Five, sgabello caratterizzato dalla presenza di un unico tubo di acciaio che funge sia da schienale sia da poggiatesta (entrambi i progetti sono di Enzo Berti).

Salone Internazionale del Mobile - Pad. 8 Stand F36 - Design; Pad.16 Stand B35 - Ufficio

16-21 aprile 2008 dalle 9.30 alle 18.30

Tom Dixon: A Bit of Rough

L'acclamato designer inglese Tom Dixon presenta la sua nuova collezione composta da lampade progettate con un grado di finitura inusuale per degli oggetti d'arredo, caratteristico della produzione industriale ad alta precisione.

Superstudio Più -
via Tortona 27, Milano
16-21 aprile 2008 dalle 10,00 alle 22,00

Alla tavola del cappellaio
matto

Nella sede della Libreria Internazionale Ulrico Hoepli, nello spazio espositivo "secondopiano", lo studio Gumdesign presenta una nuova collezione di oggetti per la tavola. Il tema della mostra è l'attimo che trasforma il prevedibile in qualcosa di diverso e imprevisto. Oggetti desiderosi di essere riconosciuti oltre la loro forma e che tentano di percorrere una nuova strada, tesa a comunicarne il contenuto. Giocosi e funzionali, si presentano docili per l'aspetto mansueto e sicuri con la forza dell'acciaio. Sono oggetti che si fanno capire per quello che sono, in una re-interpretazione della tavola e dei suoi accessori prodotti da Serafino Zani.

Libreria Internazionale Ulrico Hoepli - Spazio espositivo "secondopiano" - Via Ulrico Hoepli 5 - Milano
MM1 - Duomo e San Babila
MM3 - Duomo e Montenaipolesone
Dal 14 al 26/4/2008; lun.-sab. 10,00-19,30
info: 02 86487208
Inaugurazione 14 aprile 2008 ore 18,30



Exibart.design

DIRETTORE

Massimiliano Tonelli

STAFF DI DIREZIONE

Marco Enrico Giacomelli
(vice direttore)
Massimo Mattioli
(caporedattore news e Exibart.tv)
Elena Percivaldi

SUPERVISIONE E
PROGETTI SPECIALI

Anita Pepe

COORDINATORE
SPECIALE DESIGN

Stefano Caggiano

ASSISTENTE DI REDAZIONE

Valentina Bartarelli

IMAGINAZIONE

Athos de Martino

REDAZIONE

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

INVIO COMUNICATI STAMPA

redazione@exibart.com

PUBBLICITÀ

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

MARKETING

Antoine Carlier

DIRETTORE RESPONSABILE

Giovanni Sighele

STAMPA

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

TIRATURA

35.000 copie

ABBONAMENTO

8 numeri x 19 euro
info: /onpaper.exibart.com

IN COPERTINA

Az-e-mut - progetto Tuttn, 2008 -
photo Candice Pichot

EDITO DA

Ermi s.r.l.
Via Giuseppe Garibaldi, 5
50123 Firenze

VICE PRESIDENTE

Artico Gelmi di Caporiacco

DIRETTORE GENERALE

Antonio Contento

REGISTRAZIONE

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

agenda.torino

Living Spaces

Rassegna di spazi inventati e strutturati da artisti e designer che sottolinea come i confini tra arte e design siano ormai fluidi. Progetti di Robert Orchardson, Marti Guixè, Zaha Hadid, Atelier van Lieshout, Andrea Zittel.
Tutto aprile e tutto giugno
Fondazione Sandretto Re Rebaudengo
via Modane 16, 10141 Torino
info: 011 3797600
martedì-domenica 12.00-20.00;
giovedì 12.00-23.00; lunedì chiuso
Ingresso gratuito
www.fondsr.org

Pop Design. Fuori scala, fuori luogo, fuori schema

La mostra propone un percorso attraverso il design dissacrante e irriverente dagli anni '60 a oggi. Il percorso si dipana tra oggetti creati da designer e realtà produttive che hanno saputo esprimere, in modi diversi, progetti caratterizzati da un "segno forte", capace di esprimere un Dna dell'oggetto, a volte surreale, a volte dissacrante, non motivato da intenti distruttivi ma vissuto come alternativa culturale alla superficialità e ai luoghi comuni.

10 maggio - 14 settembre 2008

Il Filatoio

via Matteotti 12023 Caraglio (cn)

info: 0171 618300

Martedì-sabato 14.30 - 19.00;

domenica 10.00 - 19.00

Ingresso: 5,00/3,00 euro

www.marcovaldo.it

Abitare la città. Dal Sistema disequilibrante alla Nuova territorialità

Operativo già dagli anni Sessanta, Ugo La Pietra è tra i fondatori del "Gruppo del Cenobio" (pittori segnicini vicini alle esperienze di Lucio Fontana). La mostra presenta alcune delle sue più significative ricerche dagli anni Sessanta ad oggi.

12 aprile - 2 giugno 2008

Castello di Rivara Centro d'Arte

Contemporanea

piazza Sillano, 2 - 10080 Rivara (To)

info: 0124 31122

sabato-domenica 10.30-12.30, 15.30-

18.30, o su appuntamento

Ingresso gratuito

www.castellodirivara.it



Form Follows... Risk

"Form follows... risk" percorre nuove e interessanti linee di ricerca tra scultura, architettura e design contemporanei, in una realtà altamente contaminata e ibrida come quella della ex Cecoslovacchia.

12 aprile - 3 luglio 2008

Castello di Rivara Centro d'Arte

Contemporanea - piazza Sillano, 2 -

10080 Rivara (To)

sabato-domenica 10.30-12.30/15.30-

18.30, o su appuntamento

Ingresso gratuito

www.castellodirivara.it

Scoprire il design. La

collezione von Vegesack

La mostra presenta un nucleo di più di duecento oggetti tra mobili, modelli di architettura, tessuti, selle, piatti e bicchieri, libri, fotografie e documenti, provenienti dalla collezione privata di Alexander von Vegesack, innovatore culturale, direttore e fondatore del Vitra Design Museum di Weil am Rhein. Una storia dei pezzi più noti del XX secolo e diverse scoperte sorprendenti.

20 marzo - 6 giugno 2008

Pinacoteca Agnelli, via Nizza n. 230 int. 103 - 10126 Torino
info: 011.0062008; 011.0062713
Ingresso: 7.00/3,50 euro
www.pinacoteca-agnelli.it

Compasso d'Oro



Il Premio Compasso d'Oro, il più ambito riconoscimento al progetto, da oltre cinquant'anni si trova idealmente al centro degli eventi che fondono la comprensione dei contenuti e delle finalità del design presso la società, la cultura, la ricerca e l'impresa. In occasione della XXI Edizione del Premio, Torino si fa voce narrante del grande valore della Collezione Storica del Compasso d'Oro, recentemente vincolata e tutelata come parte del patrimonio storico artistico italiano.

23 aprile - 31 agosto 2008

Scuderia Grande - Reggia di Venaria

Reale - Piazza della Repubblica, 4 -

10078 Venaria Reale

www.adl-design.org

Trilogia dell'automobile. Velocità

La mostra illustra l'avventura della velocità: sono presentate vetture da record del passato e contemporanee, che hanno corso sulle piste dei più famosi circuiti del mondo.

19 aprile - 17 agosto 2008

Torino Esposizioni (Padiglione

Giovanni Agnelli) - Corso Massimo

d'Azeglio, 15 - 10126 Torino

Martedì-domenica 10.00 - 18.30.

Lunedì chiuso. Ingresso 7,00 euro.

www.museoauto.it

Design Escapade 2008

Il design va in collina e parla di convivio. Ricerca progettuale applicata al settore enogastronomico, articolata in un circuito di eventi dislocati lungo le incantevoli colline del Monferrato casalese e astigiano.

9-11 maggio 2008

info: 0141 993706; 347 5756572

www.designescapade.com

Body and Soul Rooms.

Artigiano metropolitano Manifestazione incentrata sull'arte applicata ambientale.

Un'installazione articolata in spazi dedicati all'anima e al corpo, con proposte dell'eccellenza artigianale piemontese ed europea declinate tra piacere estetico, relax spirituale e fisico, degustazioni e shopping.

29 giugno - 3 luglio 2008

Lingotto Fiere

via Nizza, 294 - 10126 Torino

Ingresso gratuito

http://artigiano.sistemapiemonte.it

Roberto Sambonet. Designer, grafico, artista (1924-1995)

La mostra mette a confronto passato e presente attraverso l'opera del designer Roberto Sambonet (1924-1995), figura eccentrica con un ruolo centrale nel panorama del design italiano. Disegnatore compulsivo, cosmopolita e curioso per vocazione, Sambonet ha elaborato il proprio universo formale a partire da una meticolosa analisi strutturale della realtà, allontanandosi da ogni banale remora funzionalista e arrivando a coniugare arte e gastronomia, cultura popolare e sintesi concettuali.

8 aprile - 6 luglio 2008

Palazzo Madama Museo Civico d'Arte

Antica - Piazza Castello 10122 Torino

info: 011 4433501

martedì-venerdì, domenica 10-18;

sabato 10-20; lunedì chiuso

Ingresso a mostra e Museo 7,50/6,00 euro

1° martedì del mese ingresso gratuito

Trame d'autore

"Trame d'autore" riunisce eventi incentrati sulla Fiber Art. Oltre alla mostra "La Collezione Civica di Fiber Art", il Polo Culturale ospita il convegno "Architetture corporee", con incontri e performance sulla scultura da indossare e l'abito oggetto, e il workshop "De tessitura e tela bandiera".

29 marzo - 29 giugno 2008

Sedi: Sala Esposizioni Biblioteca

Civica - Polo Culturale, via Vittorio

Emanuele II, 1 10023 Chieri (To);

Imbiancheria del Vajro, via

Imbiancheria, 12 10023 Chieri (To);

Bonetto Design-Arredamento show room,

via Andezeno, 59 10023 Chieri (To);

Caffè Vergnano - via Vittorio Emanuele

II, 32 - Chieri (To);

centro storico di Chieri (To)

Ingresso gratuito

www.comune.chieri.to.it

BAU at MIAAO.

Arte pubblica applicata e Urban Design

L'arredo urbano è una "specialità" del design insieme giovane e stanca, diffusa e discutibile. La mostra raccoglie, partendo da ricerche promosse dalla Città di Biella in Piemonte, modelli di interventi artistico-industriali realizzati da progettisti come Sottsass Associati, Nino Cerruti, Bellissimo, Manuel Cargaleiro e da aziende come Bisazza, Ghisamestieri, Hess, iGuzzini, Modo, Ceramica Vogue che evocano il passato da art public dell'arredo urbano e ne prefigurano il futuro da public design.

7 giugno - 27 luglio 2008

MIAAO Museo Internazionale delle Arti

Applicate Oggi - via Maria Vittoria, 5

Torino

info: 011 0702350

martedì-venerdì 16-19.30; sabato-

domenica 11-19; lunedì chiuso

Ingresso gratuito

www.comune.biella.it

Space Morphing

Migliore+Servetto Architetti Associati. Seconda tappa di un progetto internazionale itinerante partito da Tokyo. La mostra propone una lettura inedita dell'architettura temporanea attraverso il punto di vista dello "space morphing", la trasformazione temporanea dei luoghi da spazi indifferenziati a spazi attivi di comunicazione.

11 giugno - 19 luglio 2008

Pinacoteca dell'Accademia Albertina

delle Belle Arti di Torino

via Accademia Albertina, 6 - Torino

Dalle 10.00 alle 18.00

Ingresso gratuito

www.miglioreservetto.com

YOUPrison

La mostra presenta possibili modelli di una cella di penitenziario: dodici studi d'architettura sono stati invitati a progettare le celle (3x4 metri) come forme rivoluzionarie di unità abitative, fornite di tutto quello che è



necessario per sopravvivere.

12 giugno - 21 settembre 2008

Fondazione Sandretto Re Rebaudengo

- via Modane 16, 10141 Torino

info: 011 3797600

Martedì-domenica 12-20; giovedì 12-

23; lunedì chiuso

Ingresso 5,00/3,00 euro

www.fondsr.org

MANUfatto.

DesignArtigianatoComunità

L'esposizione documenta esperienze recenti in cui il design è strumento per la valorizzazione delle tradizioni, delle competenze e delle azioni comunitarie dell'artigianato artistico e tipico della regione Piemonte.

14 giugno - 14 settembre 2008

La Castiglia, piazza Castello - 12037

Saluzzo (Cn)

martedì-sabato 14.30-19; dom. 10-19

Ingresso 5,00/3,00 euro

www.marcovaldo.it



Passeggiando nel design. Una storia in ottanta oggetti

L'esposizione open-air, che si snoda lungo il percorso di via Po e piazza Vittorio Veneto, presenta in un contesto inusuale ottanta oggetti che hanno fatto la storia del design. I pezzi - che vanno dalla moka express del 1936 al Jelly fish della Swatch del 1983, fino alla bottiglia Ty Nant di Lovegove del 1999 - sono stati selezionati per la loro carica innovativa in relazione al contesto e al periodo in cui sono stati concepiti, e per la loro grande popolarità.

6 marzo - 31 dicembre 2008

Via Po - Piazza Vittorio Veneto

www.torinoplus.it

Arte al centro 2008.

Cittadellarte al centro del Mi-To

L'XI edizione della rassegna "Arte al centro 2008" presenta le mostre "Design di Svolta" e "Architettura di Svolta" - "Cubi in movimento" - "Gabetti & Isola" + "Isolarchitetti" + "9 architetture minori" + "Architettura naturale italiana". Rassegna annuale di mostre, convegni, performance, proiezioni e momenti di dibattito che propone la diffusione di una cultura sostenibile attraverso l'arte, il design e l'architettura. "Arte al Centro di una Trasformazione Sociale Responsabile" si svolge all'insegna della creatività come motore per l'innovazione e il progresso, in cui l'arte si coniuga con diverse discipline umanistiche e scientifiche.

25 maggio 2008 - 30 maggio 2009

Cittadellarte Fondazione Pistoletto -

via Serralunga, 27 - 13900 Biella

Inaugurazione: 25 maggio, ore 16.30

Venerdì 16-20; sabato-domenica 11-18;

in settimana su prenot.: 015 28400

Ingresso gratuito

www.cittadellarte.it

Zanotta. Cultura del Design

Zanotta negli anni sessanta conquista la scena internazionale grazie alla produzione di una serie di pezzi emblematici ed innovativi. Il recupero di questi oggetti ha permesso di dare corpo a una collezione che ricostruisce l'evoluzione del Design Moderno. La mostra "Cultura del Design" è articolata in decenni storici, dagli anni '30 fino ai giorni nostri, e raccoglie pezzi celebri che hanno lasciato un segno nella storia del Design.

29 marzo - 29 giugno 2008

Bonetto SHOW-ROOM -

via Andezeno, 59 Chieri (To)

info: 0119478202

Martedì-venerdì 9.00-12.30; 15.30-

19.30; dom. 15.30-18.30; lunedì chiuso

Ingresso libero

www.bonettoarredamenti.it

Prodotti di svolta

La mostra parte dall'arte e dalla creatività per avviare un percorso di ricerca e di sensibilizzazione sui materiali e sui manufatti ecosostenibili. I "prodotti di svolta", già ampiamente utilizzati nell'architettura bioecologica e nell'ecodesign, combinano le tecnologie d'avanguardia con la responsabilità nei confronti dell'ambiente e rappresentano una valida alternativa nell'arte del costruire.

1 gennaio - 31 dicembre 2008

Cittadellarte Fondazione Pistoletto

via Serralunga, 27 - 13900 Biella

Venerdì: 16-20; sabato-domenica: 11-

18; lunedì-giovedì su prenotazione

ingresso gratuito

www.cittadellarte.it

Human-Made Design

"The Human-Made Design" nasce dall'idea di un innovativo "design sensibile", che trasforma i luoghi di vita in uno spazio per la mente in cui l'uomo può vivere in armonia. La mostra espone progetti, realizzazioni e rappresentazioni di opere di design: sculpture - art - industrial - garden - plaza - park - playground e urban space.

18 gennaio - 30 giugno 2008

Human-made design - via Principe

Amedeo, 38/D - 10123 Torino

info: 011 19712576

martedì-sabato 16.00 - 19.30

Ingresso gratuito

www.human-madedesign.com

Eco e Narciso

Sei ecosmies della provincia di Torino accolgono in residenza designer-docenti internazionali e studenti provenienti dalle scuole di Eindhoven, Londra, Milano, Stoccolma e Torino per lavorare sui materiali locali: acqua, argilla, cotone, feltro, pietra, talco.

1 gennaio - 30 settembre 2008

Ecomies di Balme, Cambiano, Perosa

Argentina, Prali, Rorà, Villar Pellice

www.provincia.torino.it

www.ecoanarciso.it

Public, Economy, Education, Policies

Il calendario di Torino 2008 WDC è diviso in quattro fasi, ciascuna contraddistinta da un main event e una main exhibition attorno ai quali ruoteranno le decine di altri eventi, mostre e convegni. Nella prima fase, dedicata al Public Design, gli eventi si sono focalizzati sul concetto di design come strumento per migliorare la vita. La seconda fase sposta l'attenzione sul tema Economy and Design, per mettere a confronto imprese e designer e individuare scelte strategiche nello sviluppo di nuovi processi, prodotti e servizi. Gli eventi della terza



fase si concentreranno sul tema Education and Design, ponendo a confronto le metodologie educative per il design più all'avanguardia. La quarta e ultima fase dell'anno sarà l'occasione per mettere a fuoco le Design Policies, e per Torino di proporsi come piattaforma di dibattito sulle politiche del progetto per offrire indicazioni relative alla tutela e al potenziamento della cultura del design contemporanea.

Per saperne di più:

www.torinoworlddesigncapital.it



"CAYMAN'S SKYSCRAPER" DOWNTOWN Milano piazza Diaz
1-21 aprile



"PASSION&COLOUR" ARS ITALICA Milano via De Amicis, 28
20-25 aprile



"SIX TIME PIECES" BASILEA 3-10 aprile
DE TEMPORARY Milano c.so Garibaldi, 59/A
20-25 aprile



"FORME E COLORI" VEUVE CLICQUOT LIVING
Milano via Stendhal, 35
20 aprile



Sono aperte le iscrizioni per la 3^a Edizione del
Premio di pittura
per giovani artisti emergenti

Il Premio è finalizzato all'individuazione e alla promozione di giovani pittori che si distinguono nell'espressività artistica attuale.

La mostra sarà visibile a Milano presso il **Museo della Permanente** successivamente sarà a Torino, Brescia, Ferrara, Reggio Emilia, Roma e Ginevra presso le filiali di Banca Profilo.

I premi

1° Classificato: 7.000 Euro + mostra personale

2° Classificato: 4.000 Euro

3° Classificato: 2.500 Euro

Catalogo

Federico Motta Editore

Scadenza bando di iscrizioni: 30 giugno 2008

Per informazioni e bando
www.profilodarte.it



Museo della Permanente

 **Banca Profilo**