

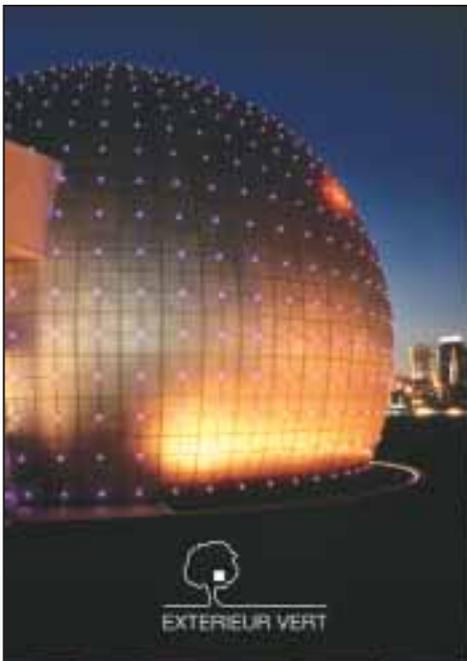
# Exibart.design

contiene inserto MoMA

il salone del mobile.il salone satellite.la luce e le sue aziende.il futuro visto da francesco morace.la sostenibilità nel design.più velocità nella prototipazione.il moma e il suo design.design al femminile.due designer a confronto.le cineserie d'italia.e tanto, tanto altro



CERCAVAMO UNA NUOVA ENERGIA.  
ABBIAMO TROVATO QUELLA DELL'ARTE.



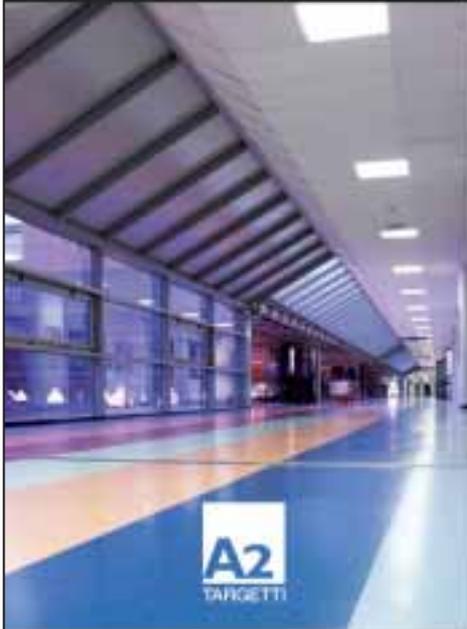
EXTERIEUR VERT



VICTORIA



MLE



A2  
TARGETTI



ESEDRA



TARGETTI

Tanti marchi. Una sola passione per la luce. Il medesimo impegno verso l'eccellenza.

GRUPPO TARGETTI  
MULTICULTURA DELLA LUCE

[www.targetti.com](http://www.targetti.com)

ENEL CONTEMPORANEA  
 PRODUCE ENERGIA CREATIVA.

**CERCAVAMO UNA NUOVA ENERGIA. ABBIAMO TROVATO QUELLA DELL'ARTE.**

L'arte contemporanea ha molto in comune con il nostro modo di vedere l'energia, l'innovazione, lo sviluppo sostenibile. Nasce così Enel Contemporanea: un grande progetto sull'utilizzo dell'energia nell'arte, che parte da Roma per poi dirigersi verso il



Comune di Roma

mondo. Un evento che vede come protagonisti gli artisti internazionali Angela Bulloch, Jeppe Hein e Patrick Tuttofuoco. Da maggio a novembre, la città eterna mostra tutta la propria energia. **ANGELA BULLOCH.**

**ROMA, ARA PACIS, 11/25 MAGGIO 2007. [www.enel.it/enelcontemporanea](http://www.enel.it/enelcontemporanea)**



L'ENERGIA CHE TI ASCOLTA.

# PIÙ LUCE SU MILANO

Aprile a Milano vuol dire design week, e design week vuol dire prima di tutto Salone del Mobile. Quest'anno tocca a Euroluce fare il suo ingresso ufficiale nel nuovo polo fieristico di Rho. Con un programma fitto di approfondimenti ed eventi culturali...

> Stando alle cifre c'è da lasciarsi i baffi. Il vento che soffia è positivo, primavera vuol dire ripresa. Nuovo quartiere Fiera di Milano Rho, 18-23 aprile, quarantaseiesima edizione del

Salone Internazionale del Mobile, accompagnato quest'anno da Euroluce, dal Salone Internazionale del Complemento d'Arredo e dal Salone Satellite, che festeggia il suo decimo compleanno. Quasi duemila gli espositori, più di seicento quelli rimasti fuori in lista d'attesa, cinquecento giovani designer, quaranta paesi partecipanti. Parola d'ordine: qualità, e date le aspettative e l'atmosfera da assetto di guerra

non si stenta a crederci.

Anche quest'anno l'offerta espositiva è faraonica, suddivisa per tipologie stilistiche in cui le ultime creazioni dei santoni del design contemporaneo si dividono la scena con le migliori riproduzioni in stile d'epoca, passando per l'immane "etnico" e senza trascurare l'innovazione tecnologica, la cultura del progetto e l'inconfondibile abilità artigiana. Ma non bisogna dimenticare che qui,

immersi nella sorprendente ricchezza del potenziale industriale del mondo dell'arredo, si parla comunque d'affari.

Superstar annunciata del 2007, Euroluce, l'appuntamento biennale più importante del settore, giunto alla ventiquattresima edizione, si propone come fiera di riferimento unica a livello internazionale, tanto per l'ampissimo target di visitatori interessati (se ne prevedono duecentomila)



## TARGETTI (ITALIA)

Presenza fissa fra le vette assolute del design italiano, il gruppo Targetti, fondato a Firenze nel 1928, produce oggi oltre tremila sistemi di illuminazione distribuiti in tutto il mondo, portando ovunque magistrali esempi del perfetto bilanciamento fra tecnologia e design. Più che illustre il suo parco clienti, che vanta nomi come Ferrari, Mercedes, Max Mara, Benetton, Mc Donald's, oltre la gestione dell'illuminazione di alcuni dei più grandi capolavori del mondo come *L'Ultima Cena* di Leonardo da Vinci, il *David* di Michelangelo, la chiesa di Notre Dame di Parigi, Piazza San Marco a Venezia e il Teatro dell'Opera di Singapore. Ben dieci i marchi raccolti nel gruppo. Targetti è anche l'unica azienda italiana a dirigere, in collaborazione con il Dipartimento di Elettronica della Facoltà di Ingegneria dell'Università di Firenze, un Laboratorio di fotogoniometria, che rappresenta forse il più importante, ma non certo l'unico investimento che l'azienda compie per promuovere una vera e propria "cultura della luce". La Fondazione Targetti si distingue infatti per la sua attività di supporto e sviluppo di ricerche e riflessioni su luce, arte e architettura attraverso i programmi dell'Accademia della Luce (punto di riferimento internazionale per studi, ricerche, dibattiti, pubblicazioni e sperimentazioni creative in tutte le aree concernenti la luce), il Portale della Luce, l'Osservatorio sull'Architettura e la Light Art Collection, curata da Amnon Barzel e promotrice di una competizione che ogni due anni vede impegnate nuove generazioni di giovani artisti.

| Silvia Colaiacono |

[www.targetti.com](http://www.targetti.com)  
[www.fondazionetargetti.com](http://www.fondazionetargetti.com)  
[www.lightningacademy.org](http://www.lightningacademy.org)

## FOSCARINI (ITALIA)

Marchio nato a Venezia nel 1981, originariamente conservatore attento del patrimonio muranese e successivamente aperto a nuovi traguardi e a un'invidiabile abilità di *talent scouting*, Foscarini dispone oggi di uno dei cataloghi più originali e variegati del settore. Continua ricerca di nuovi materiali, costante collaborazione con designer noti ma anche con progettisti emergenti, da più di vent'anni Foscarini interpreta le forme e le funzioni della luce senza perdere di vista il suo compito principale: illuminare gli ambienti della vita. Solo per citare alcuni esempi: il 28 febbraio scorso è stato assegnato ad *Aetha*, lampada da terra a luce riflessa ideata da Ferruccio Laviani per Foscarini il Wall Paper Design Award come migliore lampada dell'anno. Arte Fiera a Bologna (26/29 gennaio scorsi) è stata illuminata da Foscarini con *Caboche* nel Vip Lounge e *Big Bang* e *Avana*, accompagnate dalle belle fotografie di altri modelli della collezione disegnata da Max Gardone. *Twiggy*, l'esile e flessuosa lampada da terra creata da Marc Sadler ha ricevuto il premio tedesco IF Design Award 2007. *Bague*, esposta a Barcellona, Museo delle Arti Decorative, in occasione della mostra "OFFjetos. Diseños y conceptos para un cambio de siglo" (18 novembre - 15 aprile 2007), entrerà a far parte della collezione permanente del museo.

| S. C. |

[www.foscarini.com](http://www.foscarini.com)

quanto per la varietà dell'offerta, così competente e strutturata da andare ben oltre la consueta distinzione fra prodotti "decorativi" e illuminotecnici. L'intero sistema luce è qui rappresentato: dagli apparecchi per l'illuminazione di esterni e di interni all'illuminazione per uso industriale, dall'illuminazione di spettacoli ed eventi agli usi speciali (per esempio l'illuminazione museale), fino ai più svariati sistemi di illuminazione e sorgenti luminose per qualsivoglia contesto.

Non sorprende vedere, come dimostra la rosa di eventi collaterali e workshop, quanto sia radicata la consapevolezza non solo dell'importanza di offrire prodotti

ineccepibili per qualità e funzionalità, ma anche di come ci si stia rivolgendo a un pubblico conscio di voler creare/rispecchiare il proprio *modus vivendi* negli ambienti che abita e negli arredi di cui fa uso. Di qui l'esigenza di una riflessione profonda sulle possibilità offerte dal *lightning design*, forma astratta eppure più adatta di tutte le altre a "vestire" i luoghi sfruttando il ruolo principe della luce, tanto nella godibilità quanto nella determinazione stessa di uno spazio vitale.

Preziosissima, in questo contesto, la collaborazione con ELDAplus (European Lightning Designers' Association), sia per l'organizzazione del convegno

*Luce ed Esperienza*, sia per quella dell'evento unico *Racconti di Luce*, affascinosa percorso di luce che animerà la bella Loggia dei Mercanti con tutte le luci possibili, dalla fiamma della preistoria agli apparecchi illuminotecnici del futuro. Il progetto, patrocinato dall'assessorato alla Cultura del Comune di Milano, è ideato in esclusiva per EuroLuce dal lighting designer tedesco Herbert Cybulski, di cui sono note le collaborazioni con la regista e coreografa Helena Waldmann.

Evento protagonista fra quelli all'esterno la ricchissima mostra *Camera con Vista. Arte e interni in Italia 1900-2000* (Palazzo Reale, 18 aprile - 1 luglio 2007,

catalogo Skira), carrellata di dipinti, installazioni, arredi, abiti, fotografie e accompagnamento musicale dal primo Novecento ad oggi. Ultranoti i nomi in mostra, dai futuristi a Cattelan, dalla scrivania di Portaluppi a uno studio modernista di Gio Ponti fino a *Love Difference* di Pistoletto, il grande tavolo del multiculturalismo e del confronto tra arte, architettura e design. Piacevole contraltare furbescamente culturale al prezioso commercio dei Saloni. >

| silvia colaiacomo |

nella pagina a fianco: Targetti - Sherzade  
in basso: Tobias Grau - George Suspension



## TOBIAS GRAU (GERMANIA)

Germanica nelle forme oltre che nella sostanza, la compagnia di Tobias Grau, fondata nel 1984 ad Amburgo, era inizialmente caratterizzata da un generico interesse per l'interior design e la realizzazione di arredi. Ma già dal 1987 l'omonima società poteva vantare una collezione di *lightning design* e dal 2006 più di trenta punti vendita in tutto il mondo, oltre a prestigiosi progetti per l'illuminazione di hotel, uffici, spazi pubblici, saloni espositivi e musei (per esempio il Museum der bildenden Künste a Leipzig). Mirabile e senza ironia, la sede centrale della società è un edificio ovale ideato nel 1998 dall'architetto Bothe Richter Teherani nel quale si concentra l'intera produzione della compagnia dal design all'assemblaggio alla spedizione. Fra i fiori all'occhiello le serie e rigide lampade da terra *George* e *Oxx*. Notissima anche la più volte premiata lampada da tavolo *Soon* (2001: Good Design - The Chicago Athenaeum; Good Design Award Japan; The International Design Yearbook; 2002: Baden Württemberg International Design Award - Gold; 2003: Red hot design award; 2004: IF Design Award China). Ma dal 1998 sono stati molti i riconoscimenti di cui la Tobias Grau è stata insignita, di cui gli ultimi solo lo scorso anno: l'Hamburgdesignpreis per la lampada *Round* e il Design Award of the Federal Republic of German.

www.tobias-grau.com

| S. C. |

## KREON (BELGIO)

Minimalista per statuto, la belga Kreon si caratterizza per l'offerta di sistemi di illuminazione che si smaterializzano fino a fondersi completamente con le architetture che li supportano. Motivata dalla ricerca di soluzioni durature, senza tempo, e non intrusive, che si confondono perfettamente con l'ambiente, Kreon da quanto è stata fondata nel 1982 ha ricevuto per ben tre volte (1995, 2000 e 2003) il Good Design Award - The Chicago Athenaeum, Museum of Architecture and Design. Le sue realizzazioni, costantemente volte all'esaltazione delle strutture architettoniche a cui appartengono, si qualificano per la loro stessa invisibilità. L'intento esplicito è quello di fare continuo riferimento a forme semplici e austere che non monopolizzano l'attenzione, realizzando strumenti che contribuiscono con la luce alla creazione delle atmosfere perfette per ogni specifico contesto. Punto di partenza: lavorare su una sola collezione che offra un'infinita serie di possibili combinazioni, preferibilmente tridimensionali, come tridimensionale è il linguaggio dell'architettura. Interessanti le soluzioni per i soffitti, intesi come sistemi modulari dove luce, aria ed elettricità si combinano in un sistema compatto e componibile, lasciando grande margine di libertà alle variazioni tecniche sul trattamento degli spazi, dei colori, dei materiali, arrivando ad offrire più una strategia che un prodotto.

www.vekrton.com

| S. C. |

## VERPAN (DANIMARCA)

"Il principale proposito del mio lavoro sta nel provocare le persone al fine di far loro usare l'immaginazione. La maggior parte delle persone spende la propria vita in un triste conformismo grigio/beige, naturalmente spaventata dall'idea di usare i colori. Sperimentando con la luce, i colori, i tessuti e gli arredi e utilizzando le tecnologie più all'avanguardia, io cerco di mostrare nuove vie per incoraggiare la gente a far uso della propria fantastica immaginazione e rendere i loro ambienti più eccitanti". Queste le parole di Verner Panton (1926-98), creatore di una serie di meravigliose lampade in tutto e per tutto non affini all'aigido minimalismo dei suoi contemporanei scandinavi. Verpan oggi porta avanti il suo lavoro, grazie anche alla preziosa collaborazione della vedova Panton, e dimostrando di essere un'azienda di raro interesse, se non altro per l'integrità con cui si attiene ai suoi principi fondatori. Notevoli le soluzioni per locali, alberghi e ristoranti ideate da Verpan in tutto il mondo (Danimarca, Italia, Stati Uniti, Giappone) e deliziose le ultime nate della collezione, sia le lampade da tavolo che la sfrontata *Illumesa*.

www.verpan.dk

| S. C. |

# BUON COMPLEANNO SALONE SATELLITE

A dieci anni dalla nascita il Salone Satellite conferma la sua vocazione di laboratorio/vetrina per i giovani talenti del design. Luogo che resta unico nel suo genere, nonostante sia copiato in tutto il mondo. E all'interno del quale per cinque vivacissimi giorni si intrecciano intelligenza, ingenuità, sperimentazione, incoscienza, coraggio, ricerca, entusiasmo, cantonate, colpi di genio...

Nei quarant'anni di vita del Salone del Mobile, Cosmit ha sempre seguito con interesse le creazioni dei giovani designer. È però solo nel 1997 che Manlio Armellini, amministratore delegato, chiede a Marva Griffin di lanciare il progetto Salone Satellite, il quale - nato da un semplice passaparola - è diventato in dieci anni l'appuntamento prestigioso che è oggi, vero e proprio trampolino di lancio per i giovani talenti di tutto il mondo. Il numero dei partecipanti cresce di anno in anno: se alla prima edizione erano centouno i creativi provenienti da tutto il mondo e nove le scuole di design invitate, oggi tra designer e scuole le presenze arrivano a cinquecentoventi. Alla prima edizione parteciparono designer già affermati come Droog Design, Tom Dixon, Marc Newson, mentre

con il passare del tempo si è assistito al lancio di vere e proprie scoperte, fra cui Shin e Tomoko Azumi; i Nendo; l'eccentrico Patrick Jouin, prima assistente di Philippe Starck e poi dal 1998 operativo con il proprio studio per Cassina, Cappellini, Renault. Ma i talenti passati dal Salone Satellite non solo stranieri. Nel padiglione delle giovani promesse hanno fatto il loro ingresso sulla scena del design il giovane Lorenzo Damiani, Satyendra Pakhalé, che li ha incontrato Cappellini, e ancora Paolo Ulian, il quale non esita a descrivere il Salone Satellite come un vero e proprio cavallo di Troia capace di portare innovazione e sperimentazione all'interno di una realtà istituzionale come il Salone del Mobile.

In questi dieci anni il Salone Satellite si è rivelato anche un importante

luogo per tessere reti di contatti non solo con gli industriali, ma anche con la stampa, come ricorda Matali Crasset, altra designer di successo i cui esordi si intrecciano con l'esperienza del Salone Satellite. Tra i suoi oggetti, oggi pubblicati in molte riviste, il famoso *Quand Jim monte à*

## info.

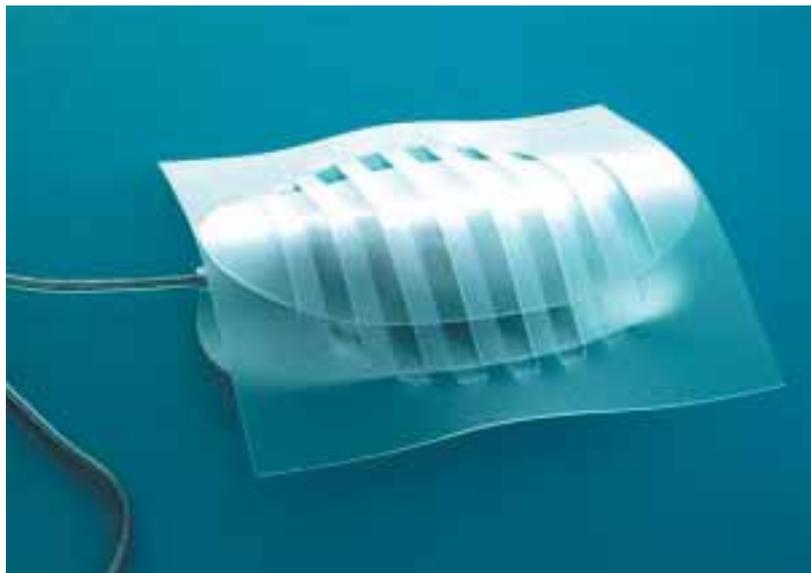
dal 18 al 23 aprile dalle 10.00 alle 19.30 aperto al pubblico con ingresso libero Padiglioni 22 e 24 Nuovo Quartiere Fiera Milano, Rho [www.cosmit.it](http://www.cosmit.it)

*Paris* venne presentato proprio al Salone Satellite, da cui cominciò un'avventura espositiva nei più prestigiosi musei del mondo, come il Centre Pompidou e il MOMA, fino a vincere numerosi premi, tra cui migliore designer del 2006 a Parigi.

Il Salone Satellite si avvale sempre di una giuria, ogni volta diversa, invitata a selezionare le partecipazioni. Nel corso degli anni accanto a Marva Griffin si sono succeduti in questo incarico nomi illustri come Alessandro Mendini, Philippe Starck, Maddalena De Padova, Giulio Cappellini, Beppe Finessi, Fabio Novembre. Quest'anno, tra i selezionati, si segnalano

Nika Zupanc, lo studio Glocal Design, gli Out of Stock, Patrick Bey, lo studio Viable, i tedeschi Qed, e lo studio CRAC di Honda Takashi.

La designer slovena Nika Zupanc, già presente nell'edizione 2006 con il progetto *Nursing room 0+*, propone quest'anno una serie di prodotti risultati da una sua personale ricerca, volta a tracciare nuovi orientamenti per il design tramite l'utilizzo di materiali innovativi da un lato e, dall'altro, avvalendosi di ricerche sociologiche su come la società possa interagire con il design. Anche Daniele Basso e Michela Cavagna di Glocal Design presentano un progetto nato dal loro



“In questi dieci anni il Salone Satellite si è rivelato anche un importante luogo per tessere reti di contatti non solo con gli industriali, ma anche con la stampa”

## È QUI LA FESTA!

Con la mostra Avverati la più importante vetrina internazionale per il lancio di giovani talenti non poteva scegliere modo migliore per festeggiare il suo primo decennale.

Ne parliamo con Beppe Finessi, curatore di questo specialissimo evento che testimonia come, durante la magica settimana del design, i sogni a volte diventano realtà...

La mostra "Avverati" rappresenta un'importante vetrina dei risultati del Salone Satellite. Puoi raccontarci com'è nata l'idea?

Marva Griffin ha avuto l'idea di festeggiare i dieci anni del Salone Satellite con una mostra che ne

mettesse in scena i successi. Non uno per uno, ma quello che è il risultato ultimo del Salone Satellite, ovvero il momento in cui le cose presentate nelle varie edizioni sono arrivate alla produzione. Abbiamo chiesto a coloro che hanno partecipato alle edizioni

precedenti di segnalarci i prototipi che, presentati al Salone Satellite, avessero incontrato il favore delle aziende. Abbiamo quindi fatto una raccolta di informazioni e selezionato circa quattrocento oggetti entrati in produzione, in quella occasione o che lo sono ancora, e che riteniamo rappresentativi del *concept* della mostra, "avverati", ossia quali dei sogni di questi ragazzi si sono trasformati in realtà.

Ciò dimostra l'attenzione delle aziende per i progetti dei giovani...

L'idea che era venuta alla Griffin dieci anni fa era quella di trovare uno spazio per i giovani dove poter andare a proporre i loro pro-

totipi e sperare che gli industriali passassero di lì per vederli e contattarli. Morale, questo non solo è andato bene, non solo si è avverata quest'idea, ma i numeri sono impressionanti: in dieci anni di Salone Satellite ci sono state mille partecipazioni, e credo anzi che, tra singoli autori e scuole, questo numero sia stato anche superato.

Come è strutturata la mostra?

Abbiamo materiale per una mostra di millecinquecento metri quadri, molto grande, con un catalogo in due edizioni, italiano-inglese, perché c'è una grande attenzione al tema anche a livello internazionale. Grazie alla grafica di Paola Vanni e all'allestimento di Ricardo Bello Dias, abbiamo

immaginato un ordinamento innovativo. Abbiamo abbinato i materiali in modo che l'esposizione non sia né ovvia né scontata, e il catalogo è molto importante, perché una cosa assolutamente certa è che il Salone Satellite è stato veramente uno specchio, un termometro della creatività, non solo italiana ma internazionale, di questi dieci anni, soprattutto oggi che viviamo in un momento di grande attenzione per il lavoro dei giovani. Attraverso la mostra e il catalogo si può verificare l'efficacia del Salone Satellite, perché da qui sono passati davvero i migliori in circolazione. Il catalogo dispone di una prefazione di Paola Antonelli (curatrice del design al MoMA), che è un'amica di Cosmit, di

interesse per un design strategico che promuova il local comunicandolo nel mercato globale. In questa direzione sviluppano il progetto *Mirrors Collection*, una sorta di riflessione sull'opera di Michelangelo Pistoletto realizzata attraverso una tecnologia innovativa, che utilizza il materiale A-look a copertura galvanica riflettente e la tecnica di stampa a raggi UV. Legato al mondo della memoria e dell'infanzia è invece il progetto *Memories* del collettivo internazionale con

base a Barcellona Out of Stock, in cui si cerca di ricreare il mondo visto dagli occhi di un bambino attraverso una serie di oggetti e di luci che, senza dimenticare la funzione del prodotto, evocano una poetica nostalgia. E galeotto fu il Satellite per lo studio Viable, fondato durante l'edizione 2005 quando Magnus Long, Charles Trevelyan e Gala Wright, che esponevano individualmente, decisero di unire i loro sforzi ottenendo ottimi risultati, non

solo a Milano ma anche a Londra, dove sono attivi ancora oggi.

Si potrebbero fare molti altri esempi, ma è tempo di lasciare la parola alle voci di quest'anno, in attesa delle nuove *liaisons* che sicuramente fioriranno nella primavera milanese. >

| giorgia losio |

nella pagina a fianco:  
Gumdesign - Lucciola  
in basso: Nica  
Zupanc - Mad Chair



Marva, nostra, e che ci onora del suo contributo, e di testi delle tante personalità che hanno intrecciato il Satellite.

**Possiamo dire che il passaggio da prototipo a prodotto industriale rispecchia una nuova attenzione, un nuovo coraggio da parte di alcune aziende per il design sperimentale?**

Devo dire che grazie al Satellite questa cosa si è dimostrata praticabile. In fondo non era mai esistito, è un'invenzione che adesso è copiata in molte parti del mondo. Quando Marva ha avuto l'idea, dieci anni fa, non esisteva niente del genere. Il rapporto era diverso: una volta il giovane che aveva un po' di coraggio cercava di entrare in contatto con l'azienda, se andava bene veniva ricevuto e da lì cominciava un rapporto difficol-

to. Il Satellite è stato l'uovo di Colombo, Marva e quelli del Cosmit hanno detto: "Noi abbiamo già tutti gli industriali in fiera, facciamo una cosa per i giovani lì, in modo che gli industriali vedano in diretta le cose". È stata una rivoluzione copernicana, che ha davvero reinventato il modo di mettere in relazione il giovane progettista con l'industriale. Primo, perché ha accorciato le distanze. Erano lì nello stesso momento, si guardavano negli occhi, con il prototipo davanti e in un clima speciale come quello di una fiera. E poi ha innescato in modo virtuoso una serie di meccanismi per cui oggi, dopo delle edizioni straordinarie, c'è un interesse per il Satellite che va al di là del Salone del Mobile. Perché tu immagini di trovare nello stesso posto ogni anno duecento/trecento creativi giusti, selezionati

da una giuria di qualità, che un industriale vede tutti in una volta sola: è un'invenzione per ambo le parti, sia per il progettista che per l'industriale. Infatti il successo è davvero nei numeri. Abbiamo verificato attraverso la ricognizione fatta per la mostra quanti industriali sono spesso tornati al Satellite. Per esempio, FontanaArte, ma potremmo citare tanti altri che ogni anno hanno trovato delle cose buone e le hanno messe in catalogo. E alcuni di questi ragazzi sono diventati delle star e da lì hanno cominciato a fare seriamente questo mestiere.

**Uno dei tanti casi interessanti è quello di Gumdesign, selezionato con la lampada Lucciola entrata in produzione per l'azienda Inpiega di Bologna. Può citarci qualche altro esempio?**

Carlo Contin ha realizzato il portafrutta *Satellite Bowl* e il direttore del MOMAShop è venuto al Satellite su segnalazione di Paola Antonelli, ha visto il prototipo e ha trovato il produttore. Adesso lo trovi nel negozio del MOMA. Paolo Ulian ha trovato al Satellite FontanaArte che ha prodotto una panca e un portaoggetti. Lorenzo Damiani ha incontrato moltissimi imprenditori che lo hanno festeggiato.

[Ndr: ricordiamo anche il prototipo della seduta *Lina* di Enzo

Palmisciano, prodotta da Colico design; *99 Waits* di Fred Rieffel prodotto da Ligne Roset; *Quand Jim monte à Paris* di Matali Crasset prodotto da Domeau & Pérès; le collaborazioni di Peter Christian per FontanaArte; i lavori di David Trubridge per Boffi e Cappellini e molti altri.] >

| g. l. |

## AVVERATI Progetti dal Salone Satellite alla produzione

Mostra celebrativa per i dieci anni del Salone Satellite  
dal 18 al 23 aprile dalle 10.00 alle 19.30  
aperto al pubblico con ingresso libero  
Padiglioni 22 e 24  
Nuovo Quartiere Fiera Milano, Rho  
[www.cosmit.it](http://www.cosmit.it)

# I SEGNI CHE CAMBIANO E I SEGNI CHE NON CAMBIANO

Che forma avrà in futuro il rapporto fra la realtà e il suo segno, le due inconciliabili estremità dell'antropologia estetica contemporanea, fra le quali il design gioca l'insostituibile ruolo di perno? Ne abbiamo parlato con Francesco Morace, presidente del Future Concept Lab di Milano e studioso di tendenze di fama internazionale, la cui esperienza ormai ventennale suona chiara e in controtendenza rispetto al lessico dilagante della liquidità...

Qual è la *mission* del Future Concept Lab e qual è il suo ruolo nel mondo del design?

La *mission* di Future Concept Lab è quella di creare un ponte tra le intuizioni creative dei designer e le esigenze commerciali delle imprese. È possibile incarnare questo ruolo di facilitatori esplorando i valori e i comportamenti dei consumatori e segnalando le tendenze in atto nei mercati. In questo modo i designer possono rafforzare o integrare le proprie ipotesi creative, e le aziende ottimizzare e valorizzare la propria presenza sul mercato.

Nella società liquida descritta da Zygmunt Bauman i comportamenti, i beni, i servizi sono privi di una forma propria e, come i liquidi, adottano la forma del contenitore nel quale provvisoriamente si trovano. Ciò che è venuta meno, dice Bauman, è la dimensione della durata. Nessuna forma, nessuna "scelta" tiene. Eppure in questo turbine di significati che si raccolgono e si sciogliono continuamente si possono individuare delle traiettorie, carsiche ma persistenti, in cui leggere i flussi migratori dei segni...

Chi lavora da venti anni sulle tendenze come noi sa bene che in questo caso Bauman si sbaglia: i valori delle persone non cambiano così facilmente e velocemente. Esiste una notevole stabilità delle megatendenze in atto e le direzioni del cambiamento rimangono invariate (ad esempio l'importanza della sensorialità, la centralità della persona, la passione per le storie, il recupero del passato e della memoria vitale...). Ciò che invece cambia velocemente e rende "liquida" la società attuale sono i comportamenti quotidiani e di consumo che corrispondono a logiche aperte di geometria variabile, seguendo le reazioni individuali alle sollecitazioni esterne che il sistema dei media e le nuove tecnologie continuamente propongono. Le traiettorie generali però si possono

facilmente individuare.

La diffusione di segni "inaffidabili", sempre disponibili a essere rovesciati, sembra creare una situazione non solo di disagio ma anche di permanente totipotenza, che si specifica solo per brevi momenti. L'instabilità dei segni, delle forme di vita ecc. avrebbe generato una condizione antropologica di creatività diffusa, invasiva, dilagante. La parola chiave del futuro potrebbe essere proprio questa, *creatività*, intesa come inventiva costantemente sollecitata dal venir meno di notte dei significati che si tessono di giorno. Il futuro sarà creativo, le pratiche di "creatività sperimentale" saranno parte integrante dei comportamenti quotidiani, dei consumi, dei rapporti personali, del lavoro...

Sicuramente la creatività sperimentale sarà al centro della nostra esperienza e conquisterà un ruolo importante nella qualità dell'esistenza: le nuove generazioni hanno già imparato a considerarsi protagonisti attraverso non solo la semplice esibizione

ma anche attraverso la capacità di esprimere competenza e creatività in diversi ambiti. La novità maggiore è che poi attraverso la rete possano essere condivise.

Cos'è il "Nuovo Illuminismo"? Il Nuovo Illuminismo segna l'esigenza rinnovata di sperimentare e verificare nuove esperienze e nuove conoscenze, non tanto nell'ambito scientifico, ma piuttosto nella dimensione della quotidianità. Saper ad esempio distinguere tra immagine e sostanza, tra qualità della vita reale e promesse comunicate. Il Nuovo Illuminismo permette anche di distinguere tra comunicazione (decisamente sopravvalutata negli ultimi anni) e conoscenza. E, tra l'altro, permette di aggirare il problema serio dei nuovi oscurantismi, tenendo sempre aperta la porta dell'interpretazione.

Le tendenze che propongono per il 2007 sono riassunte nel motto: "Il lusso del futuro è la Realtà", dove per Realtà si intende quella dimensione "densa" dell'esperienza in cui gli oggetti non sono mere apparizioni ma presenze che si toccano, si mangiano, si annusano. Questa formula sembra ripercorrere l'affermazione di Heidegger secondo la quale mangiare un pezzo di pane significa anche mangiare il segno "pane". A partire da Nietzsche sappiamo che la barra fra immagine e realtà si è dissolta; e tuttavia, ciò da cui metteva in guardia Nietzsche è il fatto che con il venir meno del mondo finto è scomparso anche il mondo vero, in quanto l'uno è definito

## concepire il futuro

Una volta il futuro era una congiura degli eventi che solo maghi e streghe erano in grado di decifrare fra i riflessi oscuri di una palla di vetro. Oggi il futuro è qualcosa che può essere sondato, scoperto, "agganciato". Il futuro invero è già presente, perché sotto i flussi dei segni più modaiali e capricciosi ci sono correnti di valori che rimangono invariate dall'oggi verso il domani, e sulla scorta delle quali è possibile leggere il volgere del sentire e di ciò che immediatamente si accompagna ad esso: i consumi. Perlomeno, questo è quanto sostengono al Future Concept Lab di Milano, istituto di fama internazionale che, con corrispondenti in venticinque paesi del mondo e clienti in Europa, USA, Asia e Sudamerica, si propone oggi come uno dei centri più avanzati per la ricerca del marketing e l'elaborazione delle nuove tendenze di consumo. L'obiettivo, come si legge nella presentazione dell'istituto, è quello di lavorare sulle parole chiave del futuro per proporre alle aziende e a chi si occupa di design nuovi concept di prodotto e strategie di comunicazione, per affrontare tanto i saturi ma sempre febbrili mercati avanzati, quanto i frementi e per questo ancora più irrequieti mercati emergenti. Tra le iniziative, oltre alla piattaforma virtuale Genius Loci Lab, si segnala la produzione di libri che periodicamente distillano le ricerche dell'istituto, come l'ormai classico Living Trends, ma anche Body Visions e Asimmetrie europee, tutti editi da Schweiller a cura del presidente dell'istituto Francesco Morace. Morace è anche autore di importanti saggi scritti da "solista", come PreVizioni e PreSentimenti e Metatendenze. Di estremo interesse i cicli di seminari rivolti ad aziende, nei quali sono presentati i "Real Trends" del futuro, condensati in parole evocative come Hyper Memorable, Wonder Simplification, Extra Rules, Ultra Graphic e molti altri. A proposito di parole, quelle con cui viene presentato il primo incontro del 2007 sintetizzano molto bene il ruolo di Future Concept Lab, che non a caso sceglie di lanciare il ciclo di quest'anno proprio durante la design week milanese, il 19 aprile: "Comprendere il 'Senso' delle estetiche, prima ancora di individuare forme e funzioni temporali, consente di penetrare e partecipare al loro evolversi: anticipandone ruolo e influenze".

Real Trends 2007

19 aprile 2007 - Estetiche. Comprendere il senso delle estetiche in anticipo per partecipare al loro evolversi futuro.

5 luglio 2007 - Consumi. Esaminare le radici del Consumo Condiviso per potenziare le future declinazioni e applicazioni.

11 ottobre 2007 - Comunicazione. Entrare nella pluralità della comunicazione per focalizzare l'essenza che sopravvive a modi & mode.

22 novembre 2007 - Distribuzione. L'esperienza vitale delle città come stimolo e veicolo per nuove attività commerciali ed eventi culturali.

[www.futureconceptlab.com](http://www.futureconceptlab.com)  
[www.geniuslocilab.com](http://www.geniuslocilab.com)  
[www.mindstylemagazine.com](http://www.mindstylemagazine.com)

dalla sua opposizione all'altro...

E infatti si sbagliavano entrambi, così come tutto il mondo del postmoderno, che nella sua furia de-strutturante (peraltro sacrosanta negli anni in cui Lyotard parlava della fine dei grandi racconti) ha pensato davvero che i fatti fossero scomparsi, completamente sostituiti dalle opinioni. In realtà i fatti esistono e influenzano profondamente la nostra vita. Il problema sta nell'interpretarli in modo meno rigido e meccanicistico rispetto al passato. È questa la differenza tra illuminismo e modernismo. Il primo si muove sul filo sottile della continua falsificabilità (vedi Popper), il secondo eredita dal positivi-

simo la mitologia del progresso e diventa una nuova religione.

**Parlare della realtà come di un lusso non sembra aprire uno squarcio su un futuro dove i meno abbienti potranno accedere solo a un'esperienza virtuale, sintetica della realtà, mentre le fasce con maggiori possibilità economiche potranno vedere un mare vero, mangiare una pizza vera, annusare un profumo vero, vivere con un compagno vero? In futuro solo alcuni potranno permettersi la realtà?**

Il rischio esiste, ma è vero anche il contrario. Esistono popoli in America del Sud che vivono una



vita reale e tangibile, a contatto con la natura e con le energie primordiali che noi ricerchiamo disperatamente. Il problema è esserne consapevoli, e quasi sempre essi non lo sono. Comunque spesso per loro il lusso della realtà non costa nulla.

In *Fenomenologia della percezione* Merleau-Ponty descrive la "portata" del corpo proprio facendo l'esempio del cieco che usa il bastone e dell'automobilista che non ha bisogno di confrontare la larghezza dell'auto con quella della strada per vedere che "può passare". Bastone e auto, dice Merleau-Ponty, hanno cessato di essere oggetti esterni per diventare "arti" del corpo, esattamente come gambe e braccia, tanto che non vengono più sentiti come oggetti,

Il consumatore di oggi non è più disposto ad accogliere passivamente stili che gli vengono imposti da altri. Ai produttori di design chiede di proporre non forme ma linguaggi, "retoriche" che poi egli utilizza per elaborare l'informazione ricevuta dall'ambiente e con cui dar forma a un proprio comportamento, nel quale il fatto che sia personale conta più del fatto che sia "di tendenza"...

Non c'è dubbio che già oggi il significato di ciò che è *trendy* (espressione che per fortuna sta scomparendo) è molto più vicino alle sensibilità personali e all'energia di ciò che è *cool* (fresco, magnetico, giusto). In questo gioco la moda e i trend perdono di centralità, mentre la capacità individuale di esprimere un punto di vista diventa il vero nodo della questione.

Le persone imparano, contraggono nuovi linguaggi, si fanno coinvolgere da nuove seduzioni. Il buon progetto colloquia con il suo acquirente, e l'acquisto non è che una "battuta" fra le altre all'interno di un più ampio scambio dialogico. È l'economia della conoscenza, in cui il prodotto non serve a soddisfare bisogni, ma ad aprire il fruitore a nuove possibilità di esperienza. Il buon progetto non è vittima delle visioni capricciose del cliente, ma ciò che suscita nel cliente nuove visioni...

Questo è vero, ma in questa dinamica vengono ridimensionati anche i capricci dei designer, che non sono pochi... >

| a cura di stefano caggiano |



nella pagina a fianco: Francesco Morace

in alto: Londra 2005 - foto tratta dall'Osservatorio internazionale 'Street Signals' di Future Concept Lab

a sinistra: Tokyo 2005 - foto tratta dall'Osservatorio internazionale 'Street Signals' di Future Concept Lab

in basso: Norman Foster - The Sage Gateshead - foto tratta dall'archivio 'Street signals' di FCL



ma attraverso di essi il soggetto fa esperienza del mondo. Gli oggetti d'uso sarebbero quindi declinazioni, estensioni, alterazioni del corpo e della sua portata sensoriale. In questo senso, la specificità del design verrebbe a configurarsi come attività di sperimentazione di nuove possibilità del sentire, e il sentire come luogo specifico del design, inteso come intervento non sui contenuti ma sulle forme a priori dell'esperienza...

Mc Luhan faceva un discorso simile considerando i media una estensione del nostro corpo e delle nostre facoltà: la rete è un'estensione del nostro cervello, così come la ruota una estensione dei nostri arti. Il design può senz'altro integrare le nostre possibilità di sentire, recuperando il significato più profondo dell'estetica (dal greco *aesthesis* = sentire).



# DESIGN E SOSTENIBILITÀ

L'inquinamento della biosfera e quello della semiosfera vanno di pari passo.

Il design, in quanto pratica che immette segni nell'ambiente, è giocoforza sempre di più al centro della questione ecologica, che è prima di tutto ecologia dei "sensi"...

> La design week milanese è anche laboratorio per ricerche eco-efficaci, un filone del design che mosse i primi passi ai tempi dell'Arts and Crafts di William Morris nell'Inghilterra Vittoriana, la quale già avvertiva l'esigenza

A dimostrare l'attualità del tema sono fra l'altro le ricerche di Ezio Manzini e François Jegou, con la loro rete *Sustainable everyday, scenarios of urban life*, e la recente mostra *ECOMind* dedicata all'arredo

tante mostra mercato italiana del settore, *Fa' la cosa giusta*, che per la sua IV edizione (13-15 aprile 2007) ha scelto di puntare i riflettori sull'energia con la sezione *Energ-eticamente!*, nella quale si aprono differenti scenari e si tracciano comportamenti e interventi per un consumo critico delle risorse energetiche. In mostra aziende come Onfutun, che propone complementi d'arredo ecologici dal design orientale e l'uso di materie prime atossiche a basso impatto ambientale; Lavagon, che propone oggetti di artigianato realizzati con materiali di

recupero; Adeart Recycled Bags, che propone borse realizzate con camere d'aria di camion e cinture di sicurezza. Durante la design week l'iniziativa più interessata è senz'altro *BEST\_up*, progetto ideato da Clara Mantica e Giuliana Zoppis la cui sigla è un acronimo che sta per Bello, Equo e SosTenibile, con un up finale che suona come invito a svegliarsi e ad agire. Si tratta di un circuito che collega creativi, istituti universitari, centri di ricerca, banche dati e imprese che operano per promuovere l'eco-eficienza dei prodotti e dei servizi.

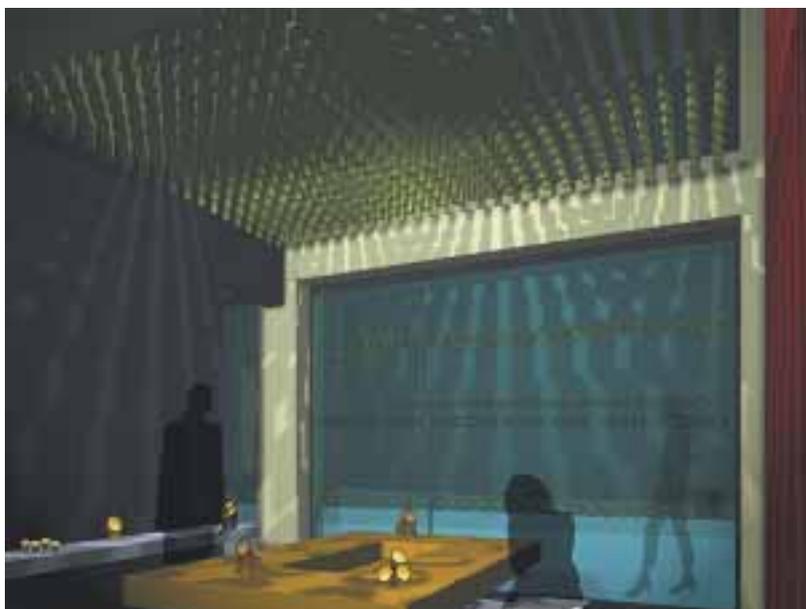
link.

[www.falacosagiusta.org](http://www.falacosagiusta.org)  
[www.bestup.org](http://www.bestup.org)  
[www.soracdesign.com/](http://www.soracdesign.com/)  
[www.bentobar.com/](http://www.bentobar.com/)  
[www.davidtrubridge.com](http://www.davidtrubridge.com)

“ la settimana del design si pone come osservatorio privilegiato per la creazione di un circuito dell'abitare sostenibile

di una progettazione industriale eco-sostenibile, e che oggi più che mai si presenta come un'emergenza che indirizza le ricerche del design verso bioarchitettura, sviluppo sostenibile e tecnologie eco-efficaci per le abitazioni. La "terza pelle" dell'uomo, cioè la casa, è chiamata a rispondere in tutte le sue parti, dall'architettura al complemento d'arredo, a necessità eco-sostenibili.

sostenibile. Sulla stessa linea, il crescente impegno nell'attuazione delle eco-norme internazionali e nel diffondere consapevolezza attraverso libri come *The eco-design Handbook* di Alistair Fuad-Luke, che considera l'eco-designer in grado più di scienziati, economisti e politici di rallentare il degrado ambientale. Ad aprire la riflessione sul consumo critico e gli stili di vita sostenibili è stata la più impor-



Tramite iniziative come questa, la settimana del design si pone quindi come osservatorio privilegiato per la creazione di un circuito dell'abitare sostenibile, che prevede anche una ricerca su prodotti e comportamenti coordinata dal dipartimento Indaco del Politecnico di Milano. Tra gli altri aderiscono alla rete: Design-Italia, Material Connexion, Remade in Italy, Politecnico di Milano, Esterni, Fabbrica del Vapore, Care Of, Altromercato, Zona Tortona. Proprio a Zona Tortona, nel giardino di SuperstudioPiù, è di scena la

casa come scrigno eco-efficiente proposta da **Bestetti Associati** per Pircher, con una *mise en scène* del modulo abitativo *Planit* curata da **Paola Lenti**. Un evento importante per diffondere nuove strategie di vita e l'utilizzo di materiali ecologici ancora di nicchia. L'emergenza di progettare nuovi stili di vita eco-compatibili attraverso il design è la *mission* anche dello studio giapponese **Sorac design**, presente alla design week con il progetto *Ecorich* al Bento bar di corso Garibaldi 104, in cui si esprime

tutta la sensualità della tradizione giapponese grazie alla semplicità di sottili strati di bambù, che creano superfici declinabili in diverse funzioni abitative. Si segnala infine il designer neozelandese **David Trubridge**, il cui impegno ecologico gli ha guadagnato la copertina di *EcoDesign Sourcebook* con la chaise longue *Glide*, e che per la settimana del design propone la nuova linea di luci *Southern Light*. >

| giorgia losio |

### quanto pesa?

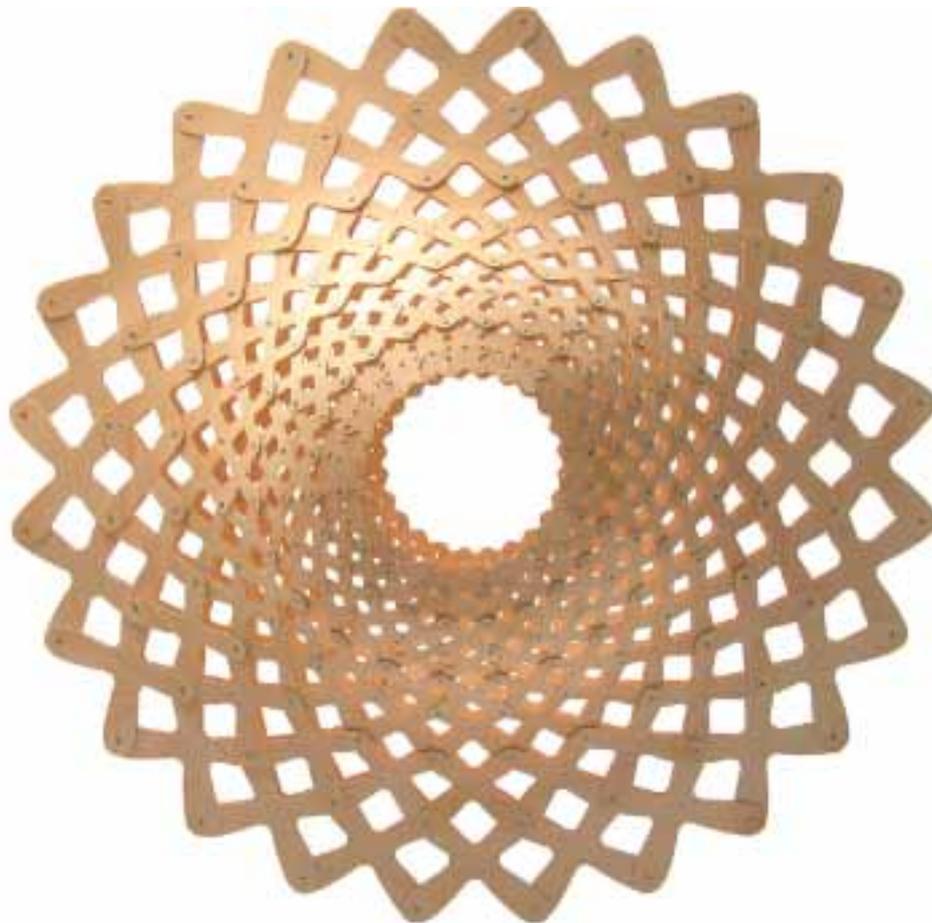
Il modello di eccellenza rappresentato da Valcucine nasce da una visione etica ed ecologica. Basti pensare all'impegno dell'azienda nella progettazione a basso consumo di materie prime ed energia e all'utilizzo di materiali riciclabili, atossici e duraturi. Un esempio da seguire, in grado di coniugare con successo aspetti estetici e funzionali, come dimostra la macchina "ergolabio"



"bio" concepita per provare i mobili della cucina su valori di eco-efficienza. Non a caso Valcucine è la prima azienda di cucine certificata UNI EN ISO 14001 per il rispetto delle norme di gestione ambientale. Non solo. Nel 1998 Valcucine crea Bioforest, associazione Onlus nata per promuovere una nuova alleanza fra industria e ambiente. Finanzia inoltre l'operazione *Otonga* per la riforestazione e tutela delle biodiversità locali in Ecuador, senza dimenticare le zone che circondano l'azienda nella provincia di Pordenone. Proprio in quest'ottica nasce il progetto *Quanto pesa?* concepito assieme a Recapito Milanese come un percorso per le vie di Zona Tortona in cui vengono diffusi messaggi legati al tema della sostenibilità. | g. l. |

[www.valcucine.it](http://www.valcucine.it)

nella pagina a fianco in alto: **Sorac Design** - Ecorich - Bento bar  
nella pagina a fianco in basso: **Bestetti Associati** - Planit - SuperstudioPiù  
qui a sinistra: **David Trubridge** - nikau lamp  
in basso a destra: **David Trubridge** - Sunflower lamp  
nel box: La sede di Valcucine



# DESIGN E PROTOTIPAZIONE RAPIDA

L'utilizzo di macchine per la prototipazione rapida, ancora pionieristico ma già avviato ad una prossima stabilizzazione, getta luce su un futuro nel quale i rapporti fra ideazione, produzione e distribuzione degli oggetti d'uso avranno una forma completamente diversa rispetto ad oggi, e in cui aziende come Materialise e Oneoff potrebbero vendere non più l'oggetto ma il file 3D dell'oggetto, contenente tutte le informazioni per produrlo a casa propria...

computer, i designer hanno subito iniziato ad avvalersi del RP, tanto che oggi esso rappresenta uno strumento fondamentale per la progettazione. Invero, il RP è ancora utilizzato soprattutto per effettuare verifiche dimensionali, ergonomiche, funzionali, per fabbricare pre-serie e abbassare i tempi di immissione dei prodotti sul mercato. Ma accanto a questi utilizzi ortodossi sta emergendo un'attenzione alle specifiche possibilità creative offerte al design dal RP.

(continua dopo l'inserito MoMA...)



> C'è già chi, come Neil Gershenfeld, non ha dubbi: la produzione di serie così come la conosciamo oggi sta per giungere al termine. Altri hanno posizioni più morbide, ma il crescente sviluppo delle tecnologie per la prototipazione rapida (*Rapid Prototyping*, RP) potrebbe davvero portare a un cambiamento radicale della trama che tesse i rapporti fra produzione e consumo. È alla costruzione di questo futuro che lavorano aziende come Materialise, MGX e Oneoff, già da alcuni anni impegnate nell'esplorazione delle potenzialità che il RP potrebbe avere per il design. Ma andiamo per ordine. Oggi il prodotto nasce dall'idea del designer e dall'intervento sulla materia operato dall'azienda. Tocca poi alla distribuzione portare la "materia segnata" fino al consumatore. È proprio questo processo idea-realizzazione-distribuzione che potrebbe uscire completamente stravolta dall'adozione su larga scala delle tecnologie RP nel design. Una macchina per piegare il metallo può infatti solo piegare il metallo; una che taglia può solo tagliare; uno stampo rotazionale può solo stampare polimeri; mettendo in sequenza queste diverse macchine si giunge al prodotto finito. Il principio che sta alla base del RP è completamente diverso. Da quando la 3D Systems Inc. produsse nel 1987 la prima macchina per la stereolitografia divenne infatti possibile produrre oggetti di forma qualsivoglia complessa, a partire da un file realizzato con un software di modellazione tridimensionale, come Rhinoceros o SolidWorks. Un laser colpisce una massa liquida di polimero facendolo solidificare localmente. Il movimento del laser, determinato dalle istruzioni del file, genera l'oggetto voluto, che una volta ultimato viene estratto dal bagno di polimero rimasto liquido. In alternativa si può partire da una massa polimerica in polvere, i cui granelli vengono saldati ("sinterizzati") fino ad ottenere la forma voluta.

Archiviata in fretta l'asfittica questione relativa alla perdita di "umanità" di oggetti generati al



# SCALA DESIGN ARCHIVES

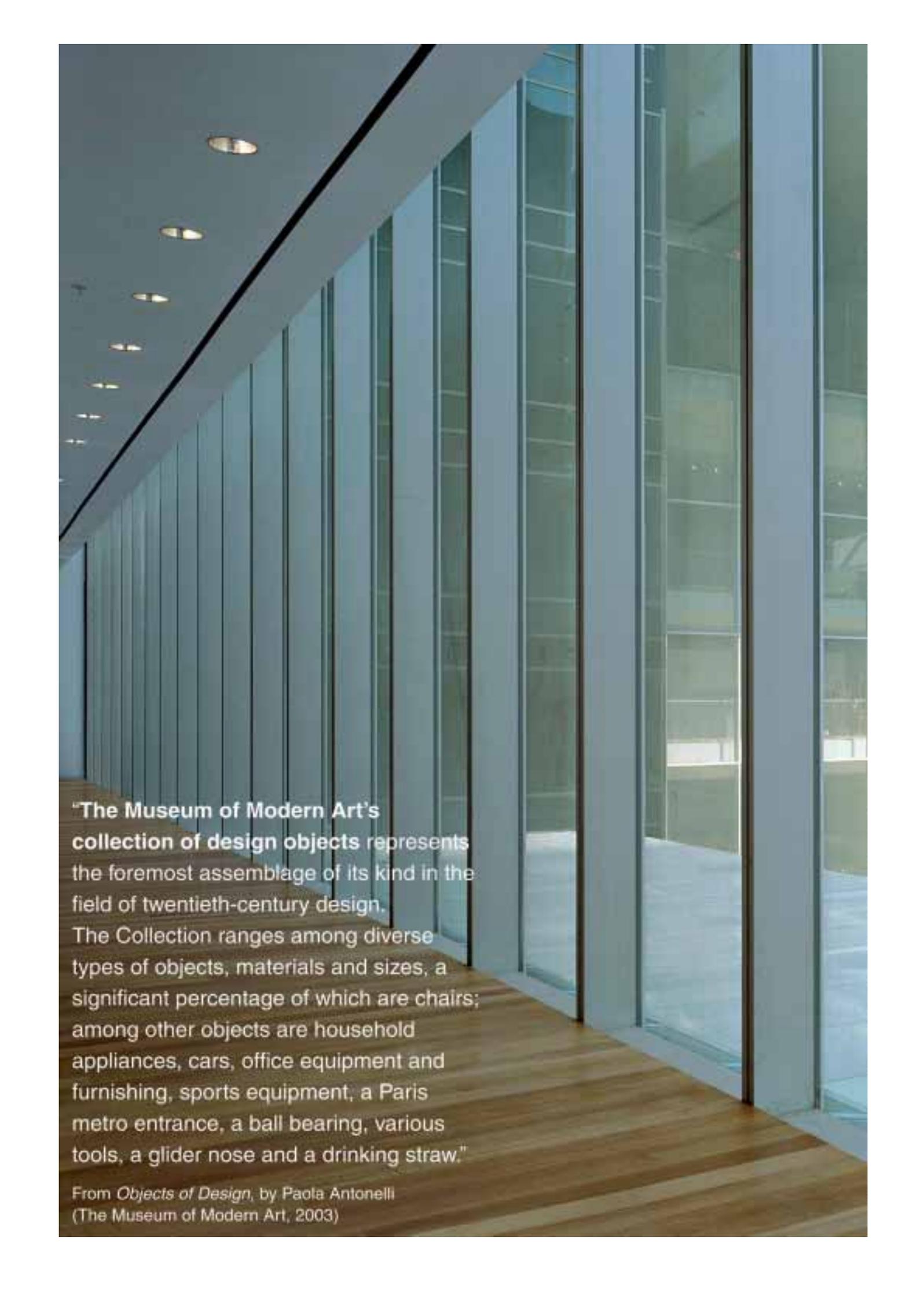
The International Archive of Design Images

Vico Magistretti, 'Atollo' Table Lamp no. 233, manufactured by O-Luce, Milan, 1977



in collaboration with  
**MoMA**  
Department of  
Architecture and Design  
The Museum of Modern Art  
New York

**SCALA ART ARCHIVES** are now open  
to the design industry and designers



**"The Museum of Modern Art's collection of design objects** represents the foremost assemblage of its kind in the field of twentieth-century design.

The Collection ranges among diverse types of objects, materials and sizes, a significant percentage of which are chairs; among other objects are household appliances, cars, office equipment and furnishing, sports equipment, a Paris metro entrance, a ball bearing, various tools, a glider nose and a drinking straw."

From *Objects of Design*, by Paola Antonelli  
(The Museum of Modern Art, 2003)

# SCALA DESIGN ARCHIVES

**The largest and only  
international high-resolution  
Bank of Design Images  
is born out of a collaboration  
between**

## **The Museum of Modern Art**

New York

- An international reference point in Design
- 7,000 projects and products representing all main trends worldwide

**and**

## **SCALA ARCHIVES**

Italy

- A world leader in visual contents management
- A picture library comprising 200,000 high-resolution digital images of art & culture, which now includes design as well
- A website serving 17,000 end users from 80 countries



**Matta Echaurren, Roberto Sebastian** (1911-2002): Malitte Lounge Furniture, 1966 (manufacturer: Knoll International, New York). Polyurethane foam and wool. Overall: 63 X 63 X 25 (160 X 160 X 63.5 cm). Gift of Knoll International. Acc. num. 473.1970.a-e. Museum of Modern Art (MoMA), New York  
Cover image: **Magistretti, Vico** (b. 1920): 'Atollo' Table Lamp no.233, manufactured by O-Luce, Milan, 1977. Aluminum and polyurethane plastic. h. 26 (66cm); diam. 19 1/4 (48.9cm); base diam. 8 (20.3cm). Gift of the manufacturer. Acc. num. 481.1978. Museum of Modern Art (MoMA), New York



Rietveld, Gerrit (1888-1964): Table Lamp, 1925. Metal and half-painted glass bulb. 15X 7 3/4 X 4 1/2 (38.1 X 19.7 X 11.4cm). Gift of the designer. Acc. num. 488.1953. Museum of Modern Art (MoMA), New York



**Starck, Philippe** (1949-): Miss Sissi Table Lamp, 1991. Injection-molded high temperature polycarbonate, h. 11 1/8" (28.3 cm), diam. 5 3/4" (14.6 cm). David Whitney Collection, gift of David Whitney. Acc.n.: 58.2000. Museum of Modern Art (MoMA), New York



**Lomazzi, Paolo** (b. 1936): Joe Sofa, 1968. Polyurethane foam and leather, 33 1/2 x 65 1/4 x 41 3/4" (85.1 x 165.7 x 106 cm). Manufactured by Poltronova, Italy. Manufacture date: 1971. Gift of the manufacturer. Acc. n.: SC4.1972. Museum of Modern Art (MoMA), New York



# Design objects



## from MoMA



- 10 Charles Rennie Mackintosh, Fish knife and fork, c. 1900
- 11 Philippe Starck, Lucy Ball Lomon Squeezer, 1998
- 12 Le Corbusier, Chaise longue, 1928
- 13 Ludwig Mies van der Rohe, MR armchair, 1927
- 14 Roberto Sambonet, Glasses, 1972
- 15 Gunta Stolp, Upholstery Material, 1928
- 16 Eero Saarinen, "Tulip" Armchair, 1956-58
- 17 Nikolai M. Suetin, Souvet, 1923



1 Joe Cesare Colombo, Tube Chair of Nesting and Combinable Elements, 1955



2 Louis Comfort Tiffany, Vase, c. 1900

3 Robert Venturi, Queen Anne Side Chair, 1963 (Knoll International, New York)

4 Johnathan De Pas, Solangal Folding Clothes Stand, 1973-74 (Zanotta spa, Italy)

5 Alvar Aalto, Vase No. 3031, 1936

6 Gerrit Rietveld, Red and Blue Chair, c. 1918

7 Pininfarina S.p.A., Cisitalia 202 GT Car, 1946-1948

8 Massimo Vignelli, Handkerchief Chair, 1960

9 Paolo Lomazzi, Blow Inflatable Armchair, 1967 (design), c. 1967-1972 (manufacture, Zanotta spa, Italy)



18 Eileen Gray, Screen, 1922

19 Andrea Branzi, Residential Park, No-Stop City, project, Plan, 1968

20 Cesare Castell, Pillola Lamps, 1968

21 Mario Bordini, Divisumma 18 Electronic Printing Calculator, 1974

22 Frank O. Gehry, Bubbles Chaise Longue, 1987

23 Peter Behrens, Electric Kettle, 1909

24 Frank Lloyd Wright, Office Chair, 1938 (design)



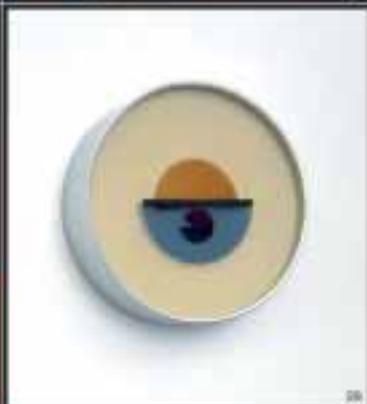
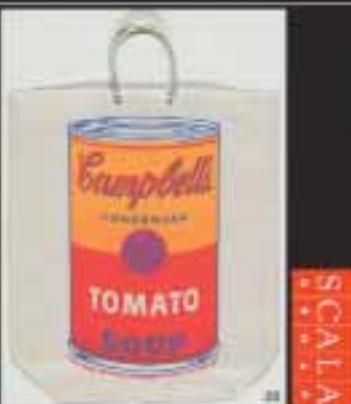
25 Isamu Noguchi, Table (IN-50), 1944

26 Ettore Sottsass, Valentine Portable Typewriter, 1969

27 Alvar Aalto, Palmio Lounge Chair, 1931-33

28 Andy Warhol, Campbell's Tomato Soup Shopping Bag, 1968

29 Bruno Munari, L'Ors X' Clock, 1945 (design)



SCALA



**Castiglioni, Achille** (b. 1918): Toio Floor Lamps, 1962 (Flos S.p.A., Brescia, Italy). Steel and nickel-plated brass. 7'1 X 7 3/4 X 8 1/4 (215.9 X 19.7 X 21cm). Gift of the manufacturer. Acc. num. 459.1970. Museum of Modern Art (MoMA), New York



## What are the SCALA DESIGN ARCHIVES?

The design archives are intended to fill a major gap in this sector, where the visual arts and other areas of culture have been covered for some time. The aim of the initiative is to provide a fundamental service of information, as well as the distribution of high-quality images of significant products and designs created by designers from all over the world.

The novelty of the project lies in its attempt to combine a very high quality of reproduction of the library's contents with a service of international



Philippe Starck,  
Ara Table Lamp,  
1988

Above:  
Rody Graumans,  
88 Lampo Lighting  
Fietum, 1992

Right:  
Isamu Noguchi,  
Table Lamp, 1948



distribution capable of meeting the requirements of information and of delivery of the images and related metadata. In other words, to provide an effective tool of communication for creators and people working in industry as well as for the world of academia, museums, institutions and the media.

**For over fifty years Scala has been running the largest photographic archive of images of art in the world,** which now comprises a selection of 150 000 works from five continents, distributed to 17,000 users in 80 countries through its website and international agents. Among its 7,000 providers, one of the most prestigious is the **Museum of Modern Art, New York**, for which Scala is the sole agent worldwide.

MoMA has one of the most comprehensive design collections in the world and Scala is the official agent for MoMA's image database of over 7,000 design images.

**To this collection Scala can add the presence in its own picture library of over 1,000 objects from other major museums, bringing the current number of images of design that it can make available to about 8,000.**

## The new design contents

The new images that will gradually be added to the large digital archive will be drawn from three main sources:

- museums that belong to the network in which Scala already operates;
- individual designers who are willing to make Scala the exclusive agent for color slides/digital files reproducing their works, in exchange for a universal visibility and a royalty on the sale of their images;
- manufacturing industries willing to provide a selection of photographic reproductions (digital or color slides) of their most important products. Images collected in this way will be selected by a committee that will assess their quality and relevance, before they are digitalized and indexed for insertion in the SCALA DESIGN ARCHIVES by Scala's staff.





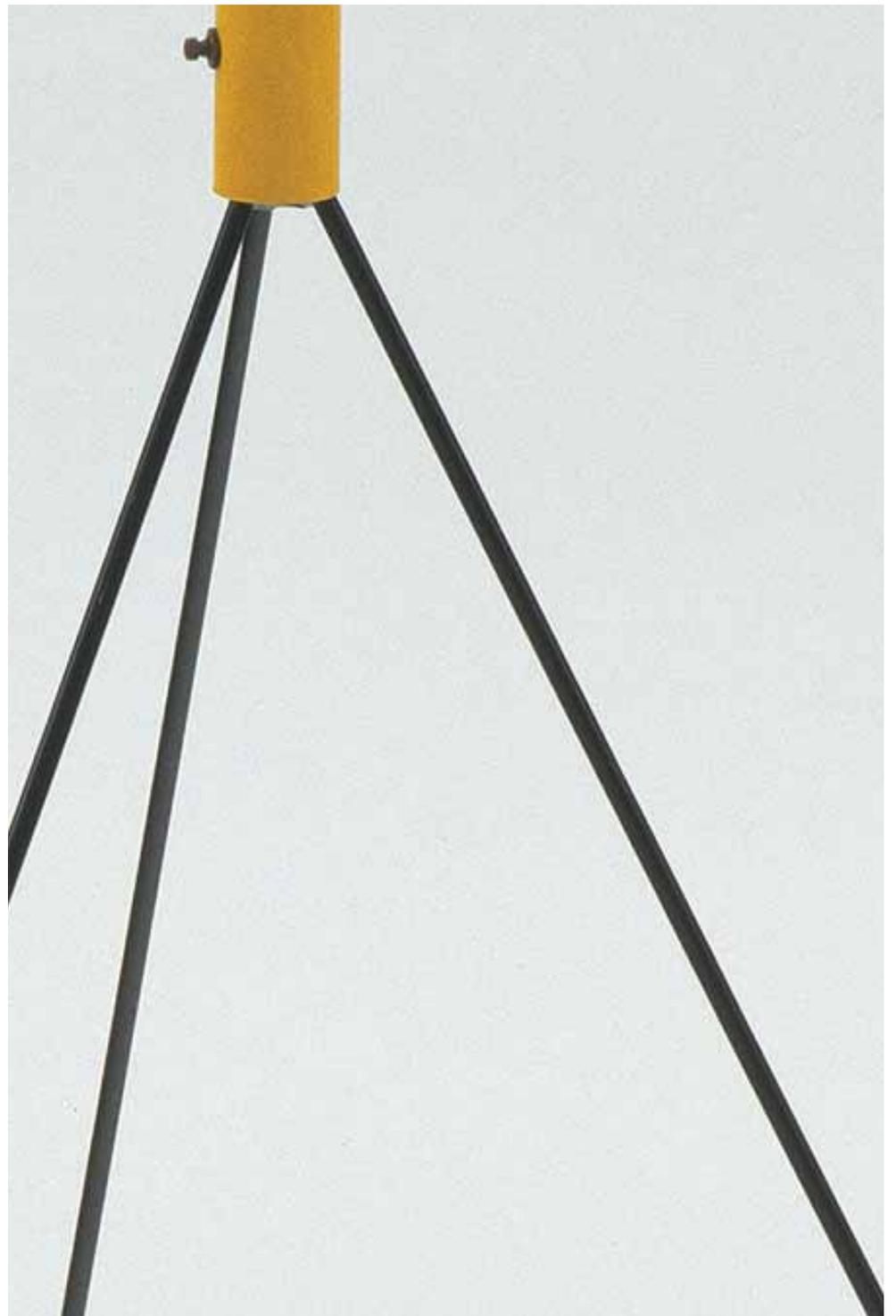
## How it will work

Once entered in the archive, the images will be accessible, visible and purchasable over the internet at the Scala website [www.scalarchives.it](http://www.scalarchives.it), and their sale to users in countries all over the world will be promoted. It will be possible to search the site for images on the basis of numerous criteria, including designer, manufacturer and country. Every time one of the images supplied by the designer is sold, he or she will be entitled to a royalty that will be paid at the end of the financial year. For their part, manufacturers who decide to participate in the project will have to undertake to contribute, where necessary, digital images of professional quality of their products of industrial design, either directly or through the designer of the product.

A service of information and promotion via newsletter will be available to designers and manufacturers. This will be used to communicate news, events and other matters of specific interest.



**Castiglioni, Achille** (b. 1918): Luminator Floor Lamp, 1955. Enameled steel, 72 x 21 x 17 1/2" (182.9 x 53.3 x 44.4 cm). Purchase. Acc.n.: 232.1994. Museum of Modern Art (MoMA), New York



# SCALA DESIGN ARCHIVES

**The International Archive of Design Images**

## CONTACT

Alvise Passigli  
Vice-President  
SCALA GROUP SPA  
Tel: +39 055 62 33 334  
Fax: +39 055 62 33 280  
email: [a.passigli@scalagroup.com](mailto:a.passigli@scalagroup.com)

[www.scalarchives.it](http://www.scalarchives.it)



Richard Sapper  
Foto Tatti Sarti  
1979

Fra i primi che hanno scelto di cimentarsi in questa nuova avventura si segnalano Giorgio Gurioli e Antonio Cos, ma il caso più interessante è forse quello di Patrick Joiun, il cui sgabello *One Shot Stool*, progettato per Materialise.MGX, è da dicembre 2006 in mostra al MoMA di New York.

Questi lavori sembrano aprire la strada a un mondo nel quale le macchine di RP, non a caso dette anche stampanti 3D, seguiranno la stessa sorte delle stampanti 2D. È infatti ipotizzabile un futuro, invero molto prossimo, in cui non verranno più comprati libri o giornali già stampati, ma un file progettato non,

come troppo frettolosamente si è ritenuto, per essere letto su monitor, bensì per essere stampato dalle macchine che tutti avranno in casa, in grado di confezionare libro o giornale in vari tipi di carta, formati e miscelazioni di inchiostro, secondo le istruzioni contenute nel file progettato dal grafico. Allo stesso

modo il designer progetterà file di oggetti pensati per essere realizzati con le macchine RP ugualmente diffuse in tutte le abitazioni. Già oggi chiunque può acquistare e utilizzare a casa propria il modello Mammouth di Materialize, che misura non più 210 cm x 78 cm x 68 cm. Anche questo è post-

fordismo, liquidità, "economia della conoscenza". >

| silvio romano e stefano caggiano |



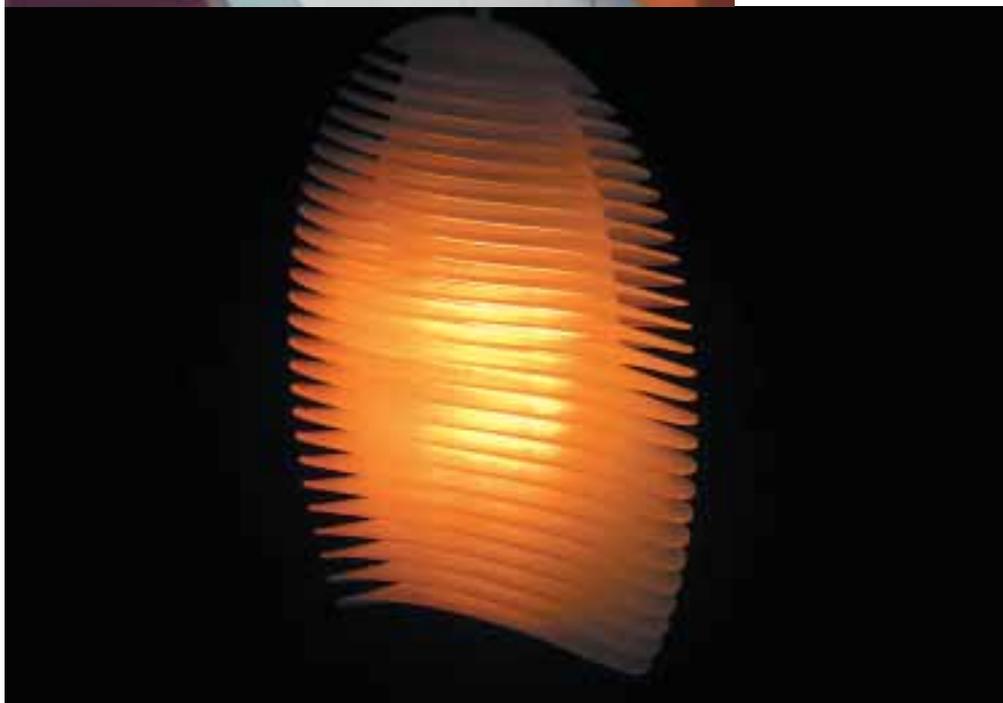
### smaterializing design

Oneoff è un laboratorio di prototipazione rapida per architettura e design che dal 2003 ha analizzato le potenzialità espressive di questa tecnologia tramite esposizioni come *In Dust we Trust* del 2004, *Model Ideas* del 2005 e *Dream* del 2006, nate tutte nell'ambito del progetto *Industreal*, che include, oltre a Oneoff, anche Sowden Design e un ampio gruppo di giovani designer. Quest'anno *Industreal*, che concentra le sue energie sulle tecnologie di taglio laser, presenta presso la Fabbrica del Vapore il progetto *First Cut*, una collezione di pezzi realizzati con l'innovativa macchina per taglio e marcatura laser Eureka prodotta da Sei



s.p.a. Per quanto riguarda la belga Materialise, già nota per la sua attività nel campo dell'attrezzaggio rapido e della prototipazione medica, dopo aver avviato con Materialise.MGX una sezione interna dedicata alla progettazione e produzione di oggetti d'arredo, debutta sulla scena del design con la presentazione al Salone del Mobile di Milano 2004 della lampada *Paleo.MGX*, disegnata dal direttore dello Jelly Lab Studio di Amsterdam Dan Yeffet e realizzata con la tecnica della stereolitografia. La lampada è stata in seguito premiata dalla FNAC (National Contemporary Art Foundation) in quanto riconosciuta come "il primo oggetto venduto su CD", perché fornita agli acquirenti abbinata a un CD contenente il file della lampada in formato .MGX, necessario per la realizzazione in stereolitografia. Materialise.MGX è presente con lo show room Exansaldo in Via Tortona 54-56. | s.r. |

- [www.apri-rapid.it](http://www.apri-rapid.it) - Associazione Italiana di Prototipazione Rapida
- [www.zcorp.com](http://www.zcorp.com) - Z Corporation
- [www.materialise-mgx.com](http://www.materialise-mgx.com) - Materialise
- [www.oneoff.it](http://www.oneoff.it) - Oneoff s.r.l.
- [www.sowdendesign.com](http://www.sowdendesign.com) - Sowden Design
- [www.jellylab.com](http://www.jellylab.com) - Jelly Lab Studio



nella pagina a fianco in alto: Antonio Cos - Cuore di Bottiglie  
nella pagina a fianco in basso: Patrick Joiun - One Shot.MGX - Materialize.MGX  
qui in alto a sinistra: Giorgio Gurioli - Pablo per Tonelli design  
a sinistra: Dan Yeffet - Paleo.MGX - Materialize.MGX  
nel box: Alcuni prototipi di OneOff firmati A. Loher

# SE IL DESIGN È FEMMINA

Comparso fra le umane cose nel tempo in cui l'arte si liberava dal compito monomaniacale della rappresentazione, il design vede oggi palesarsi apertamente il suo senso antropologico. Che è quello di rendere l'abitare terreno più accogliente, confortevole, comprensivo: femminile...

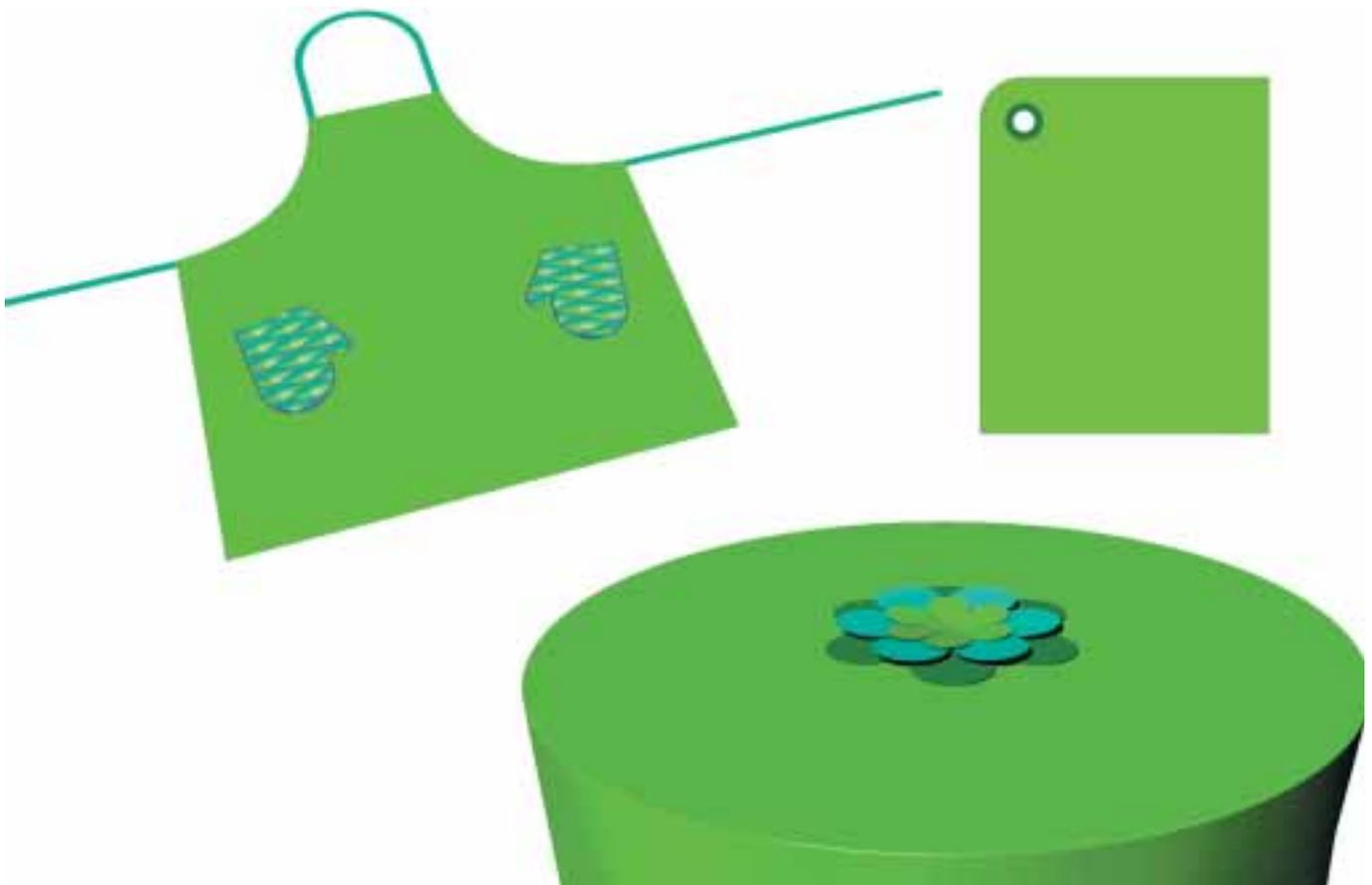
> Molto del design più fresco oggi in circolazione porta la designenza in "a". Dalle svedesi Front Design e JantzeBrogardAsshoff, passando per le evoluzioni progettuali lecite solo a VIP come Patricia Urquiola, Matali Crasset e Zaha Adid, fino ai giovani talenti come quello dell'inglese Susan Bradley e delle italiane Monica Graffeo, Alessandra Baldereschi, Denise Bonapace, Silvia Cogo, Luisa Corna, Donata Paruccini, Francesca Donati - per citarne solo alcune - i designer che possono vestire sia gonna che pantaloni sono sempre di più. Ma non è tanto il genere sessuale del progettista su cui qui si vuole insistere, quanto sulla maturazione antropologica del design che, uscito infine dallo stato di minorità, come direbbe Kant, diventa autonomo e indipendente, dopo quasi un secolo e mezzo di ruolo ancillare nei confronti delle grandi sorelle Arte e Architettura.

Il design adulto si scopre femminile. E anche se non è di singoli/e progettisti/e che parliamo ma di tettoniche culturali che si spostano, certo chi si trova sul crinale vede necessariamente la propria storia coincidere con l'evoluzione delle falde antropologiche. A volte senza nemmeno rendersi conto della portata dei processi in corso, come *Women Only Rarity*, neonato marchio di oggetti al femminile la cui principale rarità sarebbe proprio quella di essere progettati da donne. Il design al femminile è invece sempre meno raro e sempre più diffuso, attento alle piccole cose, "liquido", pervasivo. Il design storico, fiero erede della modernità occidentale, concepiva il progetto come sforzo prometeico per fissare la transitorietà della materia nel principio d'ordine incarnato dalla Forma, intesa come Sintesi suprema di istanze funzionali e spirituali. Da Platone a Ford, la Forma, l'*eidōs*, si è sempre posto come modello su

cui plasmare i casi contingenti. Oggi, invece, il design è espressione di una progettualità diffusa che plasma i mille risvolti dell'intorno materiale in cui viviamo, creando oggetti che sono veicoli di sensibilità. Non è più in questione l'essere (che significa metafisica e quindi negazione del diverso), ma il *sentire*, i flussi dei "sensi" che in una società liquida si specificano solo per tornare a mescolarsi, secondo un ritmo metabolico tipico dell'elemento femminile. Non c'è più il Significato, l'Uno, il Fallo, il "Virile"; ci sono i molti, le vesti, i corpi, i diversi, il "femminino". Alla monarchia della Ragione

unica e maiuscola si è sostituita l'attenzione per le sensibilità plurali e minuscole, cangianti e rigogliose, amorphe e perciò tanto più accoglienti. In greco "forma" si diceva *morphé*, che voleva dire anche "cadavere", perché la forma, che de-finisce preservando identica nella durata, è il *rigor mortis*, il sacrificio del vitale diversificante per il mantenimento dell'identità permanente. Materia, invece, viene dallo stesso etimo di *mater*, ricettacolo infinito perché indefinito di possibilità nascenti che rompono la forma *dall'interno*, come magma che sempre torna a frantumare la propria cro-

sta esterna solidificata. La dimensione femminile di progetti come *Cinderella* di Alessandra Baldereschi, *Amano* di Denise Bonapace o ... di Silvia Cogo sta proprio nella capacità di ascoltare il corpo così com'è, costitutivamente disperso/raccolto nella sua irrealizzabile intenzione, delicatamente imperfetto, teneramente approssimativo, non congelato nel principio di individuazione proprio della cultura occidentale *costruito* da Platone fino a Cartesio, vale a dire l'"anima", a proposito della quale Aristotele è chiarissimo: "L'anima è la forma del corpo", cioè la scatola che ne dovrebbe



raccogliere la dispersione. E invece il corpo sborda, scivola, cambia, sporge, trema, incapace di giacere nella forma morta dell'"identità" trepida per essere altro. Tutto questo è il femminile, il sentire, la corporalità. Tutto questo è design, perché gli oggetti d'uso sono parte integrante della portata del nostro sentire.

Nella dialettica servo/padrone di Hegel alla fine è il servo ad avere la meglio, perché, delegando ad esso ogni incombenza materiale, il padrone pone il servo a diretto contatto con la realtà concreta, che lo rende capace di emanciparsi realmente dalla condizione di bisogno, a differenza del padrone che, non "toccando" mai le cose vere, vive in un limbo irreali. Allo stesso modo, le donne, relegate dalla storia in una condizione "servile", si sono sempre occupate delle vite reali, concrete, imperfette; mentre il maschio discettava della Vita con la V maiuscola, esse provvedevano alle abluzioni del corpo, non solo

il loro ma quello del maschio, dei vecchi, dei bambini, degli incapaci, dei feti abortiti. Questa è la dimensione della realtà che è stato necessario rimuovere per affermarne la Forma ideale. Ma proprio grazie a questa loro esperienza più "vera", le donne hanno sviluppato un senso della concretezza unito a una capacità di leggerezza (che è la sola, impossibile alchimia che permette di sopravvivere) che le ha rese antropologicamente superiori al maschio, eternamente immaturo, viziato, schematico e ottusamente idealista, incapace di accogliere e in grado solo di im-porre.

Nel futuro del design c'è il compito che da sempre è delle donne: rendere l'abitare terreno più accogliente, confortevole e comprensivo, mentre il maschio è fuori a sognare di cieli e teorie. >

| stefano caggiano |

## gli uomini e/o le donne

Non occorre essere donne per alimentare l'elemento femminile nel design. Dopo il grande successo ottenuto lo scorso anno con il portacoltelli *Voodoo*, lo studio Rafz Design di Raffaele Iannello si presenta alla design week 2007 con *XXXitchen*, una collezione di oggetti per la cucina che non mancherà di suscitare la curiosità di molti e il disappunto di qualcuno. Ne fanno parte pezzi come il portarotolo *Cactus*, la spazzola per piatti *Protection*, il macinapepe *Cudgel* e lo spremiagrumi *Racket*, oggetti in silicone destinati a un pubblico femminile che in virtù della loro forma elegante e slanciata sembrano proporre usi alternativi e non sempre scontati dell'ambiente culinario. Le presine per pentole *Bombs*, anch'esse in silicone, sono invece rivolte a un pubblico maschile, in genere poco avvezzo a maneggiare pentole e tegami bollenti e che troverà la foggia di questi strumenti senz'altro rassicurante. Ed è proprio in questa attenzione alle specificità sessuali e alle loro diverse necessità, nonché all'ironia e al sesso come gioco, che risiede il femminile della collezione *XXXitchen*. Mentre, infatti, gli uomini pensano solo alle donne, le donne pensano sia agli uomini che alle donne. I primi seri, mesti e (dopo) orgogliosi. Le seconde pazienti, intense, leggere.

[www.rafzdesign.com](http://www.rafzdesign.com)

| silvo romano e stefano caggiano |



nella pagina a fianco in alto: **Silvia Cogo** - Linea Moz - borsa in corda, 2005 - design week 2007 Triennale di Milano  
nella pagina a fianco in basso: **Alessandra Baldereschi** - Cinderella, 2007 - COIN casa-design - Zona Tortona, Spazio magna Pars, via Tortona 15

qui a sinistra: **Denise Bonapace** - Sciarpa Guanto - collezione Àmano - Punto5, 2006 - design week 2007 Triennale di Milano  
nel box: **Rafz Design** - Collezione XXXitchen - Milano - 2007

# I'M MY OWN MESSIAH

Esuberante, eclettico, copioso, multiforme. Così si presenta il design di Fabio Novembre, acclamato architetto della generazione di mezzo, febbrilmente impegnato tra l'estero e la permeabile roccaforte milanese a trasformare il mondo in un grande paese delle meraviglie. Anche se non per tutte le tasche...

> **Che ne dici di cominciare parlando dei pezzi che presenti quest'anno alla design week milanese?**

Io lamento sempre l'inquinamento semiotico oltre che materico dei designer, quindi, come al solito, ho cercato di fare il meno possibile. Oltre alle piccole cose per Cappellini e Meritalia presento con Casamania un oggetto di arredo urbano piuttosto interessante dal nome *Plus One Tree*. Il testo che segue è stampato direttamente sull'oggetto: "Stai respirando. Te lo ricordavi? È l'invisibile cordone ombelicale che ci lega alla terra. Tutti, indistintamente. Al centro geometrico del tuo corpo c'è una cosa che si chiama ombelico e prima ti nutrivisti attraverso di esso in un caldo bagno materno. Ma adesso è una cicatrice, un ricordo. Adesso tu respiri, e se mentre stai abbattendo un albero ti manca il fiato, non credere che la colpa sia sua".

**Nella tua biografia sostieni di "ritagliare spazi nel vuoto gonfiando bolle d'aria e regalando spilli appuntiti per non darti troppe arie". Ti fai fotografare in versione adamitica con "indosso" solo i tuoi oggetti, oppure nudo mentre dai la mano a un altro te stesso vestito. Quanti Fabio Novembre convivono in te, e quanti nei tuoi progetti?**

Gli altri mi chiamano Fabio Novembre, e di solito sono nudo perché mi piace farmi cucire addosso definizioni che metto o dismetto a seconda delle occasioni. *Haute couture* del peggior gossip e della miglior cultura. E ti dirò che io, scultoreamente adamitico, me ne frego e lascio fare: esercizi di stile per stilisti e sartine. Diciamo pure che bado allo stile con cui indosso tutte queste definizioni, da impeccabile peccatore, facendo del gossip metafisico un manifesto culturale.

**I tuoi lavori esibiscono uno stile fortemente caratterizzato, dall'esuberanza irruente, quasi aggressiva, anche se mai violenta. Usando il design come un fiume in piena non si rischia di farlo fuoriuscire dagli argini?**

Sia chiara una premessa: per sopravvivere i bisogni vanno trasformati in desideri. La (tras)formazione del desiderio è la piattaforma su cui si giocano gli sviluppi di un mercato saturo. L'offerta supera di gran lunga la domanda o, per capirsi meglio, ci sono più sedie che culi. Il merito quindi di vendere altre sedie agli stessi culi va ascritto a chi vende, non a chi produce o a

chi progetta. La percentuale di guadagno sul prodotto finito incassata da chi vende è dalle cinque alle venti volte superiore a quella riconosciuta ai meriti "artistici". Se la si guarda da un altro punto di vista, questa situazione vede la vendita come unica valvola di sfogo di un accumulo merceologico produttivo, il cui intasamento provoca scompensi economici e sacche di disoccupazione. La vendita rimane quindi l'ineliminabile chiusura di un cerchio produttivo nella cui area protetta pascolano i vecchi brontosauri del capitalismo: l'idea demiurgica del progetto e lo sfruttamento illimitato delle risorse. Che poi il cerchio produttivo non sia compatibile con un ecosistema dei consumi dimensionato sul pianeta Terra, questo diventa sempre più evidente. Ma del resto come fa un pusher a preoccuparsi della disintossicazione dei suoi clienti? Non si va più a fare la spesa, il senso di necessità di questa espressione è stato sostituito dalla parola *shopping* che tradotta in italiano, comprare, è un gerundio del vocabolo negozio. Negozio, o comunque luogo deputato alla vendita di prodotti diversi, come interfaccia comunicativa tra la produzione e il consumo. Il ruolo dell'offerta è quindi quello di sedurre, di affascinare, e il negozio diventa il punto di contatto, di relazione. La stimolazione dei desideri attraverso le percezioni sensoriali offerte nello spazio di vendita porta gli utenti verso quelli che oggi vengono chiamati "consumi estetici". E così via ad inventare sogni su misura, a tradurre o sottotitolare per non udenti quel frastuono di ammiccamenti veicolati dalla pubblicità. Essere in quanto consumatore, esercitare il potere d'acquisto, sono i principi fondamentali della democrazia del consumo, i diritti costituzionali della repubblica del

capitalismo, le aspirazioni terzomondiste a una vita migliore. Ma tutto questo non ha bisogno di moralismi ipocriti, l'autodeterminazione è l'unico principio fondamentale, e dalla legalizzazione delle droghe alla libera pornografia tutto deve essere concesso, e la somiglianza tra una coda per il cibo in Ruanda e la coda per l'acquisto da Prada va inquadrata nella non definitezza del principio di necessità. Mi firmo Fabio Novembre, ho fatto e faccio negozi usandoli come pagine bianche su cui raccontare le mie storie. I tempi sono superveloci e i modi impossibili da spiegare, così come l'idea di architettura che dovrebbe esserci dietro. Accusano i miei spazi di protagonismo a danno della merce esposta, mi chiedono comparsate di supporto, ma continuano a darmi lavoro. L'unica vera libertà che lascio a chi entra nei negozi che faccio è comprare o non comprare. Così è.

**Si sente spesso dire che il design serve a risolvere dei problemi. Ma i tuoi progetti sembrano piuttosto mossi dal desiderio di annodare il tessuto della realtà materiale in punti dove prima tutto scorreva liscio e senza intoppi, e che dopo la torsione impressagli dal progetto si trasformano in generatori di vortici, focolai di spirali tanto centripete quanto centrifughe, tanto indugi sulla materia inerte quanto fughe dall'incomprensibile incontestabilità del dato materiale...**

Io non mi sento assolutamente un risolutore di problemi, al massimo posso contribuire a crearne di nuovi. Mi piace pensare di essere l'autore di queste cose che dici, sono belle. Il simbolo del mio studio è sempre stato un Cupido che imbraccia un fucile laser, e forse è questo il mio ruolo di progettista.

**Le tue affinità elettive?**

Il titolo del romanzo di Goethe deriva dalle caratteristiche di alcuni composti chimici che, seppur legati con un altro composto, in presenza di un terzo tendono ad abbandonare il primo legame per formarne uno nuovo. Questo tipo di affinità elettive alternative sono sempre più caratteristiche dei nostri tempi e sono certamente dovute alla labilità dei rapporti. Io mi lascio tentare e sedurre da qualsiasi situazione, ma mi equilibro con un approccio dogmatico ai miei affetti. Quando dico casa ho negli occhi il sorriso di mia moglie e di mia figlia.

**C'entra l'arte con quello che fai?**

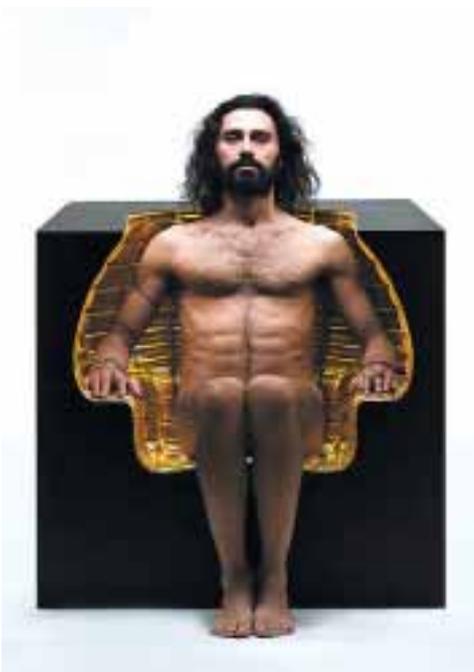
Dopo il Joseph Beuys di "ciascuno è un artista" e il Carmelo Bene di "l'opera d'arte sono io", credo ci sia ancora poco da aggiungere. Il mio "be your own Messiah" è un piccolo ulteriore tentativo di dichiarare la potenziale perfezione dell'essere umano. Ho sempre considerato l'approccio profetico delle religioni occidentali assolutamente negativo rispetto a quello mistico delle religioni orientali. Ho sempre pensato che non c'è niente da aspettare e che bisognerebbe semplicemente prendersi la responsabilità di essere se stessi. Così il mondo potrebbe veramente trasformarsi in una grande opera d'arte. >

| a cura di stefano caggiano |

[link.](#)

[www.novembre.it](http://www.novembre.it)

in basso: Fabio Novembre - POT - prod. Casamania, 2007  
in basso a sinistra: Fabio Novembre - S.O.S. Sofa Of Solitude



# IL MARGINE DI PROGETTO

Il suo design sobrio e allo stesso tempo sorprendente ha procurato a Lorenzo Damiani una non comune serie di prestigiosi premi. Come un alchimista che mescola improbabili ingredienti per osservarne le reazioni, così Damiani combina oggetti diversi per vedere come reagiscono fra loro, suggerendo inediti comportamenti ad un utente posto di fronte al carattere inclassificabile ma singolarmente netto delle sue ibridazioni...

> I tuoi progetti, sempre mirati, sembrano nati dalla ricerca meticolosa di quella perla rara e rarefatta che è la semplicità. L'uovo di Colombo sembra sempre ovvio dopo che gli altri ci sono arrivati. È come se i tuoi interventi portassero alla luce quello che era sempre stato sotto i nostri occhi, solo che non lo avevamo mai visto...

Ricordo quando, al Politecnico di Milano, Vico Magistretti ci parlò di questo aspetto della progettazione, di quando la gente, vedendo alcuni suoi progetti, diceva "cosa ci vuole, è così semplice, posso farlo anch'io!". Pensiero, tra l'altro, dello stesso Munari. Credo che quella lezione abbia rappresentato un bivio molto importante nella mia ricerca progettuale. Poi per la tesi di laurea ho avuto la fortuna di visitare gli studi di alcuni tra i più

importanti designer italiani, quelli che vengono generalmente definiti i "grandi maestri," e ho conosciuto il grandissimo Achille Castiglioni. Dico grandissimo perché ricordo con grande piacere il modo gentile e cordiale con cui ci ha accolto nel suo studio milanese, mostrandoci alcuni di quei tesori che sono i suoi progetti. La cosa che mi ha molto colpito è stata la sua semplicità, quella stessa semplicità leggibile nei suoi progetti e per certi versi irripetibile... Per rispondere alla tua domanda vorrei portare l'esempio di *Fel3*, un nuovo feltrino caratterizzato dalla presenza di tagli che permettono di ottenere altri feltrini di varie dimensioni all'interno di un unico elemento. Pensare a un prodotto del genere mi ha fatto capire che esiste un "margine di progetto" in tutte le cose che ci circonda-

no, anche in quelle apparentemente più semplici e date per scontate: non avrei mai immaginato di poter progettare un feltrino riuscendo a trovare una soluzione migliorativa rispetto all'esistente. Già, migliorativa, perché altrimenti sarebbe stato inutile tutto il mio lavoro: credo sia importante l'idea di progettare per effettuare un piccolo scatto in avanti, una piccola evoluzione rispetto a quello che ci circonda. In questo fortunato caso credo di esserci riuscito.

**Nel miscelatore *Onlyone* per IB Rubinetterie l'erogazione dell'acqua si attiva inclinando il tubo. Marco Romanelli paragona quest'oggetto a una risposta progettuale che risolve una situazione "candid camera", nella quale si rimane spiazzati di fronte a oggetti dalla logica impenetrabile. Questo intervento di scardinamento dell'ottusità di certi oggetti, e quindi dei gesti che ne seguono, sembra una cifra costante del tuo lavoro...**

Essenzialità è una parola chiave, non intesa come ricerca di minimalismo, ma come volontà di raggiungere la massima efficacia nel modo più semplice e lineare possibile, innanzitutto a livello concettuale e funzionale, quindi a livello estetico. Non cerco mai un "purismo" formale fine a se stesso: la forma nasce sempre in rapporto a scelte operate per ottenere la migliore funzionalità, quindi come conseguenza di esse o, più spesso, sviluppandosi in parallelo al definirsi della funzione, al fine di ottenere un'armonica integrazione tra i due aspetti nell'esito finale. Nel mio lavoro vorrei rispondere a esigenze effettive dell'abitare quotidiano, evitando l'autoimposizione di vincoli tesi a mantenere una "coerenza" apparente nelle forme e nei procedimenti. La coerenza, per me, scaturisce da una libera e

costante ricerca di funzionalità e semplicità nel concepire e nel fare. Mi diverte cercare, come dici tu, di scardinare la visione comune dell'oggetto e questo può avvenire anche con interventi minimi. Alla fine, l'evoluzione della specie di un oggetto si concretizza attraverso la trasformazione dell'oggetto stesso e la "selezione naturale" ne determinerà la riuscita o meno. Con *OnlyOne* ho lavorato nello stesso modo di sempre. Sono soddisfatto del risultato raggiunto e per questo devo ringraziare la mamma di *OnlyOne*: IB Rubinetterie.

**Anche se si sente spesso dire che il design serve a risolvere problemi, i tuoi progetti sembrano piuttosto dissolvere problemi, nel senso che, anziché processare i dati del problema, pare che facciamo il processo al problema stesso, svelandone la natura arbitraria e pregiudiziale...**

È meglio essere onesti dicendo che, spesso e volentieri, progettiamo oggetti inutili alla risoluzione dei reali problemi della vita. Sicuramente, con certi interventi, si riesce a ottenere un piccolo miglioramento, ma sono altre le persone che dovrebbero rispondere a questa domanda. Io posso dire che ho imparato a valutare i problemi progettuali in modo distaccato e questo atteggiamento in alcuni casi mi ha permesso di eliminare alcune incongruenze a partire dalla radice. Ricordo che con la lampada *Packlight* ideata nel lontano 1995 mi sono chiesto: perché progettare un'altra lampada? Oppure quando mi sono trovato a pensare come nascondere il sifone dell'acqua è nato il lavabo *H2O*, in cui il sifone stesso è il protagonista del progetto: l'elemento solitamente nascosto è invece fatto risaltare.

**È nota la tua predilezione per ibridazioni come il tavolo/specchio, il quadro/tavolino, il pouf/aspirapolvere. Il tuo design, e forse il design in generale, sembra attirato dai territori di confine come l'aria dal vuoto. Cosa può nascere fra**

**il tavolo e lo specchio, il quadro e il tavolino, il pouf e l'aspirapolvere?**

Tra tavolo e specchio può nascere *Mirror Table*, tra quadro e poltroncina può nascere *Sofàrt*, tra pouf e aspirapolvere direi... *Airpouf*. Per me questi incroci apparentemente improbabili rappresentano delle "schegge impazzite" generatrici di soluzioni inedite e ibride, proposte che cercano di rappresentare la mia visione del contemporaneo. Molto spesso la fusione di alcune tipologie deriva dalla volontà di far nascere oggetti che abbiano "caratteristiche favorevoli" nuove, eliminando quelle "meno privilegiate" e creando così una nuova specie: si potrebbe parlare di mutabilità della specie domestica all'interno del mio percorso progettuale.

**Le forme create dai Maestri del XX secolo appaiono come tentativi di costruire una qualche "familiarità" con ciò che stava cambiando completamente l'aspetto della realtà materiale: la grande diffusione dei prodotti di serie. Le nuove generazioni di designer sembrano invece adottare l'intimità e la confidenza che hanno con gli oggetti industriali come punto di partenza dal quale ridisegnare una nuova antropologia materiale, come se quella esistente non riuscisse nonostante tutto a "tenere"...**

Tutto sta cambiando vorticosamente, ma abbiamo sempre bisogno di oggetti per sederci, per mangiare, per dormire, per divertirci e via dicendo: come prima, come adesso, come in futuro. Sicuramente bisogna riflettere sul rapporto e le relazioni che abbiamo con gli oggetti: guardare al cambiamento e alla trasformazione dei gesti.

**Com'era il design ieri, com'è oggi, come sarà in futuro?**

In-utile. >

| a cura di stefano caggiano |



Lorenzo Damiani  
a sinistra: Fel3  
in basso: Aripouf  
in basso a sinistra: Packlight



## IL NOSTRO PARTNER

Fuorisalone.it giunge alla sua sesta edizione. Con un milione e mezzo di pagine viste solo durante la settimana del design, Fuorisalone.it si conferma come il più importante punto di riferimento online sulla kermesse milanese per la comunità di designer e aziende. L'obiettivo è come sempre la promozione del design come evento, performance, installazione sul tessuto urbano. Un design che, uscendo dai suoi spazi ufficiali, diventa accessibile a tutti grazie all'utilizzo di nuovi strumenti. Il sito [www.fuorisalone.it](http://www.fuorisalone.it) presenta una mappa di Milano interattiva e completamente navigabile, che raccoglie ogni contributo prodotto. È inoltre possibile scaricare la guida di tutti gli eventi direttamente sul proprio telefonino: la DesignMobile guide, utilizzabile da tutti i telefoni con installato Java™, un progetto sviluppato in collaborazione con Nokia, Jusan Network® e Mentigrafica. Cuore di Fuorisalone.it per l'edizione 2007 è il progetto E.reporter, che chiama a raccontare i personali punti di vista sugli eventi in real time sul portale attraverso immagini e testo (progetto in collaborazione con Adidas per l'identificazione e il supporto comunicativo). Quest'anno Fuorisalone.it chiuderà la settimana del design con la festa Restane Fuori Party nella serata del 22 aprile presso Baseb di via Lambruschini 36, in collaborazione con l'associazione Zonabovisa e il supporto di Nastro Azzurro. Main Sponsor del progetto Fuorisalone.it è Nokia Nseries.

## THAT'S DESIGN!

Superstudio 13 / Industria Superstudio,  
Via Bugatti 9 / Via Forcella 13

Prima assoluta di quest'anno, *That's Design!* è un evento dedicato alle scuole internazionali di design ideato da Domus Academy, Consorzio POLI.design, Facoltà del Design e Dipartimento INDACO del Politecnico di Milano, e ZOT srl. Partner: Alcantara, Fap Ceramiche, Mamoli (con un'installazione di Alessandro Mendini), Nokia Nseries, Pircher, Tucano, Mtv Italia.  
[www.zonatortona.com](http://www.zonatortona.com)

## UNDERCONSTRUCTION

Superstudio Più, Art Garden, Via Tortona 27

Nell'Art Garden di SuperstudioPiù sorge *Planit*, il "prefabbricato di design" nato da un'idea di Paola Lenti e Chicco Bestetti, progettato da Bestetti Associati e prodotto da Pircher Oberland. Un modulo abitativo in cui tutte le componenti sono funzionali e studiate per rispondere ad esigenze concrete, interpretato da Paola Lenti con le sue nuove collezioni di tappeti e sedute. Il giardino è ideato da Frassinogodiocotto. Le illuminazioni sono studiate da Disano Illuminazione e all'interno di *Planit* Rubinetterie Ritmonio e Eclettis presentano i loro nuovi prodotti dal design sofisticato. L'evento è coordinato da Recapito Milanese. Partner: Pircher, Paola Lenti, Frassinogodiocotto, Eclettis, Rubinetterie Ritmonio, Disano Illuminazione.  
[www.zonatortona.com](http://www.zonatortona.com)

## PRESS & MEETING POINT ZONA TORTONA DESIGN 2007

T35, Via Tortona, 35

È il quartiere generale di Zona Tortona Design 2007, che offre servizi a giornalisti, designer e visitatori. Le mattine sono dedicate all'approfondimento con workshop, dibattiti, presentazioni. Nei pomeriggi si svolgono una serie di seminari con l'intervento di importanti architetti e designer. Partner: Lea Ceramiche, Bmw, Nokia Nseries e il magazine russo Monitor.  
[www.zonatortona.com](http://www.zonatortona.com)

## KARTELL E NOKIA ALLEATI PER IL DESIGN

Inedita e interessante partnership tra due colossi dei rispettivi settori: la finnica Nokia e l'italiana Kartell si alleano in occasione del Salone del Mobile in nome dello stile e del design. La partnership è articolata in più progetti e iniziative che accompagneranno i visitatori alla scoperta dei percorsi sensoriali "dentro e fuori" la manifestazione. Dove? Un po' ovunque. Intanto in fiera, a Rho, dove Nokia Nseries sarà presente per la prima volta al *Salone Internazionale del mobile* all'interno dello spazio Kartell, per raccontare e far vivere al pubblico un'esperienza multimediale a 360°. Poi nella sede di Kartell (a Noviglio), dove ci saranno animazioni multimediali curate da Nokia Nseries in occasione di presentazioni, incontri, conferenze e mostre. E dove verrà presentato l'ampliamento del Kartellmuseum. Le aziende non mancheranno neppure a *That's Design!*, evento dedicato ai giovani designer presentato al Superstudio13 e nell'Industria Superstudio in via Bugatti 9. Kartell e Nokia Nseries saranno, inoltre, presenti in *Zona Tortona Design 2007* all'interno del Press & Meeting Point al T35 in via Tortona 35 al Nokia Nseries Lounge. Il piano superiore del T35 diventerà un salotto lounge per vivere e provare le esperienze multimediali che fanno dei telefoni cellulari l'ultima frontiera della domotica.




## B.E.S.T. up! - Bello Equo Sostenibile (up!)

Superstudio Più, Art Garden, Via Tortona 27

Ideazione e coordinamento di Clara Mantica e Giuliana Zoppis. Un percorso nella progettazione della sostenibilità che non dimentica l'aspetto legato alla piacevolezza del prodotto ideato, con l'obiettivo di valorizzare e collegare tutti quegli attori - progettisti, aziende, enti - che operano per generare trasparenza nei processi, eco-efficienza dei prodotti e dei servizi, e consapevolezza nei comportamenti. Partner: Zona Tortona, Chiamamilano, Art Book, Design Library, Design-Italia, Material Connexion, Well-tech, Remade in Italy, Politeca-Politecnico di Milano, Luisa Cevese Edizioni, Esterni, Fabbrica del Vapore con Studio Azzurro, Care Of, Laboratori Dagad, One Off, Polifemo, Neon, Ariella Vidach, Accademia del gioco dimenticato, Altromercato, Brasilartes, Comieco, Valcucine, Electrolux, Luisa Cevese Edizioni, Benedini Associati.  
[www.bestup.org](http://www.bestup.org) / [www.valcucine.it](http://www.valcucine.it)

## DIEGO GRANDI PER LEA CERAMICHE

T35, via Tortona 35

Si chiama *GPS - Geografia Per Superfici* il lavoro realizzato da Diego Grandi per Lea Ceramiche, progetto di forte impatto che racconta attraverso l'uso del materiale ceramico una geografia ridefinita e immaginata, studiata in uno spazio di riflessione e comunicazione.  
Tel. +39 0536 837811  
[info@ceramichelea.it](mailto:info@ceramichelea.it)  
[www.ceramichelea.com](http://www.ceramichelea.com)

## ARMANI/CASA

via Manzoni, 31

La collezione Armani/Casa 2007/2008 è mossa da un desiderio di integrazione armoniosa fra due emisferi, quello femminile e quello maschile. Geometria e purezza del disegno caratterizzano i nuovi protagonisti della collezione 2007/2008, ma a tale cifra stilistica rigorosa e purista si aggiunge una ricerca ancor più meticolosa sul decoro e sulla lavorazione artigianale, che trasforma ogni singolo prodotto in pezzo unico, esclusivo, d'alta moda.  
[www.armanicasa.it](http://www.armanicasa.it)

## MORFONAUTA

Superstudio Più / basement 1, Via Tortona, 27

Neonato marchio di industrial design che unisce l'elemento industriale all'elemento artigianale. La proposta si concentra su tre oggetti di grande impatto estetico: *Morfojet*, *Washington in fiamme* e *Edipo*.

[morfonauta\\_design@alice.it](mailto:morfonauta_design@alice.it)



## C'ERA UNA VOLTA... UNA PRINCIPESSA

Spazio Espositivo "Secondopiano",  
via Ulrico Hoepli 5

Oggetti luminosi ideati da Gumdesign per Lucedentro. Una collezione di gioielli per bambine e non solo, nati dalla rivisitazione di anelli e collane da favola realizzati con un con un materiale contemporaneo, il pvc fotoluminescente "Lucedentro". Un nuovo modo per sentirsi le nuove principesse del XXI secolo. Dalle 10.00 alle 19.30.  
Tel. 02 86487208  
[www.gumdesign.it](http://www.gumdesign.it)  
[www.lucedentro.com](http://www.lucedentro.com)

## ALBERTO DEL BIONDI - INDUSTRIAL DESIGN

Teatro del Design,  
Via Tortona 27

A fianco dello storico business del design della moda e degli accessori, l'Industria del design si è di recente potenziata con una divisione di industrial design dedicata a progetti in settori quali l'oggettistica e i macchinari, con una divisione di architettura e una di interior Design.

**COWPARADE***Zona Tortona*

*Cowparade*, la grande mostra a tema di arte contemporanea che dal 1998, da un'idea del famoso scultore svizzero Pascal Knapp, invade tutti gli anni le vie delle metropoli del mondo portando la creatività degli artisti in mezzo alla gente, sarà anche a Zona Tortona Design 2007, oltre in altre location di Milano. Protagoniste della manifestazione 100 "mucche d'artista" in vetroresina, grandezza naturale, trasformate "ad arte" da artisti, stilisti, designer, architetti, fotografi affermati, invaderanno le strade, le piazze, i giardini della città.

**ESTERNI - DESIGN PUBBLICO**

Dal 16 al 23 aprile 2007 Esterni anima gli spazi di Milano all'insegna del design pubblico. Il pubblico della settimana del design è invitato a partecipare alle azioni, installazioni, eventi che esprimono un nuovo concetto di città e di design inteso come ospitalità allargata e alternativa, proposte per lo spazio pubblico, tre punti speciali d'osservazione sulla città e momenti di festa e aggregazione negli spazi aperti.

*Martedì 17 aprile, Piazzale Cadorna - dalle 17:* La cena di tutti. Assi, cavalletti, martelli e chiodi saranno a disposizione di chiunque voglia contribuire a realizzare la grande tavolata in legno con 200 più posti a sedere. Si mangia solo a lavori ultimati (verso le 20,00).

*Mercoledì 18 aprile, Mura Spagnole, via Filippetti - dalle 19.30:* Il paesaggio di tutti. Le grandi affissioni pubblicitarie a cui Milano si è abituata come a un male inevitabile diventeranno tele su cui inventare e schermi per proiezioni. Tutti sono invitati a partecipare. Radio Marconi Trio contribuirà al momento di festa con la sua musica allegra e coinvolgente.

*Giovedì 19 aprile, Campus Bovisa, via Durando 10 - dalle 19.30:* La casa di tutti. Dalla 19 alle 22 la *Casa dei Designer* e i suoi abitanti accolgono chiunque voglia trascorrere una serata in compagnia, per conoscere, curiosare e gustare lo spazio della Sala Carlo De Carli presso il Campus Bovisa allestito ad ostello temporaneo per giovani provenienti da tutto il mondo. Durante la serata aperitivi, grigliate per tutti e musica con dj set di Tommaso Toma e dj Resident.

*Venerdì 20 aprile, Piazza Bergognone, angolo via Tortona - dalle 19.30:* Il letto di tutti. Elogio collettivo della lentezza celebrato in una piazza, un incrocio, un parcheggio per auto che diventano enormi letti dove chiunque, complice un allestimento spiazzante e assolutamente insolito, potrà riposare o dormire sotto il cielo d'aprile. Dj set Broken\_Exx.

*Sabato 21 aprile, Via Sarmatini 36 - dalle 21:* La festa di tutti. Il sottopasso della Stazione Centrale, luogo simbolo del caos urbano, si trasforma per il terzo anno consecutivo in un luogo di festa e incontro. Un appuntamento ormai atteso in città che nel 2006 ha visto la partecipazione di oltre 5.000 persone. Durante la serata si avvicenderanno alla consolle Arbeiter, Les Mokò feat. Lagash, The Smoke keepers.

Stefano Zicchieri - 333 3892294 | Rosa Mazzapica - 329 2210687 | Matteo Marelli - 349 5489602  
media@esterni.org | www.designpubblico.it

**KEF PRESENTA MOUN**

Museo Della Scienza Leonardo Da Vinci,  
via San Vittore 21

Ross Lovegrove per KEF, azienda inglese leader nella produzione di tecnologia acustica all'avanguardia, si è ispirato alla forma del suono dello spazio. L'inconfondibile segno organico del designer considerato tra i più innovativi del XXI secolo diventa scultura sonora di 2 metri presentata in un luogo segnato dalla storia e dalla passione per l'innovazione: la Sala del Cenacolo del Museo Nazionale della Scienza e della Tecnologia di Milano. Giganteschi diffusori amplificano non solo i suoni ma, attraverso le loro superfici riflettenti, anche i magnifici affreschi settecenteschi della sala, dando vita a una vera e propria *liquid experience*. Dalle 12,00 alle 21,00.

Tel. 02 83729245

media@tanjasolcstudio.it

**ORECCHIETTA - DAL GUSTO AL DESIGN**

Biblioteca S.Maria Incoronata, corso Garibaldi 116

Il design è il mezzo scelto per comunicare, l'orecchietta la fonte d'ispirazione. La tipica pasta pugliese oggetto-simbolo del territorio per creare una nuova funzionalità-oggetto che contenga valenze originarie legate alla qualità della vita. La Masseria, la tipica casa pugliese, da avamposto di difesa militare è oggi oasi di genuinità e salvaguardia del benessere individuale. "I prodotti, le attività, le abitudini, che fanno parte della vita della masseria, perpetuano la difesa dei valori locali contro la massificazione". Così Rossana Muolo di Masseria Torre Cocco presenta il concorso di design a inviti: "Orecchietta, forma e funzione: dalla gastronomia al design, dal gusto all'immagine", i cui esiti sono presentati all'esposizione *Orecchietta, dal gusto al design* presso la Biblioteca S. Maria Incoronata.

Tel. 02/29000444

press@pegrel.it

**SAPORITI ITALIA (INSIDE ART 07)**

Fondazione Arnaldo Pomodoro, Via Solari 35  
Officina Tortona 32, Via Tortona 32

Prosegue il progetto *Inside Art*, il laboratorio di Saporiti Italia per creare oggetti d'arredo per i grandi spazi dell'arte e dell'architettura. Il tavolo come luogo per esporre, mostrare, servire, conservare, consultare e lavorare è l'oggetto delle ricerche di Pierluigi Cerri e Alessandro Colombo, Marco Ferreri, Setsu e Shinobu Ito, Marti Guixé, Eric Maria, Gianfranco Pardi, Park Associati e Carlos Zapata, che in totale libertà nell'espressione e nell'uso dei materiali propongono una serie di oggetti diversi ma accomunati dall'originalità del disegno e dalla raffinatezza nell'esecuzione.  
www.saporiti.com

**LORENZ - COLLEZIONE NEOS**

Via Monte Napoleone 12

Oltre alla collezione in serie limitata colore a cura del Lorenz Lab, Lorenz presenta in occasione della settimana del design 2007 le nuove versioni colore realizzate in serie limitata per la collezione *Neos*. L'orologio *Lorenz Neos*, disegnato dal laboratorio multidisciplinare Culdesac e presentato lo scorso settembre 2006 è stato questa volta reinterpretato dal Lorenz Lab e disegnato da Alessandra Paglialonga nei modelli *Missy* per lei e *Dancer* per lui.  
www.lorenz.it

**ACCADEMIA DEL GIOCO DIMENTICATO**

Parco di Piazza Gerusalemme

A pochi metri distante da Fabbrica del Vapore *Happy Pank* è un'iniziativa per sensibilizzare i bambini all'arte e alla creatività costruendo elementi d'arredo con confezioni di succhi di frutta, barattoli, contenitori e materiale di scarto. Venerdì sera e sabato pomeriggio esibizioni di capoeira, sabato sera canzoni milanesi e fisarmonica. Cocktail 20 aprile, ore 18.30.

**S.O.S.TA**

Via Procaccini 4

Un intervento performativo/installativo organizzato da Ariella Vidach e AIEP, DiD Studio, una lezione di movimento a cui il pubblico può partecipare seguendo i movimenti dei 20 danzatori. Una telecamera riprende i corpi e le azioni nello spazio e i dati di ciascuna persona (posizione, velocità, massa corporea) vengono proiettati sulle pareti creando una dimensione di realtà aumentata. Cocktail 18 aprile, ore 18.30

**DÉKK/ABITARE**

Mascherenere,  
via Procaccini 4

Una mostra a cura dell'Associazione Sunugal ospita 30 riproduzioni in legno di figure antropomorfe a grandezza reale realizzate da giovani artisti senegalesi che vivono e lavorano a Dakar in un villaggio chiamato "spazio degli artisti". Cocktail 18 aprile, ore 18.30.

**FIRST CUT**

Fabbrica del vapore, via Luigi Nono 7

Tagliare, ritagliare, rifilare, nel linguaggio della progettazione indica quel gesto deciso che dà una forma alle superfici (ma spesso anche ai sentimenti e alle intuizioni) attraverso un'azione precisa che tagliando stabilisce un confine, un limite e dunque traccia i contorni di una forma. Nel primo taglio è già inscritta la profondità di una decisione (decidere etimologicamente significa tagliare). Dopo aver esplorato le potenzialità espressive della prototipazione rapida (*In Dust We Trust* 2004), aver rivisitato un'idea di modello (*Model Ideas* 2005) e analizzato la potenza espressiva del sogno progettuale (*Dream* 2006), Industreal concentra quest'anno la propria ricerca sulle potenzialità che il taglio laser offre sia in termini di precisione che in termini di flessibilità in rapporto alle idee. Cocktail: Venerdì 20 aprile dalle 18.30.  
Tel. +39 02 36517890 | info@industreal.it

## INDUSTREAL VARIATIONS 2007

Via Luigi Nono 7

De Lucchi, Mendini, Sottsass, Sowden: variazioni d'autore sul tema della porcellana. Industreal ha invitato i quattro designer ad interpretare ciascuno con la propria sensibilità la sublime arte della porcellana, un archetipo narrativo che dà contenuto formale ai contenitori per antonomasia: il vaso, la ciotola, il cratere, la coppa. Dalle 9:00 alle 19:00. Cocktail: Venerdì 20 Aprile 2007 dalle 18:30.

## LUCE<sup>3</sup> (LUCE AL CUBO)

Neroacciaio, via Ettore Ponti 53, viale Gian Galeazzo 17

Un progetto di Daniele Mazzoleni in cui "luce e cubo diventano insieme contenitore ed esatto contrario". Imprigionare la luce per liberarla attraverso aperture sapientemente disegnate e renderla artefice di effetti spettacolari sulle superfici circostanti con la complicità di una forma pura ed essenziale e di materiali tecnologici: questo il messaggio delle opere esposte, complementi di arredo dalla forte personalità e di attualissima espressività architettonica, dove il cubo rappresenta il punto di incontro tra arte e architettura.

Tel. +39 02 36534077  
www.neroacciaio.com | neroacciaio@gmail.com



## BOMBAY SAPPHIRE DESIGNER GLASS COMPETITION

Magna Pars, via Tortona, 15

Designers internazionali hanno lavorato alla creazione di un bicchiere da martini cocktail ispirato a Bombay Sapphire, il famoso gin dalla particolare bottiglia azzurra. I vincitori delle diverse nazioni competition si incontreranno a Milano per la finale mondiale. Il 19 Aprile un gruppo di autorevoli giudici selezioneranno il designer vincitore che riceverà un premio di 15.000 dollari. L'evento sarà innaffiato dal martini cocktail realizzato da un mixologist Bombay Sapphire. Il bar di Bombay Sapphire al Magna Pars è aperto ogni sera, per tutta la durata della fiera da mercoledì 18 Aprile a Lunedì 23 Aprile 2007. L'entrata è libera. www.bombaysapphire.com

## LABORATORIO DAGAD - 10 X 10

Via Luigi Nono 7

Dieci capolavori del design italiano analizzati dal punto di vista della sostenibilità, dell'impatto sull'ambiente del materiale utilizzato e della sua futura dismissione, riciclo, e dei processi di energia impiegati. Guardando dieci capolavori del recente passato è interessante considerarne questi aspetti e verificare come ci si comporterebbe oggi. Cocktail 19 aprile, ore 18.30

## YAMAGIWA LIGHTING DESIGN 2007

Spazio Vito Nacci - V, via Durini 9/11

Yamagiwa presenta una collezione di luci unica e innovativa realizzata da Makio Hasuike, Toyoy Ito, Ross Lovegrove, Pablo Reinoso e Tokujin Yoshioka. Dalle 10.00 alle 20.00.  
tel. +39-02-89429294  
info@bullets.it

## ALBA A MEZZANOTTE

Piazzale di via Procaccini 4

Un progetto di Studio Azzurro. Trecento sdraie disposte a quadrato al centro del piazzale. Qualche minuto prima della mezzanotte il pubblico inizia a prendere posto. Nel silenzio totale inizia l'attesa: una nota con pochissime variazioni, un canto lieve e continuo seguito da un bagliore tra gli edifici: è un pianeta di luce che sorge sulle pareti degli edifici, percorre la sua orbita e lentamente scompare nel buio. L'esperienza dell'attesa porta a riappropriarsi del concetto di tempo. 18, 19, 20 e 21 aprile ore 23.30. Inaugurazione 18 aprile con una serata di festa.

## SUPEREGO EDITIONS

Tingo Design Gallery, via Volta 18

Inaugurazione venerdì 20 aprile ore 19.00, Creative Cocktail curato da Giorgio Migliardi Per il secondo anno consecutivo Tingo Gallery ospita Superego Editions che raccoglie pezzi unici, edizioni limitate e prototipi realizzati da designer affermati come Sergio Asti, Matteo Cibic, Paolo Deganello, Massimo Giaccon, Ugo La Pietra, Angelo Mangiarotti, Alessandro Mendini, Ambrogio Pozzi, Lino Sabattini, Sandra Virilini, e da giovani come A.V.I., Roberto Rizzi, Francesco Rodighiero.  
www.superegoeditions.com  
info@superegoeditions.com  
www.tingo.it, info@tingo.it

## WALKING FAMILY

Transito di Urano, Vannucci 13  
Galleria/libreria A+M Bookstore, via Tadino 30



Maoli, editore di una collezione di arredi esclusivi ideati in Italia ma frutto delle influenze di viaggi in paesi lontani, inaugura una nuova stagione di collaborazioni con designer esterni e ne presenta il primo frutto a Milano in occasione

dell'edizione 2007 del Salone del Mobile. *Walking Family* è una serie di tre elementi in legno massello concepiti da Alessandro Loschiavo come fossero i componenti di una famiglia zoomorfa con lo stesso atteggiamento imperturbabile di certe creature che abitano la savana. Le quattro gambe a S, tra loro identiche, sono fissate ai quattro spigoli del piano a coppie in senso opposto così da ricordare un movimento simile a quello di un quadrupede che cammina. La rivela inoltre uno studio rivolto alla massima riduzione degli sprechi nella fase di lavorazione del legno massello, materiale ormai raramente utilizzato nella produzione di oggetti in serie. Transito di Urano, dalle 11,00 alle 13,00 e dalle 16,00 alle 20,00. A+M Bookstore, dalle 11,00 alle 13,00 e dalle 16,00 alle 19,30.

Tel. +39 0331 777 598 | www.maoli.it | info@maoli.it

## SUPERNORMAL

Triennale, via Alemagna 6

La mostra curata da Jasper Morrison e Naoto Fukasawa è un manifesto di ciò che il design rappresenta per i curatori: il progetto di oggetti comuni, di uso quotidiano, quali portacenere, forbici, penne, ma destinati a durare nel tempo e a caratterizzare lo spazio con la loro presenza silenziosa.  
www.triennale.it

## AXOLUTE TRENDS

Triennale, via Alemagna 6

Bticino presenta la mostra *Axolute Trends*, 10 stanze tra frammenti di arredo, tendenze di stile e tecnologie evolute, raccontate attraverso le forme, le materie e le funzioni del sistema *Axolute*. Il progetto, a cura di Marta Laudani, indaga le tendenze più attuali dell'abitare: ambienti in cui decorazione, design e innovazione si intrecciano con le valenze estetiche e funzionali della linea *Axolute*, in cui la più avanzata tecnologia per la gestione della casa risponde alle esigenze di differenti espressioni abitative. Le scenografie sono dello Studio Ravaiooli Silenzi. Dalle ore 10,30 alle 22,30.  
Tel. +39 02 57378503  
www.bticino.it  
manuela.scisci@bticino.it

## ALL YOU NEED IS LIGHT + LUCE + ENERGIA

Triennale, via Alemagna, 6

Ottagono presenta un progetto ideato da Aldo Colonetti e coordinato da Piero Castiglioni e Giorgio Di Tullio con Michele De Lucchi, Denis Santachiara, Luca Scacchetti. Allestimento Franco Origoni (Origoni & Steiner). Al centro della mostra la luce intesa come linguaggio che definisce, disegna e dà significato all'architettura e agli spazi domestici, rovesciando il rapporto tradizionale tra luce e spazio abitato.  
Tel. 0234530468  
www.ghenos.net  
info@ghenos.net

## Exibart.design

a cura di  
Stefano Caggiano

**DIRETTORE**  
Massimiliano Tonelli

**STAFF DI DIREZIONE**

Valentina Tanni  
(vicedirettore)  
Marco Enrico Giacomelli  
(caporedattore centrale)  
Massimo Mattioli  
(caporedattore news)

**SUPERVISIONE**  
Anita Pepe

**ASSISTENTE  
DI REDAZIONE**  
Valentina Bartarelli

**IMPAGINAZIONE**  
Athos de Martino

**REDAZIONE**  
www.exibart.com  
Via Calim�aruzza 1  
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**  
65.000 copie

**IN COPERTINA**  
Dorothy Gray  
Pixer - Non gioco più Table  
lamp (particolare)

**EDITO DA**  
Emmi s.r.l.  
Via Calim�aruzza, 1  
50123 Firenze

**DIRETTORE GENERALE**  
Antonio Contento

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

## CHILLIN' BOVISA

Polignum, via Tartini 10

Legare mobili e oggetti di design al contesto urbano circostante. Fare in modo che i landmarks del quartiere si concretizzino in oggetti del quotidiano. Congelare il presente della Bovisa, quartiere in trasformazione, per evitare che il futuro ne cancelli il passato. Polignum presenta le riflessioni sul tema "salvare e riconvertire, non dimenticare" di giovani artisti, designer e fotografi come Filippo Cesare, Bergamini, Karl John Medcalf, Andrea Milan. Dalle 18.00 alle 22.00 | Tel. 3391137529 | eah.m1978@libero.it | polignum@polignum.it

## NEFF - IL MONDO DELLA COOKINGMANIA

Spazio DesignElementi,  
via Lazzaretto 3

Neff presenta la nuova gamma di forni a vapore con un menu gustoso da scoprire insieme agli Speciali di Ballarini. Dalle ore 9,00 alle 20,00. Evento con chef dal vivo venerdì 20 aprile. Tel. 335 7029422 paola.alghisi@cabrini.it

## I COLORI DEL CIBO NELL'INTERIOR DESIGN

Cantiere dei 5 Sensi,  
via Carmagnola 5

Gaggenau in collaborazione con Il Cantiere dei 5 Sensi presenta *I Colori del cibo nell'interior design: una casa tutta da mangiare*: il Gusto della linea Food Gaggenau Gourmet interpretato negli spazi polifunzionali del Cantiere dei 5 Sensi. Dalle 19,00 alle 23,00. Evento con live cooking giovedì 19 aprile. Tel. 335 7029422 paola.alghisi@cabrini.it

## OLTRE IL PROGETTO

Segheria, via Meda 24

Il progetto come vocazione. L'architettura come responsabilità del senso e della storia dell'uomo. Il curatore Tanja Solci invita Claudio Silvestrin a rappresentare il suo pensiero per conoscere l'aspetto intimo e invisibile del progetto. L'architetto italiano, londinese di adozione, svela l'intima sintassi della sua architettura con un'installazione che accompagna il visitatore nelle diverse fasi del suo fare progettuale rappresentate da quattro stanze: la stanza della contemplazione, la stanza dell'azione, la stanza del lavoro e la stanza del sogno. Tel. 02 83729245 | media@tanjasolcistudio.it



## HUGIN E MUNIN - PENSIERO E MEMORIA

Atelier Forte, via Corelli 34

AtelierFORTE di Duilio Forte presenta *Hugin e Munin, pensiero e memoria*. Guidati dai due corvi di Odino, Hugin e Munin, il visitatore si immerge nel mito scandinavo, nella fiaba e nella leggenda tra il ferro e il legno, attraverso un percorso di installazioni, architetture, sculture e abiti. Calendario: 17 aprile: 19-23 Vernissage; 18 aprile: 19,00-22,00 cocktail; 19 aprile: 19,00-22,00 cocktail; 20 aprile: 19,00-24,00 party; 21 aprile: 19,00-22,00 cocktail; 22 aprile: 12,00-17,00 brunch; 23 aprile: 19,00-22,00 cocktail. Tele. +39 0270208099 | www.atelierforte.com | mail@duilioforte.com

## TOP TEN / DIECI E LODE

British Council, via Manzoni 38

L'attesa vetrina del British Council sul giovane design britannico festeggia il suo decimo compleanno. È dal 1997 che ogni anno British Council sposa la vivacità della settimana milanese del Salone del Mobile esponendo nelle proprie sale i prototipi ideati dai giovani designer vincitori del concorso nazionale lanciato tra gli studenti dell'ultimo anno di università e scuole di design della Gran Bretagna.

Per marcare i dieci anni di vita dell'ambita vetrina, una divertente novità. In giuria, con Tom Dixon, presente fin dagli albori della rassegna, e Emily Campbell del British Council, figureranno tre dei vincitori della prima edizione del 1997, ormai attivissimi nel mondo del design: Pamela West, Matt Edmonds (insieme noti con il "marchio" Frank) e Anthony Dickens, i cui lavori saranno esposti accanto ai prototipi dei più giovani colleghi insieme con quelli di Neil Austin, direttore del dipartimento di *Contemporary Furniture and Related Product Design* del Buckinghamshire Chilterns College. 18-20 aprile: dalle 10,00 alle 19,00. 21-23 aprile dalle 10,00 alle 16,00. Tel. 02 77222232 - Cell. 348 3861340 | www.britishcouncil.it | Emanuela.sias@britishcouncil.it

## DEADIDEA

All over the city

La città accoglie le sagome simboliche ed ironiche di grandi designers internazionali e delle loro creazioni. Si tratta di un tributo, un *divertissement* ideato da Angelo Cruciani e Robert D. Chendler, ai designer contemporanei che hanno rivoluzionato con le loro idee il modo di vivere globale. www.deadidea.net

## SWAROVSKY CRISTAL PALACE

Spazio Della Valle, via Savona 56

Anche quest'anno importanti nomi firmano la collezione di cristalli Swarovsky producendo brillanti creazioni. Tra i progettisti: Patricia Urquiola, Pierre Paulin, Rosita Missoni. www.swarovskyparkles.com/architectureanddesign

## DESIGNBOOM E FIAT - 500 WANTS YOU!

Piazza San Babila

Designboom e Fiat presentano i vincitori del concorso 500 wants you!. Fra i progetti presentati segnaliamo *Driving Cinema*, che incorpora un proiettore e una videocamera nella parte anteriore di una Fiat Cinquecento. www.designboom.com

## QUODES

Forcella 7, via Forcella 7

Quodes presenta la sua prima collezione di mobili di Marcel Wanders, Alfredo Häberli e Barber Osgerby, composta da una toletta con sgabello, due mobili-scultura e una serie di credenze caratterizzate dal melange tra struttura modulare e artistica con un eco anni settanta. La libreria Pattern di Alfredo Häberli è stata nominata Miglior sistema estetico-strutturale 2006 da Wallpaper Magazine. www.quodes.com

## MAXDESIGN

Castello Sforzesco

Salone Internazionale del Mobile, pad. 12, stand E04

*Stripe Bench* di Gabriele Pezzini. Seduta multipla monoblocco in poliuretano strutturale. La forma della panca si disegna per la traslazione delle curve di comfort degli spazi seduta. Concepita per essere prolungabile definisce lo spazio con estrema leggerezza. Le sedute possono essere anche accostate lateralmente, ampliando la forma predefinita in un'estensione dell'onda che suggerisce la funzione. Tel. +39 0432 996412 | www.maxdesign.it | info@maxdesign.it



## OPOS - VECCHIO/OLD



Asapstore,  
C.so Garibaldi

Nei giorni della design week Opos presenta i risultati del progetto *Vecchio/Old*, concorso aperto a designer e architetti invitati a proporre una nuova definizione del "vecchio", per riflettere sui modi dell'esperienza e del ricordo in un mondo che fa di tutto per rimuovere ciò che non è più nuovo.

[www.opos.it](http://www.opos.it)

## LIVEDESIGN

Metaflow, Via Teulí 11

Work-show-live di tre giorni per raccontare attraverso una serie di workshop a partecipazione aperta il modo italiano di fare design, attitudine che va oltre il progetto per farsi veicolo di emozioni e relazioni. 20 aprile: *Il design per abitare* - workshop di Nicoletta Morozzi: "Do knit yourself"; Alessandro Guerriero: "Tele Vendo Tele Comprì"; e Diego Grandi: "Tramezzini Multigusto". 21 aprile: *Il design per ospitare* - workshop di Cliostraat: "Mobile City"; Peter Bottazzi: "Circo-stanze"; Ciboh: "Cibohost". 22 aprile: *Il design per comunicare* - workshop di Claudio Sinatti: "Today's the day the teddybears have their picnic"; Giulio Iachetti: "Provini di design"; Paola di Bello: "De-seign"; Tanja Solci: "Vita da cani". Ogni sera si svolge una festa con ospiti musicali, performance interattive, interventi di food designer e le esposizioni dei progetti nati durante la giornata. 20 aprile: Dj Fonx, Dj Pandaj & Dj Aladin, Dj Rob Swift. 21 aprile: Dj Ca\$hmere, AntiAnti DJ Set, Cor Veleno. 22 aprile: Retina.it, Jan Jelinek. Una grande box-casa verrà continuamente "riprogettata" grazie all'intervento di differenti gruppi di artisti e performer che si alterneranno senza sosta da mattina a sera inoltrata.  
[fzocchi@metaflow.it](http://fzocchi@metaflow.it)

## JANNELLI &amp; VOLPI

Design Library,  
via Savona 11

Jannelli & Volpi lancia il concorso internazionale Wall Paper Design Contest per la progettazione di una decorazione murale interpretata come vero e proprio elemento d'arredo attorno al quale sviluppare il concept per una camera d'albergo o bed & breakfast. Tra i membri della giuria: Stefano Maffei (Opos), Cristiano Seganfredo (Fuori dal Vuoto.it), Stefano Caggiano (Exibart).  
[www.jannellievolti.it](http://www.jannellievolti.it)

## SUPERSTUDIO PIÙ

Via Tortona, 27

Negli spazi del Superstudio Più, sotto la consulenza artistica di Giulio Cappellini, sono presenti marchi importanti della scena del design internazionale. Lo studio Tom Dixon, ([www.tomdixon.net](http://www.tomdixon.net)), ma anche la ditta Luzifer, ([www.luziferlamps.com](http://www.luziferlamps.com)), di Valencia che quest'anno presenta il Mikado, di Miguel Herranz, vincitore del premio "Design Plus" 2006 del German Design Council e la Link di Ray Power. Presente anche Bisazza ([www.bisazza.it](http://www.bisazza.it)), ditta specializzata nella produzione del mosaico di vetro che per la design week presenta una nuova serie della collezione Bisazza Home. Anche Foscarini ([www.foscarini.com](http://www.foscarini.com)), che espone le sue lampade più iconiche e innovative attraverso una performance del tutto inedita di luce e suoni a cura di Vittorio Locatelli e Carlo Ninchi giocata su immagini caleidoscopiche.  
[www.zonatortona.com](http://www.zonatortona.com)

## SERGIO RODRIGUES

Random,  
corso di Porta Nuova 52

LinBrasil Company presenta per la prima volta a Milano la collezione del pluripremiato designer e architetto brasiliano Sergio Rodrigues. I suoi arredi, prodotti in esclusiva dall'azienda LinBrasil, offrono una panoramica di cinquant'anni di creatività dove comfort e design si coniugano con l'utilizzo di essenze pregiate di legno massiccio dando vita a forme contemporanee. Dalle 11,00 alle 21,00. Cocktail ogni giorno.  
Tel. +39 02 89 00 632  
[www.internosagency.com](http://www.internosagency.com)  
[internos@fastwebnet.it](mailto:internos@fastwebnet.it)

## MOROSO

Showroom di via  
Pontaccio

Tokujin realizza per Moroso un'installazione dal titolo *Tokujin X Moroso* sull'utilizzo di materiali inusuali non senza un tocco di poesia dato dalla cultura giapponese. L'effetto è straordinario: un tuffo visivo e sensoriale unico, un viaggio tra le nuvole per scoprire le affinità tra il designer e Moroso. Il progetto di Moroso al Pad. 8 stand C25/D24 è firmato da Patricia Urquiola e Martino Berghinz.  
[www.moroso.it](http://www.moroso.it)

## CITY LAB

Metaflow, Via Teulí 11

Sette visite guidate a cura di Virginio Briatore rivolte agli studenti delle scuole di design presso sette importanti studi di design di Milano selezionati da Gilda Bojardi, direttore di Interni. Patricia Urquiola, Via G. B. Morgagni 6 ([www.patriciaurquiola.com](http://www.patriciaurquiola.com)): spagnola d'origine, italiana di formazione. Architetto e designer; crea ambienti flessibili e atmosfere intime con oggetti che sono tentazioni da accarezzare. Ricardo Bello Dias, Via Vallarsa 9 ([www.studiobel-lodias.it](http://www.studiobel-lodias.it)): architetto, ha curato fin dalla prima edizione l'allestimento del Salone Satellite. Studio&Partners, Via Lanzone 5 ([www.studioandpartners.com](http://www.studioandpartners.com)): Nik Bewick, architetto e designer, e Torsten Fristze, designer, progettano soluzioni architettoniche, interior e product design. Setsu & Shinobu Ito, Via Brioschi 54 ([www.studioito.com](http://www.studioito.com)): giapponesi, architetti e designer il cui lavoro si caratterizza per uno stile innovativo e dinamico che genera forme fluide in cui si racconta la straordinaria combinazione dell'esperienza italiana e della cultura giapponese. Cibic and partners, Via Varese 18 ([www.cibic-partners.com](http://www.cibic-partners.com)): con Luigi Marchetti, Antonella Spiezo e Zoran Minic, Aldo Cibic progetta architettura, design, interior ed exhibition design, con grande attenzione al colore, al comfort e all'uso della luce. Matteo Thun, Via Appiani 9 ([www.matteothun.com](http://www.matteothun.com)): architettura, prodotto, interior e graphic design; eleganza, eclettismo, eccellenza, prestigio, misura, innovazione, praticità, dettagli. Piero Lissoni, Via Goito 9 ([www.lissoniassociati.it](http://www.lissoniassociati.it)): architettura d'interni, design, grafica e art direction; arredamento per abitazioni, hotel, uffici, negozi, oltre a campagne di comunicazione. In collaborazione con la rivista Interni. Sponsor dell'iniziativa: Nastro Azzurro.

## SUPERNATURALS.IT

Stendhal 65,  
via Stendhal 65

Tre aziende: Mohdo, Clitber Light e Art-Fabrica, presentano un allestimento che fonde i vari elementi sotto la regia della giovane designer Monica Graffeo.  
[www.supernaturals.it](http://www.supernaturals.it)

## CAMERA CON VISTA - ARTE E INTERNI IN ITALIA 1900-2000

Palazzo Reale,  
piazza Duomo 12

Durante i giorni di apertura del Salone del Mobile, e fino al 1 luglio nelle sale di Palazzo Reale si potrà ripercorrere, attraverso opere d'arte e di design, un secolo di storia e cultura italiana fino ai nostri giorni. Da i mobili di Giacomo Balla a l'opera *Love Difference* di Michelangelo Pistoletto. Dal 18 al 23 aprile dalle ore 9.30 alle ore 22.30. Dal 24 aprile al 1 luglio dalle ore 9.30 alle ore 19.30. Lunedì dalle 14.30 alle 19.30. Giovedì dalle 9.30 alle 22.30.  
[www.comune.milano.it/palazzoale](http://www.comune.milano.it/palazzoale)

## ROLF SACHS

Project B,  
via Borgonuovo 3

Una decina di progetti di Rolf Sachs in mostra presso lo spazio Project B. Rolf Sachs, design di fama internazionale, è nato in Svizzera nel 1955. Le sue idee di design si muovono e prendono forma tra funzionalità dell'oggetto e creazione artistica, attraverso una sensibilità particolarmente attenta al minimalismo e all'uso del neon, che l'artista-designer definisce "freddo ma caldo". Dalle 11.30 alle 19.30.  
Tel. 02 86 99 87 51  
[www.projectb.eu](http://www.projectb.eu)  
[comunicazione@adicorbetta.org](mailto:comunicazione@adicorbetta.org)



## PAOLO ZANI: SELECTED SIGNS

Little Italy Art Gallery, via Voghera 25

Linee diverse e libere definizioni per i nuovi tappeti disegnati da Paolo Zani per Warli e realizzati con canapa, seta, fibra di agave e cactus. Stuoie dall'anima vivace e dai colori ispirati agli stessi materiali che si adattano ad ogni tipo di ambiente, saranno prodotti "su misura", in serie limitata, annodati a mano da artigiani indiani e nepalesi secondo un'antica tecnica di origine persiana. Allestimento ideato da Paolo Zani. Dalle 10.00 alle 21.00. Cocktail mercoledì 18 alle 18.00.  
Tel. 02 93888811 | [www.paolozani.it](http://www.paolozani.it) | [studio@paolozani.it](mailto:studio@paolozani.it)

## CHI È LA PIÙ RADIOSA DEL REAME?

Ed Euro luce fu! Ma attenti. Prima di inoltrarsi nel regno incontrastato dell'innovazione luminosa, dovete accertarvi di essere al passo coi tempi. Sì, perché chi si aspetta dai *lighting designer* un'idea geniale per far luce nel proprio quotidiano è rimasto anni-luce indietro. Prima di tutto essere una lampada, un neon, un candeliere e basta di questi tempi è terribilmente out. Il massimo del trend è pretendere una luce "comoda"! Ma quando pensi a una luce comoda la immagini facile da usare, moderna, adatta alle diverse ore del giorno, cose così. Invece comoda significa, letteralmente, che ti ci puoi sedere sopra. Stiamo parlando dei *Nani* di *Lucepura*. Non quelli con la panca sopra la testa effetto Atlante disperato, né gli esserini in gesso che si prendono la grandine in giardino, ma i nuovi sgabelli nei quali (oltre a sedersi) si può accendere la luce. E mica una luce qualunque, per certe cose ci vuole psicologia: rossa se siete calienti come Mammolo, nera se avete un carattereccio come Brontolo. Aggiungete il tavolo *Biancaneve*, pure lui luminoso effetto "specchio delle mie brame", e avrete il salotto da favola che volevate. Resta inteso che prima di raggiungerlo dovete annaspere nel buio, inciampare in ben sette nani a forma di tamburo e scordarvi l'orribile luce da soffitto al centro della stanza, a meno che non vi decidiate ad impiccare l'anima verde di Eolo. Ma se il ruolo dei buoni delle favole non fa per voi e preferite una casa degna del laboratorio della Matrigna, fatevi un giro da *Fios*, dove sono bravissimi a far pendere dal soffitto, come spade di Damocle, vasi, bicchieri e alambicchi vari. Fanno luce, certo, ma la sensazione è quella di cristalliere in lotta con la forza di gravità. Siccome poi, in fatto di sedute, il Salone la sa davvero lunga, ci permettiamo di suggerire un compromesso, giusto per ristabilire i ruoli delle cose. Accendete una di quelle eleganti luci indirette della *Targette* e spaparacchiatevi sulle comode sedute di *Giovanni Levanti*, che ha giustamente concretizzato l'esigenza del letto-poltrona-tappeto-chaise-longue per leggere-meditare-giocare-dormire, o, se preferite mantenere un certo contegno, insaccatevi dentro una delle sedute-sculture di *Fabio Novembre*, che oltre ad essere belle si accontentano di un ruolo solo e non hanno crisi d'identità. Ma per carità, sollevate il povero Gongolo dal farvi la gastroscopia a luci gialle!



da sinistra a destra:  
1. Biancaneve e i Sette Nani di Lucepura.  
2. Fabio Novembre - RPH.  
3. I Nani di Lucepura  
4. La Brera di Achille Castiglioni per Fios.  
5. Una seduta Sneaker di Giovanni Levanti.  
6. Una seduta Xito di Giovanni Levanti per Campeggi

## CHE BELLE BUFALE!

Non che la voglia di esotismi sia passata, ma il design più attuale sembra aver recuperato i vecchi "sapori" di casa nostra e dopo la Zona, la California e la Dissociata, la dieta Mediterranea è tornata non solo sulle nostre tavole, ma anche su quelle (da disegno) degli architetti. Mai come nelle ultime collezioni dedicate alla casa si è vista tanta voglia di mozzarella! La tanto adorata pallina di pasta filata, succosa e morbidosissima, ha scatenato un vero e proprio caso-design. Gli psicologi spiegano che questa specialità gastronomica piace proprio per la sua forma rotondeggiante, familiare e rassicurante, e poi per il colore: bianco che più bianco non si può, emblema di purezza, candore, genuinità. Ma mozzarella è anche e soprattutto latte, elemento materno per eccellenza, ancestrale simbolo della vita. E chi è che non si sente rassicurato in una casa che fa tanto pensare al caldo e accogliente grembo della mamma? Se volete esempi concreti di quanto possa essere trendy la casa-mozzarella, fate una capatina da *Superclub*, il famoso lounge-bar che ha lanciato la moda dei divanetti bianchi su quali distendersi e consumare la cena, oppure andate da *Obikà*, il primo mozzarella-bar che colloca la Mozzarella di Bufala Campana DOP al centro della propria proposta gastronomica. Ma esiste anche *Chiuù*, take-away milanese specializzato in peccati di pasta filata. Locali a parte, i più alla moda conosceranno anche il fenomeno *Mozzarella* by *Tokidoki*, una mucchetta in tenuta da giustizia che salta fuori dalla confezione del latte. Mozzarella è gentile e premuroso con i buoni, ma spietato con i bulli. Come a dire: dietro l'apparenza morbida c'è un carattere forte. Dai déjà vu come i pouf a sacchetto bianchissimi che hanno conquistato gli stores più modaiole e fanno tanto "boconcono al latte", ai sofà bianchissimi che esaltano la voglia di imbottiture e punzonature, cresce il successo di arredi dalla consistenza soffice e dall'aria candida e insieme sofisticata che impazzano dentro e fuori il Salone. Bianche e senza spigoli (e con tanto di goccia al latte poggiapiedi) anche le sedute della collezione *Fusion* di *Galimberti*, mentre il ricco reparto luce decanta l'effetto mozzarella con una consistente varietà di lampade globulari rigorosamente bianche: basti guardare a *Dioscuri* di *Michele De Lucchi* per *Artemide*, che propone lampade a goccia anche nella serie "sospensioni" come i *Castor*. Ancora più invitanti le luci al latte di *Alessandra Dellagiovanna* per *Davide Groppi* che schiera i *Light to drink*, invoglianti già dal nome, mentre *Colombini Group* presenta il suo formato-mozzarella ad "assaggi" piccoli ma costanti. Ci sono poi lampade, pouf, sgabelli e persino portagiogetti della serie *ArteC* dalla bizzarra forma "strozzata". Ampiamente sfruttato il design mozzarella anche in casa *Guzzini*, che ha abilmente giocato con questa forma non solo con i set della vivace aria "caprese" (servizi da portata che uniscono la forma paciosa al binomio rosso-bianco, ovvero bufala più pezzetti di pomodoro e qualche spruzzatina di verde-basilico), ma anche per innovare utensili dall'aria un po' rude, come il colapasta *Armadillo* disegnato da *Elena Manfredini*, il cui nome è piacevolmente ispirato al getto di latte caldo da una mammella particolarmente generosa. Ma la *Kaprese* ha stuzzicato anche quelli di *Food Design Studio* che ne hanno proposto un piatto unico, nel vero senso della parola, modellando pasta filata a forma di mug con dentro pomodoro. È così glam che mangiarla è letteralmente un peccato.

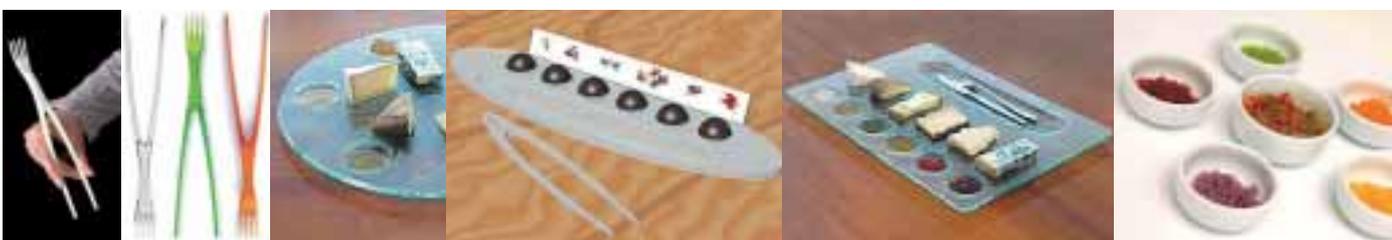
da sinistra a destra:  
1. Il Superclub di Roma.  
2. La Kaprese di Food Design Studio.  
3. Manfredini per Guzzini.  
4. Michele De Lucchi - Dioscuri - prod. Artemide.  
5. Mozzarella by Tokidoki.  
6. Lavorazione della mozzarella



## KAMASUTRA DI FORCHETTE

La meraviglia delle cene in piedi sta nel fatto che ci si può servire tante volte di piccole porzioni senza che gli altri invitati guardino con sospetto la voracità con cui tranguigli le portate, cosa che spaventa ogni volta che si deve stare al tavolo di un ristorante. Se il tuo peccato capitale è la gola ma non vuoi rinunciare a sembrare "quella che spizzica soltanto perché non ho mai fame e poi sono sempre molto attenta a ciò che mangio", questi buffet dove ci si serve in sordina fanno proprio al caso tuo. La gente lo sa e, per rendere ancora più allettante l'idea di colmarsi il piatto con ogni benediddio, gli addetti ai lavori se ne inventano di tutti i colori. L'altro giorno per esempio abbiamo fatto una capatina virtuale da *Food Design Studio*, laboratorio di "architettura alimentare" che in fatto di novità *à manger* la sa davvero lunga, e abbiamo scoperto che, data la tendenza sempre più diffusa di aggiungere al buffet tradizionale almeno un vassoio di adorabile sushi, qualcuno, *Alessandro Busana*, si è inventato la posata giusta per infilzarlo. Si chiama *B-side* ed è un amese metà forchetta metà bacchette per sushi, ma anche per crocchette, olive e quant'altro generalmente venga mangiato con l'aiuto di un pollice e un indice. Immagino la scena: sono al tavolo del buffet e con la disinvoltura di quella che il cibo lo mangia solo per sopravvivere, "tanto non ho mai appetito", mi riempio il piatto di bocconcini di mozzarella e sushi (orribile ma realistico mix tipico da buffet), poi con altrettanta disinvoltura inizio a compiere adorabili acrobazie di cambio-posata capovolgendo la *B-side* in sintonia con la voglia di mangiare ora sushi, ora mozzarella. Mi sento beata e felice, in pace con il mondo e molto glamour, se non che, dopo il primo boccone di squisita bufala, mi ritrovo a infilare sushi mentre la forchetta (minacciosamente a rebbi all'insù!) inizia a sgocciolarmi latte su una mano. Perché questi progettisti devono sempre esagerare? Non sarebbe bastato inventare la posata per il sushi e lasciare alle care vecchie forchette in plastica le clichegine di mozzarella? E poi il sushi non ci piaceva perché era il cibo *finger-food* per eccellenza? Perché toglierci il piacere di mangiarlo con le mani? Visto che lo stesso laboratorio si è inventato *Kaprese*, il vasetto di mozzarella ripieno di pomodorini che si mangia come un arancino, togliamo di mezzo le posate e semplifichiamoci la vita.

da sinistra a destra:  
1. e 2. *Alessandro Busana* - *B-side* by *Food Design Studio*.  
3. 4. 5. e 6. *Chronotaste*, Collezione di cioccolati alle spezie, *Degustol* e *Macedonia in Perle* by *Food Design Studio*.





ENEL CONTEMPORANEA  
PRODUCE ENERGIA CREATIVA.

**CERCAVAMO UNA NUOVA ENERGIA. ABBIAMO TROVATO QUELLA DELL'ARTE.**

L'arte contemporanea ha molto in comune con il nostro modo di vedere l'energia, l'innovazione, lo sviluppo sostenibile. Nasce così Enel Contemporanea: un grande progetto sull'utilizzo dell'energia nell'arte, che parte da Roma per poi



Comune di Roma

dirigersi verso il mondo. Un evento che vede come protagonisti gli artisti internazionali Angela Bulloch, Jeppe Hein e Patrick Tuttofuoco. Da maggio a novembre, la città eterna mostra tutta la propria energia. **JEPPE HEIN.**

**ROMA, PIAZZA SAULI, 5/19 GIUGNO 2007. [www.enel.it/enelcontemporanea](http://www.enel.it/enelcontemporanea)**



L'ENERGIA CHE TI ASCOLTA.