

DESIGN

◆ SALONE ◆
FUORI SALONE

MILANO

Artribune

DAL 2011 ARTE ECCETERA ECCETERA

edizione straordinaria



MENSILE - POSTE ITALIANE S.P.A. SPED. IN A.P. 70% - ROMA - COPIA EURO 0,001 - SUPPLEMENTO AD ARTIBUNE MAGAZINE N.12

AUTOPRODUZIONE
GUERRA ALL'INDUSTRIA

IL FUORISALONE
DA NON PERDERE

L'ETICA DEL DESIGN
SECONDO PAOLO ULIAN



ada

ARTE ACCESSIBILE MILANO V EDIZIONE

12-13-14 APRILE 2013

Spazio Eventiquattro | Spazio PwC
Via Monte Rosa, 91 Milano

ingresso libero

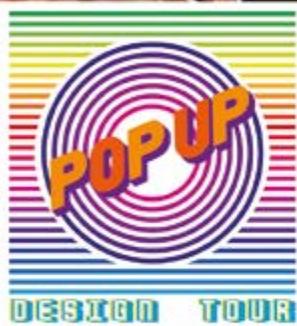
inaugurazione venerdì 12 aprile ore 19.00

orari di apertura

VENERDÌ 12 APRILE: 19.00 - 24.00

SABATO 13 APRILE: 10.00 - 22.00

DOMENICA 14 APRILE: 10.00 - 20.00



• ART & DESIGN •

Spazio Eventiquattro

SABATO 13 APRILE: ore 16.00

Ferdinando Scianna, Mimmo Paladino,
Ginestra Paladino e Vincenzo Trione
"Donne"

DOMENICA 14 APRILE: ore 16.00

Elio Fiorucci, Oliviero Toscani e Marisa Galbiati
"Made in Italy"

Parallelo **42**
Contemporary Art

www.arteaaccessibile.com

arte
Ipsè dixit

SLIDE[®]art

ARTISTI E DESIGNER SI CONFRONTANO



Alex Mocika - Backpack Jack



Karim Rashid - Twist



Jean-Claude Farhi - Carrè³

GLI ARTISTI DELLA COLLEZIONE SLIDEart

M. ACERBIS, A. AGOP, ANDY, D. BASSO, M. CATTANEO, H.P. DITZLER, J.C. FARHI, F. GIARDINI, A. GUERRIERO,
F. LUCCHINI, J. MARISCAL, A. MENDINI, A. MOCIKA, E.S. PARK, B. POMODORO, K. RASHID, F. ROTELLA, M. SADLER,
D. SANTACHIARA, S. SODDU, S. SOSNO, G. SPAGNULO

www.slideart.it • info@slideart.it

A JOURNEY THROUGH THE EMPIRICAL KNOWLEDGE OF THE
OBJECT



OPERATIONCONTENT
APRIL 5th - 27th 2013

FRANCESCO MENEGHINI ANTONINO ACCARDO
MARIANO LEOTTA ETTORE SACCA' MARCO RAVENNA

OPENING HOURS OF THE GALLERY
Tuesday to Saturday from 10 am to 7 pm

via Guido d'Arezzo 17, 20145 Milano tel: +39 02 87398953 e-mail: info@hohart.com

SALONE 2013: IL VUOTO È FINITO



di GINVERA BRIA

Nonostante l'appuntamento parigino *Maison&Object* stia guadagnando terreno di anno in anno, per qualità e selezione di *nuove visioni* del design, quest'anno il Salone Internazionale del Mobile promette di sedurre e finalmente riempire, con pura *innovazione*, i padiglioni del quartiere fieristico di Rho. Ecco dunque uno sguardo d'insieme sull'edizione 52 che, guidata dal claim *A Milano, il mondo che abiteremo*, sfodera pure il Salone Internazionale del Complemento d'Arredo e le biennali Euroluce e SaloneUfficio accanto al SaloneSatellite.

Grazie a una superficie netta espositiva di 201mila mq, si assiste al ritorno di alcuni nomi storici fra gli espositori, tanto al Salone del Mobile quanto al SaloneUfficio. Mentre i 38mila mq di Euroluce (padiglioni 9-11 e 13-15), fiore all'occhiello di questa nuova edizione, è posta strategicamente tra gli ingressi di Porta Ovest e Porta Sud, di fronte al SaloneUfficio (padiglioni 22-24).

Tra sostenibilità, decorazione illuminotecnica e risparmio energetico, accanto ai 450 espositori di Euroluce, infatti, in 12.500 mq attigui, 100 aziende del SaloneUfficio scendono in campo con le loro novità in

fatto di arredamento per ufficio, ma anche per banche, istituti assicurativi, uffici postali, ambienti pubblici e comunità. L'ampia proposta include tre nuove categorie merceologiche: isolamento acustico, pavimentazioni e rivestimenti; sistemi di illuminazione e complementi d'arredamento per ufficio; tecnologie audio/video e comunicazione. Spaziando dall'arredo alle soluzioni per l'home office e le ambientazioni di lavoro. L'evento più atteso ha luogo proprio fra questi padiglioni grazie al progetto di **Jean Nouvel** dal titolo *Progetto: ufficio da abitare*. In un'area di 1.200 mq, l'architetto



Dal 9 al 14 aprile, la Fiera di Rho torna a essere il contenitore ufficiale della design week milanese. L'attesa è di 300mila visitatori provenienti da 160 Paesi del mondo. Oltre 2.500, invece, gli espositori. Tra i massimi produttori del design mondiale, distribuiti fra Salone Internazionale del Mobile (alla 52esima edizione), Salone Internazionale del Complemento d'Arredo, Euroluce, SaloneUfficio e SaloneSatellite.

francese propone diversi scenari attraverso i quali sviluppa i principali temi della sua visione dello spazio di lavoro. Ecco quindi emergere i concetti di convivialità, piacere, gioco, apertura degli uffici verso l'interno come verso l'esterno, in contrapposizione agli spazi chiusi e alla ripetizione che spesso contraddistingue lo spazio di lavoro e il suo carattere totalitario.

La 16esima edizione del SaloneSatellite, kermesse adiacente ai padiglioni 22-24 e destinata ai progetti degli under 35, è dedicata al tema *Design e artigianato: insieme per l'industria* e, come ogni anno, offre visibilità

agli emergenti. Il progetto si sviluppa con la creazione di tre botteghe: del legno, del vetro, del metallo; ambienti ideali in cui alcuni maestri artigiani offrono vere e proprie dimostrazioni di lavorazione dei materiali. A queste si aggiunge una bottega dell'artigianato digitale, perché la domanda è: come cambierà il mondo del design quando fabbricazione digitale e stampa 3D saranno realtà consolidate?

Durante la settimana del Salone del Mobile, l'ingresso ai musei civici milanesi è gratuito. L'iniziativa nasce dalla condivisione del progetto di valorizzazione delle eccellenze della

città di Milano tra l'assessorato alla Cultura, Moda, Design (fino a pochi giorni fa diretto da Stefano Boeri) e Cosmit, società organizzatrice dei Saloni. Obiettivo: offrire al pubblico, in gran parte internazionale, l'opportunità di visitare e conoscere i musei cittadini e le loro importanti raccolte e collezioni artistiche, scientifiche e naturali. Aderiscono Museo del Novecento, Museo Archeologico, Museo di Storia Naturale, Musei del Castello Sforzesco, Palazzo Morando, Acquario Civico, Galleria d'Arte Moderna e Museo del Risorgimento.

www.cosmit.it

IL FUORISALONE E I SUOI DISTRETTI

Il momento più atteso dell'anno da molti milanesi, e non solo dagli appassionati di design, è la settimana del Fuorisalone. La città si trasforma, assomiglia quasi a una metropoli europea, prende vita, è popolata la notte da lingue differenti. Milano festeggia instancabile per sette giorni, e non lo fa in nessun'altra occasione, nemmeno per la moda. Ed è proprio grazie all'organizzazione dei diversi distretti che la città è così vissuta in ogni suo angolo. Dalla storica Tortona alla borghese Brera, passando per l'internazionale Ventura-Lambrate e la liberty Porta Venezia, fino alla nascita di nuovi distretti come quello cinese in Paolo Sarpi, non dimenticando i poli attrattori come la Triennale e la Statale. Quest'anno le parole d'ordine di ogni zona saranno 'app' e 'food design'. Perché in ognuna troverete una mappa virtuale da scaricare e qualche nuovo sapore da gustare. (Valia Barriello)



Dici Fuorisalone e pensi Tortona: un'associazione fulminea di idee, valida fino a qualche anno fa, quando il fulcro degli eventi della design week milanese ruotava intorno al quartiere alle spalle della stazione ferroviaria di Porta Genova. Negli ultimi tempi, la nascita di nuovi distretti come Ventura-Lambrate, Zona Isola, Brera Design District, unitamente a un pubblico troppo numeroso e chiassoso, più a caccia dell'aperitivo gratis che di design, hanno contribuito a indebolire l'immagine generale della zona prossima ai Navigli. Ma, nonostante secondo i designer addicted Tortona non sia più il top, la lunga coda davanti allo storico ponte in ferro, che costituisce l'accesso a via Savona, rimane invariata. Questo perché Tortona è stata capace di reinventarsi: da tre anni, con un nuovo logo e un nuovo nome, *Tortona Design Week* continua a offrire ai visitatori mostre e presentazioni esclusive. Merito in primis di Superstudio Più, che ha trasformato l'esposizione da fieristica a museale con il *Temporary Museum For New Design*, sotto il cui tetto sono radunati sia marchi storici che talenti emergenti, rimanendo così una tappa d'obbligo. La nascita di *OCA - Officine Creative Ansaldo* ha rafforzato l'immagine e l'offerta del quartiere, e quest'anno ospita l'eccellenza che lo scorso anno ha lanciato il *Most*, ovvero i britannici DesignerBlock. Da non perdere: gli olandesi Tuttobene, che festeggiano il loro decennale all'Arsenale-Opificio 31; la Libreria 121+ di Corraini con la mostra *Grafici mobili*, in via Savona 17/5; il *Frame Moooi Award* dell'omonima azienda olandese, che nei suoi 1.700 mq in via Savona 56 presenta nuovi prodotti di firme importanti. Tutto il percorso è costellato da *Mi gusto Tortona - Farmer & Gourmet Experience*, occasioni per assaggiare ricette delle cascine lombarde a Km0, rivisitate in forma street food. Alla zona non manca nulla: armatevi di pazienza, oltrepassate il ponte e percorrete via Tortona e la parallela via Savona. Parte del cuore del design è ancora là. (V. B.)

www.tortonadesignweek.com



Finché il DIY sarà l'imperativo del momento, finché il legno trattato al naturale sarà l'estetica dominante, finché veneremo il Dio Artigianato come panacea per i mali del mondo e, allo stesso tempo, non mancheremo di indossare occhiali oversize a dispetto della forma della nostra faccia, allora Ventura-Lambrate avrà vita lunga. Non crediate però che l'epicentro più trendy del Fuorisalone sia anche quello più schiettamente underground. Al contrario, dobbiamo registrare proprio a partire da quest'anno un progressivo accentuarsi della sua istituzionalizzazione, come dimostra la presenza nell'area delle grandi scuole, a cominciare dal ritorno della Design Academy Eindhoven: un'occasione di confronto con le giovani generazioni senz'altro stimolante, ma anche più esposto al contagio del linguaggio di maniera. Alta presenza istituzionale, ma comunque foriera di novità, è quella dei brand con la B maiuscola, che per la prima volta arrivano nell'area. I nomi? Diesel, Established & Sons, Catellani & Smith. Da non perdere senz'altro la mostra (*In*) *visible Design*, curata da Susanna Legrenzi e Stefano Mattei, che racconta la frontiera di un design scarsamente appariscente e fortemente ibridato dai nuovi scenari della ricerca scientifica e dello storytelling. E poi la selezione dei dieci designer di domani promossa dalle due organizzatrici e curatrici factotum di Ventura-Lambrate, Margriet Vollenberg e Margo Konings. E visto che una visita in zona - altamente raccomandabile, intendiamoci - non deve necessariamente trasformarsi in una maratona sfiabrante, arrivano le *facilities*: finalmente la navetta per dislocarsi tra i padiglioni, un giornale dove leggere giorno dopo giorno tutti gli approfondimenti su eventi e progetti, a cui si uniscono ristoranti e banchetti di street food attenti a coniugare le necessità dell'appetito con allestimenti e packaging a prova di hipster. (G. Z.)

www.venturaprojects.com



BRERA

3

Lanciato quattro anni fa, il *Brera Design District* è stato cucito a pennello sulla rete degli storici showroom del quartiere. Nato come una zona esclusiva, destinata ai grandi marchi del design e alla borghesia milanese, col tempo si è avvicinato anche al grande pubblico. Lo dimostra la scelta del tema di quest'anno, *Fare artigianale e pensare industriale*, che non solo interpreta l'attenzione rivolta all'artigianato emersa durante lo scorso Salone, ma rispecchia in particolar modo l'essenza principale delle aziende che rappresentano Brera. Tutti i grandi marchi raccolti nel circuito, da Moroso a Poltrona Frau, passando per Calligaris, Foscarini e Magis, solo per fare alcuni nomi, sono abituati da sempre a lavorare a stretto contatto con gli artigiani del territorio. I frutti di queste collaborazioni sono prodotti pensati da designer, prototipati e realizzati con l'aiuto delle maestranze artigiane e infine riprodotti in serie e messi sul mercato dalle aziende. Questo iter è messo in luce per dar valore al know-how di mestieri e artigiani che spesso vengono dimenticati. Per la stessa ragione, porte aperte nelle botteghe del quartiere: dalle borse al legno fino alle biciclette, per scoprire che i "vecchi" mestieri sono ancora vivi. Le mostre del distretto seguono il tema e approfondiscono le vite di progettisti artigiani. Segnaliamo l'esposizione dedicata a *Marco Zanuso: industria e design*, allestita presso l'Ordine degli Architetti di Milano in via Solferino 19, e *L'uomo che firma il legno. Pierluigi Ghianda tra Artigianato e Design* in Triennale. Da non perdere il collettivo inglese *Designjunction*, presso la Pelota di via Palermo 10, e una visita all'Appartamento Lago in via Brera 30. La novità dell'anno è legata al cibo: è infatti stato introdotto il *Food Tour*, un circuito nel circuito, costituito dagli storici ristoranti del quartiere. Agli esercizi coinvolti è stato chiesto di realizzare un piatto di design e un'accoglienza speciale per i propri commensali. Vista e palato saranno soddisfatti. (V. B.)

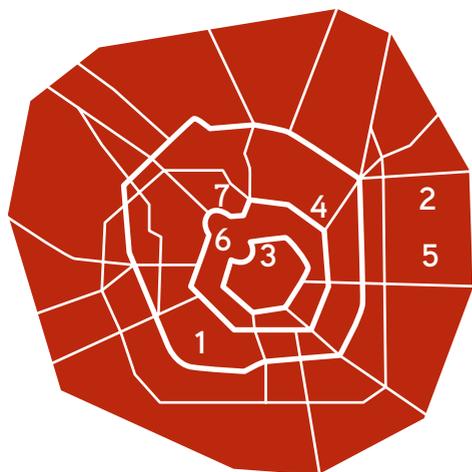
www.breradesigndistrict.it



PORTA VENEZIA

Tra le zone storiche di Milano, è quella più impermeabile agli stravolgimenti della modernità; rispecchia, in maniera totalmente involontaria, le eccezionali peculiarità dei vicini "poligoni". Facendo propria la superba raffinatezza del Quadrilatero del Silenzio e la matura eleganza di quello della Moda, Porta Venezia è isola di magia e suggestione: il liberty a Milano è qui, nei nobili quartieri che si affacciano a est del barrio multietnico di corso Buenos Aires e via Tadino. È stato definito un numero zero il calendario di eventi che nella primavera 2012 ha spinto il pubblico del Fuorisalone fino a queste inconsuete latitudini della città: oggi si celebra, con giusta convinzione e maturità, la dichiarazione d'indipendenza di un'area che vive nell'abbraccio sensuale tra passato e futuro. *Porta Venezia In Design* propone la riscoperta di luoghi da cartolina, con un itinerario della memoria che spazia dalle sinuose nipotine delle cariatidi disegnate da Campanini in via Bellini fino ai tripudi Art Nouveau che tralasciano via Pisacane, idealmente, nel cuore di Bruxelles. Ma il progetto di riscoperta della zona si elabora, in primis, nella fotografia di un vitale panorama creativo: tutto ruota attorno allo store Jannelli&Volpi di via Melzo, indirizzo su cui puntare il compasso per tracciare cerchi d'interesse nei campi più disparati. Toccando, nelle diverse orbite, la nuova collezione tableware *Sous Verre* proposta da Lisa Corti, ma anche le ultime trovate hi-tech delle bici pieghevoli Brompton, o ancora le creazioni natural style del repertorio Mubeiò. Per gli art addicted è d'obbligo il passaggio da Jerome Zodo, con personale di Fabian Marcaccio e special project firmato Francesco Ardinì; per i gusti più classici, invece, è a disposizione *Il pentagono dell'arte*, rete che raccoglie una decina di atelier antiquari. E considerato che si avvicina l'Expo, tra i fili conduttori che tracciano rotte per il quartiere ecco il goloso tema *food&wine*, con tanto di edizione speciale del *City Notebook* griffato Moleskine. Giusto per non smarrirsi. (F. S.)

www.portaveneziaindesign.com



» IL FUORISALONE E I SUOI DISTRETTI



È, per istituzione, piattaforma d'incontro e confronto; libera piazza dedicata al dialogo e alla crescita, spazio dove coltivare e misurare energie creative. Tra i poli più dinamici ed effervescenti della galassia di Fuorisalone c'è, da sempre, l'Università Statale. I chiostrini e i cortili della sede centrale di via Festa del Perdono accolgono, come di consueto, la mostra a tema che *Interni* dedica al design d'autore. A cucire tra loro gli interventi previsti nel 2013 è proprio il concetto di meticcio e ibridazione, che si sposa a meraviglia con una location che brulica nel continuo via vai di studenti, in arrivo, transito e partenza da e per ogni angolo del globo. Curiosi esperimenti di micro-architettura e presentazione di avveniristici oggetti d'uso (non) comune; visioni ultra-tecnologiche basate sul perseguimento della più totale sostenibilità ambientale: con l'evento *Hybrid Architecture & Design* si tracciano imprevedute e imprevedibili rotte verso un futuro che vuole essere global, senza per questo rinnegare la propria orgogliosa matrice locale. A portare il proprio contributo l'archistar Daniel Libeskind, Steven Holl e il designer catalano Marti Guixé; ma anche gli italiani Michele De Lucchi e Mario Cucinella. Promette suggestione, nel cortile della Facoltà di Farmacia, l'incontro tra le scenografie immersive di Studio Azzurro e le realizzazioni di Christophe Pillet; al pari di quanto si propone di fare *Energetic Energies*, poetica visione di città ideale firmata da Akihiro Hirata per Panasonic. Effetti empatici per *Hooked Up*, galleria luminosa lunga 16 metri che Dean Skira realizza con iGuzzini. Lo stesso light designer è protagonista insieme a Libeskind e Giancarlo Basili di un talk che il 12 aprile riflette sulla resa volumetrica della luce, passata da elemento effimero ad autentico materiale di costruzione. Una vera e propria lezione aperta, che cammina sul confine tra architetture utopistiche e possibili. Del resto, siamo pur sempre in una università. (F. S.)
www.interni-events.com



La Triennale di Milano, tempo riconosciuto del design e dell'architettura, già molto attiva durante tutto il corso dell'anno, gode di particolare attivismo durante il periodo del Salone del Mobile. Oltre a essere punto d'incontro per eccellenza tra creativi di ogni nazionalità, offre un ricchissimo carnet di mostre e approfondimenti, quest'anno quasi venti. Fa da capofila il nuovo allestimento del Triennale Design Museum, che potrete scoprire tra qualche pagina, con una sezione interamente dedicata a Gae Aulenti, architetto e designer recentemente scomparsa, *Gae Aulenti. Gli oggetti e gli spazi*, a cura di Vanni Pasca. Una delle mostre principali è un omaggio ai trent'anni di carriera di Massimo Iosa Ghini, un'ampia selezione di interni, oggetti di design e architetture uniti da un comune denominatore: il disegno a mano libera. Per chiudere i focus su personaggi illustri, segnaliamo anche *Pierluigi Ghianda. Fare è Pensare*, documentario che ripercorre la storia del maestro ebanista con una panoramica sull'evoluzione del rapporto tra artigianato e design. Non mancano progetti puntuali che indagano situazioni particolari o limite come *Freedom Room*, frutto di un laboratorio condotto in carcere, una stanza d'albergo di soli 9 mq, come una cella di detenzione. Il design non è solo italiano e troviamo con piacere tre esposizioni asiatiche: dalla Cina *Rong - Handmade in Hangzhou*, dalla Corea *Constancy & Change in Korean Traditional Craft* e da Taiwan *Taiwan contemporary chairs*. Lo sguardo europeo è assicurato con *The Toolbox*, esposizione del marchio Belgium is design, e dalla Danimarca arriva una selezione di aziende sotto il cappello *Danish cromatism*. Non è ovviamente dimenticata l'italianità con *Around the World*, che mette in scena il made in Italy nel mondo, e con *hAbitapulia: Futuro e Innovazione del Fare in Puglia*. Il viaggio finisce, o inizia, nei giardini della Triennale, dove Ferruccio Laviani crea - come Lewis Carroll - un mondo meraviglioso popolato da creature Unopiù: piccole serre colorate ospitano micromondi fuorisala, sospesi tra realtà e finzione. (Z. M.)
www.triennale.it

SARPI BRIDGE DESIGN D'ORIENTE E D'OCCIDENTE

È nato un nuovo distretto del design a Milano. Il Fuorisalone Sarpi Bridge, a partire dalla via più cinese del capoluogo lombardo, promette di diventare il nuovo ponte di collegamento tra Est e Ovest. Ne abbiamo parlato con i promotori.



◆ **GINEVRA BRIA** **N**onostante la posizione *disassata* rispetto ai fulcri del Fuorisalone, in via Sarpi è nato un ulteriore polo del design. Durante la Milano Design Week 2013, infatti, prende vita un percorso con lo sguardo rivolto a Oriente. L'associazione Fuorisalone Sarpi si propone come ente promotore dell'evento *Fuorisalone Sarpi Bridge - Oriental Design Week*. Il nuovo format mostra progetti, processi e prodotti idealizzando una sorta di ponte estetico-culturale tra la Milano del design occidentale e il suo lato più asiatico. Nel calendario degli eventi organizzati in via Sarpi, sono in programma appuntamenti come *Portraits*, *Insectida*, *J+I - 6 Designer Giapponesi + grandi Artigiani italiani*, *Cantiere Fuorisalone*, *Oriental Kitchen Sounds*, *Design per il Sociale*, *offiCINAFusion Design Lab*, nonché la mostra *A metà del Ponte - l'Iran tra Oriente ed Occidente*. Attribune ha incontrato il portavoce di *Fuorisalone Sarpi Bridge*.

Quando e da quale idea nasce Sarpi Bridge?

Sarpi Bridge nasce dall'idea di creare un nuovo Fuorisalone, un nuovo polo espositivo di design, innovativo nel contenuto e nel format. Contenuto: design orientale e design a Oriente. Format: più adeguato ai nostri tempi, con meno sprechi e più opportunità. Punta, come il suo quartiere, sull'identità, la diversità e l'internazionalità.

Chi sono gli studi che si sono resi portavoce dell'iniziativa?

Promotori sono il collettivo Tomato Catch Up, lo studio 2HB architetti, lo studio Shiina Nardi Design e lo studio Akka. Altri studi portavoce dell'iniziativa sono: Design Group Italia, Modourbano, Argent de Posh, IDReporter di Teheran.

Quali sono gli obiettivi?

Creare sinergie tra Oriente e Occidente che stimolino opportunità culturali ed economiche.

Quale tipo di strumento rappresenta il design?

È lo strumento utile per determinare attività a sviluppo sostenibile, e quindi anche territoriale e sociale. Il design inoltre promuove l'identità, la diversità e la collaborazione tra le culture.

L'area di Sarpi Bridge si estende oltre la via più cinese di Milano?

Quest'anno Sarpi Bridge si svolge principalmente in via Sarpi. È una prima edizione contenuta ma di qualità. Però l'intento resta quello, nell'arco delle prossime edizioni, di espandersi nelle vie limitrofe. Quest'anno, inoltre, verrà coinvolta anche la sede dell'ADI Lombardia e la sede di HUB Milano.

Chi sono i protagonisti di Sarpi Bridge? Ci sono nomi cinesi, coreani, giapponesi, ma anche iraniani...

La scelta di cinesi, coreani e giapponesi non è stata determinata da una selezione ma da una convenienza, perché alcuni studi promotori erano più vicini a quei Paesi. L'Iran è invece Medio Oriente, ma ci piaceva l'idea che sul "ponte" iniziasse a esserci qualcuno, per renderlo meno ideale. Inoltre siamo rimasti stregati dal concetto di poter dare una nuova opportunità a chi difficilmente può partecipare a questi eventi. L'obiettivo delle prossime edizioni è comunque di aprirci a tutto l'Oriente.

Quali temi affronta Sarpi Bridge?

Innanzitutto il tema della cooperazione. Si presenta il design orientale e si cerca di creare presupposti affinché tale design si sposi con la nostra qualità artigianale. Di conseguenza è affrontato il tema della fusione delle identità, dell'internazionalità, della diversità e, più in generale, il progetto di nuovi terreni sui quali sviluppare le diverse sfaccettature della sostenibilità.

www.orientaldesignweek.it



POLI.DESIGN

Consorzio
del Politecnico
di Milano

**MASTER
& CORSI**



SALONE SATELLITE
Il sistema design del
Politecnico di Milano
9-14 aprile

**AUTOFFICINA
VIA TORTONA 31**
A designer a day 2013
9-14 aprile

TRIENNALE DI MILANO
Presentazione corsi
Design Experience
9 aprile

ZERO DESIGN FESTIVAL
Party conclusivo su invito
14 aprile

ORDINE DEGLI ARCHITETTI
SACEA RECHARGING ZONE
Dove ti ricarichi quest'anno?
9-14 aprile

SHOWROOM NEWFORM
"Le città del futuro:
nuovi concept per il wellness"
9-14 aprile

DESIGN LIBRARY
Design del giocattolo
12 aprile

FABBRICA DEL VAPORE
Design al tombolo
9-14 aprile

**MILANO
DESIGN
WEEK**

www.polidesign.net

VEDA rug

By
Sara
Ferrari

9 - 14 APRILE 2013
HALL 10 STAND C10
51° SALONE
INTERNAZIONALE
DEL MOBILE
FIERA DI MILANO
RHO / PERO



www.saraferrari.com
www.carpetedition.com



Fiona Tan Inventory

MAXXI

MUSEO NAZIONALE
DELLE ARTI
DEL XXI SECOLO

—
27 marzo
8 settembre
2013

LUIGI GHIRRI

Pensare
per immagini

Icone Paesaggi Architetture

—
24 aprile
27 ottobre
2013

SEGUICI SU



SCARICA GRATUITAMENTE
LA MAXXI APP



MINISTERO
PER I BENI E
LE ATTIVITÀ
CULTURALI

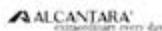
partner per le
attività educative



con il sostegno di



sponsor
MAXXI Architettura



institutionalXXI

ANCE

InfoCamera

MAXXI

via Guido Reni 4a - Roma

martedì - domenica: 11:00/19:00
sabato: 11:00/22:00 | chiuso il lunedì
info +39 06 32810

la biglietteria chiude un'ora prima del museo
www.fondazionemaxxi.it

Dal 2007, il Triennale Design Museum si interroga sulla natura del design italiano, sulle sue infinite sfaccettature, sulla sua capacità di rigenerarsi ed essere un punto di riferimento in campo internazionale. È per natura un museo cangiante che, di anno in anno, offre una nuova lettura del panorama italiano e internazionale.

INFLUENZE IN TRIENNALE

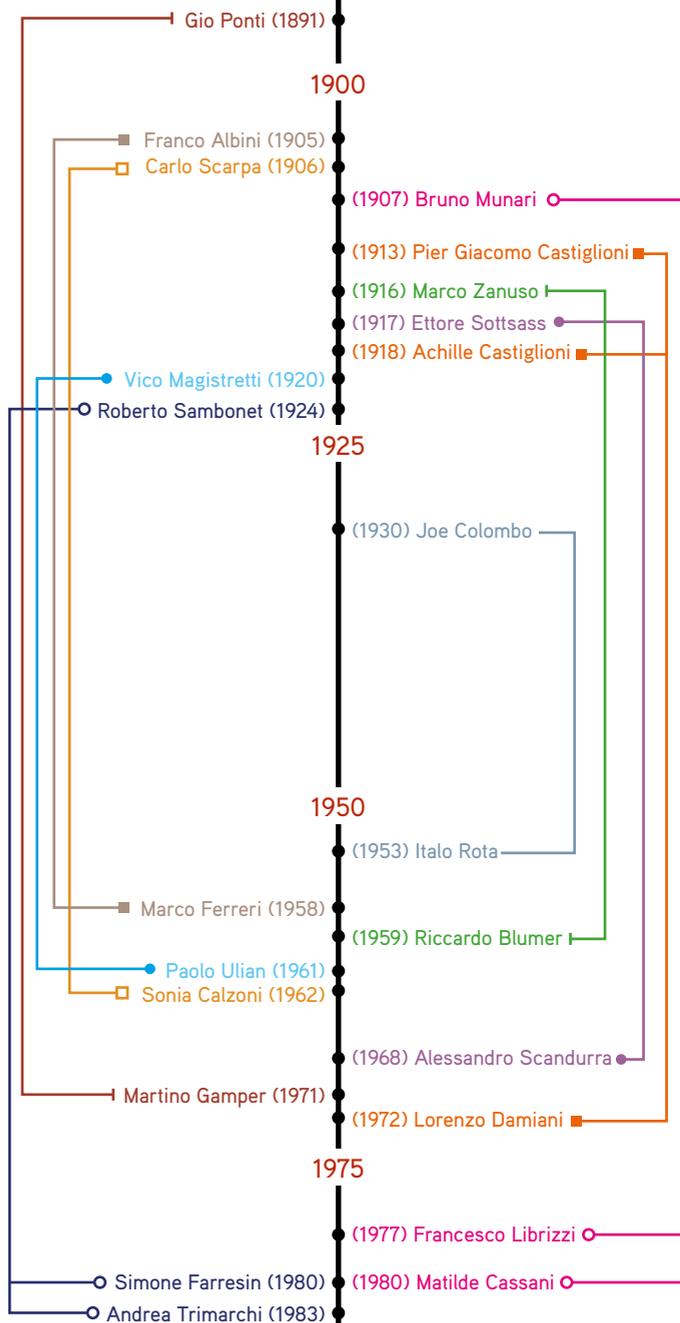
di ZAIRA MAGLIOZZI



I cinque allestimenti del Triennale Design Museum che hanno preceduto l'edizione del 2013 cercavano di rispondere a una semplice domanda: che cos'è il design italiano? Ne sono scaturite altrettante esperienze: *Le sette ossessioni del design italiano*, *Serie Fuori Serie*, *Quali cose siamo*, *Le fabbriche dei sogni* e *TDM5: grafica italiana*.

La sindrome dell'influenza – dal 6 aprile al 23 febbraio 2014 – amplia lo sguardo, allargando la visione appena fuori dai confini del design. Lo fa analizzando le relazioni e i punti di contatto con altri linguaggi artistici e altre culture. La parola chiave per entrare nel cuore della mostra è 'eteronomia'. Una condizione secondo cui l'azione del soggetto - in questo caso il design - non è guidata da un criterio autonomo, ma è determinata dall'esterno. Ed è proprio quello che accade in quasi tutte le arti che sono espressione del nostro tempo. Impossibile definirle 'autonome'. Il design, nella storia del nostro Paese, è stato spesso espressione e rappresentazione di un momento storico, di una filosofia di vita. La mostra, la cui curatela scientifica è affidata all'architetto **Pierluigi Nicolini**, è organizzata in tre parti, corrispondenti a tre diversi momenti storici, dal dopoguerra ai giorni nostri. Presenti ben 22 designer italiani di diverse generazioni, impegnati nella realizzazione di opere site specific secondo il progetto grafico

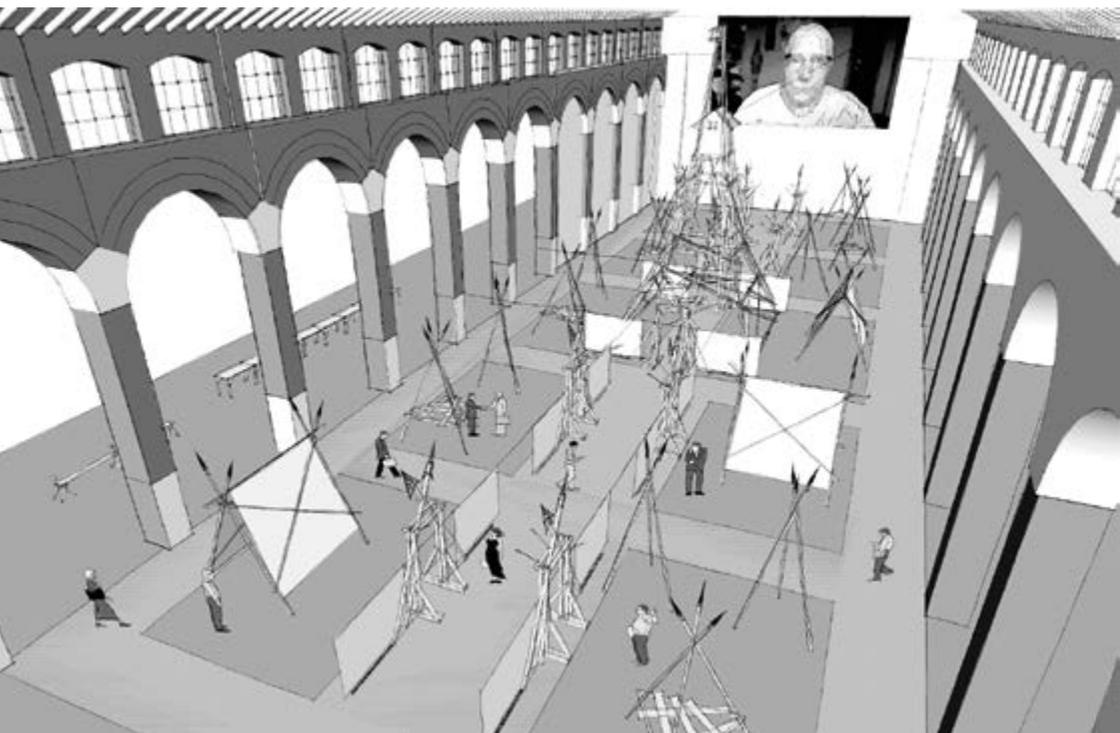
e di allestimento curato dall'architetto piemontese **Pierluigi Cerri**. La prima parte (*L'invenzione del design italiano*) è dedicata ai maestri del nostro periodo d'oro, con dieci installazioni realizzate da designer contemporanei che, in un modo o nell'altro, sono vicini al modo di operare dei loro predecessori. Dieci stanze in cui, ad esempio, **Paolo Ulian** interpreta **Vico Magistretti**, **Lorenzo Damiani** si confronta con **Achille e Pier Giacomo Castiglioni** (per la seconda volta dopo il riuscito esperimento dello scorso anno nello Studio Museo di piazza Castello), il duo **Formafantasma** (formato da **Simone Farresin** e **Andrea Trimarchi**) omaggia **Roberto Sambonet** e **Italo Rota** si misura col geniale **Joe Colombo** [vedi l'infografica qui accanto]. Nella seconda parte il racconto si fa parola, attraverso i testimoni del passaggio dagli Anni Cinquanta-Sessanta alla crisi del sistema produttivo, in cui la figura del designer cambia definitivamente. Una "distruzione creatrice" - da cui prende il nome la sezione - che sarà determinante nella nascita del cosiddetto made in Italy. A raccontare la propria visione, dodici personaggi tra cui **Alessandro Mendini**, **Enzo Mari**, **Mario Bellini**, **Joseph Grima** e **Giulio Iacchetti**, le cui interviste fanno da guida nella comprensione della storia del design italiano. L'ultima parte, infine, descrive il presente e il legame tra i designer e le più importanti aziende italiane, quelle che rappresentano oggi il made in Italy. Sono loro a definire la rotta e le tendenze future. Qui ritroviamo alcune tra le più riuscite liaison: Alessandro Mendini e Alessi, **Antonio Citterio** con B&B Italia, Mario Bellini e Cassina, **Patricia Urquiola** insieme a Moroso e anche Pierluigi Cerri con Unifor. Storie di prolifiche collaborazioni da cui sono scaturiti alcuni dei pezzi più interessanti del nostro design.



Una mostra a matryoska, un'esposizione che ne contiene al suo interno nove, raccolte sotto il tetto della Cattedrale della Fabbrica del Vapore. Direttore d'orchestra, il collettivo Milano Makers coordina una folta schiera di autoproduttori. E il tutto è a cura di Alessandro Mendini.

AUTOPRODUZIONE AVANTI TUTTA

di MARIA CRISTINA BASTANTE



Nata a dicembre 2012, Milano Makers è un'associazione non profit che riunisce sotto l'egida dell'autoproduzione un nutrito gruppo di designer meneghini di nascita o di adozione.

I nomi dei fondatori sono eccellenti, a partire da Duilio Forte, **Cesare Castelli**, **Francesco Mendini**, **Nuala Goodman**, Maria Christina Hamel, **Franco Raggi** e **Alessandro Guerriero**; ma le iscrizioni all'associazione sono tuttora aperte, senza limiti di nazionalità.

L'ensemble è eterogeneo, eppure l'intento è uno e condiviso: riscoprire e promuovere il design indipendente, laddove la libertà del progettista si esprime nell'unicità del pezzo, nella creatività smaccata che è insita nel *fatto a mano*. Qui si parla del legame forte che tiene insieme l'idea e la sua realizzazione, che passa attraverso la scelta di un materiale e la padronanza di una certa tecnica; qui il crinale che separa la diversità di un pezzo da un errore di produzione è un margine prezioso, di valore inestimabile.

In barba alla produzione seriale, alla presunta democrazia di stampo industriale - non si sarà trasformata in omologazione del gusto? - Milano Makers ha scelto gli spazi austeri della Fabbrica del Vapore. La mostra proposta - *BLA BLA*, curata da **Alessandro Mendini** - riunisce, nell'allestimento di Duilio Forte, nove esposizioni differenti con la proiezione in loop su maxischermo delle videodichiarazioni di tutti i partecipanti.

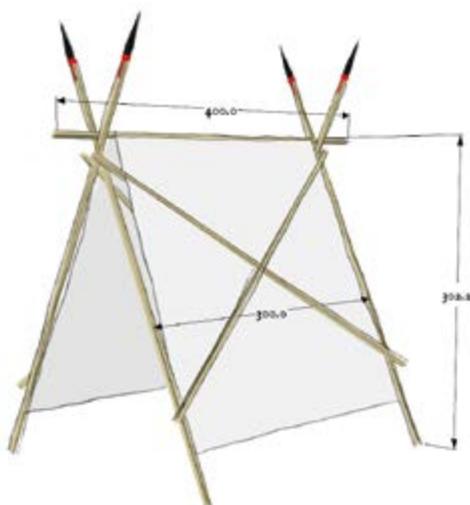
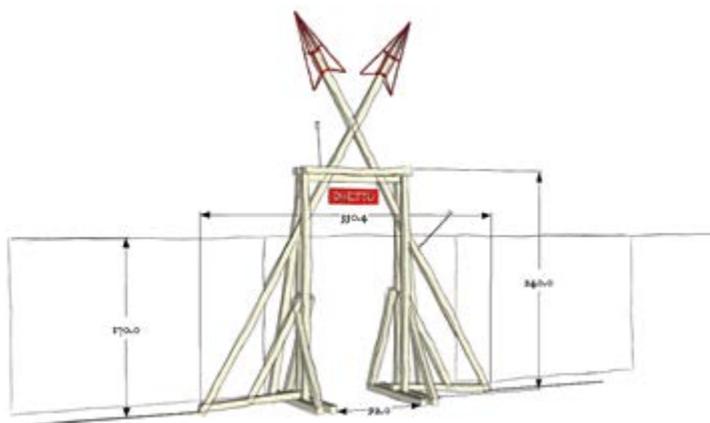
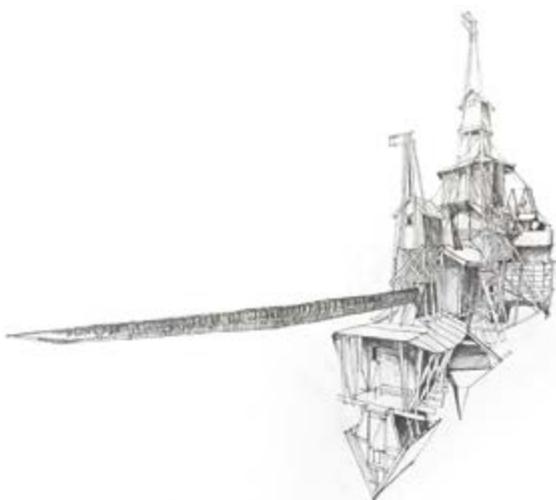
Mano e terracotta, a cura di **Maria Christina Hamel**, racconta il legame creati-

vo che unisce i designer a un materiale arcaico. I manufatti sono realizzati in argilla rossa, modellati a "mano libera", senza l'utilizzo del tornio. Sul richiamo ancestrale di alcune materie prime ragiona anche la mostra *Terra Cruda*, curata da **Mina Bardiani**, **Cludia Mendini** e **Alessandro Ranavolo**. Della tecnica costruttiva, economica e sostenibile, vengono esposti alcuni componenti autoprodotti e la parte di una vera costruzione, realizzata in loco, come un'installazione collettiva. In *Duetto* di **Anna Gili**, i materiali sono due per ogni pezzo esposto: il design dell'oggetto si piega alle diverse consistenze, alla dicotomia poetica ed estetica.

Il collettivo **Materiaprima** ha lavorato a stretto contatto con un falegname; *Ricette in resina naturale* espone gli esiti notevoli di un workshop tenuto in Olanda da **Carmine Deganello** con **Peter Van Kester**. *Natural Design Exhibition*, a cura di **Maurizio Corrado**, esplora il paesaggio naturale; *Recession Design* - progetto che comprende anche un libro - racconta il design nei tempi di congiuntura economica, declinato in chiave fai-da-te. *Milano Makers Music*, a cura di **Caroline Tallone**, è dedicata a uno degli ambiti in cui design e sapienza artigianale vanno davvero pari passo: la progettazione di strumenti musicali.

Infine, *ArkiZoic Bellum*, il cui manifesto è la copertina di questo numero speciale di *Artribune*, ideata da **Duilio Forte**, architetto e designer di raffinata visionarietà, rappresenta la dichiarazione di guerra alla serialità industriale.

Una vera e propria chiamata alle armi, con un'offensiva lanciata anche online: i prodotti Milano Makers sono in vendita in una apposita sezione dell'e-shop Ulaola, sito di e-commerce dedicato all'eccellenza italiana, tra vintage e contemporaneità.



Il poliedrico designer londinese Tom Dixon e lo storico brand sportivo Adidas hanno stretto un segretissimo sodalizio. Che verrà svelato soltanto sui binari della vecchia stazione ottocentesca del Museo della Scienza e della Tecnologia. Oggetto del contendere: una borsa.

TOM DIXON E ADIDAS PER IL FLÂNEUR POSTMODERNO

di URBANO NANNELLI



Most2013 custodisce una collaborazione top secret fra **Tom Dixon** e Adidas. Pochissimi i dettagli rivelati: la joint venture durerà due anni, a partire dal 2014. Ma qual è il punto di contatto tra queste due realtà? La borsa, oggetto inventato molto prima che fossimo in grado di esprimere la parola 'design'. In un'epoca in cui l'alloggio fisso non esisteva, era la borsa a essere l'alloggio della "roba", il ritmo della vita era scandito da viaggi e il senso della continuità raggiunto solo trasportando con sé i propri averi.

Pochi anni prima della nascita di Adolf "Adi" Dassler, fondatore dell'Adidas assieme al fratello Rudolf - in seguito capostipite della Puma -, nasceva Walter Benjamin, fervente utilizzatore del termine baudelairiano 'flâneur'. Nonostante visioni ideologiche e politiche agli antipodi, l'uno è la realizzazione pragmatica e su

scala industriale dell'altro: il flâneur è contrapposto al turista. Viaggia, scopre e si perde (volentieri), ma soprattutto si adatta. Non è schiavo dell'orologio, della visita guidata. Che sia una scarpa sportiva o un capo d'abbigliamento, il prodotto Adidas funziona sia per una passeggiata che per gareggiare sui cento metri (in questo caso è l'orologio a essere schiavo).

Tom Dixon interviene proprio qui: da designer non può che avere un trascorso appartenente agli oggetti della dimensione domestica; con la borsa si approda in un mondo differente, ancestrale ma contemporaneo. L'uomo (post)moderno rivive il proprio passato nomade "turistificando" il mondo, rendendo ogni esperienza simile e ogni luogo sempre più uguale agli altri. Perché non avere gli stessi strumenti tecnici malleabili, ottenendo in contrasto esperienze molteplici?

La linea di borse da viaggio è stata pensata da Dixon per un soggiorno settimanale in Italia, al fine di avere un guardaroba sempre adatto (il flâneur-bohémien si compiace del suo essere a tratti dandy) a ogni possibile piega dell'esperienza mediterranea.

La stazione ottocentesca ricostruita al museo, dove verrà svelata la collezione, incorpora alla perfezione le dinamiche dell'evento: il treno, in quanto oggetto, ha un suo design riconoscibile e vede l'impegno di tecnologie sempre in evoluzione, pur restando fedele alle proprie fattezze originarie. Tom Dixon e Adidas rappresentano un connubio curioso e intrigante: avremo modo di tastare il tutto con mano il giorno del lancio. E per la prima volta ci si potrà permettere di percepire, in una stazione, un lieve ritardo come un gesto elegante.

www.mostsalone.com

Rompere la tradizione delle fiere di settore e trovare il compromesso tra commerciale e creativo, senza lasciare che l'uno prevarichi l'altro. Tutto questo è Designjunction, contenitore di brand e designer. Ma anche - come suggerisce il nome - un'occasione per riunire sotto un unico tetto alcune eccellenze del design internazionale.

D AS DESIGN CONGIUNZIONI BRITISH

di ZAIRA MAGLIOZZI



Gli inglesi di **Designjunction** tornano a Milano, dopo il successo allo scorso *London Design Festival* (la prossima edizione è prevista a settembre). E lo fanno incentrando in un'unica location - gli spazi dell'ex palazzetto dello sport La Pelota, nel quartiere Brera - un mix di brand noti come Case furniture, Ercol, Vessel Gallery ed emergenti come Feliz, Utopia & Utility e Nevworks. Quasi trenta espositori, collegati dal medesimo fil rouge: il design autentico e di qualità.

“Quest'anno lavoriamo con Kvadrat per creare un allestimento di forte impatto visivo, utilizzando ampi fogli di tessuto di alluminio sospeso a un'altezza elevata e stratificato in modo da creare un senso di profondità nello spazio circostante. Questo materiale, nella sua leggerezza, costituisce un divisore visivo tra i diversi stand”, afferma Michael Sodeau, direttore creativo della manifestazione.

In questo interessante e sfaccettato design show troviamo la collezione *No Early Birds* dell'architetto svedese **Per Söderberg**, incentrata su una produzione locale, elegantemente rifinita e unita dal leitmotiv dell'incrocio dei supporti metallici. Da più lontano arriva la Mabeo, marchio africano che presenta gli sgabelli *Kika* della onnipresente **Patricia Urquiola**, il *Meradi Cabinet* di **Garth Roberts** e il *Thusi Clothing Valet* dello **Studio Nio**. Tra gli italiani, la neonata Feliz, con sede in Brianza, che presenta la sua ultima collezione di oggetti ideati tramite l'uso di un metodo di produzione a controllo numerico prodotti con materiali compositi di fibre naturali. Ma sono inglesi la maggioranza dei marchi, come Innermost, Ercol, Channels, Case furniture e Modus. Tutti accomunati da un ritorno alle forme semplici, all'uso di materiali naturali

mixati con le più recenti tecnologie di fabbricazione, senza che queste ultime intacchino la linearità e la pulizia formale dei prodotti.

A completare l'esposizione, diversi ambienti complementari. Una pop up vip lounge ideata in collaborazione con Apartment 58 - un concept club con diverse sedi a Londra - realizzata dal top brand britannico Modus, una caffetteria-gelateria allestita dalla Marzocco - azienda italiana di macchine da caffè - e una struttura architettonica site specific costruita negli spazi esterni della corte.

E se non dovesse bastare, Designjunction organizza tour di tre ore in bicicletta, per tutta la durata della design week milanese, dalle 10 alle 13, in la collaborazione con il brand giapponese Tokyobike.

thedesignjunction.co.uk

I DESIGNER

LUCIDIPEVERE

titolari dello Studio LucidiPevere

Salone del Mobile: quanto è importante esserci?

Molto! Il Salone di Milano riunisce il maggior numero di aziende di design provenienti da tutto il mondo. È un'occasione importante per il confronto, con le aziende innanzitutto, poiché è il luogo dove si tirano le somme di un anno o più di lavoro.

Fiera o Fuorisalone?

Fiera, perché è orientata alla concretezza. Si espone per vendere, non necessariamente per stupire.

Quanto tempo prima parte la preparazione di un oggetto per il Salone?

Dipende dal tipo di azienda, dal tipo di designer, dal tipo di prodotto. Il nostro approccio alla progettazione è solitamente sperimentale, lavoriamo molto con i materiali e con le tecnologie. Per questo i tempi sono abbastanza lunghi. A volte invece lavoriamo sul concetto di archetipo, e in questi casi i tempi sono più brevi, perché tutto il progetto è frutto di un'idea. Non scendiamo mai sotto l'anno di lavoro.

Un ricordo della vostra prima esperienza al Salone.

Pevere: Ero uno studente universitario e non avevo mai visto così tanti prodotti e aziende tutti insieme. Mi sono domandato quante possibilità avessi realmente di diventare un designer.

Lucidi: Ricordi confusi. Ero piccolo e ci andavo già con mio padre; poi da studente. Quando l'ho visitato per la prima volta da solo, sapevo già il mestiere che volevo fare da grande.

Quale design week estera fa concorrenza a Milano?

Nessuna per importanza e dimensione. Ce ne sono alcune, però, che hanno un grande fascino: quella di Vienna, che coinvolge nel centro storico i negozi, le botteghe e i laboratori artistici più prestigiosi; oppure Kortrijk, in Belgio.

Salone da visitatori: quale bagaglio si porta a casa?

Si colgono le nuove tendenze. E si può scommettere su quali pezzi segneranno la storia del design. (V.B.)

www.lucidipevere.com



photo Chiara Catellani per *Abitare*

SEI PUNTI DI VISTA SUL SISTEMA DESIGN

a cura di GIULIA ZAPPA



LA SCUOLA

STEFANO MARIA BETTEGA

direttore dell'ISIA di Firenze

Partecipare al Salone/Fuorisalone è imprescindibile per una scuola di design?

Si tratta di un importante momento di confronto e scambio, che tuttavia non deve essere identificato con la disciplina in sé.

I bilanci di un istituto pubblico qual è l'ISIA permettono di investire in una presenza al Salone del Mobile?

Le nostre economie sono molto contratte e a malapena riusciamo a tamponare l'ordinario. Fosse davvero soltanto il problema di prevedere a bilancio la presenza al Salone saremmo dei signori. La nostra presenza a Milano è resa possibile dall'impegno di Mirko Tattarini, il docente che ha curato la partecipazione di ISIA, e dalla buona volontà degli studenti, i quali spesso anticipano di tasca propria alcune delle spese.

Il confronto con gli esiti della ricerca portata avanti dalle altre scuole, italiane e straniere, presenti al Salone mette in discussione la didattica e i presupposti espositivi?

Il nostro impianto disciplinare è piuttosto consolidato e si presta alle flessibilità grazie alla capacità dei docenti di reinterpretare le declaratorie di settore in funzione dell'evoluzione della disciplina, che è intimamente legata alla contemporaneità. Certo, lo stimolo rappresentato dalla settimana milanese incide sul modo di percepire la disciplina e la sua evoluzione. Credo che in questo senso abbia molta più rilevanza il SaloneSatellite.

www.isiadesign.fi.it

LA PR

SILVIA RIZZI

titolare della Silvia Rizzi Comunicazione

Con quanto anticipo si prepara una partecipazione al Salone?

Già da fine dicembre le nostre aziende ci ufficializzano i progetti e incominciano a coinvolgerci nella programmazione delle attività di comunicazione riguardo al lancio di nuovi prodotti, aperture di showroom, inaugurazione di mostre. Tali attività, ovviamente, fanno parte di una programmazione da parte delle imprese che ha avuto avvio almeno un paio d'anni prima.

La crisi sta modificando le modalità con cui si fanno relazioni pubbliche?

La crisi sta modificando non solo le modalità con cui si fanno relazioni pubbliche in occasione della design week, ma mette in discussione il nostro ruolo e il senso delle fiere in assoluto. Il nostro motto: bando allo sfarzo e agli inutili orpelli, all'insegna di un pragmatismo che deve attraversare tutte le attività legate agli eventi e alle fiere!

Al Salone bisogna esserci: come cambia la maniera di fare comunicazione in un momento in cui tutti cercano visibilità?

I comunicatori devono convincere le aziende della necessità di proporre contenuti di grande qualità anche in un momento in cui molte imprese si fanno affiancare da starlette, divi della tv e della musica. Purtroppo molti dei nostri media, soprattutto i quotidiani, hanno dedicato molto spazio a queste collaborazioni, a scapito di realtà che invece investono in ricerca e innovazione.

Tra le fiere e le design week all'estero, ce n'è una a tuo parere che potrebbe soppiantare Milano?

Ma le fiere, così come sono oggi concepite, hanno ancora senso di esistere? Quartieri fieristici vetusti, difficili da raggiungere e per nulla accoglienti; visitatori stanchi e annoiati e sempre uguali... Ha ancora senso parlare di vendita degli spazi al mq o forse le fiere dovrebbero concorrere al conseguimento del risultato insieme agli espositori? Ha senso che le aziende debbano correre per proporre novità anche una o due volte l'anno e non riuscire poi ad andare sul mercato coi prodotti prima di un anno o due, visto che le proposte presentate in corsa non sono risolte?

www.silviarizzicomunicazione.com



photo Denis-Erroyaux

LA CURATRICE

GIOVANNA MASSONI

curatrice di Belgium is Design

Come comunicare la propria specificità nazionale in un contesto in cui sono oramai moltissimi i marchi territoriali?

Comunicare la specificità è già difficile: definire le caratteristiche generali di un Paese è un'astrazione, spesso arbitraria. Per quanto concerne il Belgio, l'operazione lo è ancora di più, ma è stata determinante. La diversità di lingue e culture che convivono in questo piccolissimo territorio non si addice a un'operazione di marketing comunicativo che riduce la ricchezza interculturale a un simbolo nazionale. Ma devo dire che non mi pento di aver riunito attorno a un unico simbolo le aziende e i designer del Belgio, pur essendo cosciente che si rischia di appiattare una situazione fantastica proprio perché diversificata e a tratti conflittuale.

La partecipazione al Salone influenza il giro d'affari delle aziende coinvolte in Belgium is Design?

Assolutamente sì. I designer incontrano i produttori e le aziende registrano interessanti benefici.

Appuntamenti imperdibili e nuove scoperte di questa edizione.

Per me il Salone significa tornare a respirare l'internazionalità che Milano offre in questi giorni. È l'incontro inaspettato, le opportunità, il caos che stimola le idee, l'ansia che è un buon motore per conoscere e scoprire. Cosa voglio scoprire? Il design onesto.

Il primato del Salone del Mobile di Milano rimane ben saldo?

Il Salone beneficia di questi "atolli" del design e della loro moltiplicazione esponenziale. Territori e spazi dove si crea e si sperimenta. E poi la migrazione verso Milano, dove si espone il meglio. Milano da sola non significherebbe nulla. Ma rimane pur sempre l'unico vero palcoscenico del confronto internazionale: una sorta di grande compendio di molteplici design week locali.

www.belgiumisdesign.be



IL COOL HUNTER

PAOLO FERRARINI

ricercatore al Future Concept Lab

Salone in divenire: negli ultimi anni i cambiamenti hanno investito di più i prodotti o l'esperienza di fruizione del format "settimana del design"?

Il Salone del Mobile e il Fuorisalone hanno perso il loro ruolo di luoghi di scoperta del nuovo e stanno diventando l'occasione per toccare con mano quello che si è già visto in Rete. Il bello di essere di persona a Milano resta la relazione, con le persone e con gli oggetti.

Il settore arredo soffre di un netto calo delle vendite. L'idea della crisi come opportunità ha prodotto qualche esempio virtuoso?

Molto spesso la crisi non è solo di vendite, ma anche di idee: non dimentichiamo che la maggior parte del fatturato del design italiano è fatto con i classici, non con i prodotti disegnati negli ultimi dieci anni. La vera innovazione oggi è soprattutto nei processi: quello che viene prima e dopo il prodotto.

La visita al Salone/Fuorisalone è sempre più infestata da una sorta di "white noise", un disturbo causato dalla proliferazione di eventi di scarsa qualità.

La settimana del design è la sagra di paese del villaggio globale. In questo senso, il design ha fatto della condivisione la sua bandiera, anticipando anche il cosiddetto "fashion circus". Come in tutte le feste, fiere e sagre, il rumore bianco è il sottobosco che garantisce la democrazia dell'evento e che, sotto molti punti di vista, permette alla qualità vera di emergere con decisione.

Milano è la quintessenza delle design week: un primato scontato?

Negli ultimi anni si sono imposte con forza le settimane del design di Istanbul, Stoccolma e Miami, ma si tratta di fenomeni molto piccoli, non paragonabili a Milano. Però sono interessanti per osservare i segnali emergenti e capire quali aree del mondo stanno dicendo qualcosa di nuovo sulla creatività applicata.

www.futureconceptlab.com



IL PRODUTTORE

DANIELE LAGO

art director di Lago

Innovazione di prodotto o di format espositivo? Cosa conta di più per guadagnare visibilità al Salone?

La cosa più importante per Lago è che dietro ogni cosa, prodotto o format espositivo ci sia un pensiero. Per noi lo stand al Salone non è un modo per stupire, ma uno strumento per comunicare i nostri valori e valorizzare i prodotti. Non vogliamo guadagnarci una fetta di visibilità, ma riuscire a trasmettere il modo in cui Lago concepisce l'abitare.

La crisi cambia le modalità con cui preparate la vostra partecipazione?

La preparazione del Salone è per noi uno sforzo progettuale e in questo senso la crisi non ha cambiato il nostro approccio. Certamente l'attenzione al budget si riflette nella scelta delle attività, ma abbiamo avuto la fortuna - e forse anche un po' di lungimiranza - di tenerci fuori dal vortice degli happening, cercando sempre, per esempio attraverso il format dell'Appartamento, di cercare soluzioni di contenuto, senza dover necessariamente investire una fortuna.

Abbiamo assistito a una continua "dialettica" tra Fiera di Rho e Fuorisalone: come valuti la presenza nell'uno e nell'altro circuito?

Negli anni abbiamo assistito a una crescita bulimica delle attività Fuorisalone: nuovi quartieri sono saliti in cattedra. Lago svolge le proprie attività su due asset principali: la Fiera e l'Appartamento Lago di via Brera. In fiera ci occupiamo dell'attività commerciale e di interazione con la stampa, mentre utilizziamo l'Appartamento per trasferire i contenuti e la filosofia Lago in maniera diversa, più allargata, coinvolgendo anche un pubblico più generalista.

Per un amministratore delegato qual è il risultato più soddisfacente da portare a casa?

Sono i numeri quelli con i quali alla fine si devono fare i conti. Quando l'investimento fatto al Salone ti consente di collocarti da leader nel tuo mercato e di generare un ritorno significativo che giustifichi la spesa, allora hai centrato l'obiettivo. In realtà, per me il vero goal è riuscire a trasmettere l'amore che noi mettiamo nella progettazione.

www.lago.it



LOVE.LAB

“LA GRAZIA È BELLEZZA
IN MOVIMENTO”

Cit. Gotthold Ephraim Lessing



DESIGN STORE

PIAZZA MADAMA CRISTINA N.2BIS – TORINO

tolab.it

HUMAN CIRCLE

— L'ESSERE UMANO MUTANTE —

The Human Circle rugs collection
(that includes 'Inferno' and 'Paradiso')
is designed by Gianni Veneziano and
Luciana Di Virgilio / V+T for Nodus Rugs
Milan Design Week 09-14 April 2013



COMPLICE UN CAFFÈ NICHETTO E NENDO IN COPPIA

Luca Nichetto e il raffinatissimo studio di Oki Sato stupiscono il circuito del Fuorisalone 2013. In Foro Buonaparte, presentano sette oggetti prodotti e progettati insieme. Una nuova collezione frutto di un incontro, avvenuto in un caffè di Stoccolma.

◆ di GINEVRA BRIA

Questa storia ha inizio nel dicembre 2012, quando Luca Nichetto e Oki Sato [nella foto di Alexander Lagergren] si incontrano nella celebre caffetteria Vetekatten di Stoccolma. Come si svolge e qual è il lieto fine lo racconta il designer veneziano.

Di cosa avete parlato in quel caffè?

A dire il vero, l'amicizia è iniziata. A fine ottobre 2012, alla Tokyo Designer Week, fui incaricato da una rivista svedese di intervistare Oki Sato. A dicembre Oki mi contattò a Stoccolma per quel famoso caffè. Un convivio lungo quasi tre ore nel quale, alla fine, il design si è trasformato in un riflesso. L'effetto di quel che è oggi la nostra società, la situazione economica e quella politica. Sembrava che potessero tornare a esistere terreni d'intesa, proprio come era successo fra Ettore Sottsass e Shiro Kuramata. Così, tanto per lanciare un'idea, a fine serata ho detto a Oki: "Beh, adesso è il nostro turno". Dopo neanche due settimane Oki mi chiamò dal Giappone per farmi una proposta.

Quali linee guida vi siete dati nel lavorare a distanza?

Oki ha pensato di iniziare il processo creativo secondo una modalità culturale letteraria giapponese, il *tanka*, una breve composizione dove una persona invia a un'altra tre versi (*kami no ku*); chi li riceve conclude con due versi (*shimo no ku*). Il 25 dicembre, come un regalo di Natale, ho iniziato a ricevere le sue proposte e, di rimbalzo, a in-



viargli le mie. In questo modo, l'uno ha operato una selezione delle idee dell'altro e viceversa; concetti che, all'inizio, erano sotto forma di disegni. E che poi hanno cominciato a prendere vita con una precisione inaspettata.

A quali grandi maestri fate riferimento?

Sottsass e Kuramata hanno solo preparato il terreno per la nostra collaborazione, per poi lasciar spazio a una sorta di forte autoconsapevolezza di quel che stavamo

realizzando. Tanto io quanto Oki, lavorando per diverse aziende, conosciamo infatti il rispetto che un creativo deve mantenere nei confronti delle difficoltà affrontate dalla produzione. Questo *sapere* ci ha fatto proporre i nostri prodotti a diverse aziende con maggiore indipendenza e centratura rispetto a quando lavoriamo con un briefing imposto da un committente. Ma fin da subito abbiamo cercato un supporto aziendale non tanto in vista di una produzione industriale delle nostre idee, quanto per dare vita a una serie di oggetti che devono rimanere il frutto di un grande incontro e la causa di una mostra che lo testimoni. Tutto è nato in itinere, il Fuorisalone è solo capitato durante il percorso.

Su quale momento del quotidiano, su quale ambiente della casa vi siete soffermati?

Ci sono un tappeto, un divano, alcune lampade, un paravento, uno sgabello, un portacandele e anche una libreria. L'allestimento è quello di una piacevole living room di 70 mq, che potrebbe ispirare tanto un ambiente *contract* quanto l'*interior* di una dimensione domestica.

Quali materiali e colori prevalgono?

Marmi, ottoni, carte giapponesi e vetri satinati. Per quanto riguarda la palette dei toni cromatici, è composta da colori caldi. Devo dire che, su questo punto, Oki si è decisamente lasciato influenzare da me!

Avete già ricevuto proposte per la produzione?

Tutte le aziende alle quali abbiamo chiesto supporto per la realizzazione dei prototipi da esporre sono rimaste così entusiaste della collezione che avrebbero voluto produrre subito tanto gli arredi quanto gli oggetti. E alcuni saranno già in catalogo nei prossimi mesi. Ma durante questo Fuorisalone la serie *Nichetto=Nendo* [allestita in Foro Buonaparte 48, N.d.R.] sarà solo e solamente un percorso di idee esposto al pubblico come segno di una grande amicizia.

www.lucanichetto.com
www.nendo.jp

LAGO

www.lago.it

In our work, we always put the individual at the centre. That's why we feel free to overturn commonplaces. Like? Thinking that accessible is better than exclusive, working on the aesthetic of functionality, creating open, flexible systems where design is a tool of expression for home living. Now is the time to believe in quality, an engine of change that is not simply an ideal.

PLAY THE CHANGE



Furniture

Fluttua_bed
36e8_storage
Et Voilà Weightless_wardrobe
36e8_rug

Interior

Slide_floor
Luci e Ombre_wallpaper
Lago_wall painting

Salone del Mobile 9-14 April 2013 - Pav. 16 / Stand: B25 C30
Appartamento Lago Via Brera, 30 Milano
Lagostore Turati Via Turati, 3 Milano

facebook.com/lagodesign



SUPERSTUDIO IL CUORE DI ZONA TORTONA

di VALIA BARRIELLO

Cuore pulsante e anima di Zona Tortona, Superstudio Group ha trasformato gradualmente la classica esposizione fieristica in un approccio museale. Ha introdotto novità, talenti emergenti e portato i non addetti ai lavori e le famiglie al Fuorisalone. Tappa obbligatoria della settimana del mobile, ogni anno aggiunge una novità; quest'anno lancia il progetto *Freedom Design*. Ne parliamo con **Gisella Borioli** [nella foto di Giovanni Gastel].

Come si affianca Superstudio al tema del Salone, *Interiors of tomorrow?*

Allargando il concetto di *interiors* con quello di *global design*. Il design non guarda più solo alle stanze, alla casa, ma è diventato il valore aggiunto da cercare e da esibire in

ogni genere di prodotto. È entrato prepotentemente nelle nostre vite, molto più potente della moda. Aggiungerei che il nostro fil rouge di quest'anno, *Roots*, esprime il rispetto del passato, dei grandi maestri, perché da radici profonde nascono frutti migliori.

Cos'è il *global design*?

L'attenzione al mondo che cambia, senza preconcetti, snobberie o scomparti chiusi. È tutto così vivace e interessante che ci viene solo voglia di valorizzare la creatività, dovunque essa sia.

Che obiettivo si pone, ogni anno, la sezione *Discovering*?

Come dice il titolo, scovare nomi nuovi. Per regola, non riprendiamo l'anno dopo lo stesso espositore. Desideriamo aiutare gli start up, le

nuove iniziative, i nuovi talenti, cui offriamo anche l'occasione delle vendite online con *Superstudio Selection*, scelta di articoli messi sul mercato attraverso il sito www.dalani.it.

Com'è nata l'idea del nuovo progetto *Freedom Design*?

Ascoltando e rendendoci conto delle necessità. Riceviamo richieste di spazi sempre più piccoli e meno cari per poter mostrare anche un solo prodotto o un'idea da parte di creativi che di più non si possono permettere. Una richiesta a cui nessuno dava risposte. Abbiamo capito che si trattava di una massa di energia che non trovava spazi adeguati, Abbiamo progettato *Freedom* al Superstudio 13, il suk delle buone idee. Ci auguriamo che si affermi come un vivaio di creatività libera e fuori dagli schemi.



È l'hub del distretto che a Milano è sinonimo di design. Anche chi da queste parti ci passa soltanto durante la settimana del Fuorisalone, al Superstudio entra senz'altro. Perché sa di trovare un'offerta variegata e sempre stimolante. Cosa ci riserva l'edizione di quest'anno ce lo siamo fatti raccontare da Gisella Borioli.

All'interno della Zona Tortona Design Week, Superstudio è l'attrattore principale. Come si relazionano con il circuito e con gli altri espositori?

Da anni dialoghiamo in modo spontaneo tra di noi, creando occasioni comuni. Da qualche anno abbiamo fondato un'associazione non profit, Tortona Area Lab, che lavora incessantemente e tra mille difficoltà per fare della Tortona Design Week un momento straordinario, senza le criticità del passato. Coordiniamo i progetti delle location, curiamo lo spazio pubblico, facciamo comunicazione, interagiamo col quartiere, ci relazioniamo col Comune e con le istituzioni, abbiamo un nostro magazzino.

Che valore ha l'artigianato oggi nel mondo del design?

Sempre maggiore: a parte i materiali plastici, molti arredi sono ancora fatti a mano o quasi. L'art-design richiede manualità, attenzione, preziosità, unicità e quell'amore per il manufatto che difficilmente la produzione industriale può dare.

Nel futuro prossimo, che spazio troveranno le nuove tecnologie come le stampanti 3d affiancate all'autoproduzione?

Crede che il futuro sia lo spazio della libertà, o almeno me lo auguro, non fosse altro per il fatto che tanti Paesi si affacciano ora alla produzione del "design" con il loro bagaglio di tecnologia avanzata o di cultura radicata nella manualità e nell'artigianato, e che il lavoro dipende sempre più dal singolo.

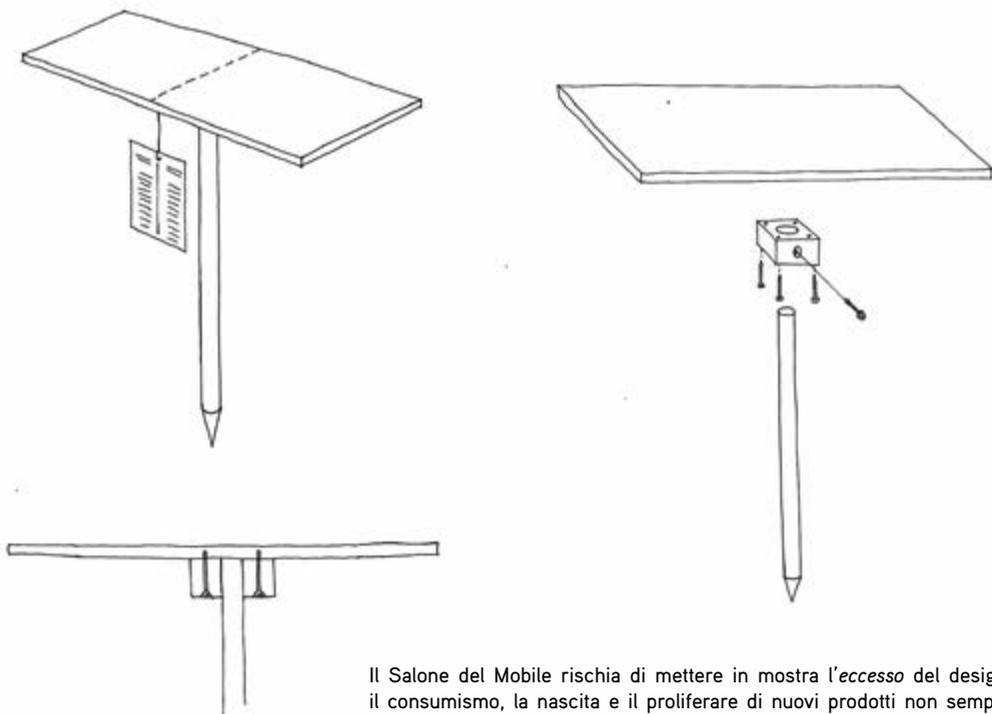
www.superstudiogroup.com

L'associazione non profit Tortona Area Lab - fondata nel 2010 da Gisella Borioli di Superstudio Group, Uberto Cajrati Crivelli di Estate 4, Marzia Cantone di Magna Pars e Daniela Triulzi di Tortona Locations - si è data, fin dalla nascita, l'obiettivo di mettere in rete le diverse realtà del distretto di Zona Tortona e di garantire un'alta qualità di offerta durante la kermesse meneghina.

Da quest'anno Tortona Area Lab ha deciso di fare molto di più che occuparsi solo della riuscita del Fuorisalone. Quando una manifestazione ricca e vasta come questa finisce, infatti, bisogna occuparsi di smantellare tutti gli allestimenti, che spesso costituiscono un ulteriore costo di smaltimento rifiuti. Tortona Area Lab ha deciso di stringere una partnership con Mani Tese, Ong che si occupa proprio di riuso dei materiali per poi sostenere progetti nel sud del mondo. Tavoli, ripiani, espositori, sgabelli, pannelli possono così avere una seconda vita.

Ogni espositore potrà decidere liberamente se aderire all'iniziativa e quali materiali donare. Mani Tese si occuperà del recupero e rilascerà a ogni espositore un certificato di donazione. In questo modo, e per la prima volta, potremo assistere a un Salone senza chiederci con rammarico che fine faranno gli allestimenti e quanti soldi sono stati spesi per una settimana di eventi. Dietro il sipario, finalmente si sceglie un sano recupero, che per di più ha un valore solidale.

PAOLO ULIAN L'ESSENZA E L'ECCESSO



Il Salone del Mobile rischia di mettere in mostra l'*eccesso* del design, il consumismo, la nascita e il proliferare di nuovi prodotti non sempre essenziali perché non realmente innovativi. Per capire cos'è l'*essenza* del design e ritornare coi piedi per terra, invitiamo a visitare la mostra che Paolo Ulian allestisce alla Cascina Cuccagna, *L'essenza e l'eccesso*, nell'ambito del progetto *Goodesign - Lavorare bene abitare meglio*.

"Più che una mostra sul design, è una mostra sul buonsenso", dice Ulian. Proprio il buonsenso, infatti, dovrebbe essere il motore che guida i progettisti nell'ideazione dei loro prodotti. Soprattutto in un periodo di crisi, guardando al futuro e al *"mondo che abiteremo"*, come consiglia il tema del Salone, è doveroso riflettere su quali sono gli oggetti necessari e quali invece superflui.

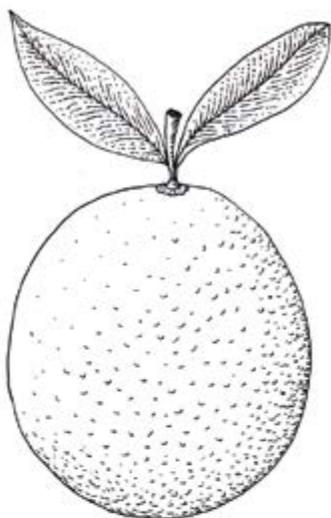
Ulian ha selezionato una ventina di coppie di oggetti d'uso comune, uno positivo e uno negativo, uno *essenza* e uno *eccesso* della medesima funzione, per dimostrare quanto il consumismo possa portare a un sovradosaggio di oggetti. Molti prodotti chimici, che offrono una soluzione rapida ma inquinano il pianeta, possono essere sostituiti con oggetti che svolgono la stessa funzione in modo meccanico. Componenti usa e getta possono essere rimpiazzati da prodotti quasi eterni. Ricordate l'aneddoto sul filosofo Diogene, che quando vide un bambino che si dissetava da una fontana usando solo le mani buttò la sua ciotola in legno?

Come memorandum, a corredo della mostra è stato pubblicato un quaderno/catalogo edito Corraini, con le illustrazioni degli oggetti che anticipiamo in queste pagine. (Valia Barriello)

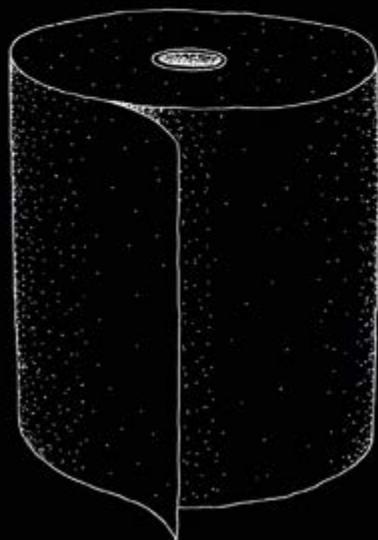
www.paoloulian.it | www.cuccagna.org | www.corraini.com



Una lattina di aranciata costa come 5 arance...



...ed è meno buona di un'arancia fresca



Un rotolone di carta asciugatutto per pulire la casa...



...quando basta una spugna



LUCIDIPEVERE - RAPHIA

Viene quasi da chiedersi se la sedia *Raphia*, presentata dal brillante duo udinese LucidiPevere per Casamania, sia una vecchia sedia incredibilmente contemporanea o un prodotto odierno ma costruito da artigiani del passato. Merito del dubbio è il midollino sapientemente intrecciato, che costituisce seduta e schienale su un'ossatura in metallo verniciato. Calibrata unione fra elementi della tradizione e forme rinnovate della modernità.

www.casamania.it

GIULIO IACCHETTI NEW CASTLE

La sagoma è quella classica del divano imbottito, ampio, con braccioli larghi e uno schienale generoso. Il tessuto è il particolare che cattura l'attenzione.

New castle, ultimo nato in casa Meritalia, è un divano interamente rivestito in Duraform, la stessa stoffa delle etichette dei jeans, per intenderci. Lavabile, resistente e contemporaneo, è il rivestimento a rubare la scena.

www.meritalia.it

METTETEVI COMODI

di VALIA BARRIELLO



PHILIPPE STARCK - MY WORD

Il re del design - e dei reality - torna nell'ambiente a lui più congeniale, quello della progettazione, con un marchio storico: Cassina. *My work* è un divano che unisce, come anticipa il nome stesso, il lavoro al relax. Non solo un tre posti dalle linee morbide e con cuciture a vista, ma anche una comoda workstation con due piani di appoggio, cassetti a scomparsa con prese usb e wireless. Se la tecnologia e le abitudini di vita cambiano al trotto, Starck segue il passo.

www.cassina.com



PATRICIA URQUIOLA - MAFALDA

L'asso nella manica di Moroso è ormai da anni la poliedrica designer spagnola Patricia Urquiola. Quest'anno la progettista fa proprio da factotum e, oltre alla progettazione dello storico showroom in Brera, presenta anche una poltroncina. *Mafalda*, poltrona bassa, con ampia seduta e schienale avvolgente in tessuto, è un invito a mettersi comodi, proprio come a casa.

www.moroso.it



MARIO PRANDINA DISCOLA

Plinio il Giovane, marchio di design contraddistinto da prodotti di alta falegnameria, sposa una causa sociale e realizza una collezione di prodotti in collaborazione con la Cooperativa Opera in Fiore, che lavora con ex detenuti. Abbiamo selezionato *Discola* - design di Mario Prandina, proprietario del marchio -, una sedia a dondolo che facilita il vizio di dondolarsi impunemente sulle gambe posteriori di una seduta, evitandone la caduta.

www.plinioilgiovane.it



SARA FERRARI - BACO

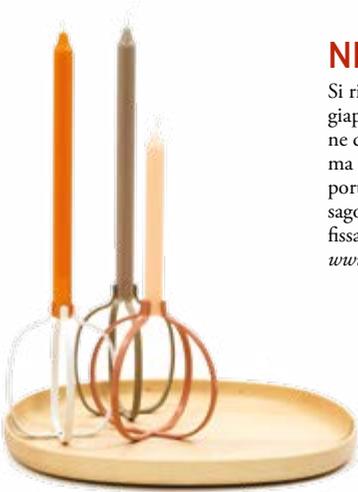
Il trucco c'è ma non si vede. Il divano *Baco*, di Sara Ferrari per D3co, ha un uso limitato di fissaggi tra schienale e seduta, per sposare la filosofia naturale aziendale. Lo schienale diventa così un elemento decorativo e personalizzabile, come un cuscino. Il capitonné, realizzato anch'esso su supporto morbido, diventa contemporaneo grazie ai toni accesi. Le novità dell'anno è la doppia chaise-longue che consente di distendersi su una moderna "greppina".

www.d3co.it

NENDO - CLIP PORTACANDELE

Si riconosce da lontano un oggetto firmato Nendo, studio del giapponese Oki Sato. Pulizia formale, linee essenziali, sottrazione dei volumi e sperimentazione pura. Sembrano regole banali, ma non è semplice raggiungere l'equilibrio di oggetti come i portacandele per Discipline: anime in acciaio verniciato dalle sagome dei frutti. E in più la funzionalità migliorata, poiché il fissaggio a molla sostiene candele dai diversi diametri.

www.discipline.eu



NON SOLO MOBILI

di VALIA BARRIELLO

JOVELLUTO - GEMME

Sembra fare luce anche da spenta, la lampada da parete ideata dallo studio vicentino Jovelluto per Vertigobird. Questo perché assomiglia a una *Gemma* con i lati sfaccettati e irregolari. L'applique in ABS e metallo, realizzata in termoformatura, esiste in una sola versione ma, ruotata, è ogni volta differente. Accostando più gemme, con angolazioni diverse, si ottengono composizioni nuove e personalizzabili, fino a rendere la propria parete una piccola miniera.

www.vertigo-bird.com



TOMMASO MANCINI - ORTOBRICK

Ha le sembianze di un mattone ma è un composto di terre argillose e microterreno solido contenente semi di piante erbacee: è l'ultimo progetto di orto-design di Tommaso Mancini.

A contatto con l'acqua, il mattone germina naturalmente. *OrtoBrick* non è stato pensato solo per abitazioni e orti, ma per la città. Un progetto di guerrilla gardening prevede, infatti, che il mattone venga abbandonato in contesti urbani per generare inaspettate microaree verdi.



MATALI CRASSET - STICK

Immaginate una pinza in legno che si congiunge in entrambe le sue estremità, simmetrica su entrambi gli assi. Trovato il modulo, ripetetelo. Così ha fatto Matali Crasset, designer eccellenza francese, per la lampada *Stick*, semplice come il nome che porta. Il legno rende la luce calda e l'alternanza delle stecche crea texture di luce e ombra sempre diverse. Dalla semplicità nasce l'inattesa ricchezza del design.
www.fabbian.it



SERENA CONFALONIERI WALLPAPER

Che le carte da parati non siano più un elemento *démodé* ma contemporaneo lo si è notato da qualche anno a questa parte. Quello che ancora stupisce è la varietà di scenari che un semplice "sfondo" può creare su un muro. Ne offre un assaggio Serena Confalonieri, designer di Milano, con le sue nuove proposte per Wall & Decò. Fasce di colore, montagne sotto nebbie colorate o un affresco ottocentesco, ce n'è per tutti i gusti.
www.wallanddeco.com



ALESSANDRO MENDINI - AMULETO

Volete una lampada che protegga come un *Amuleto* il vostro bambino? Chiedete ad Alessandro Mendini, che per il nuovo marchio di illuminazione Ramun ha ideato tutto, dal logo al sito al marketing, fino a - ovviamente - una lampada. Tre cerchi che rappresentano il Sole, la Luna e la Terra sono in realtà base, snodo ergonomico e cerchio illuminante. Mendini ha pensato ai piccoli, in particolare al nipote; oltre a un buon augurio, qualcosa da maneggiare e con cui giocare.
www.atelierramun.com

POLI.Design. La nuova offerta formativa

Alla saldissima tradizione "politecnica", unita alla ricerca costante di innovazione, si affiancano da quest'anno importanti novità nella proposta formativa del POLI.

design, con la creazione di master con super-specialistici. Ai master storici erogati dal consorzio - quali quello in Brand Communication, in Strategic Design, in Industrial Design Engineering & Innovation e in Exhibition

Design - si affiancano ora un master in Service Design, per rispondere all'esigenza di creare profili professionali in grado di gestire la complessità della progettazione di un servizio; un corso di alta formazione in Design del Giocattolo, un master in Social Networks Influence Design e un master level in Housing Sociale e Collaborativo. E ancora, un master in Urban Interior Design, in collaborazione con la Escuela Politécnica Superior - Universidad CEU San Pablo di Madrid, e uno in Color Design & Technology. (G. M.)

www.polidesign.net

A maggio, Milano è fotografia. Con la terza edizione di MIA

Anche quest'anno Superstudio Più ospiterà *MIA - Milano Image Art Fair*, prima fiera in Italia dedicata a chi ama e colleziona fotografia, giunta alla terza edizione. Ideata, curata e diretta da Fabio Castelli, non solo si propone di esporre il meglio della fotografia italiana e internazionale, ma utilizza un format innovativo: ai 200 espositori (singoli artisti, gallerie o editoria specializzata) è dedicato uno stand espositivo ciascuno, oltre che la creazione di un catalogo monografico. Insieme quindi 200 artisti per 200 stand con 200 cataloghi. Numeri importanti, soprattutto se si considera l'aumento

esponenziale di pubblico - l'edizione del 2012 ha visto circa 20mila presenze - e la decisione conseguente di proporre diverse novità: l'Angolo del Collezionista, sezione di opere firmate a quattro mani artista/stampatore, e la lettura dei portfolii *Codice Mia*, in cui 45 fotografi potranno sottoporre il loro lavoro a dieci tra i più influenti opinion leader del settore. Organizzata su una superficie di 8.000 mq, Mia non solo mette a disposizione opere provenienti da 16 Paesi, ma rende possibile un approfondimento trasversale sui temi cari alla fotografia contemporanea attraverso l'organizzazione di lecture, conferenze, tavole rotonde, presentazioni editoriali e booksigning. Le opere in vendita hanno un prezzo compreso tra i 1.000 e i 50mila euro e la selezione è stata anche quest'anno curata dal comitato scientifico composto da: 3/3 photography projects - Roma, Gigliola Foschi, Elio Grazioli, Roberto Mutti ed Enrica Viganò. (G. M.)

www.miafair.it

Arte e design. Sul confine, con HoHart

Un progetto che arriva a Milano dopo aver viaggiato per tutto il mondo. Portando cinque "art-designer" nel capoluogo lombardo. Si chiama HoHart e nasce dall'esperienza e dall'impegno di Arnaldo e Umberto Pavesi, con l'intento di coniugare la ricerca degli artisti con il design, tra innovazione, nuovi materiali e media. In occasione del Salone del Mobile, nell'ambito del Fuorisalone, HoHart

presenta *Operation Content*, una collettiva che raccoglie sotto questo titolo cinque creativi che lavorano al confine tra

arte, tecnologia e design. Sono i toscani Marco Ravenna ed Ettore Saccà, il veneto (residente a Berlino) Francesco Meneghini [sua l'opera nella foto], il siciliano

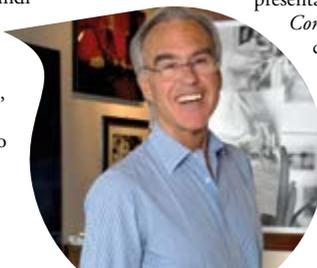
Mariano Leotta e il milanese Antonino Accardo. Tutti appartenenti alla generazione dei nati tra gli Anni Settanta e gli Anni Ottanta, si confrontano con il problema dell'oggetto, che diventa il perno di una disamina che indaga la relazione tra forma e contenuto, con l'intento di interagire con la realtà e, possibilmente, di comprenderla e orientarla attraverso l'arte e la progettazione. (S. N.)

www.hohart.com

Fuorisalone green all'Isola. Grazie ad aMAZElab

aMAZElab organizza *The Green Bike*, a cura di Claudia Zanfi. Quattro giorni in bicicletta alla scoperta della Milano meno nota e dei luoghi del design, una festa con live jazz, installazioni, bio food. Grazie alla collaborazione con l'Ambasciata e il Consolato Generale dei Paesi Bassi, il progetto si articola in esposizioni, incontri e conferenze. In tre bike store (Equilibrio Urbano, Rosignoli, Olmo), largo a designer e artisti - Max Lipsey, Jan Gunneweg e Maarten Kolk - creatori di opere legate alle due ruote, mentre Matteo Guarnaccia presenta un murale dedicato all'Anno del Serpente. Tre "paesaggi verdi urbani" sono concepiti da studenti del Polidesign, mentre tipologie vegetali con proprietà fonoassorbenti e anti-inquinanti danno vita a uno speciale allestimento verde, sviluppato con il Flower Council of Holland. (V. S.)

www.amaze.it



porta**Natura**

Veg box da € 17
(consegna gratis)

Una ricetta gratis
ogni settimana

Cibo senza chimica

Escludere i prodotti che
non ti piacciono

Prendi le uova, il latte,
la carne ed altro

Non devi essere
a casa

Fruit and veg Box direttamente alla tua porta. Qualità 100% bio e biodinamica.
Consegna gratuita a Milano, Genova
Chiama: 348 7446271 - www.portanatura.it

Abbonati ad Artribune Magazine



- ABBONAMENTO PER ITALIA ED EUROPA**
6 numeri + eventuali numeri speciali \ posta prioritaria: 39€ / anno
- ABBONAMENTO PER RESTO DEL MONDO**
6 numeri + eventuali numeri speciali \ posta prioritaria: 59€ / anno

NOME* COGNOME*

AZIENDA

INDIRIZZO*

CITTÀ* PROVINCIA* CAP*

NAZIONE

EMAIL

P. IVA / COD. FISCALE*

*campi obbligatori

Consento l'uso dei miei dati come previsto dall'art.15 del D.lgs. 196/03. La informo che i dati personali raccolti nel presente modulo di registrazione saranno utilizzati allo scopo di inviare le informazioni che le interessano. Il conferimento dei suoi dati personali - contrassegnati da un asterisco è pertanto necessario per l'invio del materiale informativo da Lei richiesto. - La compilazione dei campi del modulo non sono contrassegnati dall'asterisco sono facoltativi e potranno essere trattati, previo Suo consenso, per definire il suo profilo commerciale e per finalità di marketing e promozionali proprie del sito stesso. - I Suoi dati non saranno comunque oggetto di comunicazione né di diffusione a terzi e saranno trattati con l'ausilio di supporti informatici e/o cartacei idonei a garantire sicurezza e riservatezza. - Titolare del trattamento è Artribune Srl. Lei potrà in qualsiasi momento esercitare tutti i diritti previsti dall'art. 7 del D.lgs. 196/03.

DATA FIRMA

Labbonamento verrà attivato dopo che avrai inviato per fax al 06 87459043 questo modulo e fotocopia del bonifico effettuato sul C/C IT07D030690329310000006457 intestato a ARTRIBUNE SRL Via Enrico Fermi, 161 - 00146 ROMA, nella causale ricordati di inserire - nome e cognome abbonamento Artribune Magazine.



www.artribune.com/magazine

GREENISLAND2013

Milano Design Week (9-14 Aprile)

The Green Bike: il modello olandese

a cura di Claudia Zanfi

www.amaze.it

