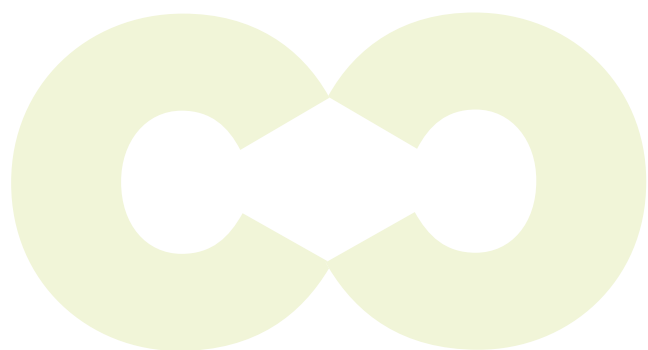




CULTURECLUB

HABITAT&BENESSERE



Un luogo d'incontro dove si condividono storie, visioni e intuizioni trasversali al mondo del design.

Non un magazine, ma un momento di confronto e di approfondimento culturale.

Il nostro contributo per creare stimoli e riflessioni insieme a chi vuole esserne protagonista.

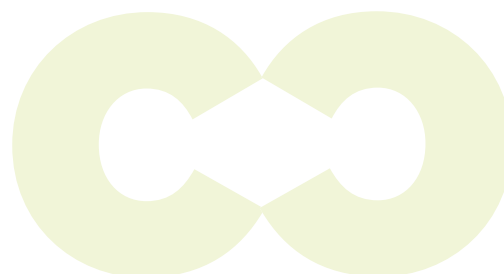


FOCUS ONE

Un'approfondita ricerca giornalistica per mettere in luce opinioni, pensieri e azioni intorno a un tema.

Il punto di partenza necessario per stimolare pensieri, idee e riflessioni con il contributo degli esperti.

In un mondo dove tutto cambia rapidamente...





FOCUS ONE

IL DESIGN E' MORTO. VIVA IL DESIGN!

1. POLTRONA DI PROUST
ALESSANDRO MENDINI
ph.credit
Carlo Lavatori



“Cos'è il design oggi? Esiste ancora o si è talmente esteso nelle sue pratiche da aver perso ogni identità fino a identificarsi con un concetto un po' generico di progetto *tout court*”. Apre così il saggio *Il design oggi* di Vanni Pasca, storico del design. Continua Pasca: “Le sue espressioni si sono modificate, riformulate, ampliate. E, dunque, non è possibile rispondere con una risposta univoca, ci si trova di fronte a una serie di manifestazioni che non consente riduzioni, tuttavia una mappatura risulta impossibile. Alcuni temi /tendenze appaiono però evidenti”.

DESIGN ART

Una casa d'aste londinese, Phillips De Pury & Co. Nel 2005 ha battuto il prototipo di un tavolo disegnato da Zaha Hadid per 279.000 dollari. E Larry Gagosian, il noto mercante d'arte per la sua galleria di New York nel 2007 ha commissionato a Marc Newson una serie di oggetti con prezzi variabili dai 100.000 ai 400.000 dollari. Sul mercato si presentano, quindi, oggetti di design come una nuova merce estetica valutata con cifre tipiche del mercato dell'arte. E' la Design Art. Tra i designer più quotati Marc Newson, Zaha Hadid e Ron Arad, Marel Wanders, Ross Lovegrove, Tom Dixon, Jasper Morrison, Tord Boontje. E' un fenomeno che appartiene al mondo del furniture design, ma non solo. In architettura si è affermata la progettazione delle archistar: architettura degli effetti speciali. E, dunque, arredi e architetture firmate, stimoli visuali che cercano l'impatto comunicativo proponendo l'inusitato, l'anomalo, l'eccedente, che si propongono come icone di una nuova spettacolarizzazione del quotidiano. Diversi maestri italiani da Ettore Sottsass ad Alessandro Mendini a Gaetano Pesce hanno fatto da apripista

di questa tendenza che avvalora i prototipi e le piccole serie di design come opere d'arte e li veicola nei relativi circuiti, fiere e gallerie. Una strada che vale per pochi.



2. CARLTON_E. SOTTASS

SOCIAL DESIGN ED ECO DESIGN

“Per convesso - scrive Vanni Pasca nel suo saggio *Il design del futuro* - si va diffondendo una nuova espressione, social design, nell'ambito della quale vengono accomunate varie direzioni di ricerca. La mostra *Design for the other 90%* (con riferimento al pensiero del designer Victor Papanek, e in particolare al suo libro *Design for the real world: human ecology and social change*, del 1972) allestita nel 2007 al Cooper-Hewitt National Design Museum di New York, ha presentato, tra gli altri, una serie di progetti ideati per affrontare, con soluzioni semplici ed eco-

nomiche, i drammatici problemi che investono molte aree del pianeta...”. Secondo il sociologo Harvey Molotch, per gran parte degli oggetti, la soluzione è quella di costruirli in modo da distruggere meno natura, in circostanze socialmente accettabili e con una obsolescenza ecocompatibile. E, per Victor Margolin, professore di storia del design all'Università dell'Illinois “possiamo considerare social design quello che contribuisce al bene sociale... Così uno degli obiettivi del social design è di raggiungere coloro che attualmente non beneficiano del design. Un altro è di produrre beni e servizi che evitino gli effetti negativi di gran



IN DEFINITIVA SEMBRA CHE L'INTERROGATIVO SIA: DOVE VA IL PROGETTO O, ANCHE, COSA SIGNIFICA PROGETTARE OGGI? IL CONTESTO DI RIFERIMENTO, LO SCENARIO GLOBALE È COMPLESSO. OGGI IL TERMINE POSTMODERN, ALMENO NEL DESIGN, È SCOMPARSO. SI PARLA, INVECE, ANCORA MOLTO DI POST-MODERNITÀ ANCHE SE SI CERCA DI DEFINIRLA, PER QUANTO POSSIBILE, IN MODI MENO AMBIGUI, NON SEMPRE CON SUCCESSO. SI PENSI A MODERNITÀ LIQUIDA (Z. BAUMAN), SECONDA MODERNITÀ (M. CASTELLS), MODERNITÀ RIFLESSIVA (U. BECK, A. GIDDENS, S. LASH) (Vanni Pasca)

IL DESIGN
E' MORTO.
VIVA IL
DESIGN!



IL DESIGN OGGI TENDE AD ALLONTANARSI, NELLA SUA CONCEZIONE CLASSICA, DALLA VOCAZIONE INDUSTRIALE PER SPOSARE LA SERIE LIMITATA O IL PEZZO UNICO. IN SENSO PIÙ AMPIO ABBRACCIA LE STRATEGIE PER L'IMPEGNO SOCIALE E I SERVIZI.



FOCUS ONE

IL DESIGN E' MORTO. VIVA IL DESIGN!

parte di ciò che attualmente produciamo". Continua Pasca: "... Esiste una ulteriore vocazione: si tratta dell'ecodesign o design per la sostenibilità ambientale. Una tendenza che risponde all'esigenza di recuperare senso alla progettazione con una scelta di impegno etico in direzione della nuova sensibilità ai problemi ambientali, sempre più diffusa".

AUTOPRODUZIONE

Ovvero... un nuovo modo di concepire il mondo del design industriale che ricerchi metodi di progettazione alternativi al modello tradizionale di produzione, andando anche oltre il consolidato sistema finanziario delle banche

3.



4. PRODUZIONE PRIVATA_MICHELE DE LUCCHI

“

IL DESIGN DEL 21° SECOLO -A PARTIRE DA QUELLO DI OGGI- SEGNA SOPRATTUTTO UN RITORNO ALL'ARTIGIANATO. UN NEO-ARTIGIANATO EVOLUTO CHE NON UTILIZZA PIÙ SOLO LE MANI E GLI STRUMENTI MANUALI, MA EVOLVE GRAZIE ALLE NUOVE TECNOLOGIE CREANDO UN OGGETTO INDUSTRIALE DALLE INFINITE POSSIBILITÀ.

(XXI TRIENNALE - 21ST CENTURY DESIGN AFTER DESIGN)

”

e la classica strategia di mercato attraverso l'e-commerce. L'autoproduzione ripropone il rapporto designer-artigiano, perpetrato per secoli, che l'industria ha superato, sotto una nuova luce, un ritorno ad una produzione sempre differente da bottega a bottega, prodotti di nicchia, a tiratura limitata. Il mercato produttivo e creativo del design autoprodotta aggiunge, così, una polarità nel mercato, nella produzione, nella progettazione e nella comunicazione.... E, infine la rete: la possibilità del designer di portare in rete i propri prodotti e di lavorare su una dimensione virale e orizzontale della comunicazione del proprio lavoro fa saltare molti dei

confini tradizionali. L'autoproduzione non sostituirà la produzione e i prodotti industriali, ma può certamente rappresentare una strada possibile per altre forme di lavoro, progettazione, produzione e consumo. In Italia, già nel 1990 l'esperienza di Michele De Lucchi con la sua 'Produzione privata' aveva rivelato la voglia del design d'autore di

4.



DESIGN PER UNA NUOVA ECONOMIA DELLA SAGGEZZA

"Nel xx secolo fare design ha voluto dire progettare per conto delle persone, oggi non può che significare progettare con le persone. A imporre un cambiamento sono le discontinuità fra XX e XXI secolo.

Lo scenario contemporaneo è caratterizzato da incertezza, crisi dei modelli finanziari, nuovi conflitti sociali, guerre, problemi ambientali. Insomma: un alto livello di complessità. Ecco perché occorre progettare insieme, mettere insieme chi è capace di fare analisi con chi è capace di

5.



3. POPPINS_ALESSANDRA BALDARESCHI

5. VASI _GAETANO PESCE



FOCUS ONE

IL DESIGN E' MORTO. VIVA IL DESIGN!

creare. Le soluzioni non si trovano più nella creatività individuale, ma nascono da processi condivisi. Il designer diventa mediatore sociale. Il design è un linguaggio universale, perché le cose che facciamo insieme generano il senso del mondo in cui viviamo e che condividiamo". Così dichiara Luigi Ferrara direttore della School of Design del George Brown College di Toronto intervenuto lo scorso giugno presso il Museo della Scienza e della tecnica di Milano all'interno del ciclo di incontri Meet the Media Guru durante la XXI Triennale. Ma per Ferrara il design non può limitarsi a fornire simboli. Esso è chiamato a offrire soluzioni: "Dobbiamo progettare gli effetti. Non i prodotti, non gli ambienti, non i



OGGI IL DESIGN SI CONFRONTA CON SFIDE CHE NE TRASFORMANO IL SIGNIFICATO IN PROFONDITÀ. SFIDE CHE HANNO IN GRAN PARTE A CHE FARE CON I PARADIGMI DELLA RETE E DEL SOFTWARE. IL LAVORO DEL DESIGNER SI SVOLGE SEMPRE PIÙ SPESSO ALL'INTERNO DI NETWORK COMPOSTI DA ATTORI ETEROGENEI, NEI QUALI SI COLLABORA SFRUTTANDO IL VALORE AGGIUNTO DEL DIGITALE: ANNULLAMENTO DELLE DISTANZE, VISUALIZZAZIONE RAPIDA DELLE IDEE, INTERDISCIPLINARIETÀ



servizi, ma gli effetti". Si chiama solution design e ha una valenza squisitamente politica. Perché gli effetti di quello che facciamo non sono mai neutrali. "Oggi - osserva Ferrara - possiamo decidere se progettare gli effetti della divisione sociale e dell'esclusione, oppure gli effetti della cooperazione e dell'inclusione". Il design, insomma, deve essere al servizio di una nuova economia della saggezza (wisdom economy). Vuol dire, in pratica, considerare la conoscenza con-

divisa come l'elemento chiave di un sistema di relazioni fra gli esseri umani che sia equo, sostenibile e in grado di produrre felicità. Ma, attenzione: la conoscenza diventa saggezza

solo se è condivisa su larga scala. La knowledge economy - oggi lo sappiamo - non è sufficiente, perché si fonda su nuove concentrazioni, iniquità e forme di sfruttamento degli individui.

7.



6. SOLAR BOTTLE _ALBERTO MEDA

7. GROW 2 _EDERA FOTOVOLTAICA

6.



CHI È IL DESIGNER OGGI? SECONDO LUIGI FERRARA, LA COMPLESSITÀ DEL NOSTRO MONDO, ASSOCIATA ALLA RIVOLUZIONE DIGITALE, RICHIEDE FIGURE MULTIDISCIPLINARI CON BACKGROUND ETEROGENEI CAPACI DI COLLABORARE CON LE VARIE COMPONENTI DELLA SOCIETÀ.

PER SAPERNE DI PIÙ

V. Pasca, Il design nel futuro

A. Branzi, Introduzione al design italiano. Una modernità incompleta

M. Cardillo, M. Ferrara, Materiali intelligenti, sensibili, interattivi

F. Carmagnola, Design. La fabbrica del desiderio

Il design italiano oltre le crisi. Autarchia, austerità, autoproduzione.

VII edizione del Triennale Design Museum (4 aprile 2014 - 22 febbraio 2015)

D. Norman, La caffettiera del masochista

C. Alessi, Dopo gli anni Zero. Il nuovo design italiano

I. Vianello (a cura di), Design Research, Atlante italiano di autoproduzione



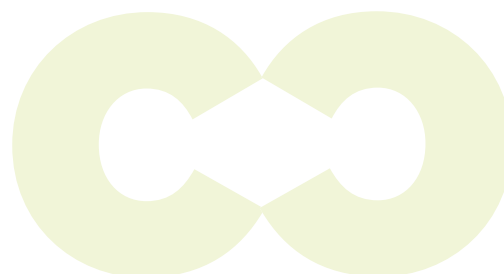
FOCUS TWO

MEET THE GURU

Un protagonista.

Un'intervista che si sviluppa partendo dal tema principale.

Una raccolta "esclusiva" di pensieri, visioni, idee e progetti da ricordare e rileggere...

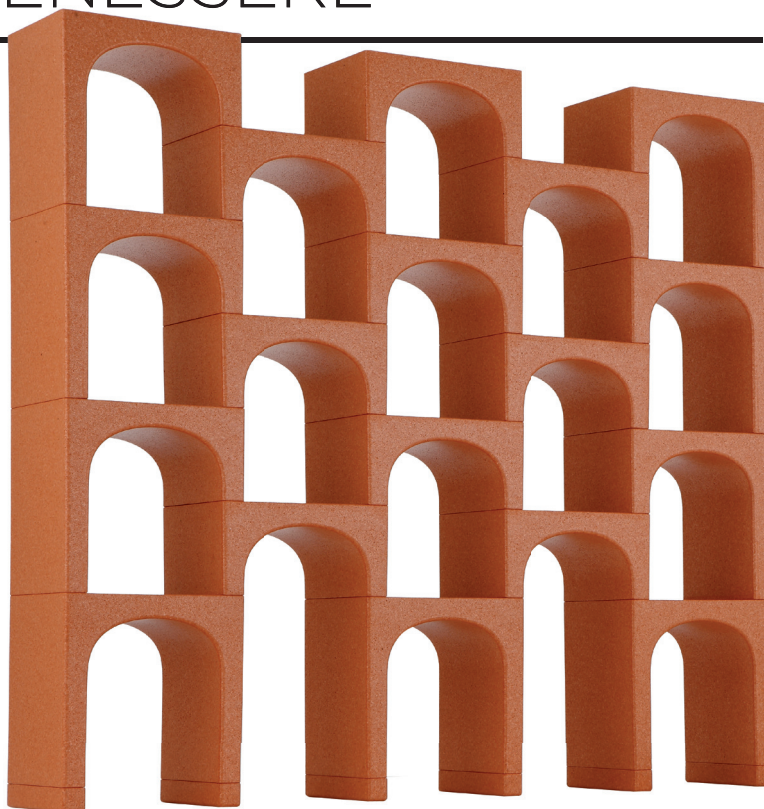


FOCUS TWO
MEET THE GURU

IL DESIDERIO E L'ATTESA...

“...progetto e precarietà, tutto e nulla, opulenza e senso della misura. E poi... design democratico. E il racconto che nel tempo ogni oggetto regala a chi sa ascoltare. Di questo e altro abbiamo parlato con Giulio Iacchetti, poliedrico designer, insignito di due Compassi D'Oro, fondatore del brand Internoitaliano, progetto di design diffuso che coinvolge anche artigiani locali.”

1.



**IL DESIGN OGGI: COS'È
DIVENTATO, DOVE STA
ANDANDO E... IL SENSO
DELLA MISURA**

Dove sta andando? Da nessuna parte. Si è espresso in questi anni come mezzo per migliorare la qualità degli oggetti e l'esperienza che con essi si compie. Cosa dobbiamo invece riscoprire? Il senso del desiderio e... della misura, smarriti in questi decenni di opulenza. Desiderare significa avere chiaro cosa volere. Diversamente dal bisogno, il desiderio si alimenta nell'attesa. Non può essere soddisfatto immediatamente. Occorre risvegliare il desiderio e ribaltare le regole per cui l'acquisto che soddisfi il bisogno di possedere rappresenti l'approccio dominante agli oggetti. Questo meccanismo allontana dai manufatti, dalle realizzazioni artigianali e industriali, dal saper leggere in noi cosa ci piaccia veramente. La sola via per riequilibrare il sistema è, dunque, essere misurati nel soddisfare i propri bisogni, discernere e riscrivere un nuovo

rapporto tra noi e le cose. Scegliere gli oggetti il cui desiderio è maturato nel tempo. E allora l'oggetto atteso, e poi scelto, acquisisce un valore, una preziosità intrinseca e probabilmente ci accompagnerà per tutta la vita. E' questo l'unico percorso possibile per uscire dall'impasse del facile e frenetico consumo e guardare agli oggetti che esprimono qualità, essenzialità, funzionalità.

**ECCESSO E
CONTEMPORANEITÀ...
TUTTO E NULLA.
“DOVE C'È TUTTO NON
PUÒ ESSERCI PROGETTO”**

Tra tutto e nulla, tra opulenza e precarietà scelgo la precarietà. L'assenza di ciò che è necessario ci rende migliori e ci impone la

ricerca. Penso sia la dimensione ideale per progettare. Progettare significa per me partire da una situazione precaria. La precarietà è nella mia scuola ideale per designer un elemento vitale. Dove c'è tutto non c'è bisogno di nulla e non c'è stimolo. Non è un caso che nei Paesi che uscirono sconfitti dalla seconda guerra mondiale si svilupparono le

scuole di design più interessanti. All'indomani dal conflitto, cito lo stesso Enzo Mari, Milano, una città devastata e bisognosa di tutto, ha visto crescere eccellenti designer, progettisti architetti. Oggi, in un clima di benessere diffuso, trovo che il modo migliore per progettare sia quello di sfiorare la dimensione del vuoto e lasciare affiorare l'idea.



2.

IL DESIDERIO E L'ATTESA



1. MAGIS_EUR
_moduli di polipropilene espanso

2. GIULIO IACCHETTI
_ph.credit
Fabrizia Parisi

FOCUS TWO MEET THE GURU

IL DESIDERIO E L'ATTESA

LA RICERCA COME STRUMENTO PER IL PROGETTO

... Siamo circondati da merci e mancano gli oggetti. O meglio, vanno ricercati. La ricerca: ecco che emerge la nostra centralità rispetto all'azione. Ancora una volta il nulla, il silenzio per far spazio al desiderio, perché cresca e liberi l'intuizione. La ricerca: fondamentale. Si può fare anche design senza ricerca ma è manierismo. La ricerca impone di affrontare terreni impervi e sconosciuti e porta, a volte, a trovare ciò che non si stava cercando.

OLTRE A FORMA E LA FUNZIONE: IL TEMPO E IL RACCONTO

L'oggetto di design, se progettato bene, diventa compagno di vita. Ma gli oggetti che sopravvivono nel tempo sono quelli il cui ruolo va oltre la funzione. Sono quelli che condividono con noi un racconto. Suscitano emozioni e affetto, generano un rapporto di stretta vicinanza. Gli oggetti più veri, più autentici sono fortemente evocatori di memorie e portatori di una storia, sono 'narranti'. Tuttavia, potenzialmente ogni oggetto ha in sé questa virtù. Ogni oggetto racconta.

Ma noi siamo aperti all'ascolto? Alla magia della parola creatrice, che si rivolge, prima che all'intelletto, al nostro cuore?

3.



QUANDO IL DESIGN SI FA DEMOCRATICO: L'ESPERIENZA EUREKA PER COOP

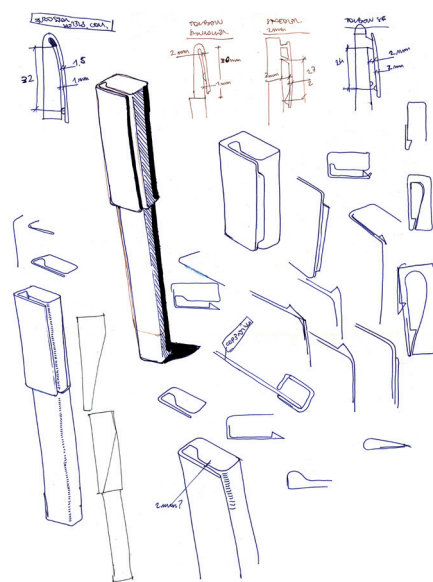
L'esperienza Eureka per COOP è stata una sorta di utopia. Il tentativo di riconvertire una certa idea di design che non ci sembrava più corretta, di ricondurla in altre direzioni. L'intenzione progettuale è stata quella di creare prodotti per tutti, piacevoli, a prezzi accessibili, capaci di assolvere funzioni normali e progettati da una nuova generazione di designer. Si è trattato del primo progetto collettivo che ha portato il design democratico nella grande distribuzione organizzata. Elaborare il concetto di design democratico è stata una sfida appassionante e insieme la consapevolezza di aver aperto

“

LA RICERCA IMPONE DI AFFRONTARE TERRENI IMPERVI E SCONOSCIUTI E PORTA, A VOLTE, A TROVARE CIÒ CHE NON SI STAVA CERCANDO.

”

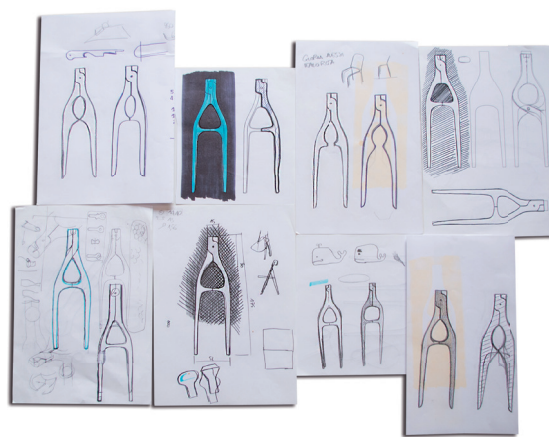
4.



una strada nuova per il progetto e per il design italiano. Tuttavia, Eureka per COOP, nonostante il successo ottenuto in termini di vendita, non ha avuto lo sviluppo sperato. Avrebbe potuto aprire una nuova e feconda stagione per la

grande distribuzione organizzata, ma questo non è avvenuto. Anche un successivo contatto con Esselunga, per poter dar seguito a questo progetto, non ha avuto riscontro.

5.



3. MOLESKINE
_ROLLER PENS

4. PENNA MOLESKINE
_SKETCH

5. ALESSI NOÉ
_SKETCH

FOCUS TWO MEET THE GURU

IL DESIDERIO E L'ATTESA

INTERNOITALIANO

Internoitaliano è un brand che ho creato tre anni fa ispirato alla cultura italiana dell'abitare. Un progetto unitario che trae forza da una rete di laboratori e piccole aziende manifatturiere che lavorano i materiali della tradizione e si fa portavoce di un saper fare italiano di altissima qualità. E' perciò una vera e propria fabbrica diffusa, il luogo dove competenze professionali di grande valore si incontrano, dove le distanze si accorciano, i progetti crescono e maturano alla luce della sapienza costruttiva. Il risultato è una serie di oggetti che definisco 'felici', perché nati da un'azione paritetica tra chi pensa e progetta e chi realizza con passione. Si tratta, quindi, di un nuovo sistema di produzione e vendita che porta il design d'autore e la qualità tecnica di lavorazione, tipicamente italiani, sul mercato globale grazie alla distribuzione per mezzo della rete internet. Funziona come e-shop e non prevede uno spazio fisico per la vendita. Liberi da vincoli economici, gli oggetti arrivano sul mercato a un giusto prezzo, pur nel rispetto del lavoro di ciascuno. Oggi Internoitaliano ha una sua autonomia economica e si autofinanzia. Chissà se in futuro sarà possibile incontrare realtà imprenditoriali interessanti disposte a condividere questo progetto...

6.

**INTERNOTALIANO:
"POETICA OPERAZIONE
CHE GUARDA ALL'ARTI-
GIANATO CON UN OCCHIO
SERIALE CONNETTENDO
E FACENDO SISTEMA TRA
PIÙ LABORATORI ARTI-
GIANI". QUANDO NASCE E
PERCHÉ...**

DESIGN E NUOVI MEDIA

I social sono uno strumento di comunicazione formidabile, permettono di arrivare a un bacino di persone sensibili ai temi del progetto in modo immediato. E... Hanno un compito importante: raccontare le 'storie' legate al design. O meglio, lasciar parlare gli oggetti che hanno sempre una storia da raccontare... se ci fermiamo ad ascoltare.

CHI O COSA HA IN- FLUENZATO MAGGIOR- MENTE IL SUO LAVORO?

Mio padre. È stato più di altri il mio grande maestro. Era un risolutore nella precarietà, in grado di risolvere problemi in modo magistrale e in breve tempo, creando con le sue mani, e con pochi mezzi, quello che serviva. Questa modalità è per me essenziale oggi. Saper fare bene e rapidamente: è ciò che definisco progettualità. La rapidità, tuttavia, non è la fretta. La rapidità richiede a monte preparazione, approfondimento, conoscenza

6. 7. INTERNOITALIANO_AFFI
_sgabello

FOCUS TWO MEET THE GURU

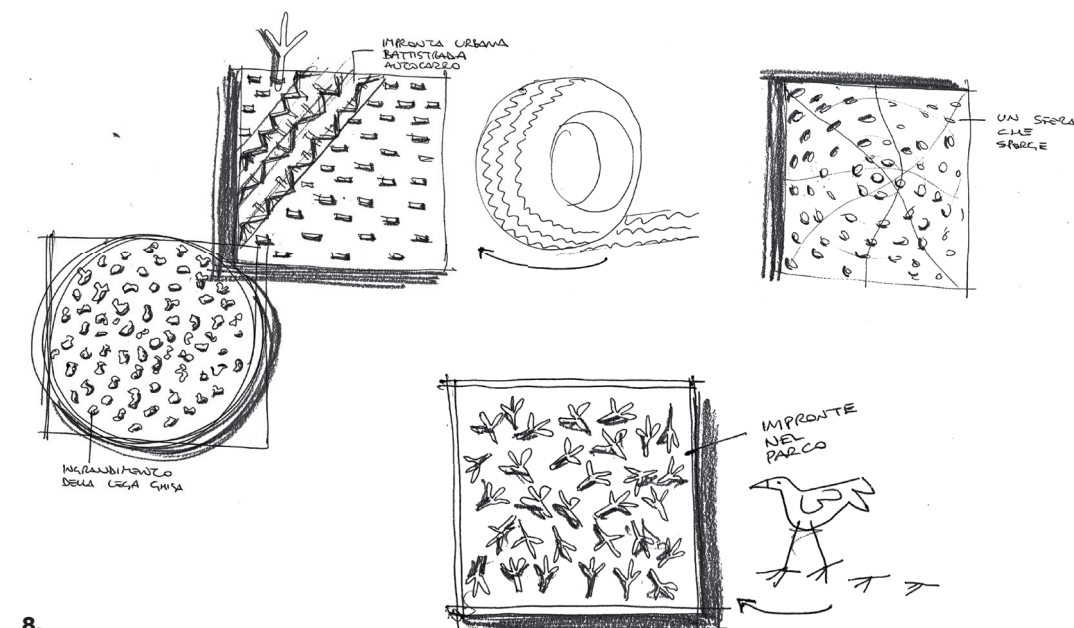
IL DESIDERIO E L'ATTESA

A QUALE DEI SUOI PROGETTI È PIÙ LEGATO?

Il progetto che mi sta più a cuore è sempre quello su cui mi sto concentrando nel presente, che, con innocenza, sta per spiccare il volo. Che... da brutto anatroccolo si trasformerà in cigno. Una volta sul mercato me ne dimentico, lo lascio al mondo. Credo non ci sia nulla di più stimolante che disegnare e plasmare una forma che prima non c'era. E, dunque: dal pensiero alla forma, dalla forma alla solidità, alla tattilità. E' questo ciò che mi interessa. Mi piace circondarmi di molti oggetti e spesso quelli che preferisco non li ho disegnati io. Tra questi, il pesce di legno di Emmanuel Zonta, della collezione di Internoitaliano.

GIULIO IACCHETTI SE NON FOSSE STATO UN DESIGNER SAREBBE STATO...

Un militare o un musicista. Ho sempre anelato all'obbedienza, alle regole. Forse perché per natura sono portato a stare fuori dagli schemi, dai perimetri definiti. Dunque, ciò che è disciplina e ordine - uniforme compresa - suscita in me grande attrazione. E poi la musica, passione di sempre. Da piccolo pensavo fosse la mia strada ma non riuscivo a progredire, rimanevo un dilettante. E, nella vita, non si può essere



8.

9.



8. MONTINI_SFERA_SKETCH

9. MONTINI_SFERA_tombino

dilettanti in nulla. Ho, così, lasciato perdere. Ma l'amore per gli strumenti musicali è rimasto. Dopo tanto tempo, insieme con un liutaio della mia città d'origine, Cremona, sto realizzando, oggi, alcuni progetti, rimanendo così vicino a questo mondo... Il desiderio e l'attesa.

“...PER NATURA SONO PORTATO A STARE FUORI DAGLI SCHEMI, DAI PERIMETRI DEFINITI. DUNQUE, CIÒ CHE È DISCIPLINA E ORDINE [...] SUSCITA IN ME GRANDE ATTRAZIONE.”

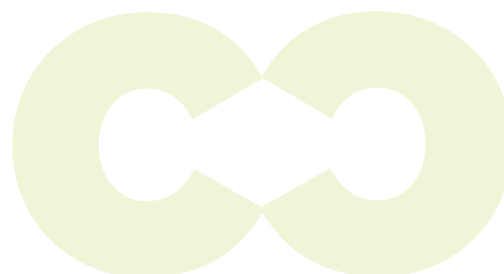


FOCUS THREE

AGORÀ

Una piazza virtuale.

Le opinioni dei professionisti ci accompagnano
verso il futuro.



FOCUS THREE
AGORÀ

RIFLESSIONI IN STILE LIBERO

“Dal senso del progetto al prodotto per tutti. Dalla progettazione sostenibile all'autoproduzione. Quali le nuove frontiere del design? Ce ne parlano: Matteo Ragni, Francesco Lucchese, Piet Billekens, Andreas Seegatz, Silvana Angeletti e Daniele Ruzza, Davide Oppizzi, Marco Paoletti e Sandro Meneghello, Alberto Novara e Ambrogio Matteo Nespoli.”

**IL DESIGN OGGI: COS'È
DIVENTATO E... DOVE STA
ANDANDO?**

E, dunque, cosa significa progettare oggi, in una società investita da profonde trasformazioni? Da un lato i processi di modernizzazione si estendono ormai a tutto il mondo, dall'altro svaniscono progressivamente permanenze, tradizioni e appartenenze. Ci si trova così immersi una società progettante, nel senso che il progetto diventa sempre più un'attività che permea la nostra esistenza. Per Silvana Angeletti e Daniele Ruzza, “Tutto è progetto. Non è possibile cristallizzare il design in una definizione univoca: tante le espressioni, le sensibilità e ambiti inconsueti in via di esplorazione”. Continuano Angeletti e Ruzza: “Il design, oggi più che mai, è strumento per indagare la vita. Risponde oltre che all'intelligenza della funzione, ai bisogni emotivi, spirituali, intimi delle persone”. Design, così utilizzato eppure così sfuggente nella definizione anche per Davide Oppizzi. “Quasi tutto è design, progettato e realizzato con lo sguardo rivolto al

bello, al buono e al vero. Qualcosa di totalmente ordinario nello straordinario”. Parlano di processo, invece, Matteo Ragni, Marco Paoletti e Sandro Meneghello. “Il design sempre meno limitato al prodotto è aperto al processo”. E aggiunge Ragni: “Un percorso che si fa insieme all'industria anche per delineare nuove e diverse modalità di promozione e comunicazione del prodotto. Perché, oggi, il ruolo del designer va oltre il progetto del prodotto tout court”. Come lo stesso Thomas Maldonado scriveva, il designer è un ‘integratore di competenze’, o come, già da tempo suggerisce Ezio Manzini, un ‘facilitatore di processo’. E ancora: “Design inteso come la risoluzione a un problema”. E' questa la definizione che piace a Marco Paoletti e ad Alberto Novara e Ambrogio Mat-

teo Nespoli. Secondo Andreas Seegatz e Francesco Lucchese, il design non può prescindere dall'evoluzione del sistema culturale. Piet Billekens parla di

estensione tipologica: “Design oggi significa progettazione di artefatti tridimensionali e non solo di prodotti...”.

1. a sinistra, dall'alto: S. MENEGHELLO & M. PAOLELLI
_A. M. NESPOLI & A. NOVARA _P. BILLEKENS
_D. OPIZZI _S. ANGELETTI _D. RUZZA _A. SEEGATZ
_M. RAGNI _F. LUCCHESI

“ VERO PROGETTISTA È IL CONTADINO CHE
PIANTA UN BOSCO DI QUERCE. EGLI NON POTRÀ USU-
FRUIRNE. LO POTRANNO LE GENERAZIONI FUTURE.
(ENZO MARI)

“ IL DESIGN NON È MAI ISOLATO DAL
CONTESTO SOCIALE E POLITICO. (PIET BILLEKENS)

RIFLESSIONI
IN STILE
LIBERO



**CI SONO UN'INFINITÀ DI ATTIVITÀ CHE VENGONO
CHIAMATE CON IL TERMINE DESIGN E CORRISPONDONO
A UNA DOMANDA MOLTO ESTESA DEL MERCATO
INDUSTRIALE. UN MERCATO CHE HA BISOGNO
DI INNOVAZIONE, SOTTO MOLTE FORME, DALLA
FUNZIONALITÀ ALLA SOSTENIBILITÀ. (ANDREA BRANZI)**

FOCUS THREE AGORÀ

RIFLESSIONI IN STILE LIBERO

“

IL LUOGO COMUNE È QUESTO: DESIGN DEMOCRATICO
SIGNIFICA ECONOMICO. NON È NECESSARIAMENTE COSÌ. (MATTEO RAGNI)

”

OLTRE L'ETICA E L'ESTETICA: IL SENSO DEL PROGETTARE

Senza un lavoro di design che agganzi il frenetico pullulare di possibilità offerte dagli oggetti al sentire proprio della dimensione umana, fatta di parole, gesti, abbracci, profumi, morbidezze, spigolosità, l'uomo rischierebbe di venire fagocitato dalle sue 'cose', perché le genererebbe senza senso... come già avviene nella produzione e nelle abitudini di vita inquinanti. Se, quindi, la tecnica è chiamata a progettare la funzione degli oggetti, il design è chiamato a progettarne il senso. È questa la missione del design del XXI secolo (www.exibart.com). “E, dunque - attraverso le parole di Silvana Angeletti e Daniele Ruzza - il buono sarà anche il bello, la bellezza sarà intimamente connessa all'etica e alla capacità di generare empatia, il senso del progettare sarà al servizio dell'inclusione e del rispetto, per tutte le donne e gli uomini del pianeta. E per il pianeta stesso”.

2.



3.



**IL BELLO E UTILE PER
TUTTI. SEMPLICITÀ DEGLI
OGGETTI, ATTENZIONE
PER LA FUNZIONE
E I MATERIALI. DA
IKEA A COOP A COIN,
QUANDO IL DESIGN SI FA
DEMOCRATICO...**

“Il design nasce per essere democratico. La riproduzione su scala industriale compare con lo scopo preciso di rendere accessibili gli oggetti, oltre che naturalmente buoni e belli”. Così si esprimono Silvana Angeletti e Daniele Ruzza. Che aggiungono: “Design alla COOP è un esempio illustre di progetto

democratico, tuttavia l'operazione ha avuto una incidenza rilevante più dal punto di vista culturale che economico. Ikea, al contrario ha avuto una portata rivoluzionaria dal punto di vista della distribuzione e accessibilità al design ma troppo spesso attinge impropriamente al patrimonio di altre aziende”. E la semplicità? “E' sempre testimone di intelligenza profonda. E' frutto di un enorme lavoro di pulizia, di scrematura, di consapevolezza. La semplicità non solo nel design ma anche nella vita implica una comprensione profonda del problema che vie-

“

LA SEMPLICITÀ È BELLEZZA PERCHÉ 'PARLA' ED È COMPRENSIBILE A TUTTI. LONTANA DA RAGIONAMENTI CEREBRALI E INTELLETTUALI CHE SPESSO OGGI SI UTILIZZANO PER RACCONTARE GLI OGGETTI. (S. ANGELETTI E D. RUZZA)

”



2. GRAFF_SENTO
_ANGELETTI RUZZA DESIGN

3. W-EYES_MOD.605LA
_M. RAGNI DESIGN

FOCUS THREE AGORÀ

RIFLESSIONI IN STILE LIBERO

ne risolto in maniera chiara, netta e potente. La semplicità è una vibrazione profonda che risuona dentro di noi in maniera indelebile". Il design democratico parla al cuore di tutti, tocca le note profonde dell'anima e risuona... Dalla semplicità al tempo, "Democratico è il prodotto che perdura, secondo Alberto Novara e Ambrogio Matteo Nespoli, e che impatta meno proprio grazie alla sua durata. Utilizzato e non consumato". "Che - aggiunge Matteo Ragni - flirta, compenetrata, instaura una relazione 'poetica' con il fruitore. E' questa la magia di un prodotto. Il suo valore commerciale diventa, allora, secondario rispetto alla capacità di creare continuità e, quindi, un senso all'esperienza". Un'opinione, questa, condivisa anche da Marco Paolelli e Sandro Meneghelli. Contrari all'obsolescenza programmata degli oggetti, per Francesco Lucchese, Alberto Novara e Ambrogio Matteo Nespoli, ma anche per Ragni stesso e Davide Oppizzi, più un prodotto dura più è democratico, più è sostenibile. E proprio Oppizzi auspica un futuribile mondo con meno oggetti. La formula? "Meno ma meglio". Condivisa peraltro da Piet Billekens e Andreas Seegatz.

4. FRIUL MOSAIC_GLI ELEMENTI
_NESPOLI E NOVARA

“

IL PRODOTTO CHE DURA NEL TEMPO È SOSTENIBILE. UNPRODOTTO DI NICCHIA, DI FASCIA MEDIO ALTA PENSATO E REALIZZATO PER DURARE ANNI IMPATTA SICURAMENTE MENO DI UN PRODOTTO DI CONSUMO. (A. NOVARA E A. M. NESPOLI)

”

"... Parlando poi di progetti, molto diverso dallo slogan di IKEA è il concetto di design democratico presente in un'iniziativa della catena di distribuzione Coop, promossa da Giulio Iacchetti con la partecipazione di un altro gruppo di giovani designer, che nel 2005 ha presentato nei suoi negozi una collezione di oggetti d'uso quotidiano molto economici, dalla molletta per i panni alla bacinella per il bucato. Iacchetti ha poi svilup-

pato ulteriormente il progetto ed è stato, quindi, incaricato di coordinarlo. Per i giovani designer si è delineata la possibilità di trovare un senso per il oro operare, al di là della generale tendenza all'estetizzazione degli oggetti sul mercato del lusso. Una strada interessante soprattutto perché nata dalla collaborazione tra designer e una grande azienda e, senza grandi illusioni, riapre un discorso in cui la semplicità degli oggetti

corrisponde a un'attenzione per la funzione e i materiali. E vi si è potuto leggere una tendenza: l'esercizio di un pragmatismo progettuale che abbandona le utopie delle avanguardie del XX secolo per concentrarsi sulla reale fattibilità di progetti utili a molti con la volontà di progettarli senza rinunciare alla qualità formale... Rifiutando un'idea in cui l'etica si dissocia dall'estetica...".
(Vanni Pasca)

4.



“

L'USO LIMITATO DEI MATERIALI E DELLE MATERIE PRIME UTILIZZATE PER REALIZZARE UN PRODOTTO CONTRIBUISCE A RIDURRE I RIFIUTI E GLI SCARTI. QUESTO È UNO DEGLI OBIETTIVI DEL DESIGN SOSTENIBILE. SARÀ OPPORTUNO, POI, PUNTARE SUL FATTORE LONGEVITÀ. (DAVIDE OPPIZZI)

”

5.



5. DESIGNHEURE_EAU DE LUMIERE_D.OPPIZZI



FOCUS THREE AGORÀ

RIFLESSIONI IN STILE LIBERO



6.

“Siate umani e progettate per il mondo.”
(Enzo Mari).

DALLA PROGETTAZIONE DEMOCRATICA A QUELLA SOSTENIBILE. IL DESIGN DAVVERO SALVERÀ IL MONDO?

Può essere definita come una nuova ricerca del senso del progettare oggi. Gran parte degli oggetti possono essere costruiti senza compromettere la capacità naturale del pianeta di provvedere ai bisogni delle future generazioni, in circostanze socialmente accettabili e con una obsolescenza eco-compatibile. Perciò la sostenibilità coinvolge non solo i materiali, ma l'intero ciclo di vita del prodotto. In tal senso, secondo Alberto

“

IL DESIGN DEVE RISPONDERE ALL'URGENZA DI INNOVAZIONE DEL MERCATO IN EVOLUZIONE. ASSISTIAMO A UNA PROGRESSIVA INTERNAZIONALIZZAZIONE DOVUTA ALLA GLOBALIZZAZIONE E CREDO CHE IL DESIGN ITALIANO SIA UN MODELLO DI RIFERIMENTO. (F. LUCCHESI)

”

Novara e Ambrogio Nespoli, Piet Billekens e Matteo Ragni, “I designer hanno una responsabilità, sono in grado di produrre cambiamenti nel mondo”. E proprio Ragni aggiunge: “Il design salverà il mondo insieme a tante altre cose tra cui la politica. Perché, ribadisce Ragni, in qualche modo la politica e il design vanno di pari passo”. Il design salverà il mondo? “Me lo auguro e vivo per questo -sottolinea Francesco Lucchese. Una visione romantica, come lo stesso Lucchese definisce, che vede il design come strumento per migliorare la qualità della vita”. Per Silvana Angeletti ma anche per Andreas Seegatz, “Non sarà il design a salvare il mondo, lo salveranno le persone con la loro nuova consapevolezza e un approccio al progetto e alla vita sano, pulito, creativo”. Mentre per Davide Oppizzi, il design giocherà un ruolo importante nel sensibilizzare l'umanità alla bellezza. Sarà questa, anche secondo Alberto Novara e Ambrogio Nespoli, a salvare il mondo. Infine, con Marco Paoletti e Sandro Meneghello, il focus si sposta sul significato profondo di ‘progettare per’ il mondo, anziché ‘salvare’ il mondo, che si traduce elaborando soluzioni di prodotto, di processo, di servizio.

6. FIR ITALIA_SYNERGY
_F.LUCCHESI

... MA I COMMITTENTI?

A CHI DEVE RIVOLGERSI UN DESIGNER, CHI SONO I SUOI INTERLOCUTORI? ATTENTI, ADESSO PERDE LA PAZIENZA: “LA PAROLA DESIGN NON MI PIACE, NON LA CAPISCO. E CHE IL DESIGN NON ESISTA PIÙ NON LO DICONO SOLO I FOLLI COME ME MA ANCHE LE IMPRESE. VOLETE SAPERE CHI SONO I MIEI VERI COMMITTENTI? SETTE MILIARDI E MEZZO DI PERSONE, TUTTI GLI ABITANTI DELLA TERRA. NON PENSATE AL PICCOLO GRUPPO, AL NEGOZIO SOFISTICATO DI DESIGN. SIATE UMANI, FATE QUEL POCO CHE RIUSCITE A FARE. MA FATELO PER TUTTI”.

(INTERVISTA A ENZO MARI - LA STAMPA DESIGN, 2013)

7.



“

IL DESIGN È IL PROCESSO CHE PARTE DAL PROBLEMA DATO FINO ALLA SUA RISOLUZIONE. ALL'INTERNO DI QUESTO PROCESSO, DESIGN E IMPRENDITORE SONO FIGURE DISTINTE CHE OPERANO IN SINERGIA. (M. PAOLELLI E S. MENEGHELLO)

”

7. VICTORIA+ALBERT_AMIATA
_MENEGHELLO PAOLELLI ASSOCIATI



FOCUS THREE AGORÀ

RIFLESSIONI IN STILE LIBERO

VERSO L'AUTOPRODUZIONE, IL FUTURO POSSIBILE

Rappresenta un'interessante alternativa al modello industriale tradizionale. Autoprodurre implica, però, saper gestire diverse capacità progettuali, competenze tecniche e commerciali: una sfida molto complessa e interessante. Afferma Ragni: "Negli anni '90 l'autoproduzione rispondeva alla necessità di realizzare prodotti che non trovavano una committenza. E anche la volontà di esprimere se stessi in relazione a un'idea di impresa non aderente alle nostre aspettative. Oggi l'evoluzione, l'accesso alle nuove tecnologie declinate sia in fase di progetto sia in fase di lavorazione, la facilità di comunicazione attraverso la rete, hanno favorito e rafforzato l'autoproduzione, ponendo in diretto contatto il designer e il consumatore. Non va, tuttavia, confusa con neo artigianato". Aggiunge Davide Oppizzi: "Si sfruttano le potenzialità delle tecnologie digitali e si vanno ad intercettare nuove nicchie o nuove tribù di consumo sempre più consapevoli e sensibili a una non omologazione del prodotto". Per Andreas Seegatz l'autoproduzione sarà il futuro. Mentre per Piet Billekens, "Autoproduzione e artigianato conquisteranno sempre più spazio nel design dei prossimi anni, perché i gio-

vani designer sono in continuo aumento e le aziende in diminuzione". Autoproduzione? Scettico Lucchese. "Quando incontra una domanda via via crescente perde il suo significato intrinseco. Anche secondo Alberto Novara e Ambrogio Nespoli, Marco Paoletti e Sandro Meneghello, "Si tratta di capire come si potrà evolvere il ruolo del design/imprenditore. E, quindi, un fenomeno che andrà monitorato nel tempo". Infine, Silvana Angeletti e Daniele Ruzza: "Crediamo fortemente che nel prossimo futuro le persone saranno chiamate tutte a esercitare i propri talenti artistici. La possibilità di esprimersi attraverso l'uso delle mani e del cuore permetterà di vivere una vita più piena e felice. Sarà questo a nostro avviso la nuova autoproduzione, la necessità di usare di nuovo le mani per costruire oggetti pieni di senso e significato".

RIFERIMENTI

www.angelettiruzza.it
www.dcube.ch
www.foreseedesign.com
www.francescolucchese.com
www.matteoragni.com
www.meneghellopaolelli.com
www.nespolinovara.com
www.starsnet.de



“

DESIGN AUTOPRODOTTO SIGNIFICA NON SOLTANTO IDEARE UN OGGETTO, MA ANCHE SEGUIRE L'INTERO CICLO DI REALIZZAZIONE E DISTRIBUZIONE. NELL'AUTOPRODUZIONE IMPRENDITORE E DESIGNER SONO LA STESSA PERSONA.

(ANDREAS SEEGLATZ)

8.

”

9.



8. BUGATTI NOUN
_A.SEEGLATZ

9. PROGETTO_BEND
_P.BILLEKENS

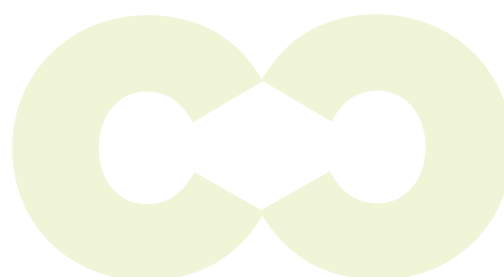


FOCUS FOUR

FACE TO FACE

Due professioniste a confronto: il progetto, la qualità e il budget.

E una riflessione: “il progetto giusto è...”?



FOCUS FOUR

FACE TO FACE

“Design, una definizione... Design democratico, design esclusivo e il progetto d'arredo tra creatività e budget ridotti. E ancora, cosa rende un oggetto 'giusto'? Un faccia a faccia tra gli architetti Elena Elli e Patricia Denise Viviani.”



3.



1. ELENA ELLI



2. PATRICIA DENISE VIVIANI

**DESIGN, DISCIPLINA CODIFICATA O APPROCCIO ALLA
SOLUZIONE DEL PROBLEMA?...
IN UNA PAROLA IL DESIGN È?**

E.E.: Il design è la soluzione di un problema attraverso la creatività prodotta da una disciplina a volte codificata e a volte generata da un'intuizione. E anche l'intuizione va disciplinata. E il processo può essere molto complesso.

P.D.V.: La codifica arriva direttamente dall'evolversi del tempo, della vita, delle nuove necessità e nuovi modi di essere. A poco a poco senza nemmeno accorgersene abbiamo nuovi stili di vita che accompagnano le mutate abitudini. Il Design segue, asseconda, semplifica, a volte insegna. A 'fresh Air' in a moving World.

**BRUNO MUNARI PARLAVA DI 'OGGETTI GIUSTI PER VERI
BISOGNI'. COSA RENDE UN OGGETTO GIUSTO?**

E.E.: In alcuni casi è necessario che la forma segua la funzione, secondo i principi lodoliani. A volte la funzione può essere semplicemente l'ironia che l'oggetto deve trasmettere, o la bellezza con cui deve ipnotizzare: la funzione è molteplice e non solo funzionale. Il bisogno di oggetti che creino gioia, ricordo o stupore è anch'esso un vero bisogno. È come la persona giusta: corrisponde a tutti i bisogni... reali e sognati.

P.D.V.: L'oggetto è giusto quando non costa fatica anzi ti semplifica la vita; è risolutivo, è ciò di cui hai bisogno in quel momento. Questo naturalmente non basta. L'oggetto di design oltre che funzionale deve essere accattivante, dotato di un fascino sottile che ti faccia entrare in armonia con lui e con l'ambiente, che ti faccia sentire contemporaneo ed innovatore al tempo stesso.



3. LONDRA_APPARTAMENTO_PATRICIA D. VIVIANI_ARCHITETTO

FOCUS FOUR

FACE TO FACE



4.

DESIGN ESCLUSIVO O DEMOCRATICO, OVVERO UN LUSSO PER POCHI O POESIA PER MOLTI?

E.E.: Lusso e poesia devono essere per tutti, prima ancora nell'animo che negli oggetti. Il design esclusivo non esclude la poesia, anche se non sempre riesce a renderla possibile. Esclusivo a volte significa su misura. Ognuno ha una propria dimensione poetica, talvolta non condivisibile. Il costo del design esclusivo lo preclude a molti ma crea lavoro per tanti: è indispensabile in un'economia occidentale. Vorrei solo che esclusivo fosse sinonimo di qualità: nelle produzioni italiane lo è per la grande maggioranza.

ALLA DOMANDA 'QUALE OGGETTO AVREBBE VOLUTO AVER PROGETTATO', VICO MAGISTRETTI RISPONDEVA 'L'OMBRELLO. PER LA SEMPLICITÀ DELL'OMBRELLO, IL NIENTE DELL'OMBRELLO, LA TENSIONE DELL'OMBRELLO. INVECE HO PROGETTATO QUELLA SCEMATTA DI LAMPADA, L'ECLISSE, CHE PERÒ DURA ANCORA, PERCHÉ HA SEGNATO, ANCHE CON LE SCOTTATURE DELLE DITA, QUALCHE GENERAZIONE'.

QUALE OGGETTO AVRESTE VOLUTO AVER PROGETTATO?

E.E.: Da piccola, oltre a scottarmi le dita con l'Eclisse trovavo che era anche accecante... Vorrei aver progettato un oggetto che infonda gioia, ma penso che dirò il water - per seguire l'esempio di Magistretti - o meglio il water sospeso, che all'innegabile funzione infonde più gioia a chi deve pulire sia il pavimento, sia il water stesso.

P.D.V.: Assolutamente poesia per molti. Lo è davvero quando il designer nel progetto inserisce l'ingrediente della possibile industrializzazione dell'oggetto realizzato mediante cicli produttivi possibili per le aziende e sostenibile per l'ambiente. L'oggetto diventa odioso e nega sé stesso e la propria natura se rappresenta uno status symbol da raggiungere. L'unica invidia ammessa è lo spirito intelligente ed innovativo di cui 'veste' chi lo possiede.

P.D.V.: L'orologio. Bello, chiaro, indiscutibile, logico. Ti organizza la vita. Ti dà la dimensione e la scansione del proprio tempo e ti mette 'in rete' con il resto dell'umanità. Ti fa essere cittadino del mondo pur restando a casa tua.

BELLO SIGNIFICA CARO? IL PROGETTO D'ARREDO TRA QUALITÀ E BUDGET RIDOTTI. È POSSIBILE CONIUGARE CREATIVITÀ ED ESIGENZE DI RISPARMIO?

E.E.: Sì, scegliendo pochi oggetti di valore. Investendo progressivamente in prodotti che siano realmente necessari, secondo i principi di bisogno soggettivi. Il vero risparmio sarà sul cambiamento d'umore che questi oggetti determineranno, per la gioia di vederli far parte della propria vita. La creatività e il gusto si possono e si devono anche ottenere in un contesto di risparmio: credo fermamente che una commistione di oggetti di design abbinati a oggetti e materiali di recupero sia la mossa vincente in un progetto d'arredo. Penso che l'idea progettuale, il taglio compositivo, i colori, la scelta dei materiali e della luce possano comunque fare la differenza senza incidere troppo sul budget.

P.D.V.: Assolutamente poesia per molti. Lo è davvero quando il designer nel progetto inserisce l'ingrediente della possibile industrializzazione dell'oggetto realizzato mediante cicli produttivi possibili per le aziende e sostenibile per l'ambiente. L'oggetto diventa odioso e nega sé stesso e la propria natura se rappresenta uno status symbol da raggiungere. L'unica invidia ammessa è lo spirito intelligente ed innovativo di cui 'veste' chi lo possiede.

4. MILANO_APPARTAMENTO
_ELENA ELLI_ARCHITETTO

5. SAVONA_APPARTAMENTO
_ELENA ELLI_ARCHITETTO

5.



CONCEPT: tac comunic@zione | taconline.it

COORDINAMENTO: Maruska Scotuzzi

PROGETTO GRAFICO: Marina Bonanni | marinabonanni.it

IMPAGINAZIONE: Giulia Gotelli | tipografiamoderna.net

si ringraziano:

cement design®

www.cement-design.it

fiora | TOUCH
YOUR
BATHROOM

www.fiora.es

FIR
ITALIA

www.fir-italia.it

FritsJurgens®

www.fritsjurgens.com

FRIUL
MOSAIC

www.friulmosaic.com

GRAFF®
CUTTING EDGE DESIGN

www.graff-mixers.com

PLANIT®

www.planit.it

Progetto
bathroom accessories

www.laprogetto.it

TECE:
Intelligente Haustechnik

www.tece.it

victoria ⊕ albert®

volcanic limestone baths

www.vandabaths.com

