

MODO

144

La cultura del bagno: progetti, gadgets, decori
Mobili e ambienti per i bambini:
prodotti e proposte
Teoria: il progetto del tempo
La lente di Modo: essere esibizionisti

Bathroom culture: designs, gadgets, decor
Furniture and rooms for children:
products and ideas
Theory: the design of time
Modo's viewpoint: be an exhibitionist!

DISEGNARE BENE PER PRODURRE MEGLIO

Marc Sadler lavora con Stati Uniti, Europa e Asia, dal suo studio di Asolo: progetti per lo sport, il bagno, l'immagine coordinata, la moda

di Virginio Briatore

■ Si ritengano fortunati i molti designer da palcoscenico, gli arditi giovani del «Nuovo bel successo», che Marc Sadler abbia preferito i calci alle parole. Gli occhi suoi di ghiaccio e il sorriso sospirato alla Paul Newman avrebbero facilmente acceso su di lui le luci della ribalta. Industrial designer vero, Marc Sadler ha svolto il suo prolifico lavoro spesso in anonimato, prototipando e mettendo però a punto gamme di prodotti capaci di attraversare i mercati e di divenire segni percettibili dell'avvenuto mutamento. Nato in Austria, da genitori francesi di background russo e inglese, Sadler si è laureato a Parigi, ha 42 anni e da oltre 15 vive a Asolo, con la moglie e i tre figli. Partito giovanissimo con le vertiginose altezze del quartiere La Défense, al progetto del quale ha collaborato come architetto per sei anni (1968-74), fondando contemporaneamente «Design Center 1» con Merigot, Foin, Verger e Prevot, il primo studio associato di desi-

gner francesi, ha poi conosciuto la fortuna progettuale calzando i piedi di milioni di persone. Infatti nel 1971 inizia la sua collaborazione con Caber, azienda italiana di scarponi da sci, per la quale disegna la quasi totalità dei prodotti in catalogo. In soli tre anni Caber diventa il secondo produttore mondiale del settore e il rivoluzionario scarpone «ambidexter» è per anni leader del mercato. La sua specializzazione in tecnologia delle materie plastiche lo porta suc-

cessivamente a progettare sistemi di stampaggio e prodotti per marchi Puma, Dolomite, Lotto, Spalding, Nordica, Dainese, Ellesse, Nava e molti altri ancora. Quando nel 1987, dopo aver aperto uno studio a New



York con un socio cinese e aver attivato una rete di fornitori nel sud-est asiatico, inizia la collaborazione con Reebok, l'azienda inglese aveva solo due impiegati. Per le scarpe sportive Reebok, Marc Sadler inventa e brevetta uno speciale sistema per l'assorbimento degli urti che le renderà ben presto molto note. E accanto ai prodotti pilota si progettano accessori, fashion design, packaging, immagine coordinata per diverse aziende tra le quali Ted Lapidus, Saint Laurent, Dior, Cardin, Think Pink, Ebel (orologi), Alpine Stars.

Attualmente gli orizzonti sono ancora più estesi, dall'arredamento alla sanità, e lo studio di Sadler lavora per imprese di tutti i continenti, producendo a volte anche in proprio, tramite una struttura di servizio operante in Asia. In una casa colonica ristrutturata, su un colle che fronteggia Asolo, lavora un team di persone dalle diverse professionalità: al piano terra i laboratori di prototipazione, regno di un esperto modellista novarese che da 17 anni, insieme a Sadler, materializza pensieri e disegni; al primo piano reparto amministrativo, sala riunioni e lo studio privato; in alto, sotto le capriate, i sistemi informatici che, animati dai giovani cervelli veloci di un olandese e di un australiano, elaborano e sviluppano in digitale progetti, modelli, varianti e studi di fattibilità.

Nel settore del mobile la prima azienda a lavorare con Marc Sadler è stata



Boffi Arredamenti che alla Mostra Convegno '92 ha presentato un mobile-colonna per il bagno, innovativo sistema a espansione a alta flessibilità: vari contenitori, porta rotolo e spazzolino, biancheria, zona barba, asciugacapelli, specchi, cablaggi. Qual è stato il punto di partenza?

Sadler: Alla Boffi sono stati interessati dal mio approccio di industrial designer. Dopo vari colloqui abbiamo capito che il settore aziendale meno sviluppato era il bagno e abbiamo

A sinistra, progetto per una scarpa da calcio economica da prodursi su impianto automatizzato.

A destra, il Totem disegnato da Marc Sadler per Boffi, divisione bagno e, in basso, telaio di bicicletta in lega leggera pressofusa con forcella ammortizzata.





deciso di iniziare da quello; con l'idea di fare un oggetto da inserire sia nel bagno esistente che nel nuovo.

D.: Lei era soprattutto noto in ambito «sportivo», si trattava di una specializzazione voluta o di una casualità?

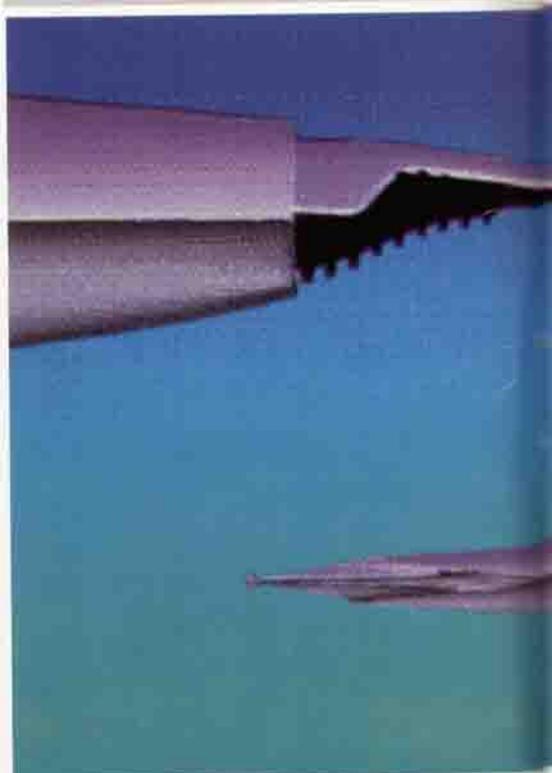
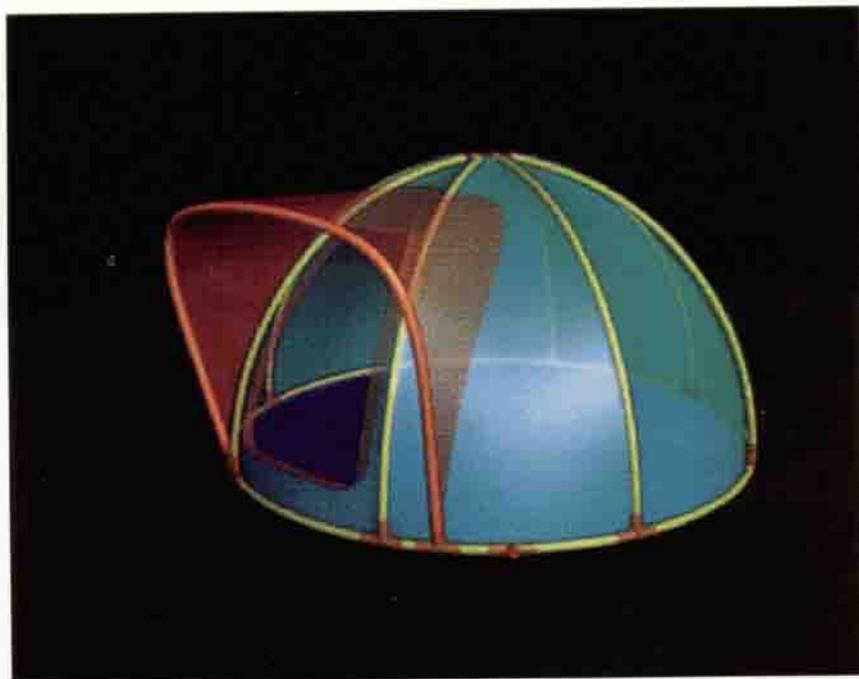
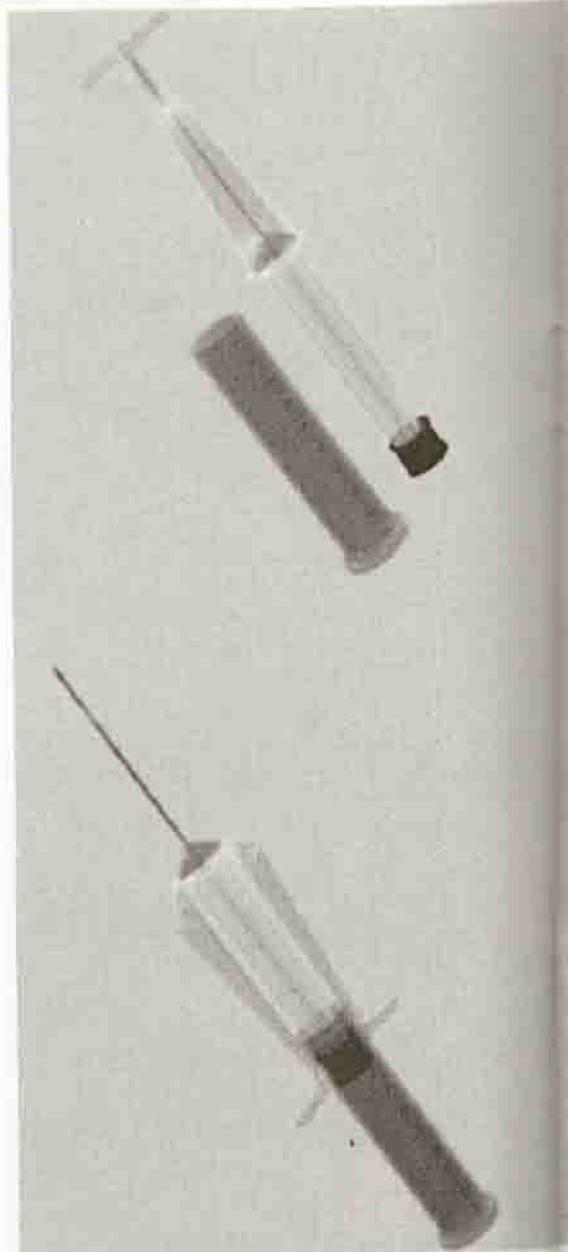
Sadler: Un insieme di circostanze ha generato buoni risultati in quell'ambiente, che a sua volta si è evoluto trainando gli accessori, i capi di abbigliamento e altri numerosi prodotti. Lo studio di New York, fortemente orientato allo sport, era arrivato a 400 progetti all'anno, cercando anche le fonti di produzione in Asia; disegnate le racchette da tennis, si pensavano le palline, il packaging, i display, gli stand. Ma sono contento che questa pur importante «etichet-

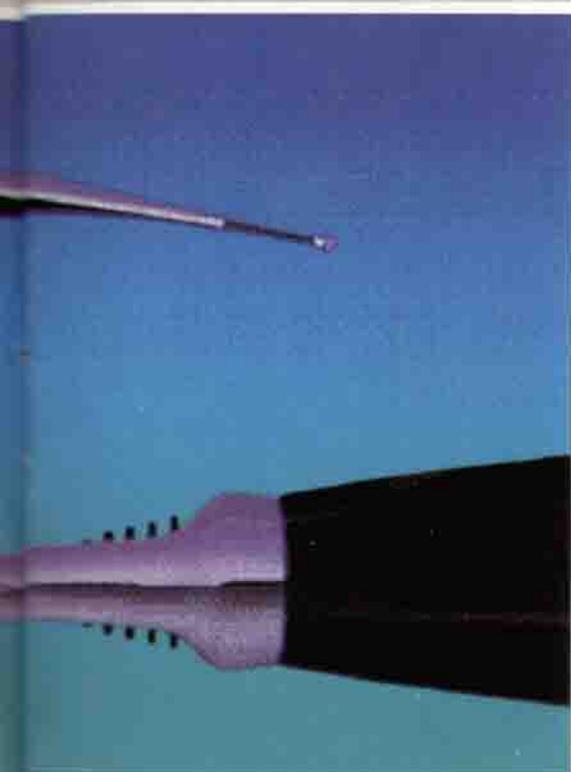
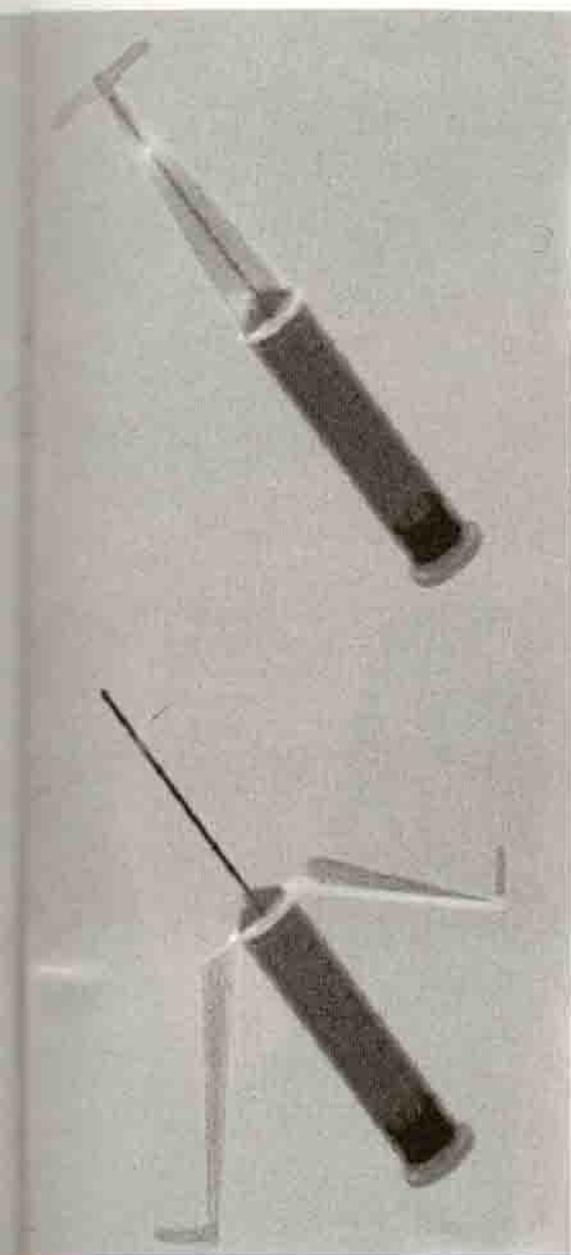
ta» affibbiatami si stia ora dilatando.

D.: C'è differenza tra progettare in Italia o negli USA?

Sadler: Moltissima, in America esiste la cultura del marketing, si semina poco, ma si raccoglie molto. A volte si prendono idee già esistenti, poi si organizza, si sviluppa, si segmenta, si spinge, si guarda sempre al consumatore. In Italia invece c'è la cultura del prodotto: si investe molto negli stampi, nell'invenzione, nella novità; i tempi di raccolta si allungano. L'incrocio vincente è il Giappone; meno bravi sia nel marketing che nella creatività, hanno però il livello medio finale più alto.

D.: Gli oggetti da lei disegnati sono solitamente in contatto fisico diretto





con l'individuo, gusci per la testa o i piedi, estensioni dell'arto. L'arredo implicherà un allontanamento dal corpo. Nei suoi lavori però si coglie ovunque un'antica appartenenza al mondo animale, zoomorfo, una morbida fuga nel tempo.

Sadler: Alla base c'era e ci sarà l'ergonomia, premessa indispensabile. Ma poi servono i colori, i richiami del mercato. Un capo o un attrezzo sportivo in America si vende sull'onda dell'ultimo film. Così il designer è costretto a reagire velocemente agli stimoli esterni. Così si concilia il ritmo presente con lo studio incessante e lento del corpo; e, è vero, la zoologia è la mia passione, mi piace disegnare le sue infinite forme.

D.: Secondo lei il designer è un pensatore solitario o un uomo d'azienda?

Sadler: Per me è indispensabile essere in azienda. Io mi sento una maglia della catena.

D.: Come vede il mestiere di designer: ricerca culturale o commercio?

Sadler: È chiaro che disegnando 400 prodotti all'anno, con un enorme giro d'affari, si entra in un vortice di consumo. Sono contento di conoscere quell'esperienza, ma oggi voglio scrollarmi di dosso la cultura della resa immediata. Sentivo la mancanza di un prodotto culturalmente propositivo. Essere vicino all'industria va bene, ma non è giusto lasciarsi macinare. Amo l'Italia perché il dialogo culturale con gli imprenditori è formidabile. In particolare nel mobile, i cicli sono più lenti e quindi si possono pensare le forme più correttamente, sviluppare le tecniche idonee.

D.: Il designer di successo moltiplica le cose, le ritrova nel mondo e forse, come un artista, spera di prolungare

la presenza di sé. Ma nonostante le melodiose campagne di comunicazione dei giganti petrolchimici, alcuni non sono affatto convinti che il «progresso» sia sostenibile.

Sadler: Il problema della quantità non mi fa paura, l'uomo è intelligente, col tempo elimina ciò che non serve. Prima c'è stato un eccesso di funzione, oggi c'è eccesso di consumo, l'industria quindi deve imparare a pensare un prodotto che non sia limitato al giorno in cui lo si vende. Ma non si può invocare la diffusione limitata, è meglio studiare nuovi equilibri tra risorse e costi, disegnare bene per produrre meglio. Sto progettando un sistema differenziato per la raccolta dei rifiuti in cucina, è un fatto di educazione, ma poi sono necessari i servizi di raccolta pubblici. In America questa catena si è saldata; nelle case nuove vengono installati dei piccoli tritatutto o dei compattatori che consentono di ridurre i volumi e facilitano il trasporto alle discariche separate. Penso che i nostri figli entreranno in fretta nella dimensione ciclica di cui noi siamo i pionieri, così come ci sono entrati naturalmente quegli agricoltori francesi che oggi tendono le loro vigne con i pali di plastica riciclata, da noi progettati qualche anno fa. ■

In questa pagina, progetto per una poltrona; tenda con struttura gonfiabile autoportante prodotta dall'azienda giapponese Toyo Rubber; progetto per una nuova siringa usa e getta a ago rientrante; progetto di ricerca zoomorfa per una nuova penna; casco per ciclista prodotto da Sidi.

