

il giornale

PROMOSEDIA



• Tassa Riscossa

Taxe Perçue

Udine - Italy

• Spedizione A.P.

70% - D.C.I. "UD"

• Semestrale

• Anno XVI - N. 2

• Dicembre '02

DESIGN ALTERS FURNITURE LIFESTYLE

by Virginio Briatore

IL DESIGN CAMBIA LA VITA DEI MOBILI

The concept is simple: it is no longer enough to make or own a well built product that works: that is a "studied" product. A product must be designed to communicate its entire make up: technique, materials, form, functions... a product expressing itself in the language of the time, modern or vintage, post-design or soft-tech, no-design or friendly... in any case in an understandable, amusing or

serious, authoritative or submissive manner... which at times can be expressed with colour because everybody knows that blue does not communicate the same thing as red, that white is the opposite of black, but both are "non-colours"... and colour cannot but exist, because even "natural" consists of colours. Moreover no product can exist alone, it must be designed in relation to its neighbours, according



MOROSO: "Little Albert and Victoria": table and chairs in polyethylene, manufactured by rotational moulding. Design: Ron Arad.
"Little Albert e Victoria": tavolo e sedie in polietilene prodotte col "rotational moulding", design Ron Arad.

Il concetto è semplice: non è più sufficiente fare o avere un prodotto ben costruito e che funziona: ovvero un prodotto "sapiente". Occorre progettare un prodotto che comunichi in tutte le sue componenti: tecnica, materiali, forma, funzione, funzioni... un prodotto che parli la lingua del suo tempo, modernista o vintage, postdesign o softtech, no-design o friendly... comunque una lingua comprensibile, divertente o seria, autorevole o sommessa... che a volte si può raccontare con il colore perché tutti sanno che un blu non dice le stesse cose di un rosso, che un bianco è l'opposto del nero, ma che entrambi sono dei non-colori... e il colore non può non esserci perché anche il "naturale" ha i suoi colori... e poi nessun prodotto vive da solo, va progettato in relazione ai suoi vicini, a cosa succede quando entra in funzione, a dove viene situato abitualmente, se viene venduto in Asia o in America, se è davvero globale o invece volutamente tirolese, se sta dentro o fuori, se è un prodotto per

il lavoro o per il relax, se è pensato per un uso o un gusto femminile o maschile o unisex, per il giorno o per la sera, se è di rappresentanza o di uso frequente, pubblico o privato, o magari addirittura un prodotto "crossing" che si presume trasversale ai luoghi, ai momenti, alle culture.

Se alla parola "prodotto" sostituite la parola "sedia", o la parola "lampada", o la parola "mobile" il risultato non cambia. Ed il risultato dice che il design è un fenomeno complesso, che ha sempre meno a che fare con il disegno e sempre più con la lettura del mondo. Insomma non è più tempo di prodotti sapienti ma di prodotti che ci permettano di vivere delle "Esperienze", che contribuiscano a definire un luogo di vita, uno spazio di vita, un momento di vita, una relazione fra persone, una relazione fra ambienti, una relazione vitale.

Per capirlo è sufficiente fare un passo indietro e vedere che cosa è diventato il Salone del Mobile: non più un semplice punto - fiera di incontro tra il produttore

to what happens when it is used, where it is generally placed, whether it is sold in Asia or in America, if it is really global or instead deliberately Tyrolean, if it is for indoors or outdoors, if it is meant for working or for relaxing, if created for feminine or masculine or unisex tastes, for daytime or evening, if for formal or everyday use, public or private or perhaps an "across the board" product, suitable to all places, all occasions and all cultures.

If instead of "product" the words "chair", "lamp", or "furniture" are substituted, the result is the same. The result demonstrates that design is a complex phenomenon, which has increasingly less to do with design and increasingly more to do with interpretation of the world. In fact it is no longer the age of "studied" products, but of products which allow us to undergo "Experiences" which contribute to defining a living area, a living space, a living moment, a relationship between people, a relationship between surroundings, a relationship of lifestyles.

To understand it, it suffices to take a step backwards and see what has happened to the Furniture Fair, no longer a simple fair as the meeting place between manufacturer and the trade, but rather an articulated network which goes beyond the fair grounds, it even goes beyond the confines of furniture and involves in a single frenzied "Experience" all sectors: manufacturers, distributors, retailers, the media, consumers, designers, communicators, economists, hoteliers...

The 2002 Milan Fair will be remembered as one setting records, both within and without the Fair. An extraordinary mass of people invaded the city from 10th to 15th April, and to

e il trade ma uno snodo - rete che esce da quartiere fieristico, sfugge persino oltre le griglie del mobile e coinvolge in un'unica vorticoso "Esperienza" tutti i mondi: produttori, distributori, venditori, media, consumatori, designer, comunicatori, economisti, albergatori...

L'edizione 2002 sarà ricordata come quella dei record, sia dentro che fuori la Fiera. Una folla straordinaria ha invaso la città dal 10 al 15 aprile e per trovare un albergo libero bisognava andare in Svizzera. È la più grande kermesse mondiale legata al tema del design. È "Milano Capitale del design" (titolo brevettato dalla rivista Interni), un fenomeno nato attorno al Salone del Mobile, la più importante manifestazione di settore, che dà le direttrici mondiali dell'abitare e che viene considerata il termometro del gusto e della creatività. È il luogo in cui si incontrano il valore economico, rappresentato dalle aziende, e il valore delle idee, impersonificato dai designer, veri e propri eroi moderni che



EDRA: "Italian landscapes"; system designed by Massimo Morozzi.
"Paesaggi italiani": sistema disegnato da Massimo Morozzi.

find a hotel with room available one had to go to Switzerland! It is the biggest fair in the world involving design. It is "Milan, Capital of Design" (title patented by the magazine "Interni"), a phenomenon born around the Furniture Fair, the most important event in this field, which establishes world trends in living and which is considered the benchmark of taste and creativity.

It is the place in which economic values, represented by the companies meet creative values, personified by designers, the very real modern heroes who with their creativity influence the perception of the world.

In 2001 the Italian furnishing sector had a turnover of 23,461 million Euros, employing 230,315 people, and the Fair, to which it gave birth, saw 202,000 visitors representing the trade from every corner of the planet as well as 3,200 accredited journalists. While within the fair grounds the stands held centre stage, the whole city was criss-crossed by more than 450 events, organised in the most fascinating and secret venues: ex factories, hotels,

apartments, showrooms, workshops, designers' studios, courtyards, squares, terraces, discotheques, bars, gymnasiums. Crowds of people moved from morning to late in the night to attend the most sought after events: 7,000 people at the Cappellini party in the ex-factory of General Electric; 5,000 at the Edra party at the Rolling Stones disco to dance with the Campana brothers, Brazilian designers, to-day rated tops, launched by the Tuscan company; in order to disperse the crowd gathered in the Central Station's warehouses to celebrate Moroso's 50th anniversary required the intervention of the police! Indeed a magnificent week of creative energy, where design proved to be one of the great resources of developed economies (in a more democratic way than that of fashion, as here admission was free to nearly all the parties).

Among the furnishing trends the so-called minimalist or minimal chic continues demonstrating how in the face of an external hyper-dense society, many seek the luxury of clear furniture lines and empty spaces within their homes. In reality however all trends co-exist and the various niches of taste are explored and satisfied: there is furniture both coloured and neutral, monochromatic or patterned fabrics, organic or geometric shapes, traditional or innovative materials. Alongside designers like Ettore Sottsass, who at the age of 85 has vigorous depth, are emerging young talents like Davide Varotto, architect son of a carpenter, and Diego Grandi, innovating a very difficult theme: the covering of a wall. Alongside the masters who heed the forms closest to

the spirit of the times, like Piero Lissoni and Philippe Starck, there are others who continue along their experimental paths, like Massimo Morozzi and Ron Arad. Materials which stand out the new spring collection of Corian, used in very different contexts; timber – eternally loved and presented in masterly fashion by companies such as Malofancon; the fascination of cane, reintroduced by Pierantonio Bonacina; the glamorous face of the world of plastics and hitherto unknown use, derived from aeronautical and motorcycles of carbon fibre and Kevlar, presented by Arktechnologies. The house is stirring, the use of time is changing, personal relations are changing, new technology is appearing. Nearly everything exists, everything co-exists, everything can be redesigned. Much passes on. Little remains.

Virginio Briatore, lifedesigner, contributing editor to Interni, editor of the creativity portal Aedo-to.com



MALOFANCON: "Checkers": container, design MCA & Partners; "Fratone": table by Petillo and Dichiarà; "Musa": chaise longue by Davide Varotto. – "Checkers": mobile contenitore, design MCA & Partners; "Fratone": tavolo di Petillo e Dichiarà; "Musa": chaise longue di Davide Varotto.

con la loro creatività modificano la percezione del mondo.

Il sistema italiano dell'arredo nel 2001 ha fatturato 23.461 milioni di euro, dando lavoro a 230.315 persone e il Salone a cui dà vita è stato visitato da 202.000 operatori, giunti da ogni angolo del pianeta nonché dai 3.200 giornalisti che si sono accreditati. E mentre dentro alla fiera andava in scena lo spettacolo degli stand, la città intera era attraversata da oltre 450 presentazioni, organizzate nei luoghi più affascinanti e segreti di Milano: ex fabbriche, alberghi, appartamenti, show room, laboratori, studi dei designer, cortili, piazze, serre, terrazze, discoteche, bar, palestre. Onde di persone si spostavano dal mattino a notte fonda per seguire i vernissage più ambiti: 7 mila persone alla festa di Cappellini negli ex stabilimenti della General Electric; 5 mila alla festa di Edra, alla discoteca Rolling Stones per ballare con i fratelli Campana, designer brasiliani oggi in vetta alle classifiche del gradimento, lanciati dall'azienda toscana; per disperdere

la folla che si è presentata nei depositi della Stazione Centrale per celebrare i 50 anni della Moroso è dovuta intervenire la forza pubblica! Insomma una magnifica settimana di energia creativa in cui il design (in modo più democratico della moda, dato che qui le feste sono quasi tutte ad accesso libero) dimostra di essere una delle grandi risorse delle economie evolute.

Tra le proposte di arredo continua la fortuna del cosiddetto minimalismo o minimal chic a dimostrazione di come, a fronte di una società esterna iperdensa molti desiderino, per l'interno delle proprie case, il lusso di mobili nitidi e spazi vuoti. In realtà però tutte le tendenze coesistono e le diverse nicchie del gusto sono esplorate e soddisfatte: ci sono mobili colorati o tinte neutre, tessuti monocromatici o fantasie, forme organiche o geometriche, materiali tradizionali o innovativi. Accanto a designer come Ettore Sottsass, che a 85 anni è fresco di profondità, si affacciano giovani di talento come Davide Varotto, architetto figlio di falegname e Diego Grandi, che innova un

tema difficilissimo: il rivestimento murale. Accanto a maestri che sanno intercettare le forme più vicine allo spirito del tempo, come Piero Lissoni e Philippe Starck, ne esistono altri che continuano il loro cammino di sperimentazione come Massimo Morozzi e Ron Arad. Tra i materiali spiccano la nuova primavera del Corian, impiegato in contesti diversissimi fra loro, il sempre amato legno, lavorato con maestria da aziende come Malofancon, il fascino della canna d'India riproposta da Pierantonio Bonacina, il volto glamour del pianeta plastica e l'utilizzo inedito, di derivazione aero-motociclistica della fibra di carbonio e Kevlar, proposta da Arktechnologies.

La casa si muove, cambiano i modi di usare il tempo, cambiano le relazioni fra le persone, arrivano nuove tecnologie. Quasi tutto esiste, tutto coesiste, tutto si può riprogettare. Molto passa. Poco rimane.

Virginio Briatore, lifedesigner, collaboratore di Interni, direttore di Aedo-to.com