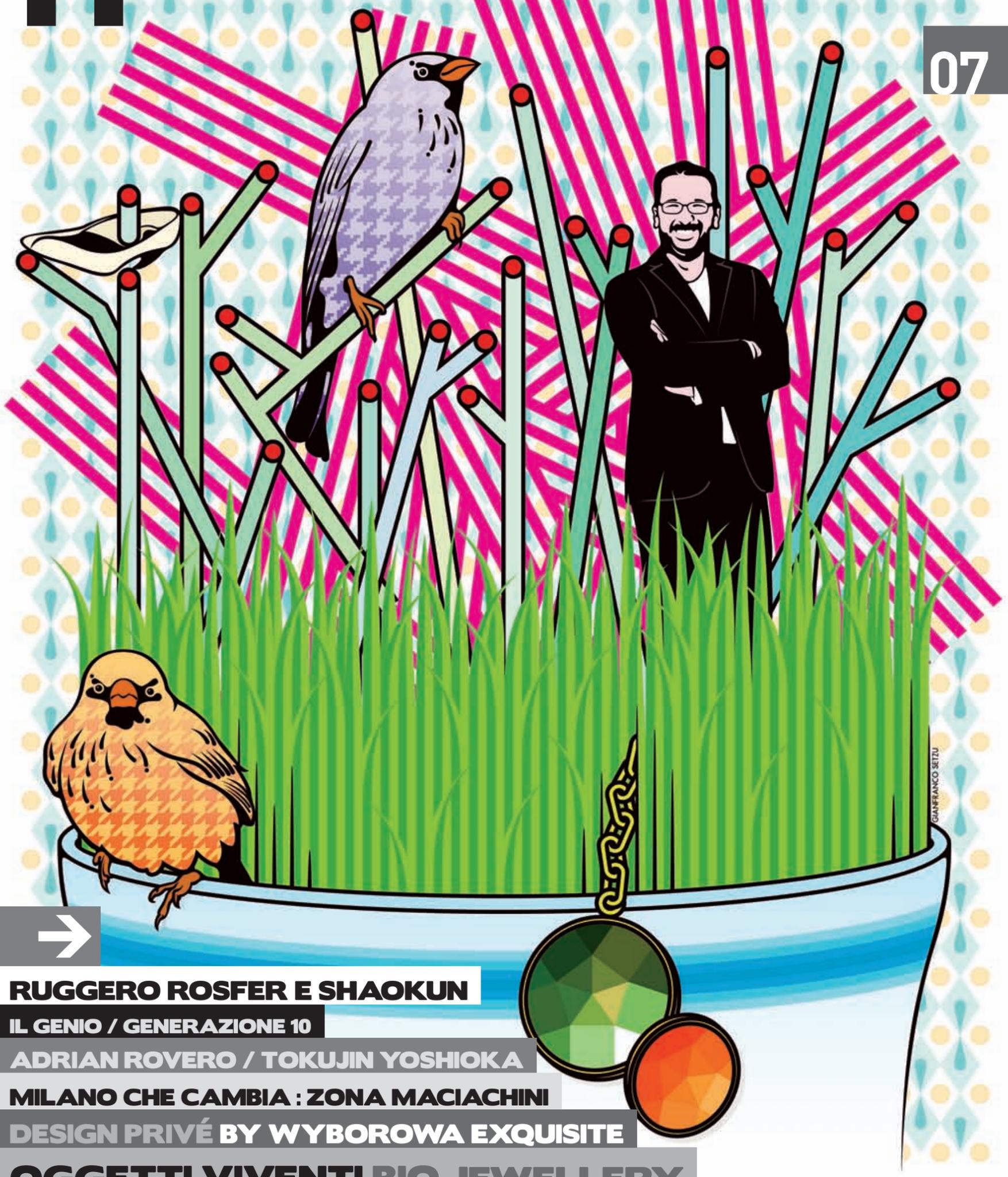


# ddFREE

## n

- DESIGN DIFFUSION NEWS
- ARCHITETTURA
- ARTE
- FASHION
- CITY INVADERS

07



**RUGGERO ROSFER E SHAOKUN**  
**IL GENIO / GENERAZIONE 10**  
**ADRIAN ROVERO / TOKUJIN YOSHIOKA**  
**MILANO CHE CAMBIA : ZONA MACIACHINI**  
**DESIGN PRIVÉ BY WYBOROWA EXQUISITE**  
**OGGETTI VIVENTI BIO JEWELLERY**

# Del Tongo evolution: anticipare le attese

## DEL TONGO EVOLUTION: ANTICIPATING EXPECTATIONS

Anticipare le attese significa per Del Tongo interpretare, capire, proporre; significa sviluppare progetti con forti connotazioni di design e di servizio, destinati ad un mercato sempre più selettivo. Per continuare un percorso fatto soprattutto di energia, creatività, qualità tecnico-costruttiva.

For Del Tongo, meeting our clients' needs means interpreting, understanding and proposing. It means developing projects for our select clientele which are designed with care and professionally serviced. It means the full dedication of all of our energy, our creativity and our high quality technological manufacturing standards.



### PLANA DESIGN MAKIO HASUIKE & CO

Anta con telaio e pannello completamente in alluminio, finitura naturale.

La presa delle ante nelle basi è ricavata dal pannello curvato.

Top in vetro extrachiaro temperato spessore 12 mm, verniciato nella parte inferiore ed acidato.

Cappa lampadario con parte circolare in alluminio finitura naturale, la cappa è filtrante, con aspirazione perimetrale.

Door with an aluminium frame and a panel in a natural finish. The handle of the base unit door is extracted from the curved panel. 12mm thick tempered extra clear glass top; painted on the lower part and matt finished. Lamp hood with an aluminium circular part in a natural finish, exhaust hood with a perimetric suction system.

Del Tongo  
consiglia elettrodomestici  
Rex Electrolux



gruppo Del Tongo

Del Tongo industrie spa  
52041 Tegelto / Arezzo  
Via Aretina Nord, 163  
telefono 0575.4961 r.a.  
e-mail: deltongo@deltongo.it  
www.deltongo.com

**Del Tongo**

il nome della cucina



Direttore editoriale / Managing director  
FRANCESCA RUSSO

Direttore responsabile / Editor in chief  
CARLO LUDOVICO RUSSO

Progetto editoriale e direzione esecutiva / Editor  
MARGHERITA PINCIONI

Concept e direzione creativa / Concept and art direction  
STEFANO CARDINI + CHIARA DIANA

Realizzazione grafica / Graphic designer  
GIULIA BISCOTTINI

Redazione / Editorial  
GRETA SEVESO

Collaboratori / Contributors  
ELISA MASSONI, MARINA PAUL, FILIPPO ROMANO,  
MONICA DEMATTÈ, PAOLO RINALDI, SETA FAEL  
ESTER PIROTTA, CHIARA FAGONE, ELIO CACCAVALE,  
ELISABETTA COLOMBO, BARBARA TASSARA,  
AURORA MOLINA, CLAUDIA BARANA, ILARIA ORSINI,  
ROSSANA PASSALACQUA

Stampa / Printer  
ROTO 2000 SPA  
CASARILE, MILANO

Fotolito  
BITGRAPH  
VIA V. VENETO 8  
CASSINA DE' PECCHI, MILANO

Casa editrice / Publisher  
DESIGN DIFFUSION EDIZIONI SRL  
VIA LUCANO 3  
20135 MILANO  
T. +39 02 5516109  
F. +39 02 9902431  
DDE@DESIGNDIFFUSION.COM  
WWW.DESIGNDIFFUSION.COM

Pubblicità / Advertising  
DDA DESIGN DIFFUSION ADVERTISING SRL  
VIA LUCANO 3  
20135 MILANO  
T. +39 02 5453009  
F. +39 02 5456803

Ufficio traffico / Traffic department  
AGATA HAJECKA, DANIELA D'AVANZO  
AGATA@DESIGNDIFFUSION.COM

È VIETATA LA RIPRODUZIONE ANCHE  
PARZIALE / ALL RIGHT RESERVED  
TESTI, DISEGNI E MATERIALE FOTOGRAFICO NON SI  
RESTITUISCONO / TEXT, DRAWINGS AND PHOTO-  
GRAPHS WILL NOT BE RETURNED



DESIGN  
ARTE  
ARCHITETTURA  
FASHION  
CITY INVADERS  
ON THE AIR

07	EDITORIALE
COVER STORY >	INTERVISTA DOPPIA
A PIÙ VOCI >	LA PAROLA AI GIOVANI TALENTI
NUOVI STILI DI VITA >	LA POESIA DEL GETTARE
ADRIEN ROVERO >	HUMOUR DESIGN
OGGETTI VIVENTI >	BIOJEWELLERY
TOKUJIN YOSHIOKA >	LA FORMA DELLE SENSAZIONI UMANE
FUORI DAL CORO >	THE AGE OF OBAMA
CONTAMINAZIONI >	MAARTEN BAAS
BILKENT UNIVERSITY DI ANKARA >	MILANOMIFAMALE
QUARTIERE MACIACHINI >	MILANO CHE CAMBIA
ROAD DESIGN >	OGGETTI+SPAZI+LUOGHI
UNA FINESTRA SULLA FOTOGRAFIA >	RUGGERO ROSFER E SHAOKUN
WORKSHOP >	DESIGN PRIVÉ
COMUNICAZIONE >	DRAGO'S WORLD
HEADS COLLECTIVE >	TESTE DI...
LÌ E ORA >	RITMI DEL BENGALA
IL GENIO	
MODA ETC. >	GENERAZIONE 10
PUNTI DI VISTA >	A TU PER TU
NUOVI BRAND >	LOOKING FOR GLASSING
APPUNTI SULLE CITTÀ	
STEVEN GUARNACCIA >	UNA PASSEGGIATA INSIEME ALLA LINEA
LIBRI >	SEGNALAZIONI
NOTIZIE IN BREVE >	SHORT

THE WORLD'S FAVOURITE ITALIAN LIQUEUR

DISARONNO



ON THE ROCKS

DISARONNO

DDN FREE  
n

# editoriale

Ci siamo lasciati con un'anteprima di progetti di design di chi ha saputo cogliere dal momento critico l'opportunità di un modus operandi innovativo. L'intenzione è stata quella di pubblicare questi lavori durante la Design Week, evento sul quale gli occhi di tutto il mondo erano puntati per verificare l'andamento del mercato e delle idee in questo periodo ancora traballante. Ci ritroviamo oggi con qualcosa di ancora più concreto. Dimostriamo, nelle pagine a seguire, che c'è chi è presente in quello che fa: c'è chi beve un bicchiere d'acqua non per abitudine e senza spontaneità, ma consapevole che si tratti di un'azione fondamentale. C'è chi quindi, e ognuno a modo suo, sente le motivazioni, le approfondisce, le studia e ne dà una risposta. C'è appunto chi concretizza la sua fantasia e il suo estro coscientemente. Nei mesi appena trascorsi siamo stati piacevolmente colpiti dalla sensazione, o meglio, dal fatto, che i giovani, e non solo, hanno sempre tanto da dire. Leggete e scoprite cosa. Il numero si apre con l'intervista esclusiva tra lo stilista Angelo Figus e il suo amico designer e artista Gianfranco Setzu che ha interpretato quest'ultima copertina della rivista. Durante la settimana del Salone del mobile è stata sviluppata una intervista a più voci a giovani designer, grazie alla possibilità offerta da Milano di concentrare in pochi giorni persone da tutto il mondo. E sempre in questa occasione DDN FREE ha incontrato Steven Guarnaccia, illustratore e direttore del dipartimento di illustrazione al Parson, The New School for Design di New York.

Durante la serata organizzata dalla nostra rivista insieme a *esterni* abbiamo assistito alla performance degli Heads, un collettivo di creativi capaci di incrociare esperienze diverse e interdisciplinari, e che vi presentiamo all'interno di questo numero.

Tempo fa in redazione è arrivato l'ultimo progetto della casa editrice internazionale Drago, specializzata in *street style*, arte contemporanea e fotografia, fondata da Paulo von Vacano e Domitilla Sartogo, esempio sempre più affermato nel panorama editoriale indipendente: abbiamo quindi deciso di sentire la loro voce sui prossimi progetti. Con DDN FREE 7 ci presentiamo al Pitti di Firenze per osservare e prendere nota di tutte le novità della moda e non mancheremo di essere presenti alla Biennale d'arte di Venezia per potervi raccontare i nuovi talenti emergenti.

TXT > Carlo Ludovico Russo

5



Dx  
Gianfranco Setzu  
e Angelo Figus

Sx  
Fart, Gianfranco Setzu



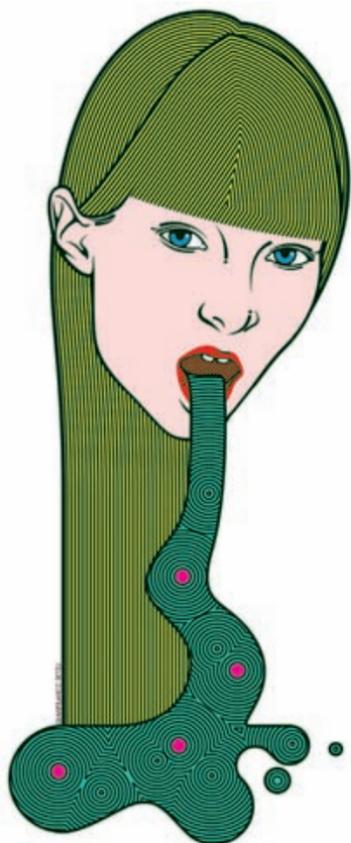
# INTERVISTA DOPPIA

DUE SARDI SI GUARDANO: GIANFRANCO SETZU, ANGELO FIGUS. SI RICONOSCONO NEL BISOGNO DI ESPRIMERE UN TALENTO, SI AVVENTURANO NEL MONDO, SCOPRONO NUOVI MODI DI PARLARE E MESTIERI CHE NON HANNO ANCORA NOMI. POI FINALMENTE SI DEFINISCONO: ARTISTA E DESIGNER UNO, STILISTA L'ALTRO. CRESCONO, SI PARLANO, UNO FA IL RITRATTO DELL'ALTRO PER LA COPERTINA DI DDN FREE. E INSIEME RISPONDONO A QUALCHE DOMANDA

Angelo Figus è stilista. La sua collezione è presente nei migliori negozi del mondo. È inoltre consulente per Pitti e per Première Vision, i due eventi fieristici più importanti per moda, filati e tessuti. Vive in Belgio.

Gianfranco Setzu è designer e artista. All'attività espositiva affianca il lavoro di designer. I suoi prodotti sono distribuiti in molti negozi europei. Il suo lavoro di artista, esposto in moltissime gallerie, combina un'anima molto contemporanea a strumenti inusuali che vanno dall'uso di ricamatrici sarde alla contaminazione urbana con writing e sticker.

Alice, Gianfranco Setzu



✘  
**SIETE ENTRAMBI SARDI, ENTRAMBI LAVORATE CON IL DISEGNO, ENTRAMBI AVETE SCELTO UN MODO MOLTO ALTERNATIVO DI ESPRIMervi. ALTRE SIMILITUDINI FRA DI VOI?**

**Angelo** Credo che grande flessibilità e precisione siano i tratti che più ci accomunano. Dal 2000 lavoro alle mie collezioni e guido il "75", lo studio con il quale gestisco consulenze molto trasversali insieme a collaboratori e amici da tutto il mondo: collezioni di accessori e abbigliamento, mostre, trend and colour forecast, design, set and costumes, lectures, per aziende e istituzioni. Ogni lavoro in una nazione o città diversa, un flusso di spostamenti, paesaggi e sensazioni diverse. Come Gianfranco, al telefono o alla mail: mai nello stesso luogo. Frequent flyers.

**Gianfranco** Il nostro modo di esprimerci, e cioè di usare il design e l'arte per comunicare, è per me naturale. È così da sempre, non la vivo come una opzione alternativa, ma come l'unica opzione. Un'ulteriore similitudine con Angelo è forse il viaggio. La passione di scoprire e confrontarsi sempre con nuovi luoghi ed essere alla ricerca di nuovi stimoli creativi, in quell'oltre, che inizia oltre l'isola e arriva fino all'altrove! E la voglia di raccontare! Elemento fondamentale IL VIAGGIO: da isolani, ogni spostamento è un viaggio!

✘  
**ESISTE UNA RELAZIONE FRA LA TUA TERRA D'ORIGINE E IL TUO MODO DI LAVORARE? COSA C'È DI SARDO NEL TUO LAVORO?**

**A** La mia terra emerge in maniera sempre differente e inaspettata soprattutto dallo scontro incontro con un'altra cultura o luogo nel quale la applico o attraverso delle tecniche estranee alla nostra tradizione. Semplicemente affiora, decontestualizzata e fortissima. I colori, le geometrie, i volumi, l'energia dei materiali arcaici l'essenzialità come assenza del superfluo: tutto questo è sardo.

**GF** Quello che mi chiedo quando produco un lavoro è se è internazionale e se è contemporaneo, cioè se il mondo, oggi, ha bisogno di quel tipo di messaggio. Forse dal mio lavoro traspare più un'italianità che una sardità, anche se alcune mie opere sono state definite "giapponesi"...

La mia terra traspare nel mio lavoro nei colori, nella pulizia, nella discrezione, e nella luce.

✘  
**QUAL È IL RUOLO DELLA TRASGRESSIONE NEL TUO LAVORO? E QUAL È IL FINE DELLA TRASGRESSIONE?**

**A** La trasgressione consiste nella sovversione di un'immagine o riferimento molto identificabile anche come tradizione. Il fine della trasgressione è dare forza e proiezione nuova alle cose.

**GF** Credo che la trasgressione e il trasgredire siano una vera noia... meglio essere se stessi e portarsi avanti con dignità. Magari si va oltre, si superano dei limiti ma in realtà la trasgressione è negli occhi di chi guarda. Il fine della trasgressione è la fine della trasgressione: ogni trasgressione diviene omologazione.



**SI PUO' FARE LA RIVOLUZIONE CON LE IMMAGINI? E CON LA MODA?**

**A** Le immagini di qualità hanno il potere di evocare sensazioni forti dolci o violente. La moda può essere raccontata attraverso queste immagini o essere immagine vivente lei stessa.

**GF** Sì, assolutamente, forse la rivoluzione silenziosa delle immagini è già in atto!!! Facendo stickers e invadendo spazi con le mie immagini (Gianfranco Setzu è autore di stickers e writer da sempre, ndr) mi piace pensare al valore comunicativo che lascio attaccato in giro, sulla metropolitana o per strada. La moda, se fatta con intelligenza e genio, come quella di Angelo, è un mezzo rivoluzionario: secondo me l'espressione personale che la moda rappresenta è dirompente.

**COME HAI SCELTO LA TUA STRADA PROFESSIONALE? QUAL È STATO IL PUNTO DI SVOLTA?**

**A** Il giorno che ho lasciato la Sardegna per trasferirmi ad Anversa.

**GF** La verità è che non è una strada che si può fare a meno di scegliere. È talmente forte e connaturata nel proprio essere che o si fa, o non si è! Il punto di svolta è saperlo!



**CHI TI ISPIRA MAGGIORMENTE NEL TUO LAVORO?**

**A** Persone sconosciute perfettamente fuoriposto, manie quotidiane, il corpo, ritratti forti.

**GF** L'amore, il Giappone, la musica, i prestigiatori, gli stickers, la moda, i gatti, le mucche che brucano l'erba, i pattini, Yohji Yamamoto, le mattine di sole, il mare, la mia famiglia, la fotografia, i miei amici, i pisolini pomeridiani, i viaggi, le matite, i denti, il Barocco, le stampelle, il ping pong... insomma un po' tutto... tutto quello che mi emoziona!



**CHI HA PIÙ TALENTO FRA VOI DUE?**

**A** Il talento non è mai solo, ma è una sinergia: è noi due insieme.

**GF** Tutti e due, anche se credo che non ci sia una pesa per il talento. Angelo però è Geniale.



**C'È UN VIAGGIO CHE VORRESTE FARE INSIEME? E UN LAVORO CHE VORRESTE FARE INSIEME?**

**A** Non abbiamo mai viaggiato insieme. Penso alla Sardegna, un tour della Sardegna a commentare bellezze e mostri. Vorrei invece lavorare con Gianfranco al nuovo lavoro editoriale che ho in mente e sto progettando.

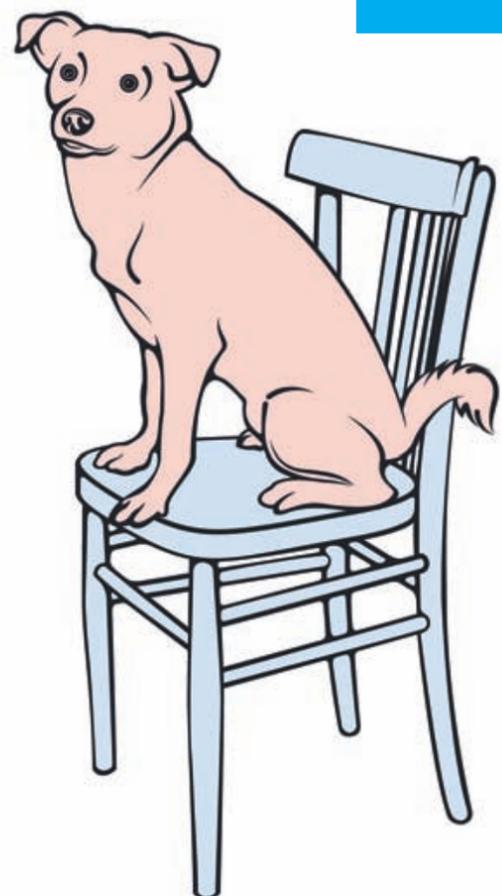
**GF** Mi piacerebbe davvero, vorrei rivedere insieme il Victorian & Albert Museum... per commentare e ridere! Ma anche in Sardegna, in tour!!! Collaborare sarebbe bellissimo, magari una mini collezione di accessori!!!



**COME IMMAGINI IL TUO AMICO FRA DIECI ANNI? COSA GLI AUGURI?**

**A** Sereno come il padre. E gli auguro di raggiungere sempre gli obiettivi che si pone.

**GF** Lo immagino, anzi lo voglio vedere felice, con tanti obiettivi raggiunti e tante soddisfazioni in tasca, ma gli auguro soprattutto di essere felice, più che si può!





1



2



3



4



5



6



7



8



9



8

A PIÙ VOCI



10



11

1. Lampada Elica/  
Martinelli Luce by Brian Sironi
2. Poltrona Flexor by  
Arik Ben Simhon (ph. Ori Ackerman)
3. Speaker Squeezophone  
360°/Kenwood by Claudio Colucci
4. Clash Lounge Clash/  
Martela by Samuli Naamanka
5. Collezione Standard by  
Philippe Malouin
6. Lampada Filament  
Spring by Janne Kyttanen
7. Chaise longue  
collezione Cellular by  
John Alfredo Harris
8. Libreria Cielo/Driade by  
Jonathan Olivares
9. Rib Chair/Dark by  
Alexander Lervik
10. Tavolo Crow by  
Sander Mulder (ph.  
Niels van Veen & Sander  
Mulder)
11. Lampada Wing/Zero  
by Monica Förster



TXT > Ester Pirotta  
16.293 caratteri  
2.525 parole

# LA PAROLA AI GIOVANI TALENTI

ERA STATO DEFINITO "IL SALONE DELLA CRISI" E LE ASPETTATIVE ERANO TUTT'ALTRO CHE INCORAGGIANTI. MA LA 48<sup>A</sup> EDIZIONE DEL SALONE INTERNAZIONALE DEL MOBILE DI MILANO CI HA SORPRESO REGISTRANDO UN BILANCIO RECORD IN TERMINI DI PRESENZE, TRA OPERATORI, STAMPA E PUBBLICO. SIA IN FIERA CHE IN CITTÀ, NELLE LOCATION DEL FUORISALONE L'ATMOSFERA ERA COME SEMPRE ELETTRIZZANTE E LE PROPOSTE ASSOLUTAMENTE SODDISFACENTI, A DETTA DEI NUMEROSISSIMI VISITATORI. COSA NE PENSANO I PROTAGONISTI DELLA DESIGN WEEK MILANESE? ABBIAMO INTERVISTATO I NUOVI TALENTI, NON I GRANDI NOMI, NON GLI ASPIRANTI DESIGNER, MA QUELL'AMPIA FASCIA DI BRAVI PROGETTISTI CHE HA PROPOSTO PRODOTTI DI GRANDE QUALITÀ E BUON DESIGN... A VOLTE AUTOPRODUCENDOSI

## JOHN ALFREDO HARRIS

DESIGNER E PRODUTTORE INGLESE (LONDON)



### CHE ARIA SI RESPIRAVA IN QUESTO SALONE 2009?

È la prima volta che espongo i miei prodotti al Fuorisalone e ho trovato ottimi riscontri. La gente ama il buon design e se può permetterselo, nonostante la crisi, predilige comprare dei pezzi unici, come quelli che disegno e produco. Se invece ha pochi soldi da spendere, può sempre guardare i miei prodotti e farsi delle copie!



### QUALE PRODOTTO HAI PRESENTATO?

Ho un laboratorio nei pressi di Londra, dove disegno e produco personalmente i miei oggetti, che sono quasi sempre dei pezzi unici, o al massimo sono riprodotti in 2 o 3 copie. La relazione tra me e il mio prodotto è strettissima e molto personale: lo penso, lo disegno e lo realizzo. A questo Salone presento *Cellular 2008-2009*, una collezione realizzata artigianalmente usando legno recuperato o proveniente da foreste ben gestite.



### COME APPARE MILANO DURANTE LA DESIGN WEEK? L'HAI TROVATA ACCOGLIENTE?

Non ho avuto modo di esplorare la città come avrei voluto, ma amo lo stile di Milano e delle persone che la abitano. Non si può dire che sia bella, ma sicuramente, nel bene e nel male, ha tutte le caratteristiche di una grande vecchia città. Sotto certi aspetti mi ricorda la Londra degli anni Settanta.



← 7



3 →

## CLAUDIO COLUCCI

DESIGNER ITALIANO, VIVE TRA PARIGI E TOKYO



### CHE ARIA SI RESPIRAVA IN QUESTO SALONE 2009?

Sono meno deluso di quanto avessi immaginato... anzi, credo si respirasse anche una sorta di atmosfera di sfida. Un marchio nuovo come Skitsch ha aperto un grande negozio nel centro di Milano, presentando prodotti firmati da designer importanti (e ha chiesto anche a me di collaborare con loro). Anche Moustache, nuova azienda francese, ha organizzato una mostra molto interessante. Mentre per quanto riguarda le aziende già affermate non c'è molto da dire. Ho avuto la sensazione che fossero tutte piuttosto pacate e molte si sono concentrate principalmente sul lighting design.



### QUALE PRODOTTO HAI PRESENTATO?

Molto importante è stata la presentazione di *Squeezophone 360°*, il primo speaker in Corian® che ho progettato collaborando con Kenwood/Tokyo. Il suono, omnidirezionale, si diffonde a 360° da questo oggetto spettacolare costituito da un unico elemento – senza tagli visibili nella struttura – grazie all'utilizzo del Corian®, che ha consentito anche la totale eliminazione di ogni vibrazione. La percezione del suono è sorprendentemente chiara e naturale.



### COME APPARE MILANO DURANTE LA DESIGN WEEK? L'HAI TROVATA ACCOGLIENTE?

Amo Milano durante la settimana del Salone perché è piena di gente, di eventi e feste. La città diventa un punto d'incontro internazionale focalizzato sul design. Non è più una città italiana, ma per pochi giorni diventa il centro del mondo.



5



## PHILIPPE MALOUIN

DESIGNER INGLESE (LONDON)



### CHE ARIA SI RESPIRAVA IN QUESTO SALONE 2009?

Ho riscontrato sicuramente una sorta di cautela da parte di molte aziende. Rispetto allo scorso anno, gli allestimenti erano meno eccessivi e teatrali, più pacati. Ma penso che questo sia anche positivo, nel senso che si riscontrava più attenzione al design e meno all'artificiale.



### QUALE PRODOTTO HAI PRESENTATO?

La nuova collezione che ho presentato alla Galleria Rossana Orlandi si chiama *Standard* ed è costituita da una serie di elementi – una mensola, due lampade, dei vasi e Andy, una box lamp – da agganciare a dei binari standard fissati a muro, che si possono trovare da qualsiasi negozio di ferramenta europeo. Ho studiato l'aggancio al binario, che consente anche di accogliere un tubo fluorescente standard, e ovviamente ho disegnato le singole attrezzature. I binari attrezzati consentono di sfruttare lo spazio in verticale, e questo è utilissimo soprattutto negli spazi di dimensioni ridotte.



### COME APPARE MILANO DURANTE LA DESIGN WEEK? L'HAI TROVATA ACCOGLIENTE?

Credo che Milano abbia una sorta di Joie de vivre, anche perché si mangia del buon cibo e si beve ottimamente... e alla fine si dorme poco! Durante la settimana del Salone c'è un'energia contagiosa. È una bella città, desidererei solo che non piovesse a ogni Salone del Mobile!



www.jaharris.co.uk  
www.colucci-design.com  
www.philippemalouin.com



10 →

## SANDER MULDER

DESIGNER E PRODUTTORE OLANDESE (VELDHOVEN)



### CHE ARIA SI RESPIRAVA IN QUESTO SALONE 2009?

Nonostante la difficile situazione economica che ha limitato la presenza di aziende medio/piccole olandesi e non, c'è stata una buona affluenza di pubblico. La differenza rispetto al passato è che prima molte persone acquistavano i prodotti con una certa disinvoltura, ora chiedono informazioni e si dimostrano interessati ma rimandano l'acquisto a tempi migliori.



### QUALE PRODOTTO HAI PRESENTATO?

Sono designer e produttore, convinto sostenitore che un buon progetto possa esistere solo se in simbiosi con una buona esecuzione; solo in questo modo può diventare un prodotto di design di qualità. Prediligo produrre serie limitate di ottima qualità, che vendo direttamente in tutto il mondo. Tra gli oggetti che ho presentato a questo Salone, segnalo il tavolo *Crow* dalla struttura archetipa e il vaso *Voronoï*, la cui forma sintetizza il processo di fabbricazione utilizzato per produrlo.



### COME APPARE MILANO DURANTE LA DESIGN WEEK? L'HAI TROVATA ACCOGLIENTE?

Non è la bellezza di Milano che mi attrae, bensì il suo ruolo attivo nel mondo del design. È comunque una città da guardare attentamente e da scoprire, perché nasconde cortili e angoli molto affascinanti. Le persone sono amichevoli, tranne quando sono al volante!



9



## ALEXANDER LERVIK

DESIGNER SVEDESE (STOCOLMA)



### CHE ARIA SI RESPIRAVA IN QUESTO SALONE 2009?

Ho la sensazione che ci siano stati meno affluenza e meno prodotti nuovi, ma l'atmosfera era come sempre fantastica. Inoltre, è incoraggiante constatare che, nonostante il momento economico difficile, siamo riusciti a ottenere un buon risultato in termini di vendite, il che denota un apprezzamento della qualità dei prodotti presentati. La mia impressione è completamente positiva, le aspettative sono state ampiamente superate.



### QUALE PRODOTTO HAI PRESENTATO?

Ho presentato *T1000* e *Shadow Lamp*, due nuove lampade per l'azienda belga Dark e Rib Chair, una nuova sedia per Johanson Design. Inoltre ho esposto alcuni prodotti non nuovi ma comunque inediti per Milano, come la *RedChair* e il candeliere *Shadow* per Gallerie Pascale, l'altalena luminosa *Light Swing* per SAAS, e la maniglia luminosa *Brighthandle*.



### COME APPARE MILANO DURANTE LA DESIGN WEEK? L'HAI TROVATA ACCOGLIENTE?

Amo Milano! E mi sembra che di anno in anno stia diventando più sicura e amichevole. È una sensazione unica camminare per le strade la notte, visitando le esposizioni, mangiando ottimo cibo e bevendo una birra, mentre si chiacchiera piacevolmente con amici e colleghi.



1 →

## BRIAN SIRONI

DESIGNER ITALIANO



### CHE ARIA SI RESPIRAVA IN QUESTO SALONE 2009?

Le premesse non erano buone ed effettivamente alcune aziende hanno presentato un numero ridotto di prodotti rispetto agli anni scorsi, e alcuni spazi espositivi sono rimasti vuoti o svenduti all'ultimo minuto. Tuttavia, non penso che l'atmosfera generale del Salone 2009 ne abbia risentito; si respirava un'aria di ottimismo e una volontà di reagire. Le aziende più importanti hanno comunque investito in ricerca e creatività, tenendo un profilo alto e ostentando ottimismo, che secondo le loro previsioni verrà ripagato. Si dice che i momenti di crisi possano trasformarsi in opportunità, questo avviene se si mantiene una visione lungimirante e non si smette di investire in progetti promettenti, pur riducendone i numeri.



### QUALE PRODOTTO HAI PRESENTATO?

All'Euroluce ho presentato *Elica*, una lampada da tavolo a Led prodotta da Martinelli Luce. Un oggetto dalle forme pure, progettato intorno alla sua sorgente luminosa, ovvero una striscia di Led, spogliato di qualsiasi dettaglio tecnico: infatti non è presente neanche l'interruttore poiché si accende ruotando il braccio della lampada. Grazie a questo inedito sistema di accensione, unito alla purezza formale, *Elica* ha ricevuto la menzione speciale *Il design dello stupore* al concorso *Young & design 2009*.



### COME APPARE MILANO DURANTE LA DESIGN WEEK? L'HAI TROVATA ACCOGLIENTE?

Milano durante la DesignWeek si trasforma, è carica di energia, è un enorme contenitore di eventi e manifestazioni. Ciononostante, credo sia molto difficile definirla accogliente, direi piuttosto che ha fatto del suo meglio pur con tutti i suoi difetti congeniti. In Zona Tortona, ad esempio, le strade sono state chiuse al traffico, potenziati i mezzi pubblici e istituiti dei bus, navetta di collegamento con gli altri centri nevralgici del design della città. Ho apprezzato molto lo sforzo degli organizzatori dei vari eventi per rendere più agevole la fruizione degli spazi espositivi. Il numero di eventi aumenta di anno in anno e non è facile operare una selezione. In questo senso sarebbero utili delle guide tematiche per tipologia di evento, bisognerebbe aiutare l'utente-spettatore a operare delle scelte, le semplici guide organizzate day by day o con un ordine alfabetico ormai non bastano più al pubblico, che è sempre più esigente e informato.

10



[www.sandermulder.com](http://www.sandermulder.com)  
[www.briansironi.it](http://www.briansironi.it)  
[www.lervik.se](http://www.lervik.se)



4



## SAMULI NAAMANKA

DESIGNER FINLANDESE (ESPOO)



### CHE ARIA SI RESPIRAVA IN QUESTO SALONE 2009?

È difficile descrivere l'atmosfera del Salone del Mobile 2009, perché, proprio a causa della crisi economica, alcuni grandi marchi non erano presenti in Fiera e questo mi è sembrato un po' preoccupante. Se questo fenomeno si intensificherà nei prossimi anni e le aziende dovranno scegliere di esporre al FuoriSalone piuttosto che in Fiera per ragioni economiche, il valore del Salone come evento ne risulterà danneggiato. In ogni caso, a oggi la Design Week milanese è molto più interessante di molte altre settimane del design, soprattutto grazie agli eventi dopo fiera.



### QUALE PRODOTTO HAI PRESENTATO?

Ho presentato un Lounge Table e una Chaise Longue della serie *Clash*, realizzata da Martela, esposti in Zona Tortona. La caratteristica di questa serie è che le singole parti dei prodotti siano collegate tra loro mediante incastro.

Purtroppo il prodotto a cui tengo maggiormente, perché mi ha impegnato per ben tre anni, la seduta ecologica *Compos Lobby* di Piironen, non era esposto a Milano.



### COME APPARE MILANO DURANTE LA DESIGN WEEK? L'HAI TROVATA ACCOGLIENTE?

Mi diverte l'atmosfera che si respira in città durante la settimana del Design grazie agli eventi e alle feste organizzate ovunque. Il periodo è assolutamente perfetto e gli ottimi ristoranti che si trovano aumentano il gradimento. Ovviamente, essendo una grande città, si possono trovare anche degli aspetti meno piacevoli, ma questi sono la minoranza. Sarebbe bello se ci fossero più taxi notturni e hotel dai prezzi più accessibili.



8



## JONATHAN OLIVARES

DESIGNER AMERICANO (BOSTON)



### CHE ARIA SI RESPIRAVA IN QUESTO SALONE 2009?

Mi sembra evidente che alcune aziende abbiano adeguato le loro presentazioni alla situazione difficile in cui viviamo, alcune con un'ottica positiva mentre altre con un approccio più timido. La crisi economica ci indicherà quali prodotti sono indispensabili per il mercato e quali no. Quest'anno non ho visto landmark projects di giovani designer, mentre quelli affermati hanno per lo più riconfermato la collaborazione con i loro vecchi clienti. Non mancano però segnali positivi, soprattutto da parte di aziende emergenti che si sono fatte notare con prodotti interessanti. Confrontandola con la situazione americana, credo che la crisi in Italia sia più culturale che economica.



### QUALE PRODOTTO HAI PRESENTATO?

Due nuovi prodotti, *Smith Pro*, un carrello in lamiera piegata che include scanner e stampante per Danese e *Ciclo*, una libreria rotante in teak ebanizzato, prodotta da Triade. Due oggetti molto diversi tra loro che evidenziano una progettazione a favore della funzionalità e delle tecnologie odierne.



### COME APPARE MILANO DURANTE LA DESIGN WEEK? L'HAI TROVATA ACCOGLIENTE?

Vengo a Milano quattro o cinque volte all'anno, quindi la considero una mia seconda casa. La città ha un'energia particolare, una cultura e storia interessanti. Mi piace lo stile di vita milanese, perché è locale e internazionale al tempo stesso.



2



## ARIK BEN SIMHON

DESIGNER E PRODUTTORE ISRAELIANO (TEL AVIV)  
(PH. ORI ACKER MAN)



### CHE ARIA SI RESPIRAVA IN QUESTO SALONE 2009?

L'atmosfera al Salone del Mobile era di grande effetto. Durante tutto il giorno e fino a tarda serata le strade erano affollate di gente, non solo visitatori e appassionati di design, ma anche molti clienti dall'aria soddisfatta. Quindi non credo che la difficile situazione economica abbia penalizzato il Salone, non ho riscontrato una minor affluenza rispetto agli anni scorsi.



### QUALE PRODOTTO HAI PRESENTATO?

Ho presentato una collezione che costituisce l'evoluzione di quella dello scorso anno, ispirata al mondo dello sport e dell'abbigliamento per prestazioni di alto livello. Trovo una forte connessione tra il mondo della moda e quello del design, soprattutto per quanto riguarda l'uso dei colori e la qualità dei materiali. La linea comprende divani, poltrone e sedute, oltre a un'amaca e un sacco da pugile; tutti gli elementi riproducono le sagome protettive dell'abbigliamento usato nell'hockey e skateboarding.



### COME APPARE MILANO DURANTE LA DESIGN WEEK? L'HAI TROVATA ACCOGLIENTE?

Milano è una città nella quale è bello girovagare, è amichevole e accogliente. C'è sempre qualcosa che attende di essere scoperto, a ogni angolo. Zona Tortona è esplicitiva di quanta energia e passione per il design e l'arte ci sia in questa città.



www.samulinaamanka.com  
www.jonathanolivares.com  
www.arikbensimhon.com



11



## MONICA FÖRSTER

DESIGNER SVEDESE (STOCCOLMA)



### CHE ARIA SI RESPIRAVA IN QUESTO SALONE 2009?

Non ho visto segni evidenti della crisi economica durante la Design Week milanese. C'erano più proposte commerciali - finalizzate alla vendita - da parte delle aziende produttrici e meno sperimentazioni audaci, risultanti dalla ricerca. Ma questo forse è positivo. La recessione fornisce la possibilità alle persone di pensare maggiormente ai prodotti di cui necessita veramente e di diventare più selettive.



### QUALE PRODOTTO HAI PRESENTATO?

Posso dirvi più che soddisfatta perché al Salone di quest'anno ho presentato un buon numero di prodotti! In Fiera le lampade *Umbrella* e *Wing* prodotte da Zero e la long chair *Dune* di Modus. A Superstudio Più invece erano visibili la sedia per ufficio *Lei* (Officeline), *Omnibus* (Nordic Light

Hotel) e *Liljeholmen Candle Factory* facenti parti dell'evento *Swedish Love Stories*. Infine allo Spazio Cappellini di Via Savona erano esposte le *Sculptural Candles*.



### COME APPARE MILANO DURANTE LA DESIGN WEEK? L'HAI TROVATA ACCOGLIENTE?

Milano mi piace proprio, ci vengo molte volte all'anno e mi sono fatta degli amici che cerco di incontrare regolarmente. Quest'anno l'evento da ricordare, perché davvero esclusivo, una festa privata organizzata da Vogue dove ho incontrato persone interessanti. Un party bellissimo!

## JANNE KYTTANEN

DESIGNER E PRODUTTORE  
OLANDESE (AMSTERDAM)



### CHE ARIA SI RESPIRAVA IN QUESTO SALONE 2009?

Non ho visto segni evidenti di una situazione economica critica, c'erano molti prodotti nuovi e tanta gente interessata in giro. Inoltre, è vero che alcune aziende non erano presenti, ma al loro posto ce ne erano delle altre, quindi l'atmosfera generale era tutt'altro che sottotono.



### QUALE PRODOTTO HAI PRESENTATO?

Ho presentato, in tre differenti location del FuoriSalone, la lampada *Filament* in nuovi e vibranti colorazioni. L'introduzione del colore rappresenta una novità rispetto al passato, in quanto FOC - azienda specializzata nel Layer Manufacturing che ho fondato nel 2000 - fino a ora aveva realizzato solo ed esclusivamente prodotti di colore bianco.



6



### COME APPARE MILANO DURANTE LA DESIGN WEEK? L'HAI TROVATA ACCOGLIENTE?

Credo che Milano sia molto amichevole, a parte il traffico naturalmente. Amo le feste che organizzano nelle varie location durante la settimana del Salone, indice della grande vitalità di una città da sempre attenta ai nuovi trend nel campo del design e del grande interesse che questo evento internazionale genera intorno a sé.

12



www.monicaforster.se  
www.freedomofcreation.com



# LA POESIA DEL GETTARE

A MILANO DURANTE IL SALONE UNA MOSTRA DI 16 GIOVANI PROGETTISTI SUL TEMA DEI RIFIUTI. BENVENUTI NUOVI DESIGNER ITALIANI!



da parte per un attimo il lato sociale della dismissione, e concentriamoci sulla poesia del gettare, del riciclare, dell'eliminare, così come hanno fatto i progettisti scelti per Dismettiamola! L'idea è partita da cinque giovani designer, Andreas Boccone, Philippe Cordola, Daniela Maurer, Chiara Moreschi e Angela Ponzini. Trovato un tema, i rifiuti per l'appunto, hanno invitato 40 designer fra i 25 e i 30 anni a partecipare a un concorso che ha avuto come esito la selezione di 16 progetti. La giuria è senz'altro d'eccezione: Marco Ferreri, Beppe Finessi e Denis Santachiara. Il risultato è una mostra di particolare bellezza, con un allestimento (firmato da Matteo Capobianco) coerente e semplicissimo fatto di carta ritagliata. I progetti, infine, oltre a dar prova di correttezza funzionale e spesso anche estetica, si misurano con una realtà povera di esempi altrettanto allegri e poetici. C'è un accessorio per trasformare qualsiasi vaso colmo di terra in una stazione di compostaggio domestico (*Back to Nature* di Sovrappensiero). C'è un grande pirottino di carta che serve appunto per la raccolta della carta da riciclo (*Fabriano* di Nannini, Orefice, Pizzolorusso), si tiene impilato ad altri cestini usa e getta e poi si fa un bel cartoccio e si getta tutto, mentre sotto c'è già pronto un nuovo raccoglitore. Ci sono le palette da incastrare su bidoni anonimi per dare una destinazione

ne d'uso a ogni contenitore di rifiuti (*Here Please*, di Chiara Moreschi). E c'è anche un tappeto con annesso spazio per i rifiuti, per nascondere ciò che non vogliamo o non sappiamo vedere (*Siamo al tappeto*, Balbo e Signori). C'è la maglietta che dichiara la propria materia prima, ovvero 8 bottigliette di PET. E il rotolo di sacchetti con decoro e scritte sensibilizzanti. Per non dimenticare il progetto di Lorenzo Bartolomeis che andrebbe regalato a tutte le classi di asilo in Italia: un sistema di tre cestini di colori diversi in cui gettare i diversi materiali. Anche un bambino di tre anni ce la può fare...

Esiste un romanzo italiano, che poi tanto romanzo non è, che descrive con arte la situazione che sta intorno alla gestione dei rifiuti nel nostro paese. È *Gomorra* di Roberto Saviano. Il libro rivela che si chiude sulla descrizione di una terra contaminata, sfruttata e denudata di ogni naturalità. Una terra impraticabile per i troppi rifiuti, per la tossicità delle scorie prodotte dall'uomo e dall'industria e per l'incapacità di trovare soluzioni alternative al problema della dismissione. E, sarà un caso o una fortunata coincidenza, ma una delle mostre del FuoriSalone più interessanti del 2009 si intitola proprio *Dismettiamola!* ed è dedicata agli oggetti che servono a gettare i rifiuti. Un argomento spinoso, per vari motivi. Il primo è che il design spesso aiuta poco nella soluzione di problemi così prosaici. Inoltre, i tentativi fatti non tengono conto di un ingrediente importante per la buona riuscita dei cosiddetti oggetti quotidiani: la poeticità. La poesia è in effetti nella ripetizione, nella sacralità con cui ogni giorno siamo obbligati a compiere e ricompiere i medesimi gesti, a perpetuare le medesime abitudini, scoprendo in esse la correttezza e l'essenzialità del lavare, riordinare, gettare ciò che non serve più. Lasciamo quindi

24 ore  
di Angela Ponzini

sotto:  
Al cubo  
di Biagio Ludovico



Here Please  
di Chiara Moreschi

sopra:  
In umido  
di Daniela Maurer





ADRIEN ROVERO

TXT > Elisabetta Colombo

ddFREE  
n



**Ironico, intelligente, intraprendente. A 14 anni, lo svizzero Adrien Rovero era "abbastanza" (dice lui) determinato a fare il designer. Ora di anni ne ha 27 e alla qualifica professionale ha aggiunto uno studio aviatissimo a Renens corredato da un portfolio lavorativo di tutto rispetto, tra prodotti, mostre, premi e riconoscimenti**

# HUMOUR DESIGN

Un ritratto dello svizzero  
Adrien Rovero

Merito della sua testa, che pullula di idee, e della vita quotidiana, che acciuffa sotto forma di ispirazione. Come una sorta di grande pila umana, Adrien si ri-carica di cose, situazioni, usi, costumi e comportamenti, li analizza col giusto distacco, li distorce, li rielabora in progetti e, alla fine, li marchia con un tratto estetico distintivo, carico di humour. Per capirci, la sua tesi di laurea, all'Ecal, si chiama Dis-Order e si ispira ai piccoli incidenti domestici. Tipo il tappeto che simula una pila di vestiti sparpagliati a terra; la superficie del tavolino con le sagome di piatti, riviste e bicchieri, che fungono da recipienti; e le pantofole numerate - 1, 2, 3 - perché nel caso se ne smarrisca una rimane sempre il paio. Che vuol dire "avere le idee chiare fin da subito".



## CHE TIPO DI DESIGNER SEI?

Un industrial designer o, per essere più precisi, un product designer. Ho scoperto che se dico solo designer la gente pensa che lavori nell'ambito della decorazione mentre se mi qualifico come industrial designer mi associa ai macchinari. È sorprendente, vero? Quindi, specifico sempre.



## COME APPROCCI UN PROGETTO?

È la domanda che mi faccio sempre nella prima fase creativa e la risposta è direttamente collegata al tema del contesto, la cui corretta interpretazione è il mio obiettivo principale.



## LA TUA MAGGIORE FONTE DI ISPIRAZIONE?

Sicuramente l'osservazione. Del mondo, delle abitudini, degli usi, dei costumi, della cultura. A volte ho l'impressione di essere

come una pila. Quando viaggio, visito o semplicemente vivo, mi carico di cose che poi reinvesto in progetti.



## IL RUOLO DELL'IRONIA?

Vitale! Ma dobbiamo specificare che cosa vogliamo definire esattamente con questa parola, a cosa ci riferiamo. Non sono sempre sicuro di saperlo perché in prima battuta tendo ad associarla allo scherzo. Quello che penso, però, è che nessuno compra un oggetto per esporlo a casa e per guardarlo come se fosse in mostra, quindi se qualche volta, usandolo o vedendolo, ci sfugge un sorriso, anche silenzioso, ecco: questa, per me, è ironia.



## UNA PAROLA CHIAVE PER IL TUO DESIGN?

Il senso.



## COSA NON DOVREBBE MAI MANCARE IN UN OGGETTO?

Un obiettivo chiaro e definito.



**QUAL È PER TE IL PROGETTO PIÙ DIVERTENTE MAI DISEGNATO?**

La tazza Dumbo di Richard Hutten, quella in plastica con due manici giganti. È indistruttibile, difficile da smarrire, sempre riconoscibile e facile da utilizzare. Quando la uso, mi prendono tutti in giro.



**QUANDO HAI CAPITO DI ESSERE DIVENTATO FAMOSO NEL CIRCUITO DEL DESIGN?**

Non sapevo di esserlo.



**HO SCOPERTO CHE SEI UNO STAKANOVISTA. QUANTE ORE LAVORI AL GIORNO?**

Da un punto di vista strettamente classico, sempre. Da un punto di vista passionale, mai.



**COSA TI HA INSEGNATO L'ECAL?**

Moltissimo, è una scuola davvero interessante. Da quando Pierre Keller è diventato direttore, l'Ecal ha un programma intensivo che copre molti ambiti del design.



**COSA TI PIACEREBBE DISEGNARE?**

Un prodotto di massa.



**COME NASCE IL PROGETTO SAVING GRACE?**

Dall'adattabilità delle comuni lampadine alle lampade standard. È un'idea che mi ha sempre divertito. In molti luoghi, vedo che le lampadine fanno una luce troppo forte e creano un'atmosfera terribile, cancellando lo scopo principale del paralume, che è quello di creare un chiarore diffuso. Così ho pensato che sarebbe stato interessante realizzare un apposito paralume per queste lampadine. Una vera "grazia", che è diventata anche una evoluzione della tradizionale fonte di luce.

Collezione di sgabelli e tavolini Pimp, realizzati in alluminio

Tappeto circolare della collezione Size



**E SEDIE 1:20?**

Inizialmente, questo progetto è stato fatto per un allestimento a Losanna. Avevo deciso di fare una sorta di "pranzo a base di mobili" e disporre gli oggetti su un lungo tavolo. Il costo dell'installazione risultava talmente irrisorio che ho deciso di usare il budget per disegnare un formato di pasta che riproducesse una sedia in scala 1:20. È stato interessante approcciare la pasta come oggetto, per la sua componente visuale, tecnica e per le sue possibilità.



**NEL TUO PORTFOLIO C'È UN "PAESAGGIO" DEDICATO A SOTTSASS. PERCHÉ?**

Anche questo progetto nasce da un allestimento, che mi era stato richiesto da Vialla Noailles in Hyères (Francia) allo scopo di esibire le ceramiche disegnate da Sottsass per la Manifattura di Sèvres. Ero molto contento all'idea di come e cosa potevo fare per valorizzare al meglio il lavoro di Sottsass senza aggiungere troppo, in termini di materiali. Alla fine, l'ispirazione è stata semplice e ho deciso di presentare i pezzi a un'altezza di circa 150 cm, così i visitatori avrebbero avuto la stessa prospettiva delle mostre di architettura. Cambiando l'altezza dell'esposizione ho modificato la visuale, e le ceramiche sono diventate dei palazzi.



**IL TUO DESIGNER PREFERITO?**

Achille Castiglioni.



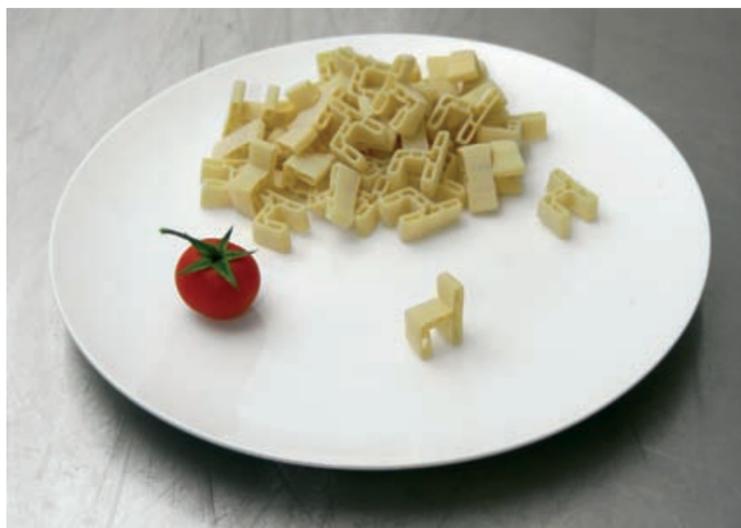
**PERCHÉ?**

Perché ha saputo trovare l'equilibrio perfetto tra la poesia e la fruibilità, facendo dei prodotti utili e intelligenti.



**SE NON FOSSI DESIGNER, COSA FARESTI ORA?**

Ci devo pensare!



**PROGETTI FUTURI?**

Un divano per Campeggi, una ricerca per la Manifattura di Sèvres, un'installazione per il Festival des Jardins di Lausanne.



**SEI MOLTO GIOVANE, TI È MAI CAPITATO QUALCHE INCIDENTE DI PERCORSO NELL'AMBITO LAVORATIVO?**

Sì, uno c'è e mi ha fatto molto divertire. Stavo tenendo un corso in un collegio privato svizzero con altri tre insegnanti e mi sono assentato per comprare del materiale. Al mio ritorno, il direttore mi ha bloccato nell'atrio e ha iniziato a urlarmi contro. Mi aveva scambiato per uno studente. Capita anche questo.

Dall'alto:

il fiammifero-stuzzicandenti della collezione Matches

la serie di lampade Saving Grace

la pasta formato Sedie 1:20





OGGETTI VIVENTI –  
BODY PIERCING EXTREME

TXT > Elio Caccavale & Marina Paul  
© Tobie Kerridge, Ian Thompson,  
Nikki Stott

ddFREE  
n



L'anello/osso placcato in  
argento, disegnato sulle  
specifiche della coppia

# TI REGALO UN ANELLO DEL MIO CORPO

CONTINUA LA RUBRICA SULLE BIOTECNOLOGIE E LE SUE  
APPLICAZIONI AL DESIGN, ALLA RICERCA DI MONDI PARALLELI,  
POSSIBILI SCENARI FUTURI E NUOVI IBRIDI BIOLOGICI.

QUESTA VOLTA VI PROPONIAMO UN'INTERVISTA DI ELIO  
CACCAVALE A TOBIE KERRIDGE E UN RACCONTO DEL SUO  
AFFASCINANTE PROGETTO DI GIOIELLO VIVENTE

Tobie Kerridge, dopo la laurea e il master in Interaction design al Royal College of Art, da circa sei anni fa il ricercatore presso l'Interaction Design Studio, una divisione del Dipartimento di Design della Goldsmiths University of London. Questa ricerca è stata commissionata da imprese come Philips Design, Intel e France Telecom. Tobie è stato anche finanziato dal EPSRC (un Consiglio di Ricerca sostenuto da fondi pubblici) per avviare due progetti che lui stesso descrive come un focus sulla partecipazione del pubblico, piuttosto che l'offerta di ricerca per imprese di tipo tecnologico.



**PARLACI DI BIOJEWELLERY, CHE COS'È?**

Biojewellery è uno dei progetti finanziati dalla EPSRC, una collaborazione con Ian Thompson e Nikki Stott. Ian aveva contribuito a sviluppare un procedimento per la coltura del tessuto osseo, che porterà ad applicazioni biomediche, grazie alle quali le ossa potranno essere coltivate in un laboratorio. Utilizzando le cellule di un paziente, questo tessuto può essere reimpiantato nel suo corpo, per riparare le zone danneggiate, senza problemi di rigetto. Nikki e io siamo rimasti entusiasti di questa tecnologia, che volevamo usare in un prodotto, e con Ian abbiamo sviluppato così uno scenario di design chiamato Biojewellery. Una coppia può donare le proprie cellule per far crescere il tessuto osseo che può essere combinato con metalli preziosi per la progettazione di anelli: ognuno può portare così il corpo del proprio amante sulla sua mano.



**BIOJEWELLERY PUÒ ESSERE  
CONSIDERATO COME UN ESPERIMENTO,  
SOCIALE E SCIENTIFICO, DI DESIGN.  
QUALE DI QUESTI ASPETTI È IL PIÙ  
IMPORTANTE?**

Tutti questi aspetti hanno permesso al lavoro di essere interpretato sotto punti di vista diversi, come ad esempio la progettazione di gioielli, come una sorta di body piercing estremo, come un materiale innovativo e come un caso di etica medica. La cosa più importante è il fatto di aver creato una piattaforma di confronto per i diversi gruppi, per relazionarsi tra di loro.



**IN CHE MODO I DESIGNERS POSSONO  
CREARE USI ALTERNATIVI PER LA  
RICERCA SCIENTIFICA?**

Credevo che i designers possano fare prodotti che hanno una presenza fisica. Queste alternative rendono le questioni astratte e intellettuali, più tangibili – Tony Dunne la descrive molto chiaramente. Pensare al design può anche voler dire assumersi rischi nello sperimentare questo ruolo e invitare altre persone a contribuire al processo di discussione e alla creazione di tali alternative. Biojewellery è un progetto di public engagement, in Inghilterra è un termine utilizzato per discutere una serie di pratiche che hanno a che fare con un rapporto problematico tra la scienza e il pubblico. I musei della scienza sono un esempio di public engagement: l'obiettivo è che il pubblico possa scoprire e avvicinarsi alla scienza. Incoraggiare le persone che lavo-



I display che spiegano le fasi del progetto

rano al di fuori di discipline scientifiche e tecnologiche ad avanzare le proprie proposte alternative. In questo senso credo che il design possa offrire un approccio leggermente diverso su queste questioni.



**BIOJEWELLERY È UN ESEMPIO UNICO DI UN BUON ATTEGGIAMENTO DEGLI SCIENZIATI VERSO IL DESIGN DI RICERCA. QUAL È IL MOTIVO E PERCHÉ IN INGHILTERRA? E CHE COSA CHIEDE IN CAMBIO LA SCIENZA AL DESIGN?**

È una questione che riguarda i singoli scienziati che si relazionano con il design. Con Biojewellery, Nikki e io abbiamo chiesto molto a Ian, perché non volevamo definire il progetto come arte e neanche come design per l'innovazione. Siccome il nostro approccio non era definito, forse questo è stato un rischio per Ian, perché i vantaggi e le implicazioni sono stati anche per lui non definiti. Credo che il nostro progetto collegato con un public engagement renda lo scopo delle attività più chiaro. È un modo nuovo di fornire una chiave d'accesso per chi non si occupa di ricerca scientifica.



**CHE COSA SIGNIFICA PER UN DESIGNER LAVORARE CON UN TEAM DI SCIENZIATI ALTAMENTE SPECIALIZZATI? COME FUNZIONA IL DESIGN IN RELAZIONE ALLE ATTIVITÀ SCIENTIFICHE?**

Penso che ci siano molti modi per questi due settori di interagire, forse la cosa migliore è quella di fornire le giuste condizioni perché ciò avvenga. Nel caso di Biojewellery, un'importante condizione iniziale è stata il sostegno finanziario da parte della EPSRC come risorsa per il progetto. Questo aiuta in quanto a retribuzioni e materiali, ma rende anche ufficiale il tutto, il che significa poter essere presi sul serio dai gruppi professionali. Per esempio abbiamo dovuto ottenere l'approvazione etica, per le coppie, di donare le loro cellule, perché questo può essere pericoloso. Senza il sostegno istituzionale dubito che questo sarebbe accaduto e Biojewellery sarebbe rimasto uno scenario di riferimento ipotetico. Un'altra condizione importante per il lavoro interdisciplinare è



La pre-forma utilizzata per far crescere la coltura delle cellule di tessuto osseo e i primi prototipi



stato avere un iniziale obiettivo in comune, anche se i motivi di interesse reciproco sono diversi. In Biojewellery è stata la tecnologia, il materiale bioattivo sul quale Ian aveva lavorato, a renderci tutti entusiasti.



**IL DESIGN PUÒ CONTRIBUIRE ALLA RICERCA SCIENTIFICA?**

Il contributo del design in funzione del successo della ricerca è probabilmente difficile da misurare, ma per ciò che riguarda Biojewellery ci sono un paio di fattori interessanti. Uno era fornire una fonte di cellule umane, quelle provenienti dalle coppie di donatori: è difficile per le attività di ricerca acquisire cellule umane da utilizzare per gli esperimenti, così come poter usare i loro risultati in un campo che non sia quello medico. Biojewellery ha aiutato in questo senso - le cellule possono essere utilizzate nella ricerca, come pure a creare gli anelli.



**COSA SI IMPARA DALLA COLLABORAZIONE SCIENZA-DESIGN?**

Che persone differenti possono lavorare insieme per ideare cose che prima erano irrealizzabili. Per questo voglio fare in modo che il settore si sviluppi.

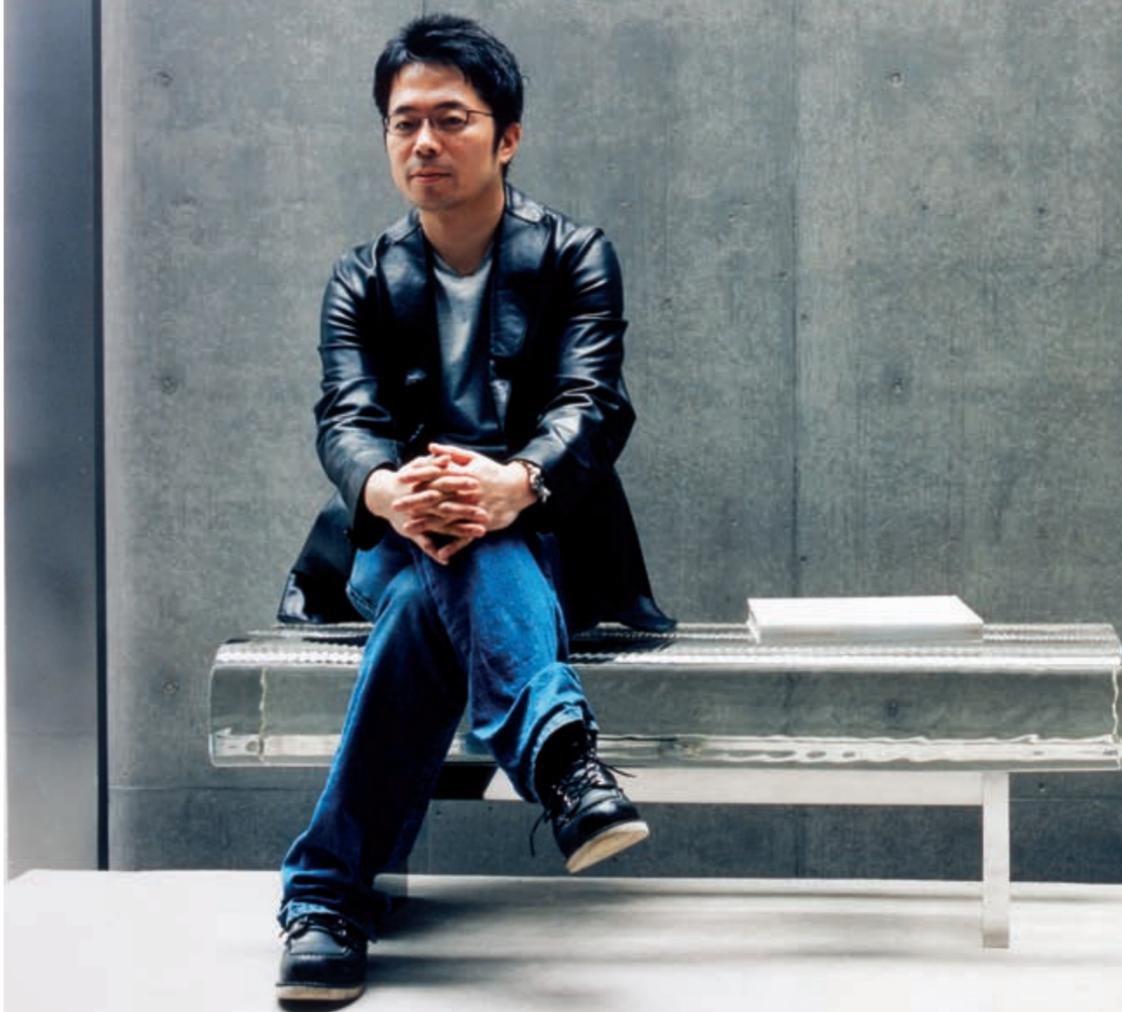


TOKUJIN YOSHIOKA

TXT > Ester Pirotta

ddFREE  
n

# LA FORMA DELLE SENSAZIONI UMANE



Ritratto di Yoshioka /  
Ph. Takuya Suzuki

Ha il tocco magico Tokujin Yoshioka! Dalle installazioni all'industrial design, progetta manipolando la materia all'insegna di una sensibilità che affonda le sue radici nella cultura giapponese e in particolare nella sua collaborazione con Shiro Kuramata e Issey Miyake. Il suo linguaggio è figurativo e simbolico come la cultura a cui appartiene e ogni suo progetto si traduce in poesia raffinata ed emozione.

Reinventore della materia, Tokujin Yoshioka ha realizzato sedute cuocendo le fibre di poliestere per renderle strutturali, usando la carta plissettata a struttura alveolare o ancora riciclando le imbottiture utilizzate per imballare le ceramiche giapponesi. La sua straordinaria capacità visionaria ha dato vita a installazioni indimenticabili, da abile regista dello spazio che ama stupire il suo pubblico e riesce a emozionarlo profondamente.

Lo abbiamo intervistato per conoscere meglio questo giovane progettista che pare appartenere a un mondo fantastico, dove predomina un'atmosfera eterea di leggerezza e gli oggetti sembrano fluttuare liberi nell'aria.



#### COME NASCONO I TUOI PROGETTI? DA COSA SEI STIMOLATO?

Quando progetto, la mia intenzione non è disegnare la forma delle cose, ma bensì suscitare emozioni e dare forma alle sen-

sazioni umane. Per me lo scopo ultimo è disegnare l'emozione stessa della gente.

La natura è la mia grande fonte di ispirazione, il che non significa che per essere stimolato mi debba necessariamente trovare circondato da foreste o montagne. Trovo ispirazione nella natura che ci accompagna nella vita di tutti i giorni, come una foglia portata dal vento, una nuvola bianca nel cielo blu e un fiore che sboccia.



#### INFATTI, I TUOI PROGETTI HANNO SPESSO CHIARI RIFERIMENTI AL MONDO NATURALE (FIORI, NEVE, NEBBIA, VENTO,...). QUAL È IL TUO RAPPORTO CON LA NATURA?

È la domanda che mi faccio sempre nella prima fase creativa e la risposta è direttamente collegata al tema del contesto, la cui corretta interpretazione è il mio obiettivo principale.



#### LA TUA MAGGIORE FONTE DI ISPIRAZIONE?

Sono attratto dalla natura, osservo la sua bellezza e cerco, con i miei progetti, di avvicinarmi ai suoi principi. Un esempio molto chiaro di questo concetto è Pane Chair, che richiama le forme di fiori e piante. Credo che la natura ci offra cose meravigliose, e che una nuvola vista dall'aereo sia la cosa più bella del pianeta. Vedo la sua bellezza nel modo in cui appare ai nostri occhi: cambia continuamente forma e non ritorna mai a essere come è stata.

18



www.tokujin.com



**QUALE PERSONAGGIO TI HA MAGGIORMENTE INFLUENZATO DURANTE GLI ANNI DELLA TUA FORMAZIONE?**

Indubbiamente Shiro Kuramata e Issey Miyake. Lavorare con loro è stata un'esperienza straordinaria. In particolare Issey Miyake, con il quale lavoro da più di 20 anni, mi ha insegnato l'importanza di essere originale e che il design è libertà.



**A PROPOSITO DI ISSEY MIYAKE, QUAL È IL TUO RAPPORTO CON LA MODA?**

È difficile spiegare in poche parole il mio rapporto con la moda. Io sono interessato ai tessuti e alla loro morbidezza piuttosto che alla moda in sé. Avendo avuto l'opportunità di imparare a conoscere i tessuti da Issey Miyake, ho potuto sviluppare il mio potenziale creando prodotti con materiali soffici, mentre la maggior parte dei prodotti sono realizzati con materiali duri.



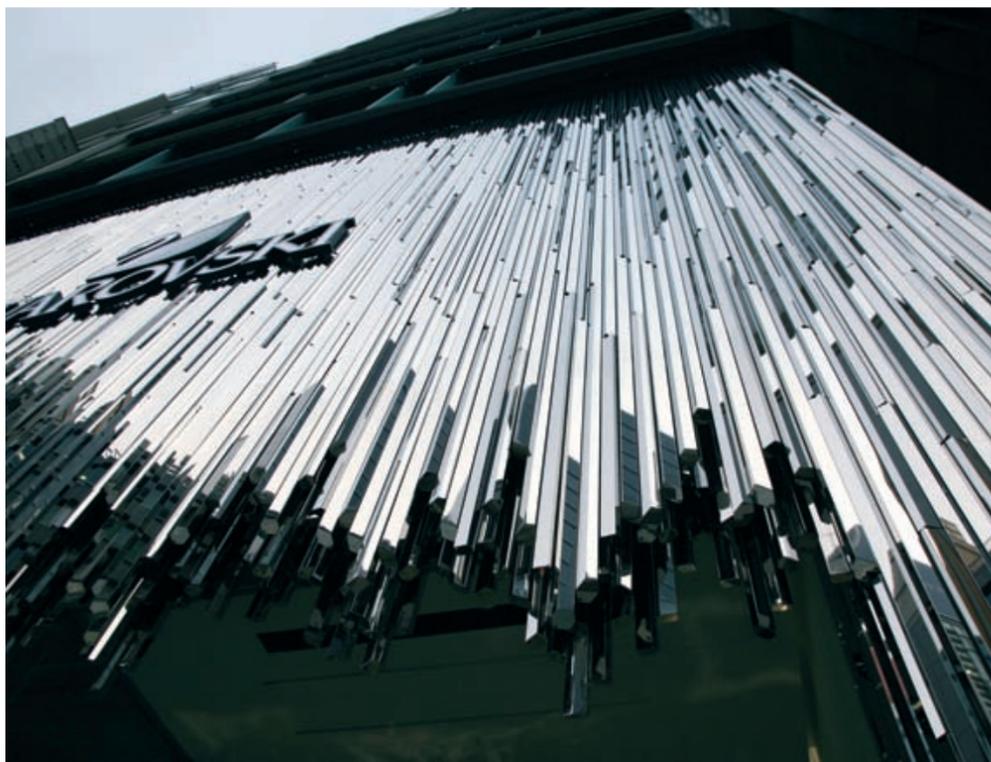
**SPESSE I TUOI PROGETTI, COME AD ESEMPIO HONEY-POP CHAIR E PANE CHAIR, HANNO ALLA BASE L'IMPIEGO DI MATERIALI INNOVATIVI E TECNOLOGIE ALL'AVANGUARDIA. QUANTO È IMPORTANTE LA RICERCA NEL TUO LAVORO?**

La ricerca è importantissima, tuttavia, io non cerco nuovi materiali, ma nuove strutture o nuovi approcci alla materia mai sperimentati prima. Per qualsiasi creativo la sedia è l'oggetto che per eccellenza esprime la propria filosofia progettuale; se aspiro a creare una sedia che abbia una lunga storia, quello che mi serve non è un arrangiamento superficiale, ma qualcosa che sia realmente nuovo. E questo per me significa una nuova struttura o un approccio assolutamente innovativo.



**QUALE TUO PROGETTO TI RAPPRESENTA AL MEGLIO?**

Honey-pop e Tokyo-pop sono alcuni dei miei progetti più importanti. La prima mi ha dato l'opportunità di comunicare con persone in tutto il mondo. La seconda è stata realizzata rivoluzionando completamente il modello Honey-pop. Dalla presentazione di



Showroom Swarovski a Tokyo/Ginza

Tokyo-pop, prodotta da Driade, al Salone di Milano del 2002, ho avuto maggiori opportunità di collaborare con le aziende internazionali più note.



**LAVORI MOLTO CON AZIENDE ITALIANE, COSA TI PIACE DELL'ITALIA?**

Mi piace la passione degli italiani per il design e il vostro entusiasmo nel fare le cose.



**HAI PROGETTATO FIBER ARCHITECTURE, UNA VISIONE DELL'ARCHITETTURA DEL FUTURO: DI COSA SI TRATTA?**

Contrariamente al pensiero comune, la mia idea di architettura del futuro non è quella di aumentare la robustezza della struttura usando materiali più resistenti, ma di organizzare sistematicamente fibre piccole e leggere per conferire una forza miracolosa alla struttura dell'architettura. È simile al principio dell'arte giapponese dell'Aikido, nella quale il difensore acquista resistenza e potenza deviando la forza attraverso il suo aggraziato movimento circolare. Questo è il mio sogno e la mia proposta di architettura per il futuro.



**COSA HAI PRESENTATO AL SALONE DEL MOBILE DI MILANO 2009?**

Ho presentato Paper Cloud, un progetto di sofa per Moroso molto interessante. Anche in questo caso c'è un richiamo alla natura, al cielo e alle nuvole che, seppur in modo del tutto personale, sono nella memoria di ognuno di noi. Per la presentazione del prodotto, ho deciso di realizzare un prototipo in carta molto suggestivo, così da renderlo più concettuale. Ovviamente sarà prodotto e venduto in tessuto.



**UN PROGETTO RECENTE DI GRANDE SODDISFAZIONE?**

Sono molto onorato di essere stato scelto come direttore della mostra "STORY OF....." al Tokyo National Museum, dopo l'edizione diretta dal grande designer italiano Ettore Sottsass, che considero un evento speciale. La mostra, un progetto che ho sviluppato con Cartier, è stata inaugurata lo scorso 28 marzo con grande successo. Sono assolutamente affascinato dal fatto che, attraverso le sue creazioni, questa azienda abbia segnato il tempo, la cultura e la storia.

Dettaglio e poltrona Honey Pop in carta

Sotto: prototipo dell'imbottito Paper Cloud per Moroso 2009





“Siamo di Chicago e abbiamo voluto rendere omaggio al nostro Presidente, anche lui nato in questa città”, con questa frase gli studenti del SAIC si sono presentati insieme ai loro progetti, tutti rigorosamente legati alla politica di Barack Obama. Ogni oggetto si ispira a una parola, a un concetto, a un'intenzione. Alle promesse, ma anche ai problemi e alle debolezze del Presidente. Con una velata ironia.

Tra gli oggetti, i più immediati alla comprensione sono la seduta di Chin-Yu Fu: *News Is New*, che utilizza quotidiani interi, li accatasta e li unisce con delle cinture colorate. Una sedia in carta riciclata comoda e facile da realizzare che simboleggia la possibilità di un cambiamento positivo nel mondo, solo rivalutando le potenzialità dei materiali di scarto. Fatta di giornali, la sedia è composta anche da notizie che spesso rischiano di venire dimenticate in un lasso di tempo troppo breve. Altro oggetto immediato, è *Potbelly Piggy* di Mingli Chang, il salvadanaio in pelle a forma di maialino. Floscio, si irrobustisce e impara a stare sulle proprie zampe, se riempito con monete. Ma per aprirlo, bisogna girarlo e squarciare la cucitura sulla pancia con delle forbici. Una riflessione sui tempi di recessione economica globale in cui le tasche sono più leggere. Il maialino è il simbolo del risparmio, un concetto espresso più volte da Barack Obama nei suoi discorsi alla popolazione in contrapposizione all'indebitamento

sproporzionato che ha contribuito alla crisi finanziaria mondiale. Un invito alla responsabilità quindi, che tra gli studenti del SAIC si concretizza anche con il concept di Andrew Peerless che ha presentato *Paper Trail Clock*, un orologio digitale sul quale è incollato una “to do” list, un blocchetto di 365 post-it sagomati in modo da lasciare intravedere e leggere l'ora digitale, e sui quali scrivere i buoni propositi quotidiani. Man mano che li si onori, si strappano i fogli e il blocchetto sempre più sottile sottolinea il raggiungimento della propria responsabilità. *Collective Clock* di Greg Bethel è un orologio collettivo le cui lancette sono composte da centinaia di piccole palline che si muovono simultaneamente. Una soluzione che esprime l'invito di Barack Obama a rivalutare il motto statunitense “Out of Many, One” o il più nostrano “E pluribus unum”. La libreria di Lynn Lim Ivy



Paper Trail Clock di Andrew J Peerless. Un orologio che invita a essere personalmente responsabile con una lista “to do” composta di 365 biglietti per giustapporre il proposito quotidiano

## CAMBIAMENTO, SPERANZA, TRASPARENZA.

LE PROMESSE DEL NEO PRESIDENTE USA BARACK OBAMA INVADONO IL MONDO DEL DESIGN. GLI STUDENTI DELLA SCHOOL OF THE ART INSTITUTE OF CHICAGO (SAIC) PRENDONO SPUNTO DAL SUO PROGRAMMA PER LA COLLEZIONE *THE AGE OF OBAMA* AL SALONE SATELLITE, DURANTE LA SETTIMANA DEL DESIGN A MILANO

# THE AGE OF OBAMA: POLITICS INVOLVE DESIGN



Ivy League Bookshelf di Lynn A. Lim. Una libreria che celebra il concetto espresso dal Presidente "La conoscenza è potere", forse l'unico mezzo per il vero sviluppo del Paese

*League*, la cui forma richiama l'edera, prevede che i libri possano essere disposti tra i tralci della rete: un richiamo all'importanza posta dal Presidente allo sviluppo delle intelligenze, alla ricerca e allo studio. L'onestà è invece interpretata da Victor Fong, che prima di approdare alla SAIC si è laureato in studi economici. Propone il comodino *Classified Nightstand* che nella sua funzione stride e gioca con il concetto di onestà e trasparenza. Una struttura traslucida che mostra i contenuti di quello che, normalmente, è il mobile più segreto. L'idea è di far riflettere sul cammino intrapreso da Barack Obama verso una amministrazione trasparente e il conflitto nel mantenere le informazioni delicate. Patrick Fitzpatrick propone l'originale *Distinction Decanter* a partire dalla parola francese "terroir" che racchiude in sé un rimando alla qualità di un buon vino e a una riflessione sul territorio. Un omaggio al carattere di Barack Obama che, per il progettista, è una somma della sua eredità multirazziale. In questa rassegna non può mancare uno dei concetti chiave: Hope. La speranza, in questo caso interpretata da David M Krell, graphic designer che ha progettato la *US Lamp*, una lampada punteggiata da una visione sul globo per celebrare il grande assenso che la vittoria di Obama ha riscontrato nel mondo e con lui la speranza di interconnessione, interdipendenza e maggiore solidarietà. La luce si espande solo attraverso piccoli fori che rappresentano il disegno dell'illumina-

zione artificiale della terra vista di notte. La differenziazione tra i diversi paesi, dimostra la disuguaglianza tra le differenti regioni. Eric Hotchkiss con *Discipline Desk* ha disegnato una scrivania in vetro ricoperta con una pellicola speciale che permette di rivelare o nascondere il lavoro da svolgere. Philip Granke ha interpretato il concetto di cambiamento, forse il termine più usato nella campagna elettorale che ha creato un precedente per un presidente celebrità, attraverso la realizzazione dell'area espositiva al Salone Satellite. Infine disciplina, forza e una curiosità. *Diplomacy Tool Kit* di Evan Walsh è una scatola a più piani in cui si trovano giochi per le più diverse esigenze, anche amorose, per agevolare una conversazione. Glenna Gallagher ha invece rappresentato la forza con il *Puissance Bookstand* che si ispira all'eleganza dei ponti sospesi capaci di supportare la pesantezza dei libri. Chiude il curioso *Secretarial Ashtray* di Gabriel Hargrove: un posacenere segreto per raccontare che il presidente fuma, ma lo fa quasi di nascosto. Così, il posacenere è stato costruito in modo da evitare che il fumo invada le stanze.

Un vizio che si può perdonare? Yes, we can.



Classified Nightstand di Victor Fong. Un comodino, un luogo intimo, che si confronta con il concetto di onestà e il paradosso di "totale trasparenza" all'interno del governo



Secretarial Ashtray di Gabriel Hargrove. Un proposito latente, quello di nascondere il vizio del fumo, mai apertamente rivelato dal Presidente Obama. Nel buco più grande si soffia il fumo, nel cassetto si nasconde la cenere



Real Time

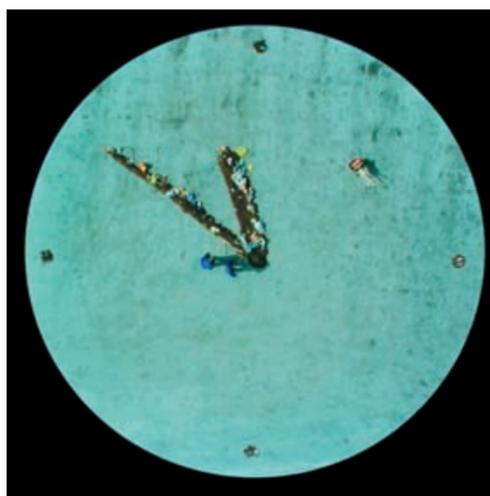
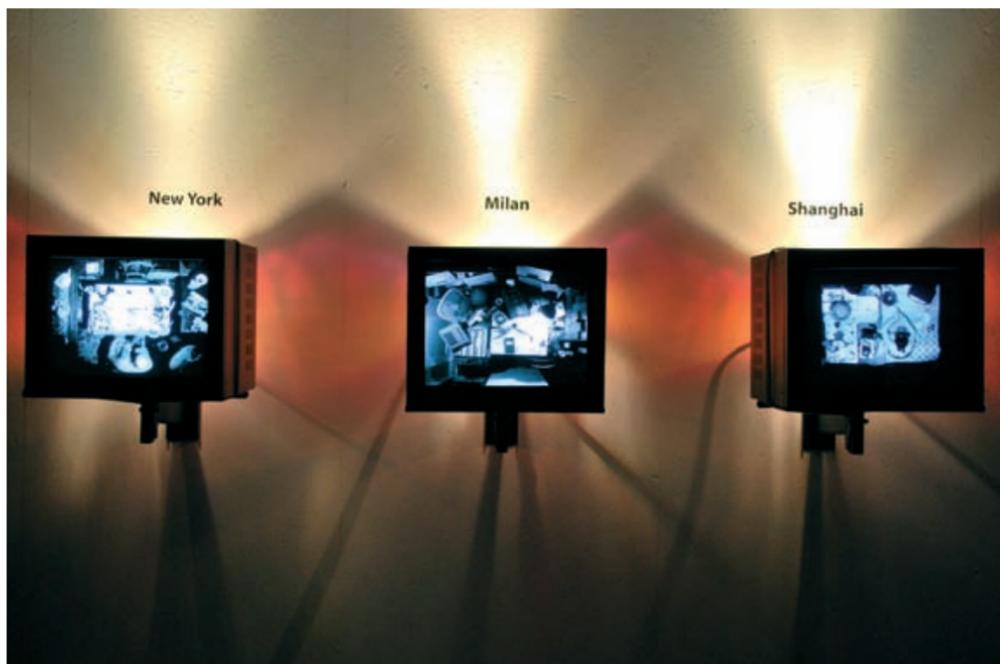
22

CONTAMINAZIONI



TXT > Chiara Fagone  
IMG > Ivano Nobile  
4.143 caratteri  
599 parole

# MAARTEN BAAS - TEMPO REALE



Fotogrammi tratti da  
Sweeper Clock

Real Time

L'artista e designer olandese Maarten Baas nel passato ha ridisegnato nuove ironiche fisionomie di oggetti d'uso quotidiano elaborandone anche una qualità materica che potremmo definire "semantica"; penso a Smoke, i mobili bruciati con getti di fiamme e poi rifiniti con vernice epossidica trasparente, o alla collezione Clay Furniture, arredi rivestiti da argilla industriale colorata con un curioso effetto plastilina che riecheggiano memorie infantili legate a imperscrutabili quanto inquietanti fiabe. Oggi Baas orienta le proprie sperimentazioni nel proficuo contatto tra i linguaggi; l'immagine filmata, l'azione performativa, l'oggetto, si compenetrano in una visione insolita e stimolante. L'installazione *Real Time* presentata presso Costume National nel corso del Fuorisalone, è una sofisticata riflessione sul tempo, una sottile speculazione sulle dinamiche della sua leggibilità e sulla sua visualizzazione ed è insieme ricerca, progetto, realizzazione e presentazione di oggetti realmente funzionanti e funzionali. Si racconta il tempo che scivola e cancella, quello compresso e infinitamente nevrotico della ripetizione, il momento dilatato e coercitivo o scandito dall'inutilità di un'azione.

Maarten Baas ha ideato tre registrazioni realizzate grazie alle nuove tecnologie video che permettono riprese continuative di 12 o anche 24 ore, per tre differenti progetti di orologi. Prototipi tridimensionali per nuovi modelli di rappresentazione del tempo, dove l'uomo vive imprigionato dal meccanismo anche alienante e dall'attrazione ipnotica e enigmatica che rimanda alla suggestione della ricerca del senso; lo scorrere della clessidra, il fluido percepire la trasformazione minima o più evidente.

La dimensione della sfida, fisica e quindi performativa, ma anche della resistenza nervosa necessaria è componente che accomuna i progetti di *Real Time* ed è particolarmente evidente nell'azione teatrale live. Un attore trascorre sette ore della giornata letteralmente murato in uno spazio angusto che si presenta al pubblico attraverso il vetro di una porta; all'interno, tra oggetti disordinatamente accumulati e stratificati che simulano un vecchio e polveroso ufficio, circondato da schedari dai cassetti semiaperti, seduto a un tavolo pieno di desuete attrezzature tipicamente lavorative, una mastodontica calcolatrice, un telefono, un'agenda, muove sul piano ingombro di carta due matite come fossero lancette di un immaginario quanto effimero quadrante, anzi trasformando se stesso in un orologio vivente. Lo abbiamo visto entrare nella sua cella attrezzato di un thermos e di un piccolo sacco di viveri, attraversare quel varco bloccato poi come il portellone di una navicella spaziale abilmente occultato all'esterno, superarne la soglia come chi parte per una spedizione.

Se l'orologio digitale che Baas ci propone crea uno spiazzamento sottile, attraverso le sue ormai consuete cifre rosse che però inspiegabilmente si cancellano per poi riconfigurarne altre determinando una ulteriore

segmentazione del tempo, nel *Grandfather Clock*, citazione di familiari orologi, con il suo austero e imponente volume l'artista gioca con l'illusione. Attraverso il quadrante circolare e trasparente intravediamo il profilo di un uomo che appare trovarsi all'interno dello stesso orologio: si tratta in realtà di un video girato in un loop di 12 ore durante il quale la figura si occupa, tra un gesto e l'altro, di segnare il tempo. Con un pennarello nero aggiorna costantemente chi lo guarda dello svolgersi di minuti e ore, misurandone come negli altri casi, l'ulteriore tempo necessario all'aggiornamento. Il tempo del tempo, ancora più evidente nello *Sweeper Clock*, il punto di vista centrale e sollevato da terra, mostra due persone in divisa blu: munite di rastrelli spostano cumuli di spazzatura in un incedere senza sosta, disponendo i detriti in modo da disegnare accuratamente le due lancette di un orologio. È il tempo reale, quello occupato dal racconto del suo svolgersi; l'implicita, inesplicabile, suggestiva preoccupazione di dare forma al tempo e al suo significato.

Clay Furniture



Il Grandfather Clock



# MILANO MIFAMALE (INVITANTE, SPLENDEnte, SPLENdIDO SPLENDEnte)

IL PROGETTO TRA NABA E DDN FREE SI È CONCLUSO CON UNA SERATA DI FESTA IN CUI SONO STATI ESPOSTI I LAVORI DELLE SCUOLE COINVOLTE. IN QUESTO NUMERO VI PRESENTIAMO QUELLO DELLA BILKENT UNIVERSITY DI ANKARA



Le Colonne di San Lorenzo a Milano

L'idea di *Milano mi fa male* è prima di tutto un racconto, una storia d'amore tra una città e i suoi abitanti. Il progetto prevedeva cento luoghi per cento installazioni, performance, eventi che 25 scuole, chiamate da tutto il mondo, con i loro docenti e studenti, hanno realizzato in giro per la città durante la settimana del Salone. Il tema, quello dell'ospitalità, è confluito poi nella serata finale al Naba: una bellissima festa con proiezioni, esposizione dei prototipi e dei progetti, concerto dei Velvet e la presentazione del Compasso di Latta.

**MILANO MI FA MALE//PART ONE  
COLONNE DI SAN LORENZO,  
PIAZZA SANT'ALESSANDRO,  
LA CHINATOWN DI VIA PAOLO SARPI**

In questo numero vi raccontiamo che cosa hanno fatto quelli della Bilkent University di Ankara guidati da Cihangir Istek: docente di questa università turca alla Facoltà di arte, design e architettura, segue un corso dal nome *Cities as Informationscapes*, che prende il via dalle informazioni che la città contiene o che può generare e che vengono chiamate *informationscapes*. Si tratta di un'investigazione in uno specifico contesto urbano, dove non esistono solo elementi statici, edifici e oggetti fisici, ma anche e soprattutto elementi dinamici, nuove forme di media, persone o artefatti che diventa-

no input e display d'informazione su quel luogo specifico. Obiettivo è disegnare e implementare scenari relazionati alla percezione di questi aspetti e alle loro interazioni, come un labirinto narrativo che si sviluppa con la città stessa. A Milano, Istek, con il suo project team composto da Rona Ipek Binay, Ekin Birol, Harun Ekinoglu, Can Gursu, Gul Nazliaka, Jale Sari, Cansin Yetkin, si è chiesto: come è ospitale la vostra città? Partendo da questa domanda una possibile risposta poteva essere data esplorando la città fisicamente, o modificando concettualmente alcuni dei suoi luoghi attraverso quello che lei stessa racconta. Sono state messe insieme la metropoli virtuale e l'esperienza reale, da uno spazio immaginato a uno spazio vissuto. Così, planando dall'alto di una googlemap, i nostri hanno girato i luoghi più insoliti, quelli mappati dal progetto di milanomifamale, scegliendone alcuni. Hanno deciso che il loro scenario doveva essere di colore verde, l'hanno chiamato verde>milano ("Feel the Hospitality!"), quindi si sono concentrati sugli spazi pubblici aperti, immaginandoli come stanze di una grande casa, alcune grandi, altre più piccole, con forme, caratteristiche e usi diversi. Sono poi diventati set e installazioni fatti di materiali portati da loro, che in qualche modo rappresentano l'ospitalità del loro paese d'origine. Dalla Turchia a Milano: ogni membro del team è partito dotato di un back-pack, un kit che conteneva due rotoli di tappeti verdi, dieci cuscini gonfiabili e altre sorprese. E qui da noi hanno cercato di interagire con la città e con gli stessi milanesi, attori e protagonisti di diversi ruoli, interscambiabili: di chi osserva, di chi è ospite e di chi sta ospitando. Ora forse bisognerebbe chiedere loro quale è stato il feedback. E chiederci, noi che qui viviamo: quanto è ospitale oggi Milano? Cosa e quanto possiamo o potremmo fare ancora?



*Vierge*  
avec style

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

**IL PROGETTO MACIACHINI, UNO DEI PIU' INTERESSANTI  
LABORATORI URBANI PER MILANO.  
UNO SPAZIO EX INDUSTRIALE RICONVERTITO A PARCO  
POLIFUNZIONALE. ABBIAMO CHIESTO AD ALESSANDRO  
SCANDURRA, UNO DEI PROGETTISTI CHIAMATI AD  
INTERVENIRE, DI PARLARCI DELL'IMPATTO CHE AVRA' SUL  
TERRITORIO, LUOGO DENSO DI PROBLEMATICHE SOCIALI**



**26**

.....  
QUARTIERE MACIACHINI



TXT > Marina Paul  
IMG > Filippo Romano

9.815 caratteri  
1.533 parole

# MILANO CHE CAMBIA



Siamo a nord ovest di Milano, ai confini con Bovisa, in una delle zone della città che ha subito radicali trasformazioni dovute alle nuove compagini sociali e alle nuove commistioni che lì si sono create. E proprio in questa zona, in un grande isolato compreso tra la via Imbonati e via Crespi, sta nascendo il progetto Maciachini, una riqualificazione urbana dell'area ex Carlo Erba. Diventerà, sta già diventando, un Business Park, un parco polifunzionale con uffici, spazi commerciali, attività culturali e di ristorazione multietnica. Cinque gli studi di architettura coinvolti nei progetti: ScandurraStudio, Italo Rota, Paolo Pasquini, Kconsult e Sauerbruch Hutton. Ad Alessandro Scandurra, che ha progettato la nuova sede della Zurich assicurazioni, abbiamo rivolto alcune domande sulle trasformazioni e gli effetti che l'intervento produrrà sul quartiere.



**L'AREA MACIACHINI È CONSIDERATA UNA ZONA "DIFFICILE" DA UN PUNTO DI VISTA DELLE NUOVE REALTÀ SOCIALI CHE LA COMPONGONO.**

**IN CHE MODO L'INTERO PROGETTO SI RELAZIONA CON LA ZONA E CON I SUOI ABITANTI?**

Il progetto dell'edificio Zurich è all'interno di un Masterplan più ampio, che coinvolge più edifici e riguarda un'area abbastanza grande, quella dell'ex Carlo Erba. In origine era un'enclave urbana, chiusa dentro a un recinto.

Ci si girava attorno, si vedevano le ciminiere, le attività produttive, si sapeva che lì all'interno succedeva qualcosa, ma in realtà era un posto "oscuro" dal punto di vista urbano. Con l'abbattimento del muro di cinta e l'inserimento di alcune strade che sono state negoziate con il comune, soprattutto una che taglia in due l'area, il quartiere "difficile" si diluisce in più spazio. Questo in qualche modo rende più leggibile il territorio, mette in luce una serie di attività e di comportamenti, senza però generare una forma di controllo. Diventa qualcosa che cambia e muta i fenomeni sociali che stanno lì, che poi forse si sposteranno da un'altra parte. Certo, se diminuisce la difficoltà di quel luogo, magari aumenterà quella di qualche altra parte della città. Si sposta il problema, non si risolve, ma è giusto così, perché questa difficoltà deve emergere. In realtà può trovare una proposta positiva nello spazio che incontra, favorire comportamenti più naturali che in qualche modo sono incentivati in maniera più normale e meno condizionata.



**IN CHE MODO PUO' AVVENIRE QUESTO?**

In realtà penso che le situazioni sociali in genere siano fortemente condizionate dallo spazio. Noi viviamo in costante confronto con le condizioni che ci impone lo spazio stesso e a volte reagiamo. Nel senso che accumuliamo una serie di costrizioni. Non capiamo bene da dove arrivano ma poi scopriamo che era la casa della nostra infanzia, oppure il percorso che facevamo per andare a scuola o forse la stanzetta buia in cui abbiamo meditato, e questa sofferenza ci circonda fisicamente. Il nostro corpo è immerso nelle stanze, nelle strade e alla fine emerge, da qualche parte deve andare. Tornando al progetto, questa è una proposta spaziale diversa, più normale, perché è aperta e a contatto con un giardino urbano. Questo può valere per qualsiasi tipo di situazione urbana, cioè quella in cui i comportamenti si possono esibire in maniera non costretta.

Penso, ad esempio, a una spiaggia, dove uno arriva e sistema le proprie cose, non c'è un'imposizione, non c'è un condizionamento. Ecco, proprio quel tipo di naturalezza, di appropriazione dello spazio che una persona può creare in maniera condivisa con gli altri, per me diventa una proposta positiva e il progetto in generale vuole ricostruire proprio questa positività.

L'auditorium dell'edificio Zurich. Le proiezioni saranno visibili dalla strada



**PERCHÉ PUO' ESSERE CONSIDERATO UN PROGETTO CORAGGIOSO E INNOVATIVO, FORSE UNO DEI POCCHI A MILANO CHE HA UN CARATTERE DI SPERIMENTAZIONE URBANA?**

Forse perché oltre a riaprire il quartiere, si vuole far parlare lo spazio e tematizzarlo. La proposta è quella di un giardino urbano, "romantico", in cui una serie di "padiglioni da meraviglia" all'interno di un giardino, si combinano con il contesto della città che è quello di un tessuto ottocentesco, denso, fatto di strade strette e di edifici residenziali alti 5 piani. Forse il coraggio sta nel proporre questa "diversità felice" all'interno del quartiere e in particolare nell'edificio Zurich. Forse il coraggio è quello di proporre un edificio aziendale, di una società molto importante, aperto e attraversabile. Questo è avvenuto anche grazie alla complicità della Zurich, che me l'ha lasciato fare: c'è una galleria semipubblica che passa sotto l'edificio, che collega la via Crespi all'interno del giardino. In più l'edificio aziendale ha un vuoto al centro, una specie di giardino al piano terreno e poi una terrazza, una piazza loggiata che affaccia sul giardino interno al primo piano. Dentro questo grande edificio c'è quindi un vuoto che può essere ancora condiviso: da quanto mi ricordo non ce ne sono altri di questa tipologia, con queste caratteristiche.



**QUINDI DIVENTERA' UNO SPAZIO PARTICOLARE...**

Sì, è una specie di prototipo urbano, una proposta che per fortuna è stata accettata e condivisa con tutti gli utilizzatori. La cosa importante di questo giardino è proprio questo strano rapporto con il racconto dei percorsi per arrivare in quel luogo. Cioè partendo dalla città, si arriva qui e si trova questa nuova dimensione "romantica", un giardino con dei padiglioni, con un percorso un po' nascosto, un po' piranesiano, nell'ombra dei portici.

Uno strano racconto che tra l'altro condizionerà la vita di migliaia di persone che lavoreranno in quel posto: soltanto nell'edificio Zurich ci saranno 1500 persone che passeranno la maggior parte della giornata là dentro.

Arriveranno in macchina o faranno a piedi il percorso dalla metropolitana, poi saliranno in questo edificio, racconto e sfondo di storie, che vengono poi portate via come ricordo, come immagine tornando a casa.



**TU DICEVI CHE LO SPAZIO E' SEMIPUBBLICO, NEL SENSO CHE CHIUNQUE POTRA' ATTRAVERSARE QUEI LUOGHI?**

Sì, sono spazi ibridi, di proprietà della Zurich, ma sono completamente aperti, ci si può passare, verranno animati probabilmente con mostre di sculture o altre attività ed eventi. Io avevo proposto una serie di video proiezioni e installazioni che si possono vedere dal giardino, sia al piano terra che al primo piano. In particolare al piano terra saranno lasciati aperti proprio i cancelli di vetro che ci sono agli ingressi, lo spazio diventa completamente attraversabile, così come al di sotto dell'edificio per gran parte della sua estensione. E poi in certe situazioni si potrà aprire la sede al primo livello, su questa terrazza/loggia verso il giardino, per eventi che possono coinvolgere anche il pubblico.



**COME CAMBIERA' IL QUARTIERE O CHE IMPATTO PRODURRA' SUGLI ABITANTI E SUL TERRITORIO RISPETTO ALLE NUOVE FUNZIONALITA' E AI NUOVI UTILIZZATORI?**

Arrivo proprio oggi da un giro alla Zurich con un cameramen che abita in zona. Da quanto dice lui, la gente all'inizio era molto scettica, perché pensava che l'arrivo di soldi, di finanziamenti e di economie straniere in un'area che è sempre stata chiusa, ricostruisse all'interno di questo quartiere difficile, una specie di isola felice, recintata e protetta. Lentamente gli abitanti hanno capito che non è così. Il quartiere si sta riaprendo, le proposte dei comportamenti



attorno a questi edifici sono tutte da vedere, da osservare. Sono da capire anche per gli abitanti, perché, ad esempio, il mio edificio è circondato da un basamento in tufo che diventerà muschiato, quasi un pezzo di giardino. Ma allo stesso tempo questo basamento si piega, diventa un marciapiede, lo si può attraversare, è una specie di terrazza praticabile dall'alto, che sembra quasi una fortezza dal basso. Però poi lo si può attraversare e questo è un comportamento che la gente non si aspetta, diventa quasi un gioco. Contemporaneamente la qualità proposta dall'intero progetto sta innescando un sistema virtuoso tutto intorno, per cui altri developer, altre attività immobiliari stanno acquisendo terreni, rivalorizzando la zona. Si dovrebbe innescare una dinamica che, se intelligente, controllata, e fatta con lo spirito giusto sulla città, diventa positiva per il quartiere. Ovviamente ci sono altre situazioni molto più difficili da gestire, che probabilmente si sposteranno da altre parti, perché come al solito i canoni degli affitti aumenteranno, ci sarà un ricambio sociale, nuove fasce di reddito. Però, forse la crisi ci potrà aiutare e in qualche modo le cose riprenderanno senso e tenteremo di capire se ci sono strade diverse per "digerire" questi interventi e fare in modo contemporaneamente che le dinamiche sociali complesse generino qualcosa di positivo, non soltanto disagio.



**ANCHE PERCHÉ A FURIA DI SLITTARE DA QUALCHE PARTE DOVRANNO PURE ANDARE, QUALCUNO SE NE DOVRA' OCCUPARE....**

Si, c'è una comunità diffusa di disagiati che secondo me ha un grosso potenziale e che bisognerebbe coinvolgere in qualche modo. L'architettura può far qualcosa, l'urbanistica può fare tanto, facendo proposte concrete di utilizzo così come di relazioni e di comportamenti, perché alla fine lo spazio gestisce delle relazioni tra persone. Quello che è interessante è soprattutto la dinamica di trasformazione, anche se penso che questa trasformazione avviene nel cervello umano. Noi nel frattempo approfittiamo di situazioni positive in cui io faccio quel che devo fare: il mio compito.



Una vista dall'alto dell'area dell'intervento



Le foto di Filippo Romano sono tratte dal volume:  
*Maciachini - Un inedito laboratorio urbano per Milano* -  
 a cura di Luca Molinari - Skira edizioni per Europa Risorse



Lo stadio di Pechino  
illuminato.

# IL NIDO NON È UN NIDO / CINA (MAGGIO '08)

Icona delle Olimpiadi del 2008, lo stadio di Pechino è come un'astronave calata dall'alto, una gigantesca scodella high tech, un raffinato oggetto di design, sorvegliato dai militari in ogni dove. Lo si può guardare solo da lontano, oltre le recinzioni a non meno di 800 metri di distanza. Di notte la sua forma schiacciata al centro lo fa sembrare simile a un tubero fluorescente piombato sulla terra dal cyber spazio. La gente, in pellegrinaggio, lo va a guardare, lo spia da lontano, lo fotografa, lo osserva a lungo estasiata e incredula. Il Nido d'uccello appare così come una visione surreale, lontana da qualunque altro skyline cinese. È il

simbolo della nuova Cina, della continuità del suo potere, meraviglioso contenitore che però da qualunque parte lo guardi dà un senso di inaccessibilità, come un vigoroso abbraccio di una moltitudine che si protegge dall'esterno. Sembra un'involontaria e paradossale metafora, proprio di quel potere politico che l'ha fortemente voluto, coeso e inossidabile all'interno e inaccessibile dall'esterno agli esclusi: la Cina che fatica in schiavitù per una "grandeur" che non le apparterrà mai.

hotel The Gray, Milan

Guido Ciompi, design

Extraordinary  
projects  
objects  
production

EXTRA VEGA  
MILANO  
CARPENTERIA & DESIGN

Milano - Italy  
Via P. Nenni 9  
20037 Paderno Dugnano  
ph +39 0299043444  
fax +39 029 1082858

Sydney - Australia  
4/2-4 Sugar House Road  
2193 NSW  
ph +61 297872847  
fax +61 297872847

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



Un ritratto degli artisti  
Ruggero Rosfer e Sun  
Shaokun



32

UNA FINESTRA  
SULLA FOTOGRAFIA

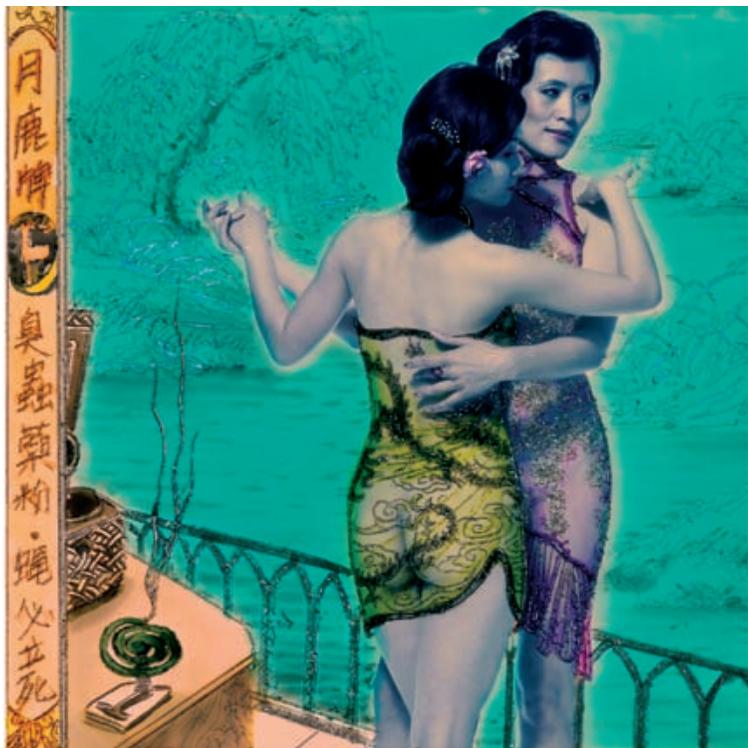


TXT > Paolo Rinaldi

3.413 caratteri  
523 parole

# UN PONTE SENSUALE TRA ORIENTE E OCCIDENTE

RUGGERO ROSFER E SHAOKUN. FOTOGRAFO ITALIANO, LUI.  
GIOVANE ARTISTA CINESE, LEI. INSIEME, CREANO UN PONTE  
AD ALTO TASSO DI SENSUALITÀ TRA FOTOGRAFIA E ARTE,  
ITALIA E CINA, OCCIDENTE E ORIENTE



Adv Dancing Ladies, dove è protagonista la stessa Shaokun che qui danza con un'altra signora

“La nostra produzione artistica, che consideriamo inedita – tendono a precisare i due artisti – nasce da una profonda, complice collaborazione. Dal punto di vista della metodologia, uniamo la tecnica fotografica a quella dell’incisione; per quanto riguarda invece i contenuti, la nostra è una riflessione sulla Cina contemporanea, le dinamiche del potere, l’importanza dell’individualità”. Le immagini fotografiche vengono eseguite da Ruggero Rosfer mentre il passo seguente, l’intervento incisivo e pittorico, viene realizzato da Shaokun, secondo una tecnica originale da lei creata sugli scatti. Le immagini, scansionate e stampate, svelano la sovrapposizione e il risultato alimenta visioni che interpretano un contesto culturale contemporaneo ricco di contraddizioni, dove passato e presente continuano a intersecarsi. Ruggero Rosfer, nato nel 1969 a Milano, si è diplomato nel 1985 come Maestro d’Arte presso l’Istituto d’Arte Beato Angelico. Poi, studi d’Architettura al Politecnico di Milano, tra il 1986 e il ’90. Dal 1991 al ’94 ha vissuto a Londra, dove ha iniziato la carriera di fotografo professionista di moda, che lo ha portato in tutto il mondo a lavorare per le maggiori riviste internazionali di moda e attualità e per agenzie fotografiche. Sun Shaokun (questo il suo nome completo), nata nel 1980 a Baoding, città nella provincia cinese di Hebei, nel 2005 si è diplomata nel Dipartimento di Pittura Tradizionale Cinese presso la China Central Academy of Fine Art a Pechino. Dal 2006, lavora come artista professionista. “Vivo a Pechino da tre

anni – racconta Ruggero Rosfer – e da uno convivio con Shaokun, con cui ho iniziato a collaborare su alcuni progetti e in particolare su quello che è stato in mostra recentemente alla galleria Fabbrica Eos di Milano. La nostra è una stretta collaborazione e una comunità d’intenti. La progettualità con Shaokun nasce dalla voglia di unire la mia visione fotografica spiccatamente occidentale con la sua, di giovane artista cinese. Viviamo in uno studio appena fuori Pechino, a Fei Jia Cun, zona di villaggi non distante dal famoso 798, l’ex complesso industriale di fabbriche per armi, ristrutturato e con molte gallerie d’arte, particolarmente cool come punto di ritrovo e ormai molto famoso anche fra i semplici turisti”. Protagonista di alcuni scatti è la stessa Shaokun, che nei trittici *Bureaucratic Beauty* e *Adv dancing Ladies*, danza con un’altra signora. “Nella serie *My World*, invece – racconta lei stessa – parlo della mia adolescenza, esprimendo il senso d’inadeguatezza della giovane generazione cinese di fronte a un mondo nuovo dove la tradizione viene rimodellata su schemi occidentali”. Nelle sensuali immagini di *Postcode Lady*, *Adv Smoking Lady* e *Adv Perfume Lady*, la protagonista è invece una signora dell’alta borghesia pechinese. Il lavoro fotografico, che identifica la figura della donna nella Cina di oggi, grazie a semplici e spontanee smorfie del viso o all’apposizione della firma, sfugge all’omologazione voluta dal potere o dalla moda, riappropriandosi della soggettività. Gli ultimi lavori della coppia di artisti sono dedicati al mondo dell’infanzia cinese, sentimentali e onirici insieme.

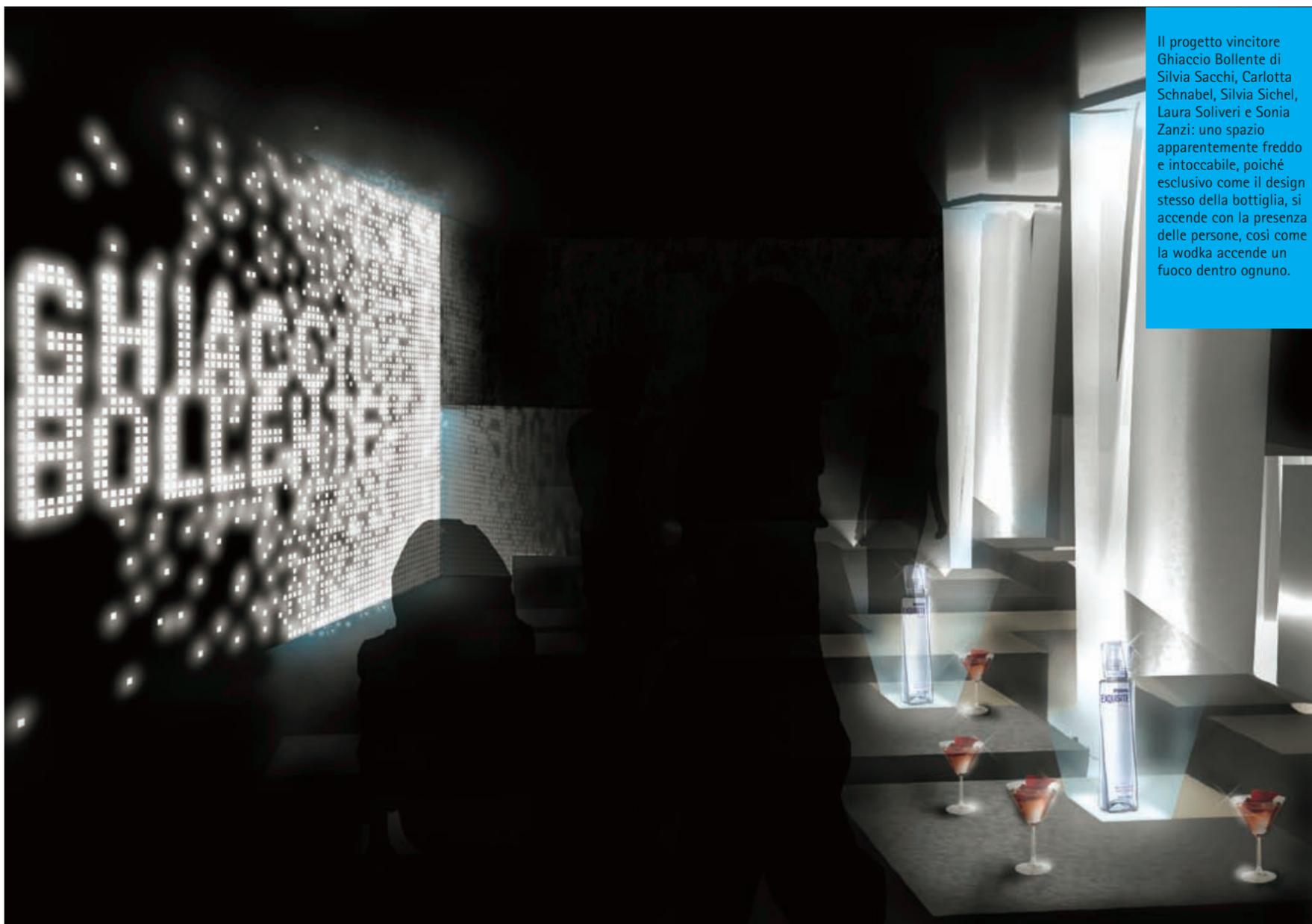


Shaokun al lavoro



Bureaucratic Beauty: anche qui l’artista è anche la protagonista dell’opera





Il progetto vincitore Ghiaccio Bollente di Silvia Sacchi, Carlotta Schnabel, Silvia Sichel, Laura Soliveri e Sonia Zanzi: uno spazio apparentemente freddo e intoccabile, poiché esclusivo come il design stesso della bottiglia, si accende con la presenza delle persone, così come la wodka accende un fuoco dentro ognuno.

# 34

DDN FREE FOR  
WYBOROWA EXQUISITE



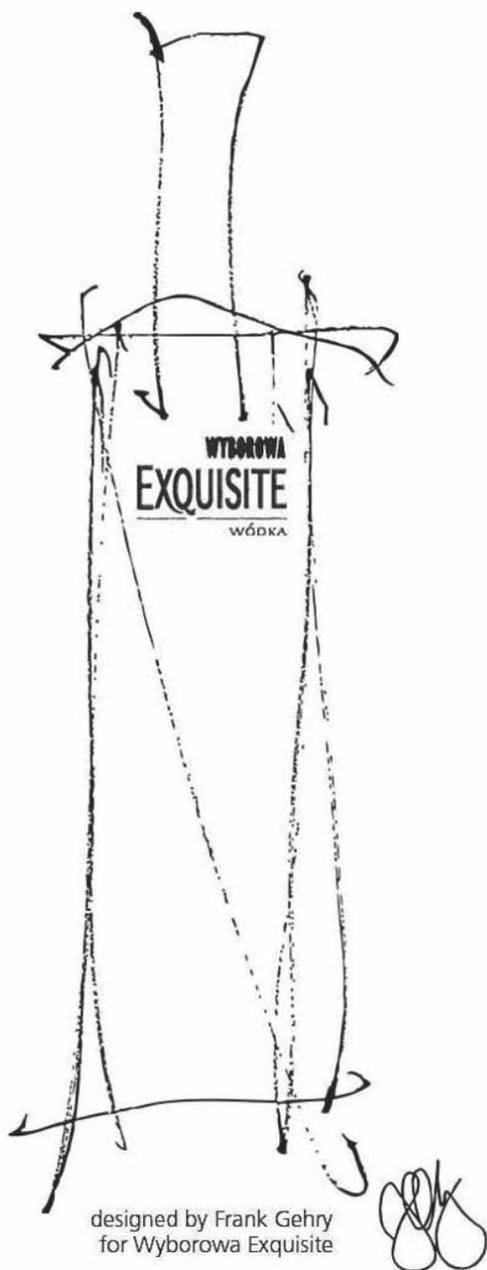
A cura di > Greta Seveso  
4.934 caratteri  
749 parole

# DESIGN PRIVE

WYBOROWA EXQUISITE, LA WODKA SUPER PREMIUM FIRMATA FRANK GEHRY HA PROMOSSO IL WORKSHOP DESIGN PRIVÉ OFFRENDO LA POSSIBILITÀ AGLI STUDENTI DEL CORSO DI INTERNI DELLA FACOLTÀ DEL POLITECNICO DI MILANO DI CONFRONTARSI A 360 GRADI CON IL MONDO DEL PROGETTO. MARTEDÌ 7 LUGLIO, PRESSO LA TRIENNALE BOVISA I PROGETTI DEGLI STUDENTI SARANNO PROTAGONISTI DI UNA MOSTRA-EVENTO CHE CONFERMA IL LEGAME WYBOROWA EXQUISITE CON IL MONDO DEL DESIGN



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



Wyborowa Exquisite, la wodka polacca di qualità superiore di Pernod Ricard, è la nuova wodka di tendenza, protagonista dei locali più in voga e delle serate più esclusive della Penisola. Sofisticata nel gusto e nella forma, si distingue per il design slanciato e sinuoso della bottiglia, opera del genio dell'architettura Frank Gehry e per il sapore distintamente elegante frutto di oltre 600 anni di expertise nella produzione di alta gamma.

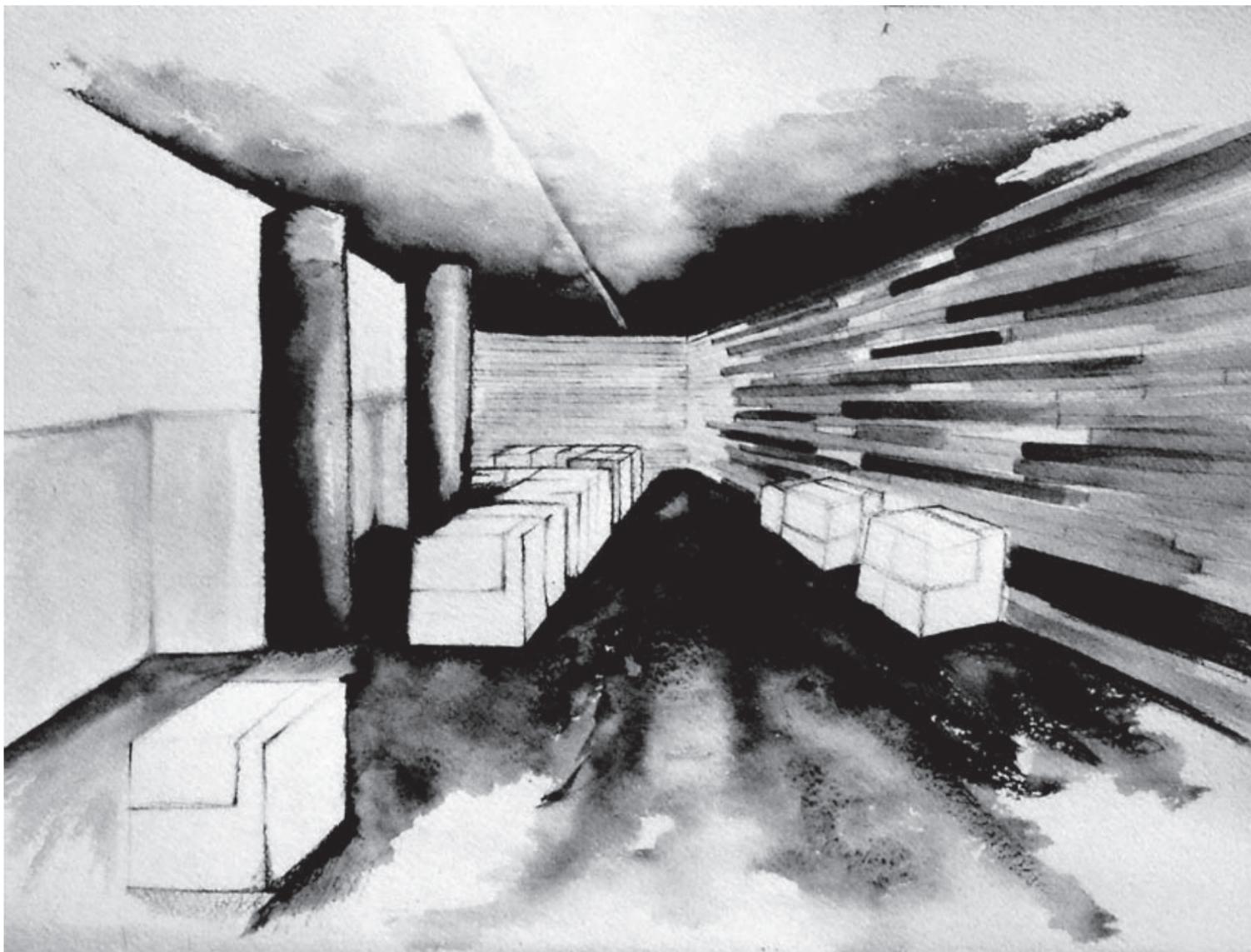
Wyborowa Exquisite ha recentemente offerto ai giovani designer di domani la possibilità di confrontarsi a 360 gradi con il mondo dell'entertainment attraverso il workshop *Design Privé*. Dodici team di studenti del Corso di Interni della Facoltà del Design del Politecnico di Milano sono stati chiamati a ideare un format di allestimento per spazi privé per locali notturni, in linea con lo stile del brand Exquisite. I ragazzi hanno interpretato i valori di eleganza ed essenzialità, autenticità ed expertise, dando vita a concept caratterizzati da una forte innovazione. "Cosa significa entrare nel privé di una discoteca? È stata questa la prima domanda che ci siamo posti per calarci nel tema di progetto". Commenta il professore

La linea slanciata e morbida della bottiglia di Wyborowa Exquisite, opera di un genio dell'architettura quale Frank Gehry

Danilo Morigi, coordinatore del workshop. "La risposta si concentra intorno ai concetti di esclusività, appartenenza/distinzione e visibilità e si realizza attraverso l'ingresso in uno spazio riservato, spesso indifferenziato dal resto del locale. Ripensandolo, abbiamo voluto arricchire l'ambiente privé di valori e di significati, creare un luogo dove vivere l'esclusività dell'esperienza. Il privé di Exquisite si delinea quindi come un luogo ad alto contenuto di design, meno improntato alla funzionalità e più all'ospitalità e alla ricerca del nuovo. Uno spazio coinvolgente, multisensoriale che diventa capace di intrattenere e di comunicare emozioni ed atmosfere".

Nei progetti sono presenti molti riferimenti alla storia del design e dell'architettura, dal recupero di prodotti culto di diverse aziende italiane fino alla citazione dei pilotis di Le Corbusier. Il richiamo alla bottiglia di Frank Gehry, vero segno distintivo del prodotto, si trasforma di volta in volta tavolino, lampada, bicchiere oppure onda tridimensionale sulla parete, traccia quasi invisibile ad un primo sguardo, che diventa importante e inconfondibile ad un occhio più attento.

Il progetto Linear di Diana Rizzoli, Roberta Rossi, Enrico Salis e Francesco Scartozzi prevede uno spazio allungato sulla parete di fondo, il segno grafico si trasforma in gioco materico. Un contesto sofisticato dal sapore autentico, come il prodotto che rappresenta



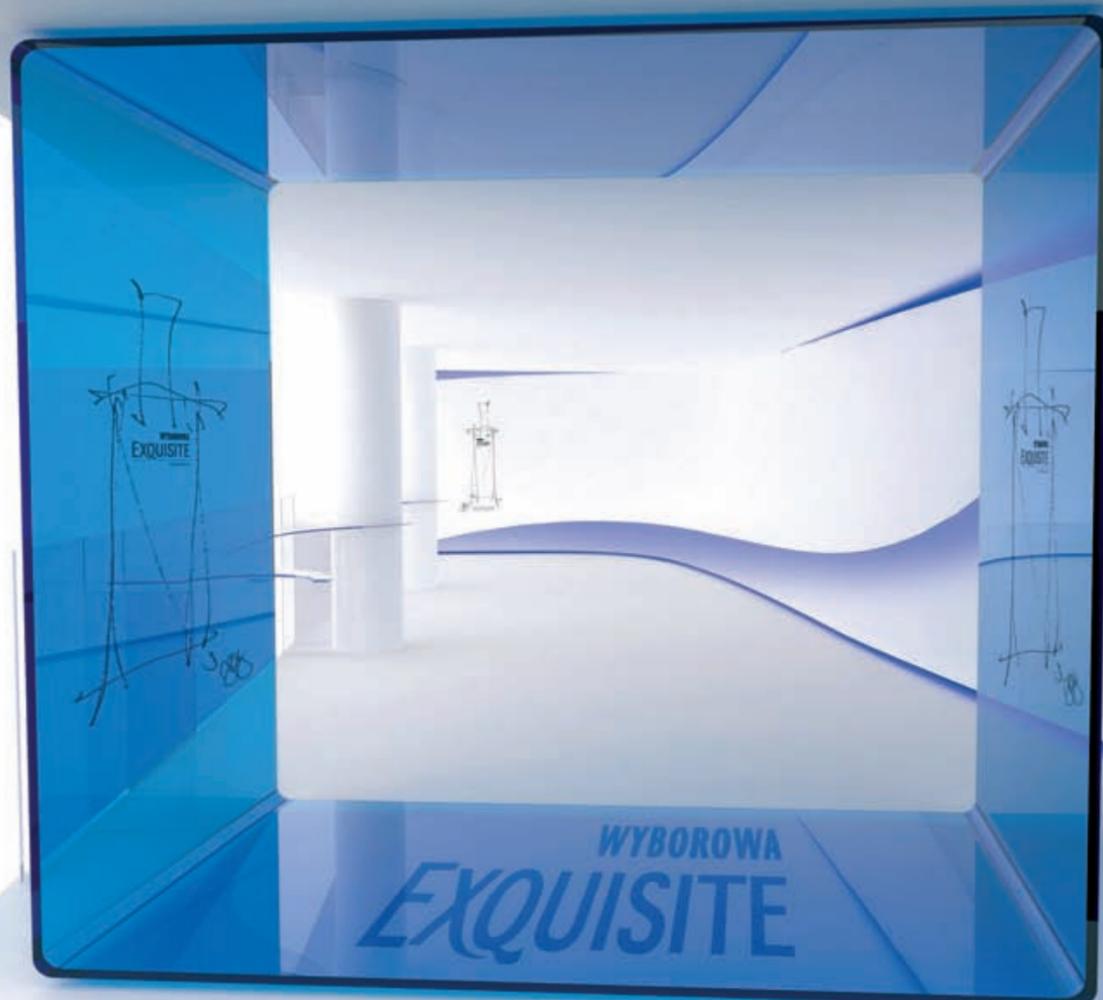
Tra i lavori più interessanti il progetto Linear: lo spazio allungato suggerisce giochi liberi di linee argentate che scoprono la parete, mentre il metallo e il legno evocano tradizione e modernità in un continuo dialogo dinamico con lo spettatore. Il progetto Stage Privé organizza lo spazio in aree dedicate. Il team di studenti ha saputo rompere le regole del privé classico stravolgendone i colori e introducendo il bianco come tono dominante. Le pavimentazioni presenti, una ludica e una scenografica, sottolineano l'esperienza del passaggio da un mondo all'altro. Ghiaccio Bollente è stato ritenuto il progetto più valido, tanto da convincere Exquisite a premiare i designer. Un ambiente in apparenza freddo e intoccabile, come il design della bottiglia, si accende e prende vita interagendo con le persone che lo occupano. Partendo dal concept *"La tua presenza illumina, lo spazio riscalda come la wodka e accende un fuoco dentro di te"* il team vincitore ha proposto una soluzione che comprende sedute, finiture delle superfici e tavoli che reagiscono alla presenza di Wyborowa Exquisite illuminandosi e rendendo protagonisti gli ospiti del privé.

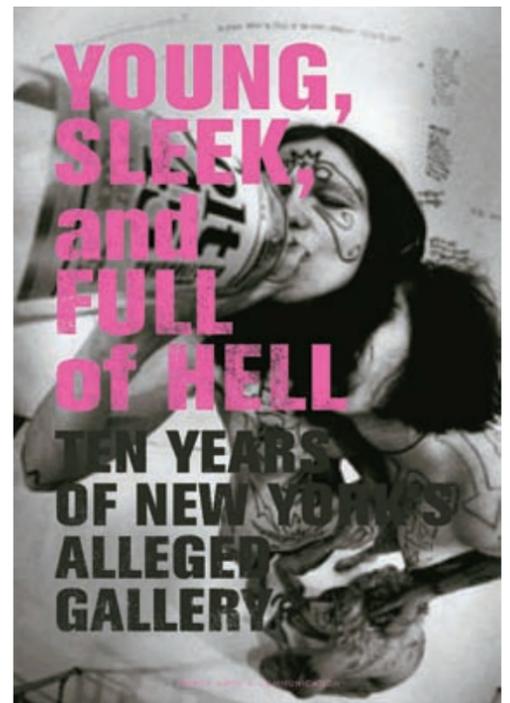
Wyborowa Exquisite ha animato i party e gli eventi più esclusivi della Design Week milanese con cocktail tailor-made battezzando la Exquisite Tower, la prima bottiglia al mondo da sei litri di wodka Super Premium. La wodka di Pernod Ricard ha brindato con Fabio Novembre in Triennale, al cocktail-party di Skitsch e Moroso, e con Decò, il progetto dedicato a studenti e giovani designer che ha avuto come scenografica e prestigiosa location il 31° piano del Palazzo Pirelli, promosso dalla Regione Lombardia in collaborazione con Design Diffusion Edizioni e prestigiose aziende di design: un cocktail panoramico per toccare il cielo con un dito.



**MARTEDÌ 7 LUGLIO,  
ALLA TRIENNALE BOVISA DI MILANO,  
WYBOROWA EXQUISITE E GLI STUDENTI  
DEL WORKSHOP DESIGN PRIVÉ  
BRINDANO INSIEME AL FUTURO DELLA  
CREATIVITÀ ITALIANA IN OCCASIONE  
DELLA MOSTRA-EVENTO APERTA  
AL PUBBLICO CHE VEDE ESPOSTI I  
PROGETTI REALIZZATI. A PARTIRE  
DALLE 19.00 I GIOVANI DESIGNER  
DI DOMANI BRINDERANNO IN PURO  
STILE WYBOROWA EXQUISITE CON  
TUTTI I COCKTAIL TAILOR-MADE DEL  
FUORISALONE.**

Obiettivo del progetto Stage Privé sviluppato da Mattia Scarfò, Aiko Telgen, Philipp Warnecke e Hanif Zarein è valorizzare al massimo la zona dei privé dei locali e chi li frequenta. Una soglia blu luminosa accoglie l'ospite, lo introduce sul palcoscenico e lo rende protagonista della serata





Cover, Young, Sleek, and Full of Hell, Aaron Rose, pubblicato da DRAGO

A fianco: Pax Paloscia, Scala Mercalli, pubblicato da DRAGO

In basso: Box 36 Chamber

IN OCCASIONE DELL'USCITA DEL LORO ULTIMO E AMBIZIOSO PROGETTO, ABBIAMO INCONTRATO IL TEAM DI DRAGO, LA CASA EDITRICE INTERNAZIONALE SPECIALIZZATA IN STREET STYLE, ARTE CONTEMPORANEA E FOTOGRAFIA, FONDATA DA PAULO VON VACANO E DOMITILLA SARTOGO, ESEMPIO SEMPRE PIÙ AFFERMATO NEL PANORAMA EDITORIALE INDIPENDENTE



38

COMUNICAZIONE



TXT > Giulia Biscottini  
11.707 caratteri  
1916 parole

# DRAGO'S WORLD

Il progetto nasce nel 2003 da un'idea dell'editore Paulo von Vacano aka Bin Von; l'obiettivo è remixare il meglio dell'Occidente e dell'Oriente attraverso il simbolo del Drago. Tedesco di origine, ma romano "de core", von Vacano decide di puntare sul potere dell'immagine. Il Systema Indipendente della Cultura (SIC!) è definito dalla strada, che è l'unica avanguardia artistica di oggi e unisce strada e internet, ed è soltanto la punta di un iceberg di una società civile in rivolta e in mutamento. Figlio della seconda rivoluzione pop della prima era della globalizzazione, Drago cerca di accompagnare i protagonisti più illuminati, attraverso un'ampia comunicazione che prevede il libro come punto di partenza, lo sviluppo di una piattaforma culturale e una serie di mostre, di eventi, di convegni.



**AVETE UNA SORTA DI "MANIFESTO". CI SPIEGATE BREVEMENTE LA VOSTRA FILOSOFIA?**

Drago, portavoce del Global Mind-set, promuove idee e valori di una rivoluzione creativa che definisce il REP - Remix delle Culture Pop. Drago rappresenta il ruolo creativo di aggregazione del pensiero avanguardista e ha la capacità di generare cultura attraverso le sue piattaforme strategiche, rappresentando il mainstream delle minoranze, dove under is over and over is under. Esprime il proprio codice di condotta e la via dei propri guerrieri culturali, sui sette principi del Bushido (la



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

via del guerriero Samurai, n.d.r.) che rappresenta e ispira il modus operandi di tutte le attività.

ANIMA - Ogni operazione ha un core

SYSTEMA - Piantare un seme per far crescere l'albero

CULTURA - Capacità di generare cultura, nuovi trends

STILE - Nuovi stili di vita dove l'attitudine diventa futuro

DETERMINAZIONE - Intenzione di un'azione, equivale al compimento con onore e sincerità

CARISMA - Nessuna incertezza sulla qualità dei risultati

CORAGGIO - Volontà di rischiare, coraggio di intelligenza e forza



**CHE COS'È LA COLLANA "36 CHAMBERS"?**

È l'ultimo progetto, recentemente ideato da Drago: trentasei libri realizzati in tre anni, coinvolgendo i protagonisti della scena indipendente internazionale. Ogni volume rappresenta una stanza dove gli artisti, singoli o crew, devono racchiudere l'essenza del loro lavoro. E l'ultimo anello della catena, il 36mo, sarà una sintesi dei contributi più significativi, da leggersi anche come un vademecum sull'illuminazione. Tutti gli autori hanno a disposizione gli stessi strumenti, il bianco e nero abbinato a un colore fluo, per esprimere la loro creatività. Ruvido ed essenziale, il supporto cartaceo rispecchia l'habitat creativo degli artisti. In tutto questo, è il libro quello che rimane. Questa è proprio la sfida di 36 Chambers: ogni libro una stanza di idee, per l'eternità - per una lacrima di amore e di odio che diventa diamante! Un'operazione unica al mondo che cerca di documentare l'avanguardia di oggi, un prodotto editoriale globale che spero rimanga nella storia.



**MA È POSSIBILE CONFINARE NEL LIMITATO SPAZIO DI UNA PUBBLICAZIONE L'OPERA DI UNO STREET ARTIST ABITUATO A OPERARE SUI TERRITORI SCONFINATI DELLE NOSTRE CITTÀ? COME HANNO ACCOLTO GLI ARTISTI LA VOSTRA PROPOSTA?**

La strada e il libro sono alleati di una nuova re-evoluzione; mentre la strada rappresenta velocità, la genialità e l'effimero, la stessa immagine in un libro rappresenta eternità e comunicazione. Gli artisti che lavorano sulla strada sono consapevoli di bypassare le istituzioni e le gallerie tradizionali usando la comunicazione virale per il bene loro, del movimento e del popolo. Infatti, sono molto consapevoli del lavoro svolto, e usano con destrezza e professionalità i media a loro disposizione come la nu skul del web 2.0 (Flickr/ Myspace /Facebook/ Twiter/ Youtube) mixando-



lo con l'old skul (riviste/ periodici/ TV/ radio/ libri). Non a caso i grandi artisti di questo movimento, come Shepard Fairey aka Obey e Banksy, sono anche geni della comunicazione. In questo, la strada segue parallelamente i flussi della comunicazione della globalizzazione.

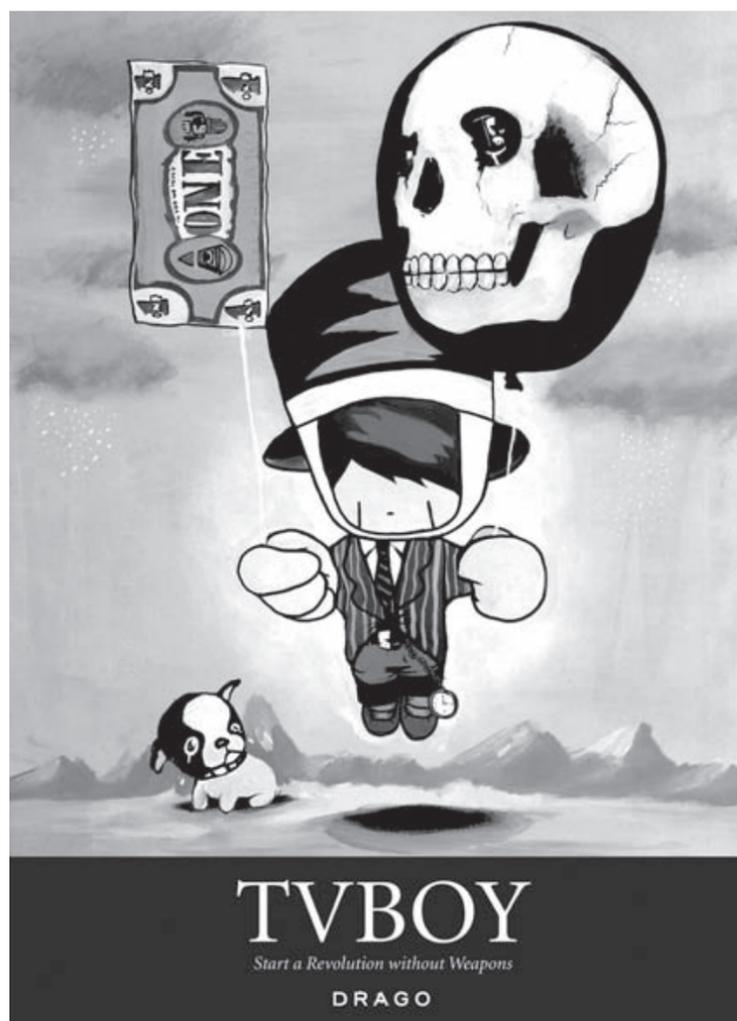
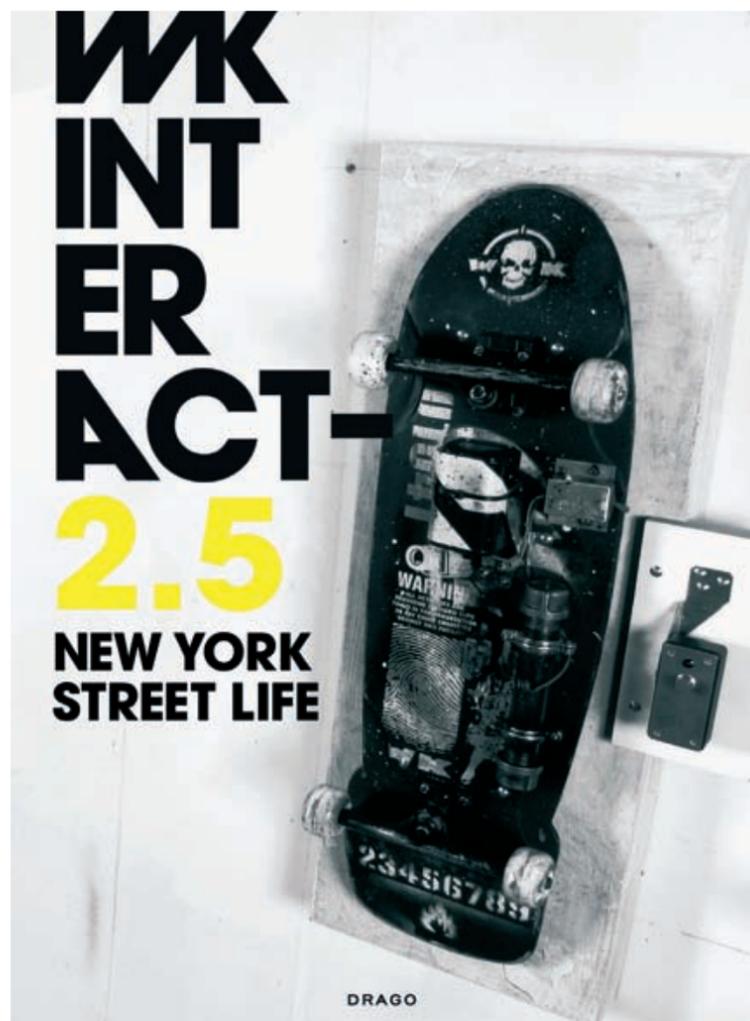


**AVETE COLLABORATO CON ARTISTI DI VARIE PROVENIENZE... COSA CI DITE DEGLI ITALIANI? COME SI COLLOCA L'ITALIA NEL PANORAMA DELLA STREET ART?**

Gli artisti del nostro Paese sono una scelta d'obbligo per l'unica casa editrice d'arte contemporanea internazionale nel panorama italiano che si occupa così da vicino dell'Urban Art. Gli artisti italiani scelti rappresentano la crème de la crème della scena, in tutte le loro diversità. Gli italiani nel panorama della street art hanno gli stessi problemi degli artisti del Sistema Ufficiale della Cultura (SUC): manca loro la connessione al circuito globale.

Cover, Dirt Don't Hurt, Whystyle, pubblicato da DRAGO

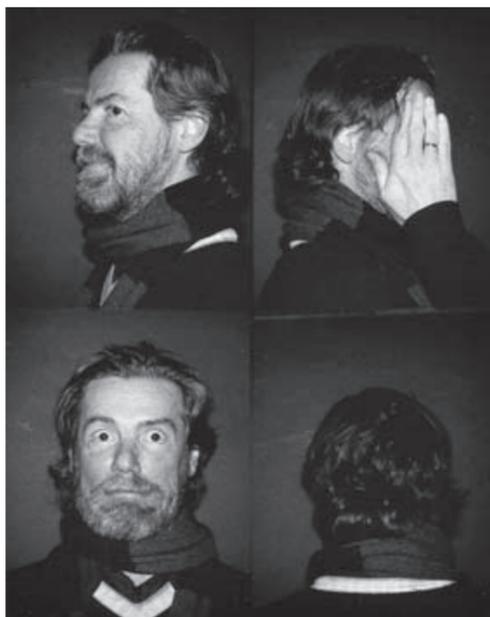
Cover, Let the kids play, Pax Paloscia, pubblicato da DRAGO



Cover, 2.5 New York street life, WK Interact

Cover, Start a revolution without weapons, TV BOY, pubblicato da DRAGO

TVBOY, Urban intervention, Barcelona, 2005

Da sinistra :  
Paolo, Renzo e Federico

# TESTE DI...

CREATIVI, GENIALI, BREVISSIMI IN MODO QUASI INCOSCIENTE.  
 HEADS È LA CONCRETIZZAZIONE DI UN'IDEA CONTEMPORANEA:  
 LAVORARE INSIEME E COINVOLGERE TANTE TESTE DIVERSE,  
 CONDIVIDERE UN OBIETTIVO CON FLESSIBILITÀ, SCAMBIARE  
 ESPERIENZE E, SOPRATTUTTO, ESSERCI QUANDO SERVE. E NON ESSERCI  
 QUANDO NON È NECESSARIO. IN UNA PAROLA: LIBERTA'

Intervista a Renzo Di Renzo, Paolo Palma e Federico Vanin, soci e fondatori dello Studio di comunicazione Heads Collective di Treviso.



#### COME NASCE HEADS COLLECTIVE?

**RENZO** Nasce sostanzialmente dall'esperienza in Fabbrica – il centro di ricerca del Gruppo Benetton – di cui sono stato Direttore Creativo per oltre sette anni e in cui si è formato il nucleo di Heads, con Paolo e Federico, ma da cui sono passati anche molti dei ragazzi che oggi collaborano con noi. Anni che sono serviti anche e soprattutto a creare legami, incrociare esperienze diverse e interdisciplinari che sono confluite in Heads Collective per germogliare nuovamente e creare nuovi legami e nuove esperienze.



#### COSA SIGNIFICA LAVORARE IN UN COLLETTIVO?

**PAOLO** Significa avere sempre la possibilità di un confronto critico, positivo e costruttivo, significa poter disporre contemporaneamente di competenze e idee diverse che moltiplicano le possibilità. Come ci ricorda George Bernard Shaw : “Se tu hai una mela, e io ho una mela, e ce le scambiamo, allora tu e io abbiamo sempre una mela per uno. Ma se tu hai un'idea, e io ho un'idea, e ce le scambiamo, allora abbiamo entrambi due idee”.



#### UNIRSI E LAVORARE INSIEME RAPPRESENTA UN'ALTERNATIVA, UN ANTIDOTO A COSA OGGI?

**FEDERICO** Di sicuro non è un antidoto. Piuttosto è la malattia, un virus positivo che contamina e si diffonde, il virus della creatività e della ricerca. Unire diverse esperienze ci permette di sviluppare progetti interdisciplinari, di sperimentare, di sapere quello che non sapremo fare. E non è nemmeno un'alternativa, ma l'unica possibile condizione per rinnovare e rinnovarsi. Il design è un'attività sociale anche nel momento della creazione.



#### UN COLLETTIVO PER ESPRIMERSI. E L'INDIVIDUALITÀ?

**PAOLO** Il collettivo è una somma di individualità il cui risultato è sinergicamente molto maggiore del valore delle singole individualità. In un collettivo 1+1 fa sempre 3. E al tempo stesso il collettivo non è un gruppo omogeneo, una massa informe o conforme. Ogni opera d'arte che si rispetti è fatta di dettagli. I dettagli non sono mai insignificanti e così le individualità.



#### IN CHE AREA SI MUOVE HEADS COLLECTIVE? ARTE? GRAFICA? DESIGN?

**RENZO** Probabilmente non ha più senso parlare di aree – l'aria di per sé è un elemento fluido, che non ammette limiti e confini – soprattutto rispetto alla creatività contemporanea. E tanto meno in un collettivo che riunisce appunto discipline e competenze diverse. D'altro canto anche “contaminazione” è una parola ormai abusata.



Monografia Fondazione  
Claudio Buziol



Company profile medici  
con l'Africa Cuamm



H showcase dedicata ai  
giovani artisti più amati  
da Heads



#### QUAL È IL PRINCIPIO CHE ISPIRA HEADS?

**RENZO** Cerchiamo di tenere sempre a mente i valori a cui vorremmo attenerci e per cui amiamo il nostro lavoro: onestà intellettuale, responsabilità e bellezza. A volte sentiamo parlare di comunicazione sociale o design sociale, ma in realtà la comunicazione, il design, la stessa arte sono attività sociali tout court. E del resto, secondo la tradizione greca, l'estetica ha molto a che fare con l'etica, i "costumi" indicano le fogge del vestire – la moda in senso moderno – ma anche il comportamento, le attitudini morali. La Biennale di architettura di Fuksas, nel 2000, si intitolava *Less aesthetics more ethics*. Noi diremmo invece: *more aesthetics, more ethics*. Lo ha espresso chiaramente John Ruskin: "Se non c'è talento, non c'è arte, e se non c'è anima retta, l'arte è inferiore, per quanto abile".



#### BOX

##### IL FATTORE K: 10 CREATIVI E L'ERMETISMO DEL CAPANNONE

La Biennale di Venezia del 2009 si chiama *Fare Mondi*. Un invito alla ri-creazione, alla trasformazione dell'esistente. È da questo spunto che nasce l'idea di un intervento di Heads Collective per "!", *Innovation Valley* magazine, rivista trimestrale distribuita in allegato al *Corriere della Sera/Corriere del Veneto* e presso le maggiori istituzioni artistiche, culturali, associazioni di categoria. Nel prossimo numero di "!", la cui uscita è programmata in concomitanza all'inaugurazione della manifestazione veneziana, Heads occuperà dieci pagine dell'inserto con un progetto intitolato *Fattore K*, dove K sta per capannone, istanza architettonica che caratterizza un territorio profondamente legato alla cultura operaia e all'imperativo del "fare", di un'operosità quasi nipponica. Il collettivo ha chiesto a 10 creativi di riunirsi all'interno di un capannone industriale, resto architettonico di un passato da ritrovare seguendo però una strada antica, quella del *Kybalion*, testo principe dell'Ermetismo. Partendo da due leggi fondamentali ("Come sopra, così sotto" e "Tutte le cose sono in movimento, tutte le cose vibrano") i dieci di Heads hanno ricostruito un mondo, hanno rintracciato la poetica di uno spazio ormai in disuso. Come si legge nel comunicato: "Con questo spirito abbiamo voluto indagare le tracce oggettive della trascendenza in uno stabilimento abbandonato, una vecchia manifattura di filati, la Mafil, in un giorno qualunque, il 10 maggio del 2009. Rilievi tecnici come reperti, ricognizioni iconografiche di elementi elettrici e tipografici, indagini tridimensionali sulla luminosità". Quasi una preghiera per il capannone che fu, fatta di testi e immagini. A cura di Anna Basso, Michela Beccacece, Lorenzo Bravi, Marco Callegari, Enrica Cavarzan, Francesco De Luca, Paolo Palma, Michela Saviane, Renzo Di Renzo, Federico Vanin, Marco Zavagno.

Meglio parlare di progetti – che possono avere o non avere una finalità pratica, applicata – a cui cerchiamo di dare sempre la risposta più adeguata, utilizzando mezzi, strumenti, attitudini diverse. Per noi contano le idee a prescindere dalla forma che possono prendere (grafica, fotografia, illustrazione, design, eventi, video, interactive).



#### QUALI SONO I PROGETTI DEL FUTURO PIÙ IMMEDIATO?

**FEDERICO** Stiamo crescendo molto velocemente ma stando attenti a non perdere alcune linee guida: non solo l'attenzione alla qualità e alla ricerca, ma anche l'integrazione tra progetti che autoproduciamo (ad esempio la pubblicazione H che propone periodicamente un portfolio di giovani artisti), comunicazione sociale (lavoriamo nel settore no profit con *Medici Con L'Africa-Cuamm* e *Avis*), comunicazione culturale (curiamo l'immagine di alcune istituzioni culturali come la *Fondazione Claudio Buziol/Replay* e l'immagine coordinata di mostre ed eventi) e infine, naturalmente, clienti commerciali. Nel nostro futuro immediato abbiamo un programma un Numero Speciale di H, una sorta di numero zero a posteriori realizzato a più mani da tutti i creativi del nostro studio, un modo per rappresentarci senza definirci.



Manifesti di Chobi Mela V affissi per le strade di Dhaka, e il fotografo inglese Christopher Taylor

42

LÌ E ORA



TXT e IMG > Monica Demattè

5.006 caratteri  
842 parole

UN BREVE RACCONTO DEL MIO VIAGGIO IN BANGLADESH, IMMERSA NEL MONDO DELLA FOTOGRAFIA E DELL'ARTE CONTEMPORANEA. UN MESE IN UN PAESE PER ME DEL TUTTO NUOVO, DOVE HO TROVATO UNA GRANDE VIVACITÀ E UN GRANDE FERMENTO DI IDEE E DI PERSONE

# RITMI DEL BENGALA

Sono a Dhaka, Bangladesh, da una settimana, e i ritmi si stanno velocizzando. Esco di "casa" (hotel Sel Nibash, in Green Road 30, Dhanmondi, un distretto centrale della città) la mattina e torno la sera alle 23 o 24 e se sapeste come sono i rumori, gli odori, le polveri di qui... non proprio rilassante, insomma. Ma la gente mi ripaga dei problemi ambientali. Sono venuta per partecipare al festival internazionale di fotografia Chobi Mela, durante il quale ho presentato la rivista di fotografia e scrittura in bianco e nero PRIVATE, e i fotografi Li Lang (R. P. Cinese) e Christopher Taylor (Inghilterra/Francia). E poi per rendermi conto dello stato dell'arte contemporanea.

Da tre giorni ho lasciato l'ambito del Chobi Mela V, che è stata un'esperienza al di sopra di ogni aspettativa, soprattutto per

quanto riguarda le presentazioni serali: proiezioni di fotografia, film o interventi teorici, fra cui racconti di workshops nei campi profughi in Libano o con bambini cambogiani, un film sulle Tigri Tamil, sguardi sulla guerra in Nepal eccetera; insomma tutti argomenti scottanti che certo non lasciano indifferenti. Molte persone consapevoli e coraggiose si sono riunite qui e la sinergia è esplosiva.

Ho iniziato il sette mattina, alle nove, con la visita al primo artista, che abita nel rione "modello" di Uttara, nel nord della città. Uno di quei luoghi in cui senza un motivo non si andrebbe mai.

Ronni Ahmmed è un uomo di 37 anni con alle spalle una separazione, che vive in un appartamento ancora impregnato delle

Ronni Ahmmed, My personal agent suffering from secret anxiety

Shishir Bhattacharjee e Wakilur Rahman all'Istituto d'Arte di Dhaka



Banda all'inaugurazione di Chobi Mela V, di fronte al National Museum, Dhaka, 30 gennaio 2009



Ronni Ahmmed e Mustafa Zaman a casa di Mustafa

vestigia di una vita familiare conclusa. Il materasso per terra e confusione ovunque, si dedica ormai anima e corpo all'arte e sta uscendo da un periodo di isolamento in cui si è leccato le ferite. Mi piacciono i suoi lavori e in breve fra noi si stabilisce una bella sensazione di familiarità. Si offre di condurmi da un amico che intende creare una rivista di arte contemporanea.

Anis è un uomo d'affari che produce localmente abiti per stilisti inglesi di grido.

È molto intelligente, ha una buona collezione di dipinti ed è un uomo d'azione: subito pensiamo a un modo di collaborare e io comincio a sentire che non posso ripartire dopo pochi giorni, come vorrebbe il visto, e lasciare persone come lui che hanno tanta voglia di essere prese sul serio. Decido all'istante di allungare la mia permanenza qui.

Poi si va a conoscere un artista affermato, ultrasessantenne, simpaticissimo, che vive in Spagna da quaranta anni. Monir (Monirul Islam) mi chiama chica ed è il primo uomo del luogo che mi bacia sulle guance.

Il giorno dopo, pranzo con Ronni da Rokeya Sultana, pittrice molto nota che vive in una zona "bene" di Dhaka, Gulshan, dove risiedono anche molti stranieri. Rokeya è accogliente, e ha una figlia e un marito musicisti. La gente qui ama invitarti a pranzo o cena in casa, diversamente dalla Cina, e ti offre pasti molto quotidiani, senza sfarzi e sforzi. Buoni ma un po' ripetitivi. Ho trovato ovunque gli stessi piatti. Comunque, da Rokeya ci sono anche semplici verdure bollite, altrimenti introvabili. Si parla per qualche ora su divani comodi, con le tende mosse da una brezza che fa quasi dimenticare che insieme all'aria, ogni secondo, entra una quantità incredibile di polvere.

Passiamo poi a casa di Mustafa Zaman e sua moglie. Lui fa il pittore, lo scrittore, il critico. Forse troppo. È un ragazzo colto e mi parla di questioni filosofiche e teologiche molto interessanti – mi

spiega chi sono i baul: mistici, poeti, musicisti; un argomento che vorrei approfondire.

Poi corro all'Accademia dove ho un appuntamento con Shishir Bhattacharjee. Lo trovo che beve il tè con i colleghi, nella sala professori del dipartimento di pittura. È un classico ufficio di accademia, pieno di quadri accatastati e sporco di colore per terra. I professori sono gioviali e rilassati. Quando parlo della Cina mi dicono che ce n'è uno, fra di loro, che parla cinese. È Wakilur Rahman. Scopro che ha studiato in Cina dal 1983 al 1986, e che abbiamo parecchie conoscenze in comune. Con lui e Shishir conversiamo amichevolmente a lungo. Mi portano a visitare l'accademia, è stata progettata negli anni Cinquanta da Mazharul Islam, un importante architetto locale, con un progetto molto ragionato che utilizza materiali autoctoni. L'edificio principale è a curva attorno a quello che dovrebbe essere uno stagno circolare, e ora è diventato una buca piena di vegetazione e di rifiuti.

Le conversazioni non sono mai banali, si va sempre e subito in profondità. Ora che l'ho scritto mi rendo conto che questa è la cosa che mi piace di più qui. Ed è anche la cosa che apprezzo in assoluto, nella comunicazione tra le persone.

Insomma, il Bengala mi sta conquistando...

Foto: Ilaria Orsini  
Styling: Rossana Passalacqua  
Capello: Astor Hoxha@CloseUp  
Trucco: Tanja Friscic@  
Atomo Management  
Assistente stylist: Michela Natella  
Location: Grand Hotel Et De Milan

Thanks to Vintage Delirium  
by Franco Iacassi via Sacchi 3 Milano

Alessandra:  
completo  
YVES SAINT LAURENT  
RIVE GAUCHE by Franco  
Iacassi Vintage Delirium

spilla  
MOSCHINO VINTAGE  
by Sharra Pagano



# IL GENIO



Gianluca:  
trench e pantaloni  
COSTUME NATIONAL  
HOMME

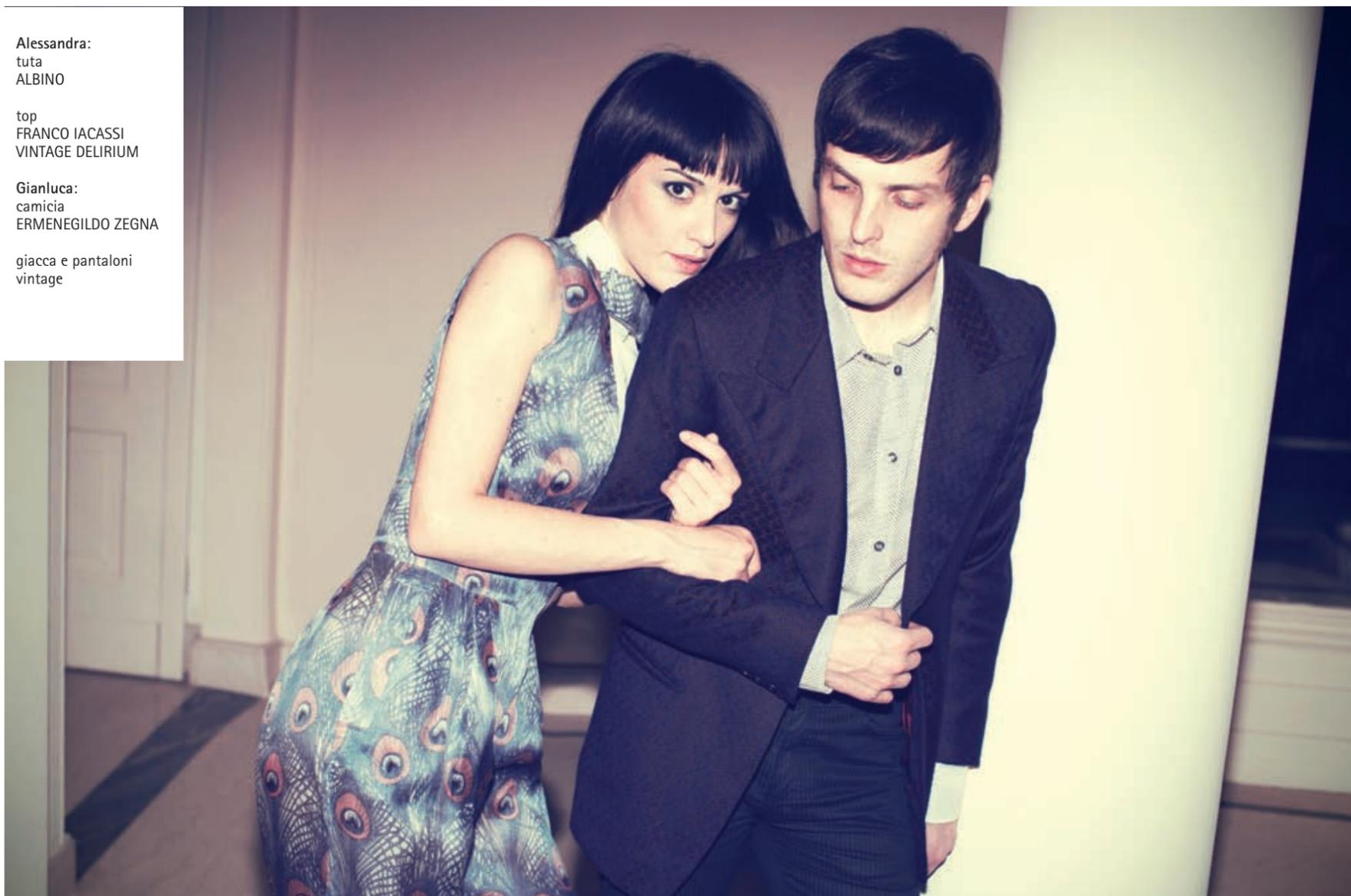
camicia  
ERMENEGILDO ZEGNA

Alessandra:  
tuta  
ALBINO

top  
FRANCO IACASSI  
VINTAGE DELIRIUM

Gianluca:  
camicia  
ERMENEGILDO ZEGNA

giacca e pantaloni  
vintage



Alessandra:

tutto  
MAISON MARTIN  
MARGIELA



Gianluca:  
camicia  
FRED PERRY  
giacca vintage





Alessandra:

giacca  
JEAN PAUL GAULTIER  
VINTAGE

leggings  
AZZEDINE ALAIA  
VINTAGE tutto by  
FRANCO IACASSI  
VINTAGE DELIRIUM

cintura  
MAISON MARTIN  
MARGIELA



Gianluca:

camicia  
ERMENEGILDO ZEGNA

giacca e pantaloni  
vintage



Alessandra:  
tutto  
MAISON MARTIN  
MARGIELA

Gianluca:  
camicia  
ERMENEGILDO ZEGNA

giacca e pantaloni  
vintage

Trasparenze e high tech  
nell'abito di End by Eva  
and Dalia

Sx e sotto:

guerriera moderna  
e sexy indossa due abiti  
di Mieszko van Rijsewijk

# GENERAZIONE 10

## “LA MODA NON È SOLO DESIGN E PRODOTTO, MA UNA MENTALITÀ”

Incontrare Angelique Westerhof, direttore del Fashion Institute College of the Arts di Arnhem (Paesi Bassi), è un pò come ripercorrere gli ultimi dieci anni di questo “mobile institute” - come lei lo definisce - ovvero una dinamica micro-comunità, massimo dieci allievi l'anno, fucina di talenti che si sposta dove si dirige la conoscenza. Perché il loro approccio alla moda non rappresenta esclusivamente una preparazione su design e prodotto, ma ricerca una mentalità specifica insegnata individualmente a ogni studente. Dieci generazioni di diplomati celebrano il decimo anno della scuola che insegna l'individualità creativa mentre si lavora insieme simulando il complesso mondo della moda, le sue regole e meraviglie, sviluppando al contempo capacità e autoriflessioni, come filtrare il tutto e prendere decisioni efficaci e la propria posizione in modo autentico dentro questa grande industria.

Dalla prima all'ultima generazione, gli appunti di alcuni dei neo stilisti su come hanno educato il loro talento.

### GENERAZIONE 1

Keupr/vanBentem ovvero il marchio couture uomo e donna di Michiel e Francisco, un laboratorio di sperimentazione su forma, colore e materiali.

“La conoscenza arriva se sei aperto e flessibile al caos giornaliero del mondo della moda”.

Rozema-Teunissen, alias Melanie e Jeroen, brand che punta sulla magia e l'effetto cinematografico del prodotto moda con opere anti-conformiste e sensuali, futuristiche.

“L'aspetto più importante è scoprire e seguire il cammino individuale con fiducia e indipendenza”.

### GENERAZIONE 2

Le gemelle Spijkers en Spijkers si ribellano contro gli stereotipi dell'ideale di femminilità. Truus è pittrice mentre Riet usa la scultura per ideare capi geometrici e tridimensionali.

“Filtrare tutte le opinioni secondo la propria personalità, rifletterla nel lavoro e poi prenderne distanza”.

Cornè Gabiels esprime un concetto intellettuale del guardaroba presentato di volta in volta con le parole chiave poesia, emozioni e ironia.

“Stare dentro l'arte”.

### GENERAZIONE 3

La figura androgina di Joff, un sottile confine tra mascolinità e femminilità con combinazioni inaspettate di silhouette e materiali.

“Restare in connessione con i propri sogni per scoprire modi alternativi di creare”.



Uno dei modelli poetici e contemporanei di Corne Gabriels



Sovrapposizioni e trasparenze accese dal colore per End by Eva and Dalia

#### GENERAZIONE 4

Moderno e femminile, forte e fragile, il minimalismo di Angelos Gratis esprime raffinatezza e individualità secondo uno stile atemporale.

*“Il designer è solo un anello della grande catena. Costruirsi la propria famiglia di collaboratori che condividono i medesimi sogni ed energie creative”.*

Bas Kusters studio, presenta opere fuori dal tempo come un artista che compone il suo personale museo e la sua visione oltre le convenzioni.

*“Imparare a ottenere il meglio da ogni insegnamento. Utilizzo qualsiasi tipo di accessorio, musica, grafica, illustrazione e altri mezzi artistici che posso scoprire.”*

#### GENERAZIONE 5

Un tocco classico ma vivace, questa è la moda di Monique van Heist che mescola lo stile femminile a quello maschile.

*“In ogni momento può arrivare una richiesta e bisogna rispondere immediatamente. Agire velocemente ed efficacemente senza disperdersi. E sviluppare un buon network di relazioni”.*

Le maggiori ispirazioni di Mada van Gaans provengono dalla natura e dalle fantasie dell'infanzia (ninfe, elfi, strane creature) rielaborate con delicati ricami e stampe Art Nouveau.

*“Realizzare progetti coerenti. Ogni cosa è possibile se veramente la vai a cercare”.*

#### GENERAZIONE 6

Mary-Lou Berkulin mescola spunti storici con la sua visione moda della contemporaneità con tecniche bi-e-tridimensionali.

*“Collaborare. Non si è i soli ad avere idee brillanti. Rimanere in relazioni costanti”.*

End by Eva and Delia si caratterizza con le contraddizioni: sovrapposizioni e trasparenze, accessibilità e lusso, comodità e divertimento. Contaminandosi con la tecnologia e le innovazioni culturali senza perdere l'eredità artigianale.

*“La conoscenza che si ottiene dal concepire e realizzare ogni progetto è insostituibile”.*

#### GENERAZIONE 7

Per Mieszko van Rijsewijk la vita è una grande rappresentazione e un guardaroba versatile fornisce il giusto agio per ogni squisita occasione, moderna e sexy.

*“Scoprire nuovi codici di comunicazione, con spirito libero e voglia di sperimentazione”.*

Intuitivo ed emozionale lo stile di Shoko Kawaida combina semplicità e raffinatezza, ambiguità e sentimento.

*“Mantenere un atteggiamento positivo per cogliere le idee. Avere la libertà di esprimere e fare esattamente ciò che si vuole”.*

#### GENERAZIONE 8

Con un linguaggio sensibile su forma e materia, Lars Willhausen confeziona volumi astratti, grafici e attenti ai dettagli.

*“Accanto all'idea eccellente occorre focalizzare fortemente, aggiungere la fiducia delle proprie scelte, una grossa porzione di flessibilità e poi condire il tutto con un buon senso dell'umorismo”.*

Il cuore delle creazioni di Margarethe Przywara è la metamorfosi, declinata con il contrasto tra forza e gentilezza, ombra e luce, linee organiche e forme rigide,

*“Rinforzare e migliorare il proprio design individuale, arricchirsi con le esperienze degli altri”.*

#### GENERAZIONE 9

Lavorazione artigianale e couture abbinate allo studio di nuove forme, tecniche e colori. Claes Iversen traduce le sue personali variazioni in ogni collezione.

*“Ottenere più consapevolezza dei punti di forza e delle proprie qualità e su come usarli”.*

La sua preferenza va agli abiti maschili. Sanne Schrijver gioca coi contrasti, sottile ed enorme, rude e sensibile, uomo e donna combinando materie, silhouette ed emozioni.

*“L'abilità procede più spedita accanto alla gioia, alla passione e alla fiducia. Così il guardaroba stagionale prevede meno capi, ma scelti e vissuti completamente a proprio agio”.*

#### GENERAZIONE 10

Consiste in Maryam Kordbachen, Roos Koster, Lisa Weinberg, Rudolph Holmond, Ivo Mittelmeijer, Linda Valkeman, Felicia Mak, Marloes Blaas e Eva Anna Hekking. Lavori in corso...



# A TU PER TU

MASSIMILIANO BIZZI E GISELLA BORIOLI SI INTERROGANO SU MODA E COSTUME, DESIGN E ARTE, CULTURA

**GB MASSIMILIANO, CHE COS'È PER TE IL TALENTO?**

**MB** Una dote naturale, innata: in qualche misura tutti abbiamo un nostro talento. La differenza sta nel riuscire a scoprire qual è; la fortuna, nell'esprimerlo e farlo crescere lavorando.

**MB PENSI CHE OGGI CI SIANO NUOVI LINGUAGGI E NUOVI CODICI? QUANDO È POSSIBILE PARLARE DI AVANGUARDIE?**

**GB** Certo, ci sono le persone che sanno guardare avanti e per farsi capire devono inventare linguaggi e codici, formulare nuovi modi di comunicazione. Quali? Devono ancora arrivare per poi essere decodificati. Internet, ad esempio, è un oceano immenso di cui si sono esplorate ancora poche coste. Il presente è già obsoleto, antiquato. È un processo irreversibile; i linguaggi saranno sempre più ampi, veloci, sintetici, in istantanea connessione col mondo.

**GB COSA È VINCENTE NELLA CONTEMPORANEITÀ? DI COSA SI NUTRE E COME AVANZA?**

**MB** Riscontro un grande momento di cambiamento, quasi una rivoluzione, ma anche la voglia di dialogo del nuovo con il vecchio, una spinta verso l'equilibrio creativo, in continuità. Non penso sia vincente la tendenza a cancellare tutto. Si stanno sviluppando nuovi scenari, però con attenzione al passato e a migliori ritmi di vita, nel lavoro e nel privato.

**MB CHE COSA INTENDI PER ORIGINALITÀ ARTISTICA?**

**GB** Il pensiero primo è dei veri creatori, i precursori. Ma non è detto lo stesso del successo; poi ci sono quelli che seguono, sviluppano e commercializzano il talento che spesso non è uguale alla popolarità artistica.

**GB PENSI CHE LA MODA SIA AVANGUARDIA OVVERO RIESCA ANCORA A RAPPRESENTARE IL MONDO DEI NOSTRI BISOGNI EMOZIONALI E INFLUENZARE IL COSTUME?**

**MB** Sì, assolutamente, ma bisogna distinguere tra le mode. Quella delle passerelle da spettacolare è diventata business. La vera moda è nelle strade, la sua forza aggregativa e sociale è grandissima, denota gruppi e tribù, giovani, e tendenze spontanee e in fermento.

**MB PUOI DIRMI IL CONCEPT CREATIVO PIÙ ORIGINALE CHE HAI INCONTRATO NELLA MODA, NELL'ARTE, NEL DESIGN?**

**GB** La sobrietà. La capacità creativa di questi settori di trovare un nuovo senso reale, nuovi stili misurati. Il che non significa impoverimento oppure banalità, ma linguaggi giovani, innovativi e reali.

**GB QUANTO CONTA IL RUOLO DELLO SCOUTING PER SOSTENERE E PROMUOVERE UN TALENTO? IL GIOVANE ARTISTA OGGI PUÒ FARCELA DA SOLO?**



Max Bizzi

Gisella Borioli

ConTemporary Art,  
installazione di  
Omar Galliani  
ph. Luca Trascinelli

**MB** Durante lo scorso White un ragazzo si è introdotto in fiera con uno stendino di T-shirt carine, e le promuoveva; non l'ho fermato e ora sono in contatto con lui. Anche White ricerca modi differenti e originali di esporre. Con Maurizio Miri, giovane stilista di moda maschile, abbiamo ricreato la sua casa, piena di suoi (veri) amici che indossano il guardaroba, per mostrare come la moda stia veramente indosso ai ragazzi. Il talento può farcela da solo, ci sono meno barriere. Per chi lavora bene, ora gli scouter sono i negozi e la gente comune.

**MB MILANO È SEMPRE AL CENTRO DELLA MODA E DEL DESIGN? SECONDO TE LA CITTÀ È VIVA CREATIVAMENTE E RIESCE A PROMUOVERSI AL MEGLIO?**

**GB** Milano è creativa e innovativa, ma non lo sappiamo abbastanza. Il milanese non ne percepisce l'appeal, mentre all'estero lo riconoscono di più. Il cambiamento deve essere supportato da strutture ricettive, attraverso hotel easy e di design a prezzi decenti, trasporti comodi, pulizia e cura delle strade e degli spazi. Quando ho importato la trasgressiva Cow Parade (mucche-scultura distribuite per le strade della città, ndr) il successo è stato incredibile e inimmaginabile. Viva Milano!

**GB IL TUO SOGNO DI UN NUOVO PROGETTO?**

**MB** Vorrei che il marchio White diventasse più ampio e arrivasse alla gente. Penso a sfilate sulle strade e non sui Red Carpet.

**MB E IL TUO?**

**GB** Superstudio Group nasce come luogo fisico mentale e virtuale; vorrei che fosse sempre più un centro per il talento, un vivaio-incubatore trasversale dove chi ha qualcosa da dire trova le porte aperte. Per questo i progetti di White e il suo modo di vedere la moda coincidono perfettamente con noi.

# ALEXTURCO

ART DESIGNER



MY ART  
IS A MATTER  
OF LIFESTYLE!

[ALEXTURCO.COM](http://ALEXTURCO.COM)

studio+showroom:  
Via Morimondo, 26 - 20143 MILAN (Italy)



Alessandro Forte,  
Matteo Maragnano  
e Stefano Ottone,  
foto Matteo Sozzo



# LOOKING FOR GLASSING

ALESSANDRO FORTE, MATTEO MARAGNANO E STEFANO OTTONE CI RACCONTANO COME, PARTITI DA IBIZA, SONO RIUSCITI A DESTREGGIARSI NEL DURO MONDO DELLA MODA MILANESE

Pochi giorni fa, stavo passeggiando distratta per via Montenapoleone quando un'immagine gigantesca di un occhiale in lontananza ha catturato la mia attenzione. Ho subito capito che si trattava di una pubblicità: un mega-cartellone affisso su un palazzo che sovrasta con la sua imponenza tutta la via. La scritta che accompagnava l'immagine era immediata, accattivante e persuasiva: LOOKING FOR YOUR GLASSING.

Ok, ora ho un'altra missione. Voglio conoscere chi sta dietro il cartellone, voglio sapere chi sono i "Glassing people". Così, dopo averli finalmente scovati, mi trovo ora in compagnia dei tre ideatori e proprietari della Glassing: Stefano, Alessandro e Matteo.



**CIAO RAGAZZI, IL VOSTRO BRAND ESISTE DA POCO PIÙ DI UN ANNO. MI INCURIOSISCE SAPERE COME È NATA LA VOSTRA AVVENTURA.**

**Alessandro** Tutto nasce a Ibiza grazie a una passione sfrenata per il sole, le feste e... gli occhiali appunto.



**Stefano** Tre anni fa abbiamo aperto un negozio di occhiali vintage. D'inverno andavamo alla ricerca dei pezzi più cool in giro per l'Europa per poi rivenderli durante l'estate. Così è stato fino a circa un anno fa, Quando...

**Matteo** Quando abbiamo pensato a un'idea alternativa e immediata per la vendita di occhiali da sole. Ibiza ha discoteche con un afflusso quotidiano di migliaia di persone. Finita la nottata, il divertimento continua di giorno nelle sue magnifiche spiagge. Facendo uno più uno siamo arrivati praticamente all'unisono alla stessa conclusione: il distributore automatico di occhiali da sole!

**A** Vero, l'estate scorsa siamo sbarcati a Ibiza con i Glassing (ne abbiamo fatti produrre più di 20.000), occhiali simpatici e low cost dai colori sgargianti. Con in più la nostra idea: il distributore automatico.



**UN PO' AVVENTATA COME COSA, NON CREDETE?**

**A** Nella vita a volte bisogna lanciarsi senza avere sicurezze. Fortunatamente è stato un successo.

**M** Abbiamo venduto i Glassing per tutta l'estate. Si potevano trovare ovunque, nei distributori automatici e presso molti negozi fashion dell'isola.



**E IL 'DOPO-IBIZA' COME L'AVETE VISSUTO?**

**Stefano** Molto bene. Ancora esaltati dal successo estivo, la nostra intenzione era di far conoscere il prodotto anche ai giovani qui in Italia.



**SIETE VENUTI A GIOCARE IN CASA QUINDI...**

**A** Sì, ma non è stato semplice. È stato un lavoro impegnativo, poiché è sempre arduo per una società in fase di start-up conquistare notorietà.

**S** Per farlo abbiamo presenziato a varie fiere di moda come White a Milano e Pitti a Firenze.

**M** Con grandi soddisfazioni, il pubblico ci ha acclamato!

**S** Ora, a un anno di distanza, Glassing è presente nei negozi più à la page della penisola.



**E FINALMENTE SIAMO ARRIVATI AL GIGANTESCO CARTELLONE PUBBLICITARIO...**

**A** Quella è la ciliegina sulla torta, una magnifica pubblicità che conferma ciò che Glassing vuole essere: un brand conosciuto, giovane e in costante evoluzione che vada a sconvolgere con ironia tutto il mondo della moda che si prende un po' troppo sul serio.

Il numero di luglio di ACTIVA sviluppa il tema della SENSORIALITA'.

A luglio a Milano si terrà un nuovo evento associato all'uscita del numero.

## ¿SE CAMBIO SENSO;

un nuovo incontro di differenti e intensi universi creativi  
una occasione per creare nuove esperienze immersive

Per avere informazioni, scoprire dettagli, prenotarsi visitate il sito <http://www.designdiffusion.com/It/Events> o scriveteci a: [activa@designdiffusion.com](mailto:activa@designdiffusion.com)



Durante la settimana milanese del design il magazine ACTIVA ha inaugurato la prima edizione di un format di eventi legati all'uscita di ciascun numero della rivista.

L'evento "la stanza delle metamorfosi" promosso da ACTIVA nella pratica è consistito nell'intervento di artisti diversi che simultaneamente e in assoluta libertà espressiva, hanno interagito operando il loro intervento artistico sulle pareti appositamente allestite per la performance.

Activa è diventata un laboratorio dove scrivere e tracciare una nuova geografia della trasformazione. Artisti, designer di ogni genere e formazione hanno incontrato il pubblico, scambiandosi saperi e linguaggi.

Varcare la soglia della stanza delle metamorfosi concettualmente ha corrisposto a varcare la soglia dei linguaggi abituali allo scopo di creare un linguaggio che sia espressione del desiderio di trasformazione, di cambiamento.

Per scaricare il comunicato dell'evento o consultare la galleria di immagini visitate il sito <http://www.designdiffusion.com/It/Events>

LUGLIO 2009

ACTIVA

PRESENTA

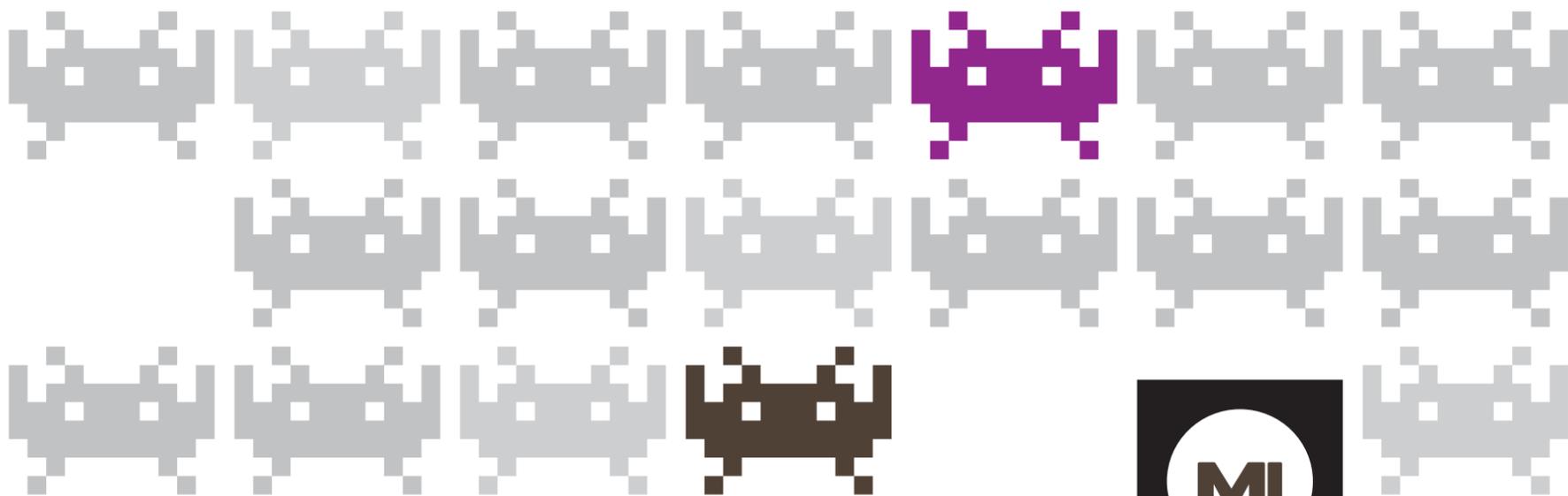
## THE SENSORY ISSUE

Io sono la periferia di una città inesistente,  
la chiosa prolissa di un libro non scritto.  
Non sono nessuno, nessuno.  
Non so sentire, non so pensare,  
non so volere.  
Sono una figura di un romanzo  
ancora da scrivere,  
che passa aerea e sfaldata senza  
aver avuto una realtà,  
fra i sogni di chi non ha saputo completarmi  
Fernando Pessoa, Il libro dell'inquietudine





# CITY INVADERS



Txt Greta Seveso



Il miglior *Fuorisalone Experience Bar*, riconoscimento ideato da 2night, è stato consegnato il 23 aprile scorso al ristorante di cucina libanese contemporanea Lyr, durante un happy hour presso l'Hotel Enterprise di Milano. A decretarlo vincitore della V° edizione del *2night Design Award* è stata una giuria di 43 studenti NABA (Corsi di Design, Graphic Design e Fashion Design), allievi dell'architetto Chiara Fagone, che hanno valutato il concept creativo, la qualità dell'esperienza sensoriale, la scelta e l'impiego dei materiali usati, la cura degli interni e del servizio. Tema e tonalità siderali ricorrono nell'interior design del locale: nella reception circolare, in alcantara beige e oro, così come nella luminosa sala da pranzo, arricchita dalla boiserie in lamina d'oro e dai lampadari in cristallo Venini. Bagliori golden e richiami alla palette della terra e alle tonalità brune, per l'imponente scala tramite cui si accede alla sala privé del piano inferiore; sedute in stile Luigi XVI completano l'ambiente. Dotato di un'area lounge e di due bar, Lyr è l'ideale anche per un aperitivo ethnic-chic o un brunch domenicale. In sottofondo, melodie mediorientali e suoni contemporanei della deep-lounge mondiale: il sound design è firmato da Marco Fullone di Radio Monte Carlo.



## BEST FUORISALONE EXPERIENCE BAR



Txt Elviro Di Meo

## PAN: MUSEO, LABORATORIO E SPERIMENTAZIONI ARTISTICHE



Txt Elisabetta Papakristo e Alessandra Sala



### LABORATORIO CINGOLI

DIVERTIMENTO, CULTURA E CREATIVITA'

Non una semplice scuola di cucina, ma un vero e proprio laboratorio di creatività. Questo è il Laboratorio Cingoli, uno spazio per imparare a cucinare divertendosi, magari con i propri figli. Nato nel 1999 con l'offerta di catering a domicilio, nel 2004 apre la scuola con corsi di cucina, lezioni di degustazione e abbinamenti vino-cibo. Nel 2008 nasce una linea di prodotti freschi in confezione monodose sottovuoto da riscaldare al microonde, come la polenta concia, l'ossobuco alla milanese...

E nel 2009 che cosa salterà fuori dal cilindro dell'eccentrico Giuliano Cingoli?

**Perché un laboratorio di questo tipo?**

Mi piacerebbe poter raccontare che sia il frutto di un progetto predefinito. La realtà è che partendo da un semplice catering, Cingolicatering, le cose poi si sono evolute e siamo diventati Laboratorio Cingoli.

**Quanti siete in cucina?**

Dipende dall'evento da preparare. Siamo molto flessibili e così anche il personale in cucina. Restare una piccola azienda artigiana è a volte faticoso, ma è anche la nostra forza. La cosa più bella è che solitamente tutti i collaboratori del laboratorio sono essi stessi appassionati. Di base comunque siamo in tre.

**Chi sono i fruitori del corso?**

Ci sono i clienti dei corsi domenicali, generalmente persone che vogliono imparare a cucinare da zero, oppure perfezionarsi. In alcuni casi, addirittura, cercano un avvio alla professione. La fascia d'età media è tra i 25 e i 35 anni. In alternativa, i nostri corsi vengono inseriti all'interno di veri e propri eventi che si svolgono presso di noi o, se di dimensioni maggiori, in apposite location.

**Che cosa insegnate durante il corso?**

Non insegnamo la singola ricetta, trasmettiamo un metodo, il metodo Cingoli. Insegnamo anche a sbagliare... sì, so che sembra paradossale, ma è attraverso l'errore e i cambiamenti che ci si evolve anche in cucina.

**C'è un piatto che privilegiate più di un altro?**

No, sarebbe comodo fare sempre gli stessi piatti, ma avendo un sito in cui pubblichiamo le ricette delle lezioni, fotografate passo passo (laboratoriocingoli.it), dobbiamo cambiare sempre e prepararne di nuove. In un certo senso sfamiamo anche il sito.

**Progetti futuri della scuola?**

Il sogno nel cassetto è riuscire a far partire un corso di cucina professionale. Ho una bella esperienza in ristorazione e in passato mi sono trovato a insegnare le basi, poco teoriche e molto pratiche, ad amici che volevano intraprendere la professione da zero. I risultati sono stati incredibili.



[www.palazzoartinapoli.net](http://www.palazzoartinapoli.net)

Si arricchisce l'offerta culturale nella città nata all'ombra del Vesuvio. Il PAN, ovvero il Palazzo delle Arti Napoli, si pone in modo complementare e alternativo rispetto al museo Madre. Nel settecentesco Palazzo Rocella, un tempo residenza di campagna di chiara ispirazione vanvitelliana, in via dei Mille, proprio al centro della città, il nuovo museo, concepito tra l'altro come centro polifunzionale e di aggregazione sociale, ha regalato all'antica Parthenope uno spazio preziosissimo. Spazio che permette non solo di documentarsi sui più diversi fenomeni artistici del contemporaneo nazionale e internazionale, ma anche di fruire, sperimentare e fare ricerca sull'arte stessa. Con i suoi seimila metri quadrati, distribuiti su tre piani, il PAN produce esposizioni temporanee ed eventi di livello museale, secondo linee tematiche che coinvolgono i diversi linguaggi e le più svariate espressioni: dalla pittura alla scultura, dall'architettura al design, dal cinema alla videoarte e al fumetto. Mostre, incontri e laboratori, tutti interpretati in chiave sperimentale e al di fuori degli schemi convenzionali.

PAN Palazzo delle Arti di Napoli

Via dei Mille, 60

Txt Greta Seveso



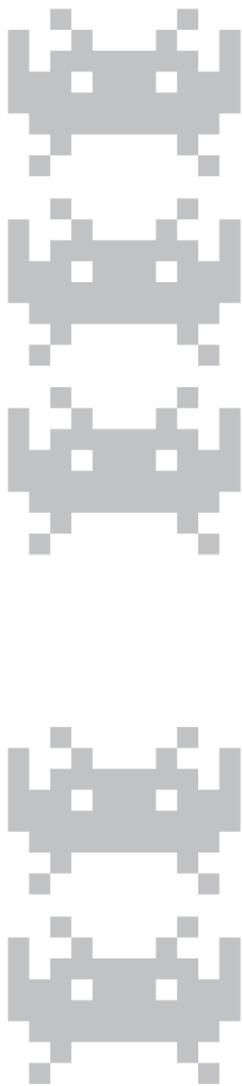
### GIANPAOLO BARBIERI PERSONALE

La mostra propone una trentina di opere del maestro della fotografia d'alta moda Gian Paolo Barbieri. Durante la sua carriera, iniziata nel '64, ha lavorato con molti dei più grandi stilisti del made in Italy, proprio negli anni in cui il prêt-à-porter italiano conquista il mondo. Le sue intuizioni e il suo talento hanno contribuito a creare la dimensione glamour della moda, il mito dello stilista, il fascino e l'attesa delle campagne pubblicitarie. Attraverso nuove tecniche, come l'attento studio della luce, mitigato dal mondo del cinema, e la scelta di ambientazioni esterne per i set fotografici, ha saputo rendere assolutamente innovativi i propri scatti, imponendo un proprio stile, riconosciuto nell'ambiente come nuova linea guida. Le immagini selezionate sono tutte rigorosamente in bianco e nero, di dimensioni medio grandi, come quella a Audrey Hepburn realizzata a Roma nel 1969 per Valentino (Vogue Italia) e quelle con evidenti richiami agli anni Trenta e Quaranta, oltre a una serie di scatti più recenti, tra cui quello realizzato a Milano nel 2000 che ritrae Monica Bellucci per Dolce e Gabbana.

GALLERIA FORNI Via Farini 26



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



Txt Seta Fael



## 25 MINUTI DI STRABILIANTE FORZA EVOCATIVA

Dal 30 luglio al 2 agosto 2009 a Berlino, al teatro del Dock11, si svolgerà *Noli me Tangere*: una nuova pièce che la coreografa e regista Gabriella Riccio porta sulle scene del migliore podio per la performance contemporanea. *Noli me Tangere* è arte attuale, reading e soprattutto danza. Un modo nuovo di scrivere performance di estremo rigore che coinvolge, a teatro e al pari, musica live contemporanea, danza e pensiero. Due ambienti, uno musicale e uno letterario, fanno da sfondo attivo a un assolo di monadi, che si trasforma in un passo a due che parla di corpo e divino, intimità. Una scatola sonora viva che alterna Nancy, a Baudelaire, Dante, Nin, Goethe, Jung, Giddens, Murakami e altri masterpiece. Img Piero Cremonese



[www.dock11-berlin.de](http://www.dock11-berlin.de)



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

Txt Seta Fael



## NUOVI SPAZI

Aprire nel cuore di Roma la Galleria Marie-Laure Fleisch: un nuovo spazio d'arte contemporanea che inaugura la stagione espositiva con una mostra, ideata e realizzata per questo evento da Rebecca Horn. Nata a Michelstadt, in Germania, Rebecca Horn è una delle figure più importanti del panorama artistico internazionale: scultrice, pittrice, fotografa, performer, regista e poetessa. La mostra si intitola *Peacock-sunrise 2009* e presenta le opere più recenti e inedite dell'artista, disegni su carta e una scultura site-specific. La Galleria nasce con una caratteristica ben precisa e affascinante: dedicarsi alle opere su carta. Supporto straordinario, antichissimo e moderno insieme, la carta è storicamente considerata un mezzo privilegiato, per libertà di espressione, da molti artisti contemporanei. La scelta di Fleisch si indirizza quindi verso una tecnica considerata "la più spontanea e intima". Fino al 18 luglio.

GALLERIA | MARIE-LAURE FLEISCH  
vicolo Sforza Cesarini, 3A



Txt Seta Fael

## RAGAZZI PROTAGONISTI

La mostra *Barriera Mobile*, rappresenta la realizzazione del Progetto Barriera Mobile e raccoglie il risultato di un programma di comunicazione e interazione multietnica che vede come protagonisti i giovani studenti di quattro Scuole Medie Inferiori, coadiuvati da un gruppo di studenti dell'Accademia Albertina di Belle Arti di Torino.

Mediante l'utilizzo del videotelefono, i ragazzi hanno prodotto una serie di filmati e fotografie con lo scopo di raccontare momenti di vita, di relazione, in casa o fuori nel quartiere e che rappresentano gli effetti del "migrare".

Dialoghi, racconti, sguardi e immagini si integrano al materiale video, fotografico e agli scritti degli stessi partecipanti.

Fino al 4 Luglio 2009



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



Txt Greta Seveso



Il piccolo Atelier di Christine Fortune, nel movimentato ed eclettico quartiere Isola, lancia sul mercato italiano giovani stilisti internazionali. Un luogo magico dedicato a tutti coloro che amano scoprire e sperimentare nuovi marchi e indossare capi diversi, che non seguano le tendenze del momento ma diano la sensazione di essere pezzi unici. Creazioni e non prodotti di serie. Per la prossima stagione Autunno/Inverno '09, Christine presenta: Londyn, Ixbalamke, Michelle Lowe-Holder, Christine Bec e Antonia Goy, marchi prevalentemente inglesi, ma che vengono anche dalla Germania e offrono una gamma di abiti e accessori che vanno dallo stile austero a un look pieno di glamour e possibilità.

Via Garigliano 5



Txt Greta Seveso



# LA STANZA DELLE IDEE

La Repubblica Araba Siriana partecipa alla 53a Esposizione Internazionale d'Arte – La Biennale di Venezia attraverso la mostra *Stanza d'artista* ospitata presso lo storico palazzo Ca' Zenobio, dove l'esposizione si snoda nelle sale interne e nel giardino. A due grandi artisti siriani, il realista Issam Darwich e l'informale Yasser Hammoud, si affiancano sette protagonisti dell'arte contemporanea italiana e internazionale: Gastone Biggi, Salvatore Emblemma, Sergio Lombardo, Hannu Palosuo, Franca Pisani, Concetto Pozzati, Turi Simeati. In rappresentanza della repubblica medio-orientale, i curatori Marzia Spatafora e Enzo D'Allara, d'accordo con il commissario Christian Maretti, hanno scelto di esporre dipinti, sculture e installazioni in base al principio della storicità, dell'attualità e dell'internazionalità dei singoli creativi. A ognuno è riservato uno spazio specifico, scandito da opere appartenenti ai personali percorsi espressivi, così da rendere ogni lavoro unico e unitario al tempo stesso.

Fino all'11 novembre 2009

Esposizione Internazionale d'Arte – La Biennale di Venezia Ca' Zenobio – Dorsoduro 2596, Venezia



Txt Federica Molesti



# MAMA BURGER E MANGROVIA

LO "STREET FINE FOOD" E IL "DELICE-FOOD" CONQUISTANO VIA VITTOR PISANI A MILANO

Guido Cancellieri, Stefano Graziani e Michele Scuncia dello Studio Centro Stile Milano hanno fatto gli onori di casa alla recente apertura di Mama Burger e Mangrovia. Già proprietari dello storico Fashion Café di Milano, in Via San Marco, hanno senza dubbio mantenuto il loro stile e carattere per questi due nuovi locali, molto differenti tra loro per gastronomia e design. Il Mama Burger è ottimo per pranzi, cene e spuntini a notte inoltrata. Situato sotto i portici di via Vittor Pisani 14, offre cibi underground di alta qualità: dal classico hamburger con patatine, alle più tradizionali ceasar salad. L'aspetto verticalizzato dello spazio e l'immagine ruvida dei materiali di questo particolare salotto metropolitano ricordano le atmosfere più cool dei loft newyorkesi. Secondo i progettisti il vero lusso contemporaneo è la Natura, spostiamoci dunque di pochi passi, per vedere in che modo la Natura ispiri il design di Mangrovia: al suo interno una pianta dai tentacoli suggestivi – da cui trae spunto il nome stesso del locale – che cresce e si arrampica fino al sopralco avvolgendolo in un'atmosfera dai toni surrealisti. Aperto fino alle 2 di notte 7 giorni su 7, Mangrovia offre anche un servizio take away. E dalla marinata di spada al mandarino con sedano croccante e bottarga, al gusto fresco del gelato artigianale, si arriva a una selezione di cocktail in pieno stile "Milano da bere" per l'ora più felice dei milanesi: l'aperitivo!

[www.centrostilemilano.blogspot.com](http://www.centrostilemilano.blogspot.com)



Txt Elviro Di Meo



# IL SABATO DELLE IDEE

Tre luoghi simbolo per confrontarsi, sei appuntamenti con esponenti della cultura e delle professioni italiani e stranieri, un artista internazionale in mostra per un mese, parte da Napoli *Il Sabato delle Idee*. Protagonisti dell'evento, la Fondazione SDN per la Ricerca e l'Alta Formazione in Diagnostica Nucleare, l'Università degli Studi di Napoli Suor Orsola Benincasa e il PAN-Palazzo delle Arti di Napoli. *Science, Art and Philosophy* è il titolo provocatorio per "riprendere uno spazio di discussione". Il Sabato delle Idee non vuole, infatti, fornire risposte. Offre riflessioni e incontri tra persone, con l'intento di ravvivare il dibattito cittadino su argomenti di maggiore interesse civile e sociale che spaziano dal teatro alla letteratura, dall'urbanistica all'architettura, dalla filosofia all'arte. E proprio durante la presentazione del programma e lo sviluppo dei vari appuntamenti si è consolidata la proposta, grazie all'impegno fattivo del presidente di Milano Expo 2015, Diana Bracco, di promuovere un asse di collaborazione organizzativa tra Napoli e il capoluogo lombardo per i due grandi eventi che l'Italia dovrà ospitare nei prossimi anni: il *Forum Universale delle culture* del 2013 e, subito dopo, il tanto atteso evento espositivo internazionale.

Università degli Studi Suor Orsola Benincasa  
via Suor Orsola, 10



# MONTREAL STREET ART

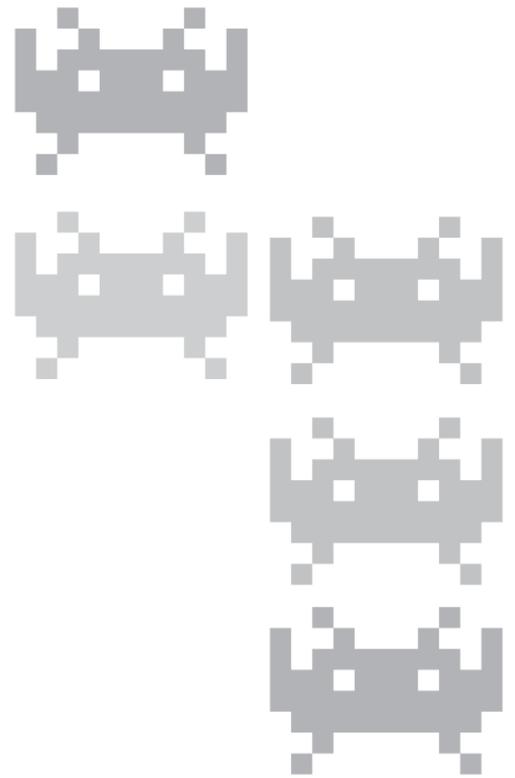
Txt e Img Silvia Alvarez Adalia



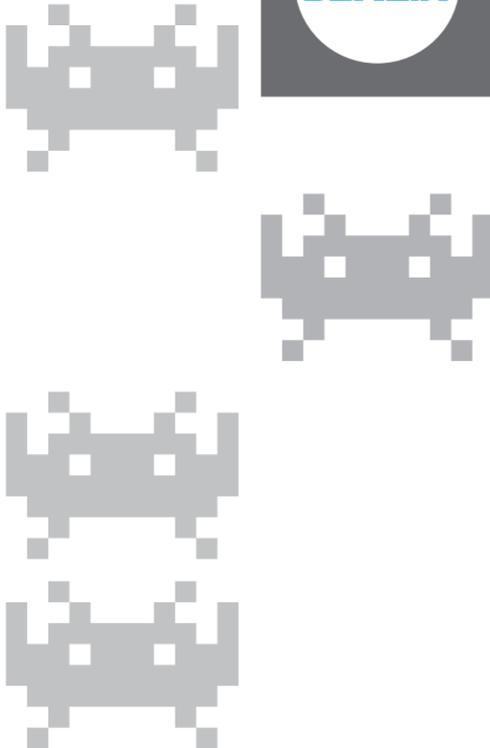
Una squaw sensuale si lascia scompigliare i capelli da una brezza metropolitana. Un uomo che passa in bicicletta rimane ammaliato da questa visione e quasi va a sbattere contro la cabina del telefono. In Rue Bishop la scena si ripete decine di volte al giorno. Ma anche nei vicoli della Vieux Montreal lungo il fiume San Lorenzo, e nel "meticcio" Quartiere degli spettacoli, così come accanto al Museo di Belle arti. La chiamano street art. Sono i romantici, graffianti murali che fanno della città più popolosa del Quebec, l'isola solcata dal San Lorenzo, una galleria d'arte a cielo aperto. Eppure se osservi lo skyline di Montreal dalla riva dell'Île Notre Dame, l'isola giardino incorniciata dal circuito automobilistico in cui Gilles Villeneuve ha imparato a manovrare un volante prima di diventare un mito della Ferrari, la città sembra una metropoli americana qualunque. Palazzi in vetro, torri in cemento, senza storia né anima altra rispetto al business. Invece, perdendosi nel reticolato che si dipana da Rue Sherbrooke, Rue Ste-Catherine Ouest e Boul Rene Levesque, si viene inesorabilmente "puntati" dagli sguardi dei personaggi che abitano le pareti in mattoni dei palazzi fané, vestendoli di colori vivaci. Dietro il Theatre du Nouveau Monde, al confine con Chinatown, ci sono parcheggi abbandonati in cui le pareti raccontano romanzi di fantascienza, proiettano albe visionarie illuminate dalle insegne al neon di bar vegetariani. E il faro di questa arte che si rinnova ogni mese, retaggio della cultura francese del trompe l'oil, è il Museo di Arte Contemporanea ([www.macm.org](http://www.macm.org)). Accoglie i visitatori stampando un bacio con le sue labbra carnose adagiate sul tetto e poi nelle sue stanze labirintiche accoglie le fotografie di Robert Polidori, le installazioni in ferro adagiate sull'erba da Spring Hurlbut, in mostra sino al 7 settembre. La vera galleria però sono le strade di Montreal. Il dedalo di vicoli nella parte bassa, più "etnica" di Rue Ste Catherine, oltre le vetrine de Les Cours Royal Ogilvy, da S. James Church sino alla stazione degli autobus che partono con destinazione New York e Philadelphia, ogni palazzo sfoggia una lato B, "back", affrescato da questi performer notturni. Si arrampicano sulle scale in ferro battuto di sicurezza per raccontare sulle mura sbriciolate dei magazzini in disuso



storie di indiani nativi derubati delle loro terre, conquistatori yankee, madonne francesi, animali del terzo millennio che si rincorrono lungo praterie metropolitane, pantagruelici pasti rock. E, ancora, benzinaie che dispensano fiori dai bocchettoni del gasolio, sottomarini e marinai in bermuda che sbucano direttamente dalle fauci del San Lorenzo. E talvolta i murali esprimono anche e soprattutto la rabbia francofona verso quell'America inglese che tenta ma soprattutto scontenta. Bisogna solo spostarsi dai caffè sparsi lungo il Main e rue St Denis per captare questa pulsione creativa rispettata dalle autorità cittadine. L'unica zona off limits per i pittori di strada è forse il Vieux-Port, dove le pietre dei palazzi emettono ancora una voce così possente da soffiare via i colori.



Txt Seta Fael



## NUOVE APERTURE

FREITAG, IL FAMOSO MARCHIO DI «RECYCLED MATERIAL OBJECT»,

Giovedì 14 maggio ha inaugurato a Berlino l'atteso flagship store. Dopo Davos, Amburgo, Zurigo e Colonia, il quinto Freitag Flagship Store ha aperto nel cuore della capitale tedesca per la gioia di appassionati e neofiti che potranno darsi appuntamento in uno spazio completamente dedicato alle borse realizzate con teloni di camion, camere d'aria di biciclette e cinture di sicurezza. I numerosi premi di architettura conferiti ai negozi di Amburgo e Zurigo testimoniano che non solo i prodotti Freitag, ma anche i Flagship Store sono unici. Berlino ne sarà un'ulteriore conferma.

[www.freitag.ch](http://www.freitag.ch)

Txt Greta Seveso



# SOPRA IL SOTTO

In occasione dell'anniversario decennale di attività, Metroweb, titolare della più grande rete di fibre ottiche in Europa, ha ideato una mostra open air di tombini art in ghisa che invade per 6 mesi la zona Tortona di Milano, il district del design internazionale. *Sopra il Sotto - Tombini Art raccontano la Città Cablata* propone arte in strada e arte di strada, interpretata da 16 street artist affermati che hanno progettato 31 tombini di diverse dimensioni. Questo oggetto quasi invisibile e parte integrante del paesaggio urbano, diventa visibile, scolpito, colorato, curioso, figurativo o astratto. Una riflessione sull'identità visiva della città, sul visibile e l'invisibile, sulla fruibilità artistica che coinvolge la cittadinanza senza barriere e mediazioni, sulla tecnologia avanzata, sul futuro.

Fino a novembre 2009, in zona Tortona.



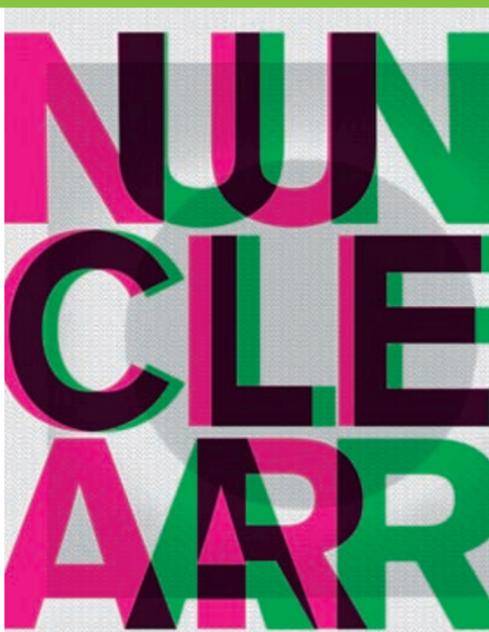
# IL FESTIVAL PIÙ HOT DELL'ESTATE



Txt Seta Fael



A cura di Greta Seveso



# THE SOCIAL COMMUNICATION PROJECT

Good 50x70 è un concorso internazionale di design per la comunicazione sociale che coinvolge giovani designer e progettisti di tutto il pianeta, chiamati a ideare poster interpretando i temi individuati insieme a sette organizzazioni non governative: Emergenza Nucleare/Greenpeace, Chiusura della base di Guantanamo/Amnesty International, Lavoro minorile/Unicef, Inquinamento globale/Wwf, Contro la criminalizzazione delle persone affette da HIV-AIDS/Lila, Ruolo positivo delle Donne nelle Comunità Africane/Amref, Riconoscimento del diritto a essere curati come universale/Emergency. Una giuria di designer di fama mondiale ha il compito di decretare i poster vincitori di questa terza edizione, esposti dapprima alla Triennale di Milano e, successivamente, in altre città italiane ed estere. Ogni esposizione sarà sempre accompagnata da workshop e tavole rotonde, tenuti da esperti e addetti ai lavori sui temi del design e della comunicazione sociale. Good 50x70, oltre a offrire un contenitore di comunicazione gratuita alle associazioni non profit partecipanti, vuole sensibilizzare l'opinione pubblica e chi lavora e studia nell'industria della comunicazione sull'importanza della comunicazione sociale e il suo concreto sostegno.

19 Giugno - 12 Luglio 2009 Triennale di Milano, Viale Alemagna 6

Nell'incredibile cornice del Wadi Rum, il più grande deserto del Regno, tra dedali di formazioni rocciose monolitiche, anche quest'anno si realizzerà il *Distant Heat Festival*: giunto ormai alla settima edizione, il più importante festival di musica elettronica della Giordania, riunirà anche nel 2009 migliaia di appassionati che balleranno per una notte intera sotto le stelle e sulla terra rossa della Valle della Luna. La manifestazione quest'anno si svolgerà nella notte tra il 23 e il 24 luglio, e ospiterà artisti di fama internazionale. Nomi noti agli amanti del genere, come quello dell'olandese, testa di serie della scena elettronica mondiale, Armin Van Buuren, eletto da oltre 350.000 persone in tutto il pianeta, nel 2007 e nel 2008, quale miglior DJ nella Top 100.

[www.good50x70.org](http://www.good50x70.org)

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



Steven Guarnaccia

Un'illustrazione  
all'interno del libro  
*I Tre Porcellini*

# UNA PASSEGGIATA INSIEME A UNA LINEA

**“UNA LINEA SI FORMA ED ESCE A FARE UNA PASSEGGIATA, SENZA UNA RAGIONE”. STEVEN GUARNACCIA, ILLUSTRATORE E DIRETTORE DEL DIPARTIMENTO DI ILLUSTRAZIONE AL PARSON, THE NEW SCHOOL FOR DESIGN DI NEW YORK, CITA PAUL KLEE E INVITA A FARSI CONDURRE DALLA LINEA PER TROVARE L'IMMAGINE**

Tutto inizia con il disegno, solo dopo si usano i colori, tecniche e tecnologie. Steven Guarnaccia spiega il percorso dell'illustratore. Che oggi, più che mai, deve essere autore e interprete. Della storia, della politica; ma anche l'arte, il design e l'architettura. Come lui stesso ha fatto per diversi anni, con le sue illustrazioni sulla rivista *Abitare* e, recentemente, con *i Tre Orsi* e *Ricciolidoro* e *I Tre Porcellini*.



#### **QUALE RAPPORTO HA CON IL DESIGN?**

Ammiro molto gli oggetti fatti in Italia. Quando ero ancora al liceo, alla famosa mostra sul design italiano al Moma, *The New Domestic Landscape*, ho visto per la prima volta le opere di Sottsass. Era come vedere per la prima volta la pop art, capire subito una cosa fino a quel momento per me misteriosa, il loro linguaggio, i colori, la fantasia, l'umorismo: era come leggere i fumetti.

Lavoro come illustratore dal 1977 e in questi 32 anni ho disegnato per me stesso sedie, ma in due dimensioni, con carta, inchiostro e colori. Avevo intenzione di trasferirmi a Milano e lavorare come illustratore con Paolo Guidotti, che aveva lo studio con Italo Lupi. Da lì, per tre anni ho avuto una pagina intera sui numeri di *Abitare* che riempivo con commenti, disegni satirici e umoristici che trattavano del mondo del design.



#### **QUALE POTERE HA L'ILLUSTRAZIONE SUL DESIGN?**

L'illustrazione è molto personale. Crea un rapporto intimo fra il lettore e il soggetto. È usata nell'editoria per attirare, per sedurre la persona a entrare nel racconto, nell'articolo. Per commentare, rivelare. Esprimere il concetto dietro l'oggetto, come ho cercato di fare nel libro su Achille Castiglioni, sempre per Corraini: disegnavo gli oggetti, ma in modo molto essenziale per esprimere il genio dello stesso Castiglioni.



#### **HA SEMPRE FREQUENTATO IL MONDO DEL DESIGN. MA COME È NATA L'IDEA DEL PRIMO LIBRO CON RICCIOLIDORO?**

Qualche anno fa vidi una mostra su Ricciolidoro a Parigi: invitavano a riscrivere la favola. Ho così notato che quella bambina era una piccola critica del design e allora ho iniziato a disegnare una famiglia di orsi molto sofisticati che ascoltano jazz e utiliz-

zano mobili icone del XX secolo. All'inizio era una mostra che poi è diventata un libro. Subito dopo ho pensato ai tre porcellini, che erano già dei veri architetti e l'idea era quella di trasformare anche loro.



#### **I TRE PORCELLINI SONO UNA BREVE STORIA DELL'ARCHITETTURA...**

Per me era molto importante raccontare in maniera semplice e senza ironia una storia per bambini. Le case sono lì, le sedie, la moto di Philippe Starck. Spero che per un bambino sia solo un ambiente interessante, curioso, forse strano, perché non è un libro didattico. Certo, nei riguardi (foglio bianco posto all'inizio e alla fine di un libro, per metà incollato alla faccia interna della copertina, n.d.r.) ci sono i dati di ogni oggetto ed è un modo per introdurre molto lentamente e con gentilezza i bambini al mondo del design. Perché è un peccato che il design sia ignorato. Tutti gli oggetti utili intorno a noi possono essere anche belli e hanno un inventore, anche se non sempre famoso.



#### **PROGETTI PER IL FUTURO?**

Sto progettando un nuovo libro, sempre seguendo la linea di un racconto già conosciuto, questa volta più nella direzione della moda. Vediamo.



**Fotografia Contemporanea dall'Estremo Oriente. Asian Dub Photography**  
A cura di Filippo Maggia e Francesca Lazzarini  
Skira Editore

Il volume raccoglie le opere fotografiche, i video e i film di ventuno artisti orientali affermati anche nel panorama dell'arte contemporanea internazionale. Una lettura lucida della cultura e della società asiatiche, oggi fortemente connotate dal costante conflitto tra tradizione e innovazione.  
[www.skira.net](http://www.skira.net)



**Italo Rota. Progetti e visioni 1997-2007**  
A cura di Luca Molinari e Valeria Alebbi  
Skira Editore

Lo stile provocatorio, radicale e visionario di Italo Rota ne fa un autore di riferimento per comprendere alcuni possibili sviluppi dell'architettura del futuro. Il volume si occupa dei suoi ultimi quindici anni di attività, spaziando dagli allestimenti fino al disegno degli spazi pubblici.  
[www.skira.net](http://www.skira.net)



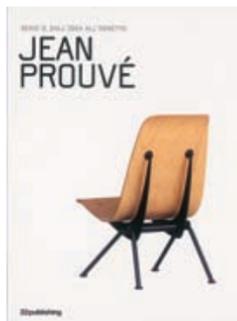
**The orange book.**  
1,2... 14 arance  
Autore Richard McGuire  
Corraini Edizioni

Il libro è una riflessione personale dell'autore sul caso, la possibilità e le circostanze, e su come ogni momento della vita quotidiana sia il risultato inconsapevole del loro intrecciarsi.  
[www.corraini.com](http://www.corraini.com)



**RAINBOW STYLE**  
Enrica Mannari, Anna Puorro  
Happy Books

Il Low Brow o pop surrealismo è un movimento artistico nato alla fine degli anni Settanta nell'area di Los Angeles negli ambienti che ruotano attorno alle riviste di fumetti underground, alla musica punk e ad altre sottoculture californiane: le opere hanno solitamente soggetti figurativi, spesso caricaturali e sono caratterizzate dall'uso di colori forti e da un accentuato decorativismo. Il libro Rainbow Style in uscita a settembre 2009 curato e ideato da Enrica Mannari con la direzione artistica di Anna Puorro, tratta proprio di questo argomento, correlandolo e facendolo passare per le reti del lifestyle contemporaneo. In questo volume gli artisti vengono chiamati a testimoniare un'estetica che si ritrova nelle strade e nelle piazze delle metropoli internazionali, che sembra nascere da mondi immaginari, ma che vive nella realtà. L'estetica dei Rainbow Kidz, ovvero dei scene king, scene queen, emo o lolita che dir si voglia, che popolano le nostre città. Seacreative, PinkSublime, Cikita Z, Jinger, Kongal, CandyBird e Ajee sono solo alcuni dei nomi degli artisti internazionali che interpretano questo mood creativo che si muove tra la dimensione del reale e dell'immaginario. Sono autori che espongono in importanti gallerie, pubblicano su noti magazines e collaborano con marchi di moda street e prêt à porter, sono giovani, alcuni giovanissimi, con uno straordinario talento e una altissima capacità di interpretare visivamente la contemporaneità. [www.happybooks.it](http://www.happybooks.it)



**Jean Prouvé**  
Aa.Vv.  
Ed. 22 Publishing

"Jean Prouvé incarna la sintesi tra un architetto e un ingegnere o, più precisamente, tra un architetto e un capomastro, poiché qualsiasi cosa egli tocchi come designer acquisisce immediatamente un'elegante forma scultorea", Le Corbusier.  
[www.22publishing.it](http://www.22publishing.it)

## SHORT

---  
Da: XXX  
data: 4 05 2009  
a: ddnfree  
oggetto: mostre  
---

**ARTE DEL QUOTIDIANO**  
Un percorso tra arte e design ripercorre la storia del design d'artista italiano tra il 1968 e il 2000. Circa 60 artisti e architetti per oltre 120 opere esposte, oltre a una speciale sezione, a cura di Mauro Lovi, dedicata a La collezione Megalopoli di Agneta Holst. A Lucca, presso la Fondazione Ragghianti, fino al 20 settembre.

**FRAGILE, INFORMATO, MOTIVATO**

*Via della casa comunale n. 1* è un libro e per una strana coincidenza è stato presentato a Milano qualche giorno prima dell'apertura del Salone del Mobile. In realtà, con l'arredamento e il design ha poco a che fare. Anzi.

Il sottotitolo infatti recita: *Dal diario di viaggio di Alkoliker*. Senza fissa dimora di successo, dove Alkoliker è Stefano Bruccoleri, l'autore, nonché "sportivo, tecnologico e senzateo", segnato dalla vita e dalla sieropositività. Nel 2004, per salvarsi dalla "caduta libera", dopo aver perso tutto - numero civico, cavo telefonico, una porta a cui bussare, la casetta delle lettere -, entra nel web dal dormitorio pubblico di Alessandria e apre il blog *alkoliker.splinder.com*, intendendolo come una sorta di analista virtuale al quale raccontare stralci di vita con la massima sincerità, ma anche un valido alleato dei poveri e degli invisibili, "che altrimenti verrebbero raccontati solo da quelli che poveri non sono". Sui fogli elettronici posta, oltre ai suoi pensieri, anche una serie di racconti e poesie composti in quattro anni di nomadismo in bicicletta, percorsi in 25.000 km tra le montagne piemontesi, Bologna e il ferrarese. Un viaggio anomalo, per nulla avventuroso ma ricco di normalità, diventato la salvezza di una vita che fino ad allora faticava a trovare una ragione. E proprio da questo amore per la bicicletta, la scrittura e le relazioni umane nasce il libro (edizione Fuori Binario Libri) che apre una finestra diversa sul mondo visto a diciassette chilometri orari.

**Txt Elisabetta Colombo**

---  
Da: XXX  
data: 29 04 2009  
a: ddnfree  
oggetto: mostra  
---

Gli spazi di Artandgallery di Milano riaprono al pubblico con la personale *Gigi Rigamonti. Cross stories*. Oltre trenta opere inedite e un'installazione, create tra il 2007 e il 2009. Si possono inoltre sfogliare grandi e particolari libri d'artista, diari disegnati, dipinti e scritti nei suoi innumerevoli viaggi, da Occidente a Oriente. Fino al 15 luglio.

---  
Da: XXX  
data: 6 05 2009  
a: ddnfree  
oggetto: premi  
---

La 28° Edizione del Premio Internazionale alla Migliore Sceneggiatura Cinematografica Premio Sergio Amidei si svolgerà a Gorizia, da giovedì 16 luglio a sabato 25 luglio 2009. Paul Schrader ritirerà il premio all'opera d'autore 2009. [www.amidei.com](http://www.amidei.com)

---  
Da: XXX  
data: 25 04 2009  
a: ddnfree  
oggetto: artisti  
---

Il vincitore del Premio Nacional de Artes Plásticas del 1986 e del Premio Príncipe de Asturias de las Artes del 2003, l'artista Miquel Barceló, rappresenta la Spagna alla 53a. Esposizione Internazionale d'Arte della Biennale di Venezia, che inaugurerà nel mese di giugno 2009.

---  
Da: XXX  
data: 28 04 2009  
a: ddnfree  
oggetto: opening party  
---

Ogni mercoledì al Yonite café in viale Bligny 42 a Milano il personale vi sedurrà con ottimi drink preparati a regola d'arte, in compagnia di sperimentazioni musicali del tutto singolari.

**NEW SUMMER COCKTAIL**

Un'estate tutta da assaporare con i nuovi cocktail Disaronno, mix di ingredienti fruttati e speziati come lo zenzero, arricchiti da una presentazione coloratissima e l'aggiunta di gustosi pezzi di frutta. Disaronno è l'ingrediente segreto da scoprire nelle nuove versioni cocktail proposte e ideate dai bartender più affermati del momento. Originali e fantasiose combinazioni, semplici, veloci e dal gusto irresistibile per un'estate intensa e coinvolgente. Disaronno è il liquore italiano più bevuto nel mondo, dal gusto vellutato e l'inconfondibile aroma. La sua mixability lo rende protagonista assoluto nell'ideazione di cocktail e long drink. Da bere liscio e on the rocks per assaporarne tutta l'unicità.

**DISARONNO HURRICANE**

- 2 cl DISARONNO
- 2 cl Ron Barcelò chiaro
- 2 cl Ron Barcelò scuro
- 6 cl Succo di maracuja
- 6 cl Sweet & Sour mix
- 1,5 cl Granatina

Shakerare con ghiaccio tutti gli ingredienti. Filtrare in un bicchiere colmo di ghiaccio, guarnire con una fetta d'ananas e una ciliegia.

**Txt Seta Fael**





## LA POSTA DEL CUORE

Non sapete come comportarvi col vostro fidanzato? Col capoufficio molesto? Col marito di un'amica che vi fa piedino in pizzeria? Scrivetemi, una soluzione si trova per tutto. E io lo so bene.

[tamaraoverload@gmail.com](mailto:tamaraoverload@gmail.com)

Ecceci. Sono tornata. In che senso tornata? Chiederete. Nel senso che dopo dieci anni passati in USA a strusciare il sedere su un palo di un go-go club ho deciso di cambiare vita. O meglio, sono riuscita a farlo, in realtà l'avevo deciso già da un bel po'. Da tempo vivo nuovamente in Italia, grazie al fatto che un bel giovanottone conosciuto in un diner di provincia ha visto solo la parte buona di me: bionda, carina, gentile e colta, in attesa di laurearsi con una decina d'anni di ritardo in architettura e con molti interessi nel campo della sociologia e delle relazioni umane. Mi sono dimenticata di dirgli che per tutti gli altri, per quasi dieci anni, sono stata Tamara Overload, go-go dancer di punta in un club, e siccome ora porto un anello al dito e mi aggiro facendo la signora perbene col mio vero nome di battesimo non credo glielo dirò mai. Occhio non vede... Però ho deciso che Tamara Overload non può sparire del tutto; e dato che la cosa che conosco meglio al mondo non è ciò che ho studiato, ma l'animo degli uomini (ovvero quei fessi che mi infilavano banconote da 10 dollari nel costume, convinti che io li potessi trovare interessanti), inizia qui la nuova versione Tamara Overload/Donna Letizia.

per chiedere un consiglio a Tamara:  
[tamaraoverload@gmail.com](mailto:tamaraoverload@gmail.com)

---  
Da: XXX  
data: 15 04 2009  
a: ddnfree  
oggetto: workshop  
---

L'Accademia Teatro alla Scala di Milano propone dal 4 al 30 giugno 2009 un nuovo Workshop in ripresa analogica e stampa bianco/nero fine art, realizzato in collaborazione con il laboratorio F45 di Beniamino Terraneo. [www.accademiascala.org](http://www.accademiascala.org)

---  
Da: XXX  
data: 15 04 2009  
a: ddnfree  
oggetto: festival  
---

La seconda edizione del Napoli Teatro Festival Italia si terrà a Napoli dal 4 al 28 giugno 2009 sotto la direzione artistica di Renato Quaglia e presenterà collaborazioni e coproduzioni internazionali, nuove creazioni, testi originali commissionati ad autori italiani e stranieri. [www.napoliteatrofestival.it](http://www.napoliteatrofestival.it)

ISTANBUL

## IDW-DESIGN WEEKEND '09, UN NUOVO APPUNTAMENTO CON IL DESIGN INTERNAZIONALE

Dal 18 al 21 giugno 2009, il design sarà protagonista nelle strade di Istanbul; tra esposizioni di product design, mostre e installazioni, la città turca diventa punto di riferimento della creatività mediterranea tra cultura e business. L'iniziativa nasce dalla partnership tra la società italiana DesignPartners

(organizzatore di ZonaTortona Design) e la turca Dream Design Factory (organizzatore delle precedenti edizioni della Istanbul Design Week), per promuovere a livello internazionale e far conoscere a un pubblico sempre più vasto la cultura del design, far scoprire il valore e la qualità del design turco e creare attenzione e occasioni di business nei punti vendita, negli showroom e nei luoghi di interesse del design della città di Istanbul. Il format dell'IDW-design weekend '09 è suddiviso in due anime principali, accomunate da un tema unico e conduttore, file rouge dell'intera manifestazione: *Design Mediterraneo tra presente e futuro*. La prima anima vede il coinvolgimento dei migliori showroom, mall e negozi di design della città che partecipano a un concorso per la best window/installation, interpretando il tema prescelto, attraverso l'allestimento di vetrine e spazi. Protagonisti della seconda anima dell'evento sono, invece, esposizioni e iniziative culturali.

**Txt Seta Fael**

---  
Da: XXX  
data: 5 05 2009  
a: ddnfree  
oggetto:  
---

Domus Academy ha presentato a That's Design 2009 Changing with Beauty. In un periodo in cui Mondo e Design sono concentrati a riflettere su sostenibilità, energia e globalizzazione, gli studenti della Domus International Academy si misurano con la Ricerca della Bellezza.



## SAVE A PRODUCT

Un euro per salvare un prodotto. Ma soprattutto, per dimostrare che un designer non è solo responsabile dell'estetica degli oggetti, ma ne è anche il garante e il testimone. Capace di proporre alternative commerciali nel percorso di un progetto.

È la storia dei designer 5.5 chiamati nel 2004 da una nota azienda francese a elaborare una linea di prodotti per l'ora dell'aperitivo: ne esce una collezione di cinque oggetti in melamina colorata. Piatti grandi e piccoli, stick, vassoi. Ma a quindici giorni dalla presentazione alla stampa dell'intera gamma, un cambio improvviso ai vertici blocca la commercializzazione dei 45.000 prodotti già fabbricati, imballati, etichettati e pronti a raggiungere gli scaffali dei grandi magazzini.

Che fare? I designer si oppongono alla decisione dell'azienda di mandare al macero i prodotti e decidono di acquistare l'intero quantitativo per poi distribuirlo nella loro rete commerciale e quindi, il negozio virtuale sul sito internet e le speciali occasioni legate al design come è successo a Milano durante le giornate del Fuorisalone dove i 5.5 hanno venduto per la cifra simbolica di un euro ognuno dei prodotti. Non si tratta di una rivale, ma di una riflessione sui meccanismi dell'industria e i loro sprechi. Nonostante la crisi.

**txt Claudia Barana**

photo courtesy 5.5

---  
Da: xxx  
data: 26 05 2009  
a: ddnfree  
oggetto: inaugurazione  
---

Angelo di Saverio, proprietario del locale milanese 360° chiuso nel 2007, ha inaugurato a Milano in via Savona nell'eccellente zona Tortona, un piccolo bistrot che porta il suo nome, con cucina casalinga e aperitivo, dove si alternano arredi di design anni Cinquanta contrapposti a oggetti contemporanei.  
---

---  
Da: XXX  
data: 22 04 2009  
a: ddnfree  
oggetto: fiera  
---

Dal 1 al 3 luglio 2009 la BREAD & BUTTER BERLIN-tradeshow for selected brands, avrà luogo nella nuova location dello storico aeroporto in disuso Berlin-Tempelhof.  
www.breadandbutter.com  
---

COMO

## COMO CONTEMPORARY CONTEST

Dal 31 maggio al 5 luglio, la Pinacoteca Civica Palazzo Volpi di Como ospita la mostra dei 20 finalisti della prima edizione di CO.CO. CO. - Como Contemporary Contest, concorso ideato e promosso dall'Assessorato alla Cultura del Comune di Como, con lo scopo di promuovere i giovani talenti sulla scena dell'arte contemporanea e diventare punto di riferimento delle poetiche delle nuove generazioni. Gli artisti, tutti nati tra il 1977 e il 1985, sono stati selezionati tra oltre 750 candidature da una giuria composta da Lanfredo Castelletti, direttore dei Musei Civici di Como, Luigi Cavadini, direttore del Museo d'Arte Contemporanea di Lissone, Giovanni Bonelli, gallerista, Emma Gravagnuolo, giornalista e critico d'arte, Jonathan Guaitamacchi, artista, Gianmaria Banfi, collezionista. L'esposizione dà voce a una pluralità di linguaggi che vanno dalla pittura alla fotografia, dalla scultura alla video arte, e rappresenta un'opportunità per far conoscere il lavoro di questi futuri maestri facendoli uscire dall'anonimato.

---  
Da: xxx  
data: 4 06 2009  
a: ddnfree  
oggetto: lotta contro il tumore  
---

Filofax, in collaborazione con Komen Italia, aderisce alla campagna sulla lotta contro il tumore al seno. E' stata realizzata una speciale organizer rosa in nome della donna. Per ogni agenda venduta (acquistabile sul sito [www.filofax.it](http://www.filofax.it) o presso i punti vendita) saranno donati 3 euro a sostegno di nuovi progetti per la salute.  
---

MI

---  
Da: XXX  
data: 20 04 2009  
a: ddnfree  
oggetto: concorsi  
---

In occasione del 150° compleanno della sedia Numero 14, oggi denominata 214, Thonet Frankenberg ha indetto un concorso fotografico cui può partecipare chiunque lo desideri su territorio mondiale. [www.thonet.eu](http://www.thonet.eu)  
---



## MILANO JAZZIN' FESTIVAL 2009

Dopo il successo della prime due edizioni torna all'Arena Civica "Gianni Brera" il MJF - Milano Jazzin' Festival, un progetto dell'assessore comunale Giovanni Terzi, delegato alla Creatività, Moda Design ed Eventi. Dal 2 al 22 luglio, un mese di grande musica negli eventi dell'estate milanese. Un festival dedicato a diverse sonorità e fusioni dove il jazz incontra il blues, il rock e l'hip pop, ma anche la musica caraibica e l'elettronica. "Quest'anno - ha dichiarato l'assessore Giovanni Terzi - *il Milano Jazzin' Festival si pone come punto di incontro tra tradizione e sperimentazione. Una riscoperta di antichi valori musicali, come quelli della taranta, e al tempo stesso una commistione di generi che regaleranno forti emozioni al pubblico di questa terza edizione*". I nomi in cartellone si confermano di livello internazionale dando voce, ancora una volta, alla vocazione della nostra città di essere capitale europea. Simple Minds, Stewart Copeland, Erykah Badu, Steely Dan, James Taylor, Seal, George Benson e molti altri.

**Txt Seta Fael**



[www.comune.como.it](http://www.comune.como.it)

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



---  
Da: XXX  
data: 10 05 2009  
a: ddnfree  
oggetto: concorsi  
---

L'Associazione Sassetti Cultura bandisce il concorso di Poesia e di Scrittura Teatrale: "BRUCIARE I PONTI DELLA RITIRATA. Per un'arte che sia costruzione della vita". Le opere dovranno essere inviate entro e non oltre il 30 luglio 2009. Per info <http://www.sassetticultura.it>  
---

## HAPPY HOUR

ArchitectsParty è un calendario di aperitivi nei mesi di giugno e luglio, organizzati da TOWANT contemporaryevents e re.publique comunicazione d'architettura, all'interno di alcuni dei più interessanti studi di progettazione di Firenze e Milano, che saranno per l'occasione punto di incontro per gli operatori e gli appassionati di design, architettura e arredamento. Durante i party, infatti, gli studi di architettura saranno a disposizione per presentare i propri lavori e la propria filosofia, in un dialogo aperto con i visitatori. Prendono inoltre parte all'iniziativa importanti aziende del mondo della progettazione e dell'editoria di architettura e design, rendendo così gli eventi un importante momento di scambio tra le diverse professionalità. Forte della partnership con CampariSoda e Lorenz e del media-partenariato con DDN Free, quest'anno ArchitectsParty implementa ulteriormente i servizi offerti agli studi.

### PROGRAMMA:

#### MILANO

Lunedì 22 Giugno  
GiachiArchitects  
+Arch  
Tech Engineering

Martedì 23 Giugno  
Meneghello Paoletti Associati  
Devon&Devon + Ex.t

Mercoledì 24 Giugno  
Studio Sano Takaide  
LTW Design Works

Giovedì 25 Giugno  
Studio Matteo Ragni  
Studio Italo Rota & Associati  
Leopoldo Vezzoni Architects

#### FIRENZE

Giovedì 2 Luglio  
Claudio Nardi  
Mercoledì 8 Luglio  
Blue Klein Associati

Venerdì 10 Luglio  
Nuvolab  
Acme Architetture

Giovedì 16 Luglio  
Space (4 studi associati)

Giovedì 23 Luglio  
Studio 63 Architecture  
+ Design

**Txt Greta Seveso**

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

---  
Da: XXX  
data: 27 04 2009  
a: ddnfree  
oggetto: Pitti Uomo 76  
---

Undercover sarà l'ospite speciale della prossima edizione di Pitti Immagine Uomo, a Firenze dal 16 al 19 giugno 2009.  
[www.pittimmagine.com](http://www.pittimmagine.com)  
---

---  
Da: XXX  
data: 22 04 2009  
a: ddnfree  
oggetto: riciclo  
---

Rip Curl da diversi anni è attenta al recupero e al conseguente riutilizzo, sotto altra forma, delle materie plastiche. Oggi nasce PET BOX, una scatola illustrativa che spiega in 5 semplici passaggi come da una bottiglia di plastica (PET) nasce una fibra tessile.  
---



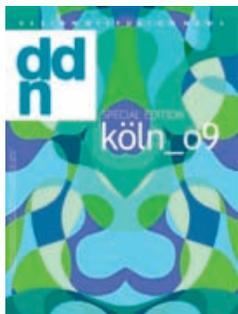
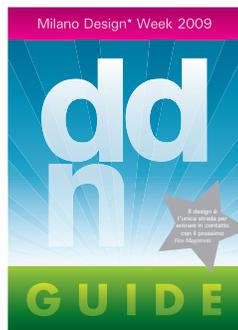
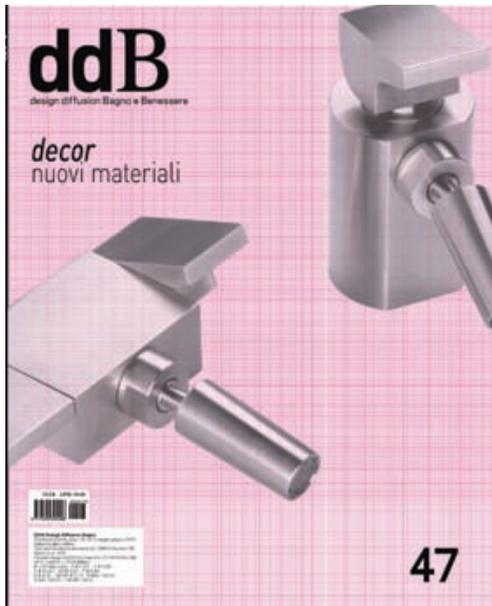
## NUOVA VITA AI MATERIALI

La collezione di Federica Siboni prende corpo dall'esigenza di mostrare campioni alle aziende di moda per cui lavora, dai quali poi sviluppa vari modelli e tecniche; mentre la passione per il riciclo nasce ai tempi dell'università al "London college of Fashion". Ora vive e lavora a Forlì, una piccola città nel cuore della Romagna, in un laboratorio artigianale. La sua esperienza lavorativa proviene dal settore del ricamo: ha collaborato con aziende che operano con i più prestigiosi nomi nel campo della moda. I suoi accessori sono pezzi unici formati da materiali riciclati di ogni genere (oltre alla lana anche capsule metalliche per denti, cestelli di plastica per la ricotta e bottoni vecchi). Federica cerca di far rivivere oggetti non più desiderati e vorrebbe che i capi non più utilizzati ritornassero a essere amati. Una forma di rinascita, una nuova vita, una seconda possibilità. Questa filosofia vorrebbe applicarla anche nei futuri negozi che venderanno i suoi prodotti, creando dei punti di raccolta per i capi in lana; ai clienti verrebbe poi accreditato un buono d'acquisto per aver portato un certo numero di capi: una forma di baratto, ma anche una collaborazione per creare un nuovo modo di consumare.

**Txt Seta Fael**

---  
Da: XXX  
data: 4 05 2009  
a: ddnfree  
oggetto: Premio Furla 2009  
---

Il 6 giugno alle ore 11.00, presso la Fondazione Querini Stampalia di Venezia, è stata presentata l'opera ultimata con cui Alberto Tadiello si è aggiudicato il Premio Furla 2009. L'opera sarà fruibile fino al 5 luglio 2009  
---



DESIGN DIFFUSION NEWS

INTERNATIONAL MAGAZINE  
GLOBAL DESIGN AND STRATEGIES



159

**PROGETTO SVEDESE**  
**FOCUS ON NEW YORK**  
**ORIENTE ECOLOGICO**  
**ETIMODESIGN**  
**DIEGO COLLAREDA**

€ 8,00 "Italy only" - F € 14,50 - D € 18,00 - GR € 14,30 -  
P cont. € 15,20 - E € 12,80 - GB GBP 11,50 - NKKR 172,00 -  
S SKR 170,00 - CH SFR 23,00 - P € 13 - NL € 19,00.

ISSN 1120-9720 - Mensile - TAXE PERQUE (TASSA RISCOSSA) - UFFICIO CIMP/2 ROBERO - MILANO.  
DISTRIBUZIONE PER POSTA - 48% - D.L. 352/2003 (conv. L. 27/02/2004 n.46) art.1, comma 1, DCB Milano



**LE NOSTRE RIVISTE VIAGGIANO NEL MONDO**

**OUR MAGAZINES TRAVEL AROUND THE WORLD**

[WWW.DESIGNDIFFUSION.COM](http://WWW.DESIGNDIFFUSION.COM)



**OF ARCH**  
INTERNATIONAL MAGAZINE OF ARCHITECTURE AND DESIGN  
108  
Steven Holl • Kengo Kuma • Isay Weinfeld • Feilden Clegg Bradley Studios • 5 + 1 AA • Mario Cucinella • Hawkins/Brown • Atelier Ochandiano + Mikel Landa • Kaija + Heikki Siren •





space**design**

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

**vismaravetro**

le cabine doccia

20050 Verano Brianza (MI) Via Furlanelli, 29  
telefono 0362/992244 e-mail: [info@vismaravetro.it](mailto:info@vismaravetro.it)

TWELVE  
DESIGN CARLO COLOMBO.

PER CONOSCERE  
IL PUNTO VENDITA PIÙ VICINO  
E RICEVERE IL CATALOGO  
DELLA COLLEZIONE:  
TELEFONO +39/031695451  
INFO.VARENNA@POLIFORM.IT  
WWW.POLIFORM.IT



MY LIFE

**Varenna**  
Poliform