

Francesco Morace

Design is for the real people

We found the Lago Appartamento very interesting because we really think that this is the right time for a real change in consumer relationships, marketing and design. Design thinking today is not just something for specialists – it is for the real people, the normal people. For this reason it is vital that by just coming here and visiting, you can experience real feelings and emotions. This is not a store, nor is it a stand – it is a real house where you can experience the same emotions and feelings you have in your own home.

The other element is the conviviality. Our paradigms are changing. Today's financial crisis is a clear demonstration that the paradigms we had in the past are simply over. So we have to re-invent completely, with a new manifesto, new rules, a new way of life and a new system of trade and commerce. It is clear that the whole system of consumption and today's consumer habits are changing and the Lago Appartamento is a very nice example indeed of how to experiment with different possibilities and the relationships between people, objects and design.

What we say is, that today, the system of consumption and the consumers themselves are 'consumators', therefore we are the designers of ourselves. And here, in this place, we can really experiment. The Milan Design Week these days is truly unbelievable because the people on the streets can participate totally in this new creativity. Not just the designers but also the real, average, normal people.

So, creativity starts from below and it shows that it can fundamentally change the life and habits of the average person – and we are really excited about this. Just one week before the Salone di Mobile we presented the manifesto of our association. The name is 'The Renaissance Link'. Because we think by studying the Renaissance we can understand better the values that today we must re-discover – for example the possibility to connect knowledge, exactly as in the Renaissance. Where in-between art and design, all the different types of creativity existed, connected to each other in a very normal way, working together in the spirit of craftsmanship. In an era, where using the hands and using the brain was exactly the same thing. So in our manifesto we have ten different indications. For example, how important are aesthetics and the combination of ethics and aesthetics. Sometimes they fight each other. The ecologists sometimes propose something that is ugly. This is something that we cannot accept, particularly for example here in Italy, because for us good taste is very important. So, the idea of combining both ethics and aesthetics is one of the main focal points in our manifesto.

Another element is the city - the urban experience, exactly as in the Renaissance, Florence, Milan, Paris, were really the laboratories in which creativity was evoked. So I think we have to re-discover the idea of the city as a big laboratory where people meet and create something together. Another element is sustainability, but in very human terms. So, sustainability doesn't only mean the ecological vision, but the idea that we have to re-invent our life and we have to re-discover relationships and understand that the economy is not just something that is related to money but it also means energy – human energy. You can make a profit, but it must be in human terms. So, this is something that we have launched and happily there is great enthusiasm for it and many people who wish to participate.

We believe this is the right moment to propose great visions. Because of the crisis we must not react in a small insignificant way but rather with great visions and a grand design for completely changing the paradigms. With this approach it is more than possible to change the world.

Francesco Morace

Il design è fatto per la gente vera

L'Appartamento Lago ci è sembrato un esperimento molto interessante perché siamo convinti che questa sia l'epoca giusta per un reale cambiamento nelle relazioni tra il consumatore, il marketing e il design. L'universo concettuale del design, oggi, non è qualcosa di fruibile soltanto dagli specialisti del settore; anzi, è finalizzato alla gente vera, alla gente comune. Per questa ragione, è di vitale importanza che si possano provare sentimenti ed emozioni reali anche solo venendo qui a visitare questo spazio. Questo non è un negozio né uno stand, ma una casa vera nella quale si può fare l'esperienza delle medesime emozioni e sensazioni che si provano nella propria abitazione.

L'altro elemento fondante è la convivialità. I nostri parametri sono in fase di mutamento. La crisi economica attuale è una chiara dimostrazione che i paradigmi in base ai quali abbiamo vissuto nel passato non hanno più valore. Perciò, occorre re-inventare completamente, con un nuovo manifesto, nuove norme, un nuovo modo di vivere e un nuovo sistema di produzione e scambi commerciali. È evidente che l'intero sistema che regola il consumo, e le abitudini del consumatore moderno, stanno cambiando, e in questa prospettiva l'Appartamento Lago è un piacevolissimo esempio di come sia verosimile giocare con diverse possibilità e sperimentare le relazioni tra le persone, gli oggetti e il design.

Ciò che vogliamo dire è che siccome oggi il sistema consumistico e i consumatori stessi sono parte attiva di ciò che scelgono di consumare, sono loro che decidono, diventano designer di loro stessi. E qui, in questo luogo, possiamo sperimentare. Ora, la Milan Design Week è veramente straordinaria, perché la gente comune, per le strade, può partecipare totalmente di questa nuova ondata di creatività. Non soltanto i designer, quindi, ma anche la gente reale, comune, normale.

La creatività, dunque, comincia dal basso e dimostra che è in grado di cambiare radicalmente la vita e le abitudini dell'individuo comune, e questo ci riempie di emozione. Appena una settimana prima del Salone del Mobile abbiamo presentato il manifesto della nostra associazione. Il titolo del manifesto è The Renaissance Link, e trae spunto dalla nostra convinzione che attraverso lo studio del Rinascimento possiamo comprendere più profondamente il valore che oggi dobbiamo ri-scoprire, ad esempio la possibilità di creare connessioni tra i diversi ambiti della conoscenza, esattamente come durante il Rinascimento, quando tutte le differenti forme di creatività avevano un ruolo intermedio tra l'arte e il design, e si creavano legami fra loro in una maniera assolutamente naturale, lavoravano all'unisono nello spirito dell'arte come mestiere. In un'epoca nella quale usare le mani e usare il cervello erano precisamente la stessa cosa. Pertanto, nel nostro manifesto abbiamo redatto dieci tracce: per esempio, quanto siano importanti l'estetica e la combinazione di questa con l'etica. Talvolta sono in conflitto l'una con l'altra. In alcuni casi, gli ecologisti propongono soluzioni di estrema bruttezza. Questo per noi è inaccettabile, particolarmente qui in Italia, poiché per il nostro paese il buon gusto è assai importante. Quindi, l'idea di unire l'etica all'estetica è uno dei precetti fondamentali del nostro manifesto.

Altro elemento ancora è la città: l'esperienza urbana, proprio come nel Rinascimento le città di Firenze, Milano, Parigi erano veri e propri laboratori in cui si produceva creatività. Per questo motivo, ritengo sia necessario ri-scoprire il concetto di città come enorme bottega artigiana dove le persone si incontrino e creino qualcosa insieme. Vi



Sociologist Francesco Morace is the president of Future Concept Lab in Milan, a research institute working on social trends and change. They launched their own manifesto, The Renaissance Link, just before the Milan Design Week.

Il sociologo Francesco Morace è presidente del Future Concept Lab di Milano, un istituto di ricerca che si occupa di tendenze e cambiamenti sociali. Il gruppo ha lanciato il proprio manifesto, The Renaissance Link, poco prima della Milano Design Week.



è, inoltre, la componente della sostenibilità, ma in termini molto umani: sostenibilità, dunque, non si limita soltanto alla visione ecologista, ma piuttosto significa che dobbiamo re-inventare la nostra vita e ri-scoprire le relazioni, e comprendere che l'economia non è solo qualcosa che ha a che fare con il denaro ma vuol dire anche energia, energia umana. Si può, certamente, ottenere un guadagno, ma ciò deve avvenire in termini umani. Alla luce di tutto questo abbiamo lanciato il nostro progetto, e siamo felici che stia suscitando notevole entusiasmo e che molta gente voglia parteciparvi.

Siamo convinti che sia il momento adatto per proporre grandi visioni. Considerata la crisi contemporanea, non dobbiamo reagire con piccole, insignificanti idee, ma al contrario con grandi visioni e un design grandioso allo scopo di cambiare interamente i parametri. Con un tale approccio, è quanto mai possibile cambiare il mondo.