

**Il progetto**

Nuova vita ai balconi
Come può un balcone cambiare aspetto a una facciata? Lo spiega «Balconism», oggi alle 16 in via Tertulliano

La passeggiata

Alla scoperta del design
Dall'Umanitaria di via Solari 40 alla casa di Gio Ponti di via Dezza. Passeggiata dalle 10.30 con Museolab6

**Nei chiostrini**

I colori di Paola Lenti
Ombrelloni, strutture ombreggianti, sedute: ai Chiostrini dell'Umanitaria, via S. Barnaba, colori e nuovi materiali di Paola Lenti

L'appartamento

Segno italiano in 3 stanze
Via Palermo 8, I piano: «P8» è un appartamento vero: tre ambienti raffinati, allestiti con l'eccellenza di marchi italiani

La festa

Si chiude in Fabbrica
Chiusura del Salone con il party alla Fabbrica del Vapore di via Procaccini, questa sera a partire dalle 22

La narrazione Molte le aziende che hanno messo in scena delle vere performance

Prodotti come esperienze vive

La loro unicità sta nel racconto

Installazioni e nuovi linguaggi. Per vendere bisogna emozionare

di FRANCESCO MORACE

La design week milanese che ci ha accompagnato in questi giorni in un viaggio rinnovato tra le tendenze estetiche ed espressive più rilevanti del momento, conferma il salto di paradigma che oggi è necessario riconoscere e interpretare. In passato l'intero sistema dei consumi — trainato dal fashion system — si muoveva nella dimensione dei bisogni e dei desideri aspirazionali. Il meccanismo era semplice: la piramide sociale si trasformava in stili di vita, nei quali i consumatori — in modo passivo — proiettavano i loro desideri e le loro aspirazioni. L'esercizio pro-attivo della navigazione in Rete ha polverizzato questo modello, lavorando per stimolazione e per ispirazione, creando piattaforme su cui ciascuno si muove come autore, come editore, come «libero pensatore» che segue le proprie ispirazioni e vocazioni.

È in questo modo che i prodotti e i brand si sono trasformati in «esperienze vive» che nulla hanno da invidiare ai situazionisti francesi, celebrati dal 27 marzo a Parigi, in una mostra dedicata al loro geniale capofila, Guy Debord.

Ed è in questo modo che la design week ha raccolto il guanto della sfida, proponendo allestimenti coinvolgenti e memorabili, al di là dei prodotti che hanno spesso ripercorso le strade della qualità rassicurante tipica di tutti i momenti di crisi. Sul filo di questo ragionamento partiamo proprio dal mondo della moda che ha reagito con allestimenti di grande gusto e raffinatezza. Due esempi tra i tanti: Missoni ed Hermès.

Missoni ha presentato una installazione grafico-musicale nello spazio di via Solferino curata da Carnovsky, il duo italo-colombiano di artisti/designer che ha spopolato nelle vie del centro anche con una mostra personale curata da Dalia Gallico. Grazie al loro allestimento nello spazio Missoni si viene letteralmente

**Sul palcoscenico**

Dall'alto, l'allestimento di Moooi realizzato da Marcel Wanders; lo stand di Cappellini e l'installazione Hermès (Piaggese e Corner)

ce il modello conviviale della Galleria del Corso, riprendendo la tradizione urbana del window shopping, tipica delle città d'arte italiane, ma l'idea è sempre la stessa: le persone al centro e il design come stimolatore permanente.

La vocazione fotografica in questa dinamica gioca un ruolo importante: segnaliamo l'uso ripetuto e creativo delle scenografie fotografiche come nel caso di Moooi in via Savona o di Magis in Fiera, che perseguono lo stesso obiettivo: ritrarre in modo originale la vita quotidiana che scorre.

Per molte aziende è ormai necessario sostenere in modo credibile una visione distintiva, seguendo le logiche di una nuova egemonia, permanentemente generativa: il design thinking. Non basta avere una buona idea, o un buon prodotto, ma bi-

avvolti da un'onda video-musicale che ripropone le trame e gli intrecci cromatici che hanno distinto per decenni il dna di questa straordinaria coppia di stilisti e della loro azienda/famiglia. L'assenza assoluta di prodotti e di materia tessile viene compensata dalla performance sensoriale di assoluta intensità, in cui i visitatori si lasciano avvolgere, fotografandosi a vicenda e invadendo in questo modo lo spazio relazione dei social network. La visione creativa di Missoni conferma la propria credibilità attraverso una performance che mescola arte, musica, teatro, puntando a un coinvolgimento diretto e senza mediazione del visitatore, che diventa protagonista come avveniva un tempo negli spettacoli del teatro totale.

Lo stesso avviene in forma assai diversa ma altrettanto potente nell'allestimento di Hermès in via Clerici, in un luogo dal fascino straordinario come il Circolo filologico, nelle cui sale è stato allestito dalla Maison una sorta di alveare di spazi abitati con straordinaria classe ed eleganza, che esprime tutto il fascino dell'eccellenza francese. In modo molto simile, ma nella sua variante italiana, Cappellini ha allestito in Fiera il suo stand, mettendo in scena i luoghi dell'abitare, mescolando prodotti iconici con la logica scenografica di un «panotticon» circolare che il visitatore può abbracciare con un solo sguardo. Kartell ha scelto inve-



Grandi foto per entrare in modo originale nella vita quotidiana

sogna sostenerli con una capacità trasformativa e convocativa di racconto e di messa in scena che oggi fa la differenza. Bmw ha scelto addirittura la Facoltà teologica per presentare l'installazione Quiet Motion dei fratelli Bouroullec, altri grandi protagonisti della design week, che lavora sull'idea di una qualità discreta per la mobilità di un'auto: la silenziosità. Moroso nel suo spazio di via Pontaccio lo ha fatto invece puntando sul «flower design», al centro di una scena con pannelli mobili che ricorda un teatro giapponese.

È in questa direzione che i prodotti e il loro design dovranno in futuro rispondere alla ricerca di esperienze emozionanti, da raccontare — come accade in viaggio — garantendo stimolazione, cultura, intensità, unicità, relazione felice con il mondo.

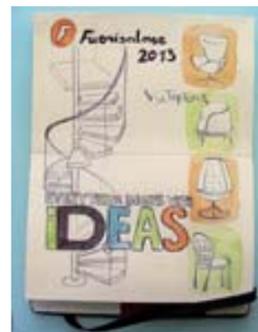
*Francesco Morace è sociologo e presidente di Future concept lab

La città in Moleskine

La kermesse accogliente in una scala e delle sedie

di ANNA BORGONOVO

Questa è la mia prima volta alla Settimana del Design. Vengo da Lecco, ho vent'anni e studio al Politecnico, quindi la curiosità era bruciante. Certo, mi ha colpito la vitalità di questa città. Mi hanno colpito alcune installazioni originali. Ma quello che davvero mi ha sorpreso è stata la capacità di Milano di essere molto accogliente. Ecco perché sul mio taccuino ho disegnato una scala a chiocciola e delle sedie: la sensazione che ho avuto è stata quella di una città che ti ripete in continuazione: «Vieni, siediti, accomodati». La scala che vedete l'ho notata in via Tortona, al Su-



perstudio Più. Le sedie le ho viste dappertutto, icone di una tradizione, quella italiana, ancora esistente in tutto il mondo. Insomma, il ricordo che porterò dentro è quello di un mondo in cui ogni idea sembra realizzabile. Noi giovani, oggi, ne abbiamo bisogno.

Anna Borgonovo è una degli studenti del corso di Comunicazione visiva della Scuola di design del Politecnico di Milano, che documentano la Design Week attraverso schizzi, ritagli, appunti sull'album giapponese della Moleskine.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

lità del total living pensato e prodotto nel Bresciano, nella Bergamasca, nel Triveneto ed esposto in quello che già è un Expo in anticipo di due anni. L'evento Hermès al Fuorisalone, che contamina la haute couture di moda con il design d'eccezione, ha il suo correlato nello stand cuneese di domotica al Salone. In mezzo c'è una babele che è babilonia: esplosione della cultura gossip e vip in flash-mob tematici, ovunque si ha accanto uno stylist svedese in grado di tradurre gli arcani del catalogo Ikea (ho sottoposto a questo esercizio un trentenne di Malmö, incontro alla presentazione di una linea di lampade a luce calda) oppure un adepto di qualche chef che mostra la sua alta cucina sotto il profilo del design dell'impiattamento.

Ied, Naba, Politecnico del design: il sistema di educazione milanese si scopre orientato a questa nebula di neocultura, ricca di sforzi e fibre ottiche, pigmenti a zero impatto e forme mutagene. Non sono le cinque giornate del Risorgimento, certo. Però che si tratti del Risorgimento 2.0 di Milano è ormai una certezza.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

» **Arik Levy** Il designer e artista israeliano, protagonista al Salone con i cristalli Lasvit e al Superstudio con una suggestiva installazione

«Bottiglie-lampadario, per me sono sculture nello spazio»

PROFILI
Come bottiglie, appese una accanto all'altra, sembrano fluttuare nello spazio. Vetro soffiato, colori che lasciano trapassare la luce, semplicità, ma la forma è scultorea. È un lampadario, si chiama Jar Rgb, l'autore è Arik Levy, cinquant'anni, israeliano con studio a Parigi, designer ma anche artista. Per questo il concetto di scultura non è così lontano da questo pezzo, creato per la cristalleria boema Lasvit: «I colori si leggono attraverso la trasparenza del vetro. Sembrano bottiglie ma le definisco sculture di luce, perché puntano sull'emozione: la bravura dei maestri vetrai è trasmessa solo in modo indiretto».

Forme semplici, concetto complesso. Basta la frase d'inizio per capire che Levy non è un designer dell'immediatezza, dall'arredo facile da cogliere a un primo sguardo:

«Mi interessa ciò che si vede, ma anche quello che potrebbe essere. Cerco di creare una piattaforma su cui ciascuno possa innestare quello che vuole».

Tutto nasce da altro, per l'esattezza dall'esperienza nel negozio di



piccoli elettrodomestici del padre a Tel Aviv che lui da piccolo vedeva alle prese con le riparazioni: «Guardavo quegli elementi innestarsi tra loro per arrivare alla configurazione finale. Ne ero affascinato perché

mi sembravano delle architetture visuali. A lui, che mi vedeva sempre a osservarlo mentre lavorava, venne l'idea di commissionarmi un oggetto da realizzare: in cambio mi dava una tavoletta di cioccolato». L'arte povera («È stata la mia prima espressione artistica», svela) ma anche la costruzione di tavole da surf, tutto concorre al suo design: si potrebbe dire, concetto profondo e forma essenziale.

Ma gli oggetti d'arredo? «Di base mi sento un artista, disegnare pezzi funzionali è stato il passaggio successivo: all'inizio mi era utile per essere libero di creare oggetti d'arte autofinanziandomi, rinunciando, quando volevo, all'appoggio delle gallerie. Oggi coltivo entrambi gli ambiti, creando uno scambio». I materiali, punto forte della

sua ricerca: «Per esempio il vetro: è magico, si modifica davanti ai tuoi occhi, è duro e morbido, veloce e lento, cambia continuamente. Permette l'interazione dell'uomo». Fluidità, a volte persino nei materiali più duri, basta guardare la sua

**Doppio binario**

«Mi sento un artista, gli oggetti funzionali sono stato il passo successivo»

Forme Arik Levy con il lampadario Jar Rgb di Lasvit e un arredo da esterno per Emu della collezione Shine

© RIPRODUZIONE RISERVATA