

INTERNI

THE MAGAZINE OF INTERIORS
AND CONTEMPORARY DESIGN

N° 9 SETTEMBRE
SEPTEMBER 2011

MENSILE/MONTHLY ITALIA € 10
A € 24 - B € 23 - CH CHF 29 - F € 18
F € 15 - GR € 18 - P cont. € 18 - UK £ 15

Poste Italiane SpA - Sped. in A.P.D.L. 353/03
art.1, comma1, DCB Verona

MONDADORI



ICJ *ITALIAN
creative
junctions*

ITALY > < WORLD



NATIONAL > < INTERNATIONAL
INDUSTRY MARKETS



DESIGN > < NEW
MASTERS GENERATION

11109>



9 771122 365001

Designer CHIAMA IMPRENDITORE

Dieci rappresentanti DELLA nuova generazione DEL DESIGN ITALIANO RACCONTANO I LORO esordi E LE LORO prime esperienze NEL MONDO DELL'ARREDO. A LORO ABBIAMO CHIESTO DI MANIFESTARE quesiti e perplessità RIGUARDO AL rapporto TRA progettista e industria

di Valentina Croci

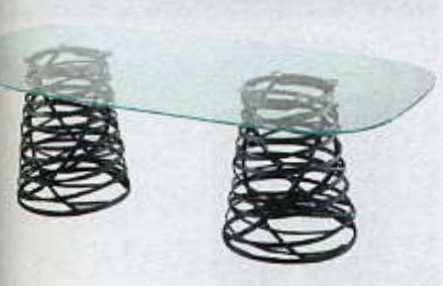
Chi sono i cosiddetti giovani designer italiani e qual è il loro rapporto con l'impresa di settore? Il quadro che emerge dal nostro sondaggio 'a campione' mostra una generazione di progettisti, compresa tra i 30 e i 35 anni, per niente ingenua come maturità progettuale. Le loro sono idee consapevoli del processo produttivo, dei materiali e della relazione che si instaura tra utente e oggetto. La maggior parte dei designer si è formata tra l'Italia e l'estero. E alcuni sono coinvolti attivamente nella didattica universitaria. Svolgono autonomamente un'attività di ricerca, alla scoperta di particolari tecniche di lavorazione e nuove tipologie di oggetti che sviluppano nei propri studi-laboratorio. Ma se la sperimentazione progettuale veniva praticata anche in passato, basti ricordare quella dei Castiglioni, diverso è il rapporto con l'imprenditore, al quale i giovani imputano di non scommettere né sulle risorse umane, né sulla ricerca come metodologia per il rinnovamento sia dei processi produttivi che del mercato. Eppure, la storia del design italiano insegna che, attraverso la reciproca trasmissione di conoscenze e competenze tra designer e industriali, sono nati prodotti che hanno trasformato la prassi del quotidiano, perché in grado di esprimere i cambiamenti sociali e tecnologici in atto. I giovani designer guardano alla cultura imprenditoriale del passato non in termini nostalgici, quanto piuttosto come modello di atteggiamento, propulsivo e di

ricerca, da applicarsi a quei settori dove l'industria nostrana non si è ancora espressa appieno.

Agli imprenditori rimproverano di non promuovere la formazione dei neo laureati e le collaborazioni a lungo termine con i progettisti. Anziché alimentare un vivaio di giovani creativi, molte aziende preferiscono affidarsi a nomi già affermati, anche se la 'celebrity' spesso offusca l'identità dell'impresa e la porta verso l'omologazione dei suoi prodotti. Sembra che le aziende preferiscano il libero battitoire al gioco di squadra. Lo storico scambio tra industria e creativo, continuativo negli anni, sembra oggi sostituito da un rapporto intermittente. I giovani si sentono poco ascoltati e lamentano fatica ad emergere. Che ci sia poca fiducia da entrambe le parti lo testimoniano le bizantine modalità di retribuzione. Non esistono tariffari di riferimento che definiscano gli equi compensi rispetto alle prestazioni. Né regole codificate, come specifici contratti nazionali di lavoro, che stabiliscano il tipo di relazione. I meccanismi di royalties non tutelano in modo adeguato la paternità dell'idea: sono più che altro una compensazione per l'alienazione della stessa. E, in assenza di brevetto depositato o di un contratto che difenda il diritto d'autore, è difficile per il designer perfino rivendicare la royalty su un progetto. La questione sarebbe a monte: perché oggi alcuni imprenditori faticano a riconoscere il ruolo del progettista in termini economici e di competenze? Non investire in una

sinergia con il designer è come non credere al valore del progetto.

A detta di qualcuno degli interpellati, si è in un'epoca 'precipitosa'. Il parcellizzato tessuto industriale della piccola-media impresa, che ha visto lo svilupparsi dei distretti e la diffusione del know-how nel territorio, non sembra più la fortuna delle aziende italiane, in quanto la loro parte è schiacciata dalla concorrenza globalizzata dalla mancanza di incentivi e agevolazioni dello Stato. Così gli imprenditori hanno meno voglia di rischiare. O meglio, non hanno i margini per rischiare. E i designer si mettono in cerca di nuove strade, da soli. Si fanno portavoce di paradigmi alternativi all'industria tradizionale come l'autoproduzione o la piccola serie, in cui il progettista diviene imprenditore di se stesso. I giovani hanno altri strumenti rispetto ai loro Maestri: le nuove tecnologie, che gli consentono di abbattere i costi degli investimenti iniziali e produrre su misura e in quantità a richiesta. Possono unire le forze e confrontarsi in una modalità di progettazione condivisa, secondo una maniera partecipativa appresa dalle reti. E sentendosi coinvolti in prima persona nel processo di sviluppo dei prodotti. Aspetto, quest'ultimo, che lamentano in molti. Nonostante l'atteggiamento disincantato, i giovani designer hanno ancora aspettative sul panorama industriale italiano. Dimostrano curiosità e un fare concreto, lontanissimo dalle utopie e pronto ad attraversare le difficoltà.



DALL'ALTO: DI MENEGHELLO PAOLELLI, IL LAVABO BACK, NGTEC PRODOTTO DA ARTCERAM, SI CARATTERIZZA PER LA SEMPLICITÀ, PROFONDITÀ MINIMA E LA POSSIBILITÀ DI POSIZIONARE LA RUBINETTERIA IN DIVERSI PUNTI DEL LAVABO; IL SOFFIONE SFERA PER FIMA FRATTINI ESISTE IN UNA SFERA CON DUE TAGLI, DI CUI IL PRIMO SCOPRE TUTTI GLI ELEMENTI TECNICI E IL SECONDO MODELLA LA SUPERFICIE DI EMISSIONE DELL'ACQUA (MILANO DESIGN PLUS 2011); IL TAVOLO NEST, PRODOTTO DA EMOH, PRESENTA UN BASAMENTO IN METALLO INTRECCIATO A ELICHE CONCENTRICHE E IL PIANO IN VETRO (TERZO CLASSIFICATO YOUNG & DESIGN 2010).

MENEGHELLO PAOLELLI

"Il primo lavoro che abbiamo ottenuto è stato il disegno di una cassetta per l'acqua di un vaso monoblocco. Un oggetto che non avremmo mai pensato di progettare e che invece ha segnato la nostra specializzazione nel settore del bagno". Sandro Meneghello e Marco Paoletti (classe 1979) si sono laureati al Politecnico di Milano. Nel 2006 aprono lo studio nella stessa città e collaborano soprattutto con aziende del bagno tra cui Antonio Lupi, Artceram, Bertocci, Fima, Carlo Frattini e Hidra. Nella progettazione del bagno si sono dimostrati innovatori introducendo forme e materiali inconsueti, senza trascurare l'aspetto tecnico e di sicurezza, imprescindibile in questo ambiente della casa. Il duo realizza anche allestimenti e arredi per l'area living con Ciacci, Emoh, Omikron e Treccani. Anche in questo caso hanno espresso attenzione al rinnovamento delle tipologie, a partire dalla tecnologia dei materiali. Meneghello Paoletti hanno ricevuto ben tre Red Dot Design Award, due Design Plus e tre segnalazioni al premio Young and Design.

MRSMITH

"I primi passi non li abbiamo fatti seguendo le orme dei maestri. Grazie allo stage presso l'ufficio tecnico di FontanaArte sono maturati i contatti che ci hanno consentito di sviluppare le quattro famiglie di prodotti, che rispecchiano il nostro approccio tecnico e analitico verso il design". MrSmith Studio è stato fondato a Milano da Marco Mascetti e Michele Menescardi. Il nome corrisponde alla versione inglese di "Mario Rossi": un appellativo qualsiasi per presentarsi alle aziende. Ma dal 2008 è un marchio registrato. Lo studio si occupa di industrial, lighting, packaging e graphic design, sviluppando anche l'aspetto di marketing e di servizio. Oltre all'aspetto tecnico, i prodotti di MrSmith evidenziano un carattere comunicazionale che gioca sulla semantica degli oggetti e sui rituali sociali. Non è casuale, infatti, che nel loro portfolio ci siano progetti di food design che scuotono il comune modo di osservare. Il loro portfolio clienti annovera Antonio Frattini, Calligaris, FontanaArte, Ferrero, Glass Design, Miniforms e Nason Moretti.

DALL'ALTO: DISEGNATA DA MRSMITH PER CALLIGARIS, SEXTANS È UNA LAMPADA DA TERRA, DA TAVOLO E A SOSPENSIONE, CON STRUTTURA IN TUBOLARE METALLICO CURVATO E DIFFUSORE IN TESSUTO; LA SEDIA BASIL DI CALLIGARIS TRAE ISPIRAZIONE DALLA FORMA DI UNA FOGLIA DI BASILICO, IN CUI LA NERVATURA CENTRALE È CONTEMPORANEAMENTE TEMA STRUTTURALE E DECORATIVO; PRODOTTO DA FONTANAARTE, IL SISTEMA DI LAMPADE DA PARETE MEDITO RICHIAMA UN RACCORDO IDRAULICO CHE IN QUESTO CASO FA SCORRERE LA SORGENTE LUMINOSA.





Ceramica & Legno

IN BAGNO C'È VOGLIA
DI *natura*. E IL *legno*
NE È PROTAGONISTA. ANCHE
LA *ceramica* INTERCETTA
LA TENDENZA E LA RIDEFINISCE,
GRAZIE ALLA *stampa*
digitale CHE REINTERPRETA
COLORI E *venature*

Eravamo abituati a considerare la qualità mimetica della ceramica in rapporto al modello naturale dei materiali lapidei. Ma è il legno, ora, a rappresentare la maggiore fonte di ispirazione estetica e terreno di sperimentazione tecnologica per il gres porcellanato. Questione di tendenza decorativa, certo, ma anche e soprattutto risposta a una precisa richiesta del mercato (il successo del filone imitativo è particolarmente evidente in un momento di contrazione), che vuole rivestimenti e pavimenti all'insegna della calda naturalità del legno. Ma con prestazioni superiori. Il rapporto naturale/artificiale si gioca tutto nella capacità tecnologica delle aziende italiane del comparto ceramico che, grazie alla stampa digitale, riescono a riprodurre cromatismi e venature specifiche delle varie essenze lignee, fino a declinare la grafica in lastre una diversa dall'altra, imprimere anche effetti decapé, di tintura all'anilina o della lavorazione a taglio sega. Il ventaglio delle proposte è ampio e fa evolvere il retaggio passato della pura imitazione verso una più creativa (e onesta) reinterpretazione. In ogni caso le caratteristiche prestazionali sono la chiave del successo di questi prodotti: inalterabilità nel tempo, insensibilità a luce e agenti atmosferici, resistenza alle sollecitazioni meccaniche. Con buona pace di chi, in casa, preferisce un materiale vivo. (K.C.)

1. ALL DI ANTONIO BULLO DESIGN PER PLAVISDESIGN, LAVABO DA APPOGGIO IN TEAK.
2. DETTAGLIO DEL MODULO MOSAICO 30X30 DELLA COLLEZIONE DI GRES PORCELLANATO INOUT DI DEL CONCA, IN 4 COLORI.
3. MODULO DECORO DALLA COLLEZIONE DI GREENWOOD DI CERIM, GRES PORCELLANATO SMALTATO (16,5X66,4/33X66,4) A EFFETTO LEGNO DECAPATO.



**In
News**



1. NAKED DI MENEGHELLO PAOLELLI ASSOCIATI PER ARTCERAM, LAVABO IN CERAMICA SOTTILE SU MOBILE IN ROVERE, ROVERE SBIANCATO E WENGÉ. 2. SAINT BARTH DI CERAMICA CIR, GRES FINE PORCELLANATO SMALTATO 10X50 E 15X60,8. IN 4 COLORI. 3. ABSOLUTE DI RHS, GRES PORCELLANATO 15X60,5 IN 4 COLORI (OLMO, FAGGIO, ROVERE, ACACIA, NELLA FOTO). 4. LAVABO-CONSOLLE DELLA LINEA TOUCH DI MICHELE MARCON PER MILLDUE, IN LEGNO DI RECUPERO. 5. DI AZZURRA, LAVABO THIN INTEGRATO NEL MOBILE IN BETULLA STORAGE, A CAVALLETTO, DI MICHELE PASINI. 6. SIERRA, DI LA FAENZA CERAMICA, PORCELLANATO SMALTATO RETTIFICATO, FORMATI: 50X100 E 16,5X100 CM. DISPONIBILE IN 6 COLORI.