BAGNODESIGN



TREND
BENTORNATO DECORO!

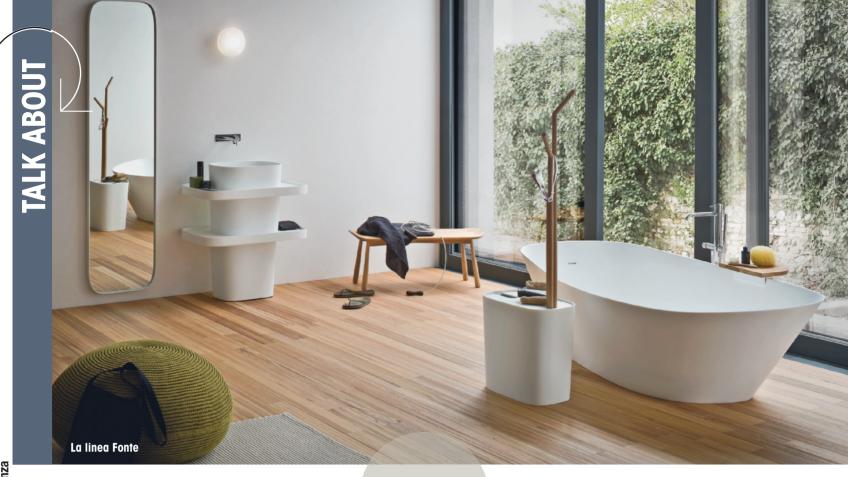
TALKABOUT
COME NASCE UN PRODOTTO
LA RELAZIONE TRA DESIGNER E AZIENDA

COVER SML DI GROHE L'ESSENZIALITÀ IN 5 TAGLIE

tecniche nuove

ISSN 1723-5227 - Bimestrale - Anno XII - numero 03 Poste Italiane Spa Spedizione in abbonamento postale D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) art. 1, comma 1, DCB Milano





RELAZIONI CREATIVE

COME NASCE UN PRODOTTO

ogni progetto ha una storia unica, complessa e ricca di spunti interessanti, colpi di scena, coincidenze favorevoli e scelte determinanti. solo i protagonisti principali sono sempre gli stessi: il designer e l'azienda

è chi vi si approccia in modo scientifico, con indagini di mercato e analisi di marketing, chi in modo istintivo o empirico, basandosi sulla propria esperienza, facendosi trasportare da un gesto, un segno, un'idea: il percorso che le aziende devono intraprendere per tradurre in prodotti e oggetti concreti i pensieri e le visioni di un progettista è spesso tortuoso e ricco di difficoltà, fin dalle prime fasi. Non è

semplice intuire le potenzialità di un progetto quando è solo uno schizzo sulla carta, valutare i possibili risvolti commerciali da un prototipo o programmare la distribuzione e la comunicazione di un prodotto prima di averlo in mano. Durante tutto l'iter progettuale e di

REXA DESIGN & MONICA GRAFFEO

"Osserviamo i progetti che ci piacciono e quando vediamo una continuità che ci interessa, contattiamo il designer e cominciamo a conoscerci, eventualmente a lavorare insieme. Fin ora siamo sempre stati noi a cercare i designer con cui abbiamo collaborato, ma talvolta può capitare che i designer ci presentino direttamente le loro idee e allora le valutiamo".

Dalle parole di Marco Diana, Direttore Commerciale di Rexa Design, è evidente l'approccio al progetto nella definizione di un

prodotto dell'azienda friulana.

"Per il prossimo anno lanceremo brief ben precisi in cui specificheremo materiali, forme, mood, richiamo al gusto e tutte le caratteristiche della collezione che vogliamo realizzare e valuteremo le proposte di tutti coloro che vorranno partecipare. Una sorta di concorso di idee per stimolare la creatività, ma anche uno stimolo continuo per la nostra azienda".

La libertà lasciata al designer è massima, ma come spesso accade, ci sono limiti legati alla vendibilità e al costo del prodotto. "La collaborazione con Monica Graffeo nasce nel 2012 in seguito ad un invito partito direttamente dall'azienda. Quello che ci è piaciuto di Monica è che lei non ha disegnato un singolo oggetto legandolo poi a tutti gli altri, ma è partita da uno studio della stanza da bagno come luogo di condivisione, ispirato alla filosofia giapponese, con l'attenzione ai bambini e a mille particolari che la rendono un luogo da vivere quotidianamente con semplicità e benessere, come per Fonte, la prima collezione che Monica ha disegnato per noi".



sviluppo del prodotto occorre perciò gestire al meglio il delicato rapporto tra azienda e progettista, sia esso un architetto, un designer o un creativo proveniente da altre discipline, perché solo la fiducia reciproca e la consapevolezza di aver bisogno uno dell'altro possono tradursi in risultati d'eccellenza.

perché proprio tu?

In molti casi è l'azienda a commissionare un progetto a un professionista perché in lui individua la capacità di interpretare al meglio quello specifico lavoro. Può essere una scelta dettata da un incontro o una ricerca avviata dopo aver valutato attentamente il percorso professionale del progettista o, più

semplicemente, un'empatia tra imprenditore e progettista che consente di iniziare una nuova avventura.

Diversamente possono essere i designer stessi a proporre alle aziende concept specifici perché identificano in quell'azienda competenze specifiche per sviluppare la loro idea o si trovano in sintonia con lo stile di un determinato brand. Non sono rare le occasioni di fortunati e duraturi sodalizi tra azienda e designer nati con un prodotto sbagliato, o magari proposto in un momento inopportuno. Perché non sempre l'azienda è nelle condizioni perfette per accogliere una proposta, ritenuta comunque valida e degna di approfondimento. A volte si decide di soprassedere e si accantona il progetto per un po' per "tirarlo fuori dal cassetto" in un secondo momento.

ALK ABOUT



CAOS & PAOLO D'ARRIGO

Caos ha scelto di affidarsi a un professionista con cui costruire un percorso di lungo periodo, strutturando un rapporto funzionale ad analizzare l'evoluzione del settore baano e a interpretarla attraverso un metaprogetto. "Riceviamo numerose proposte da designer ma difficilmente sono compatibili con questa strategia aziendale", racconta Lido Storai, responsabile commerciale di Caos, "Credo che nell'industrial design la libertà di espressione di un progettista debba confrontarsi con i vincoli produttivi e commerciali: la qualità del progetto si misura nell'equilibrio fra le componenti del processo che porta al prodotto finale". Paolo D'Arrigo è il designer con cui Caos ha scelto di costruire un rapporto professionale continuativo. "In principio cercavamo un designer per rendere riconoscibile la nostra azienda attraverso dei prodotti esclusivi, ma poi ci siamo resi conto che, nonostante il successo delle nuove serie, avevamo bisogno di una collaborazione che ci aiutasse a costruire una visione strategica. In quest'ottica sono scaturiti sviluppi importanti che ci hanno portato ad un ampliamento merceologico con il nuovo catalogo di termoarredi e più in generale alla riqualificazione dell'intera proposta Caos. Fra i prodotti più rappresentativi: ali accessori Còlora e i termoarredi di design fra cui Libra, Infra e Integra".



stile unico o pluralità di linguaggio?

Molte aziende preferiscono avere un interlocutore unico: instaurano con il progettista un rapporto duraturo, sviluppano un percorso di crescita reciproca, basato sulla coerenza della proposta, sulla fiducia nelle reciproche professionalità, sul coinvolgimento totale nella vita aziendale. Un modus operandi che presenta numerosi vantaggi perché le occasioni di confronto si moltiplicano, i momenti di verifica del lavoro svolto si susseguono frequentemente, le conoscenze si ampliano e permettono un maggiore approfondimento di tutti gli aspetti del prodotto. Altre aziende preferiscono invece aprirsi a un pluralità di linguaggi e stili diversi, sviluppando contaminazioni che vengono anche da mondi lontani, ampliando le possibilità di espressione pur rimanendo nei confini del proprio stile.

La collaborazione con professionisti diversi, magari provenienti anche da discipline trasversali alla progettazione, è sicuramente stimolante e può tradursi in una gamma prodotti che faccia dell'innovazione e della diversificazione il proprio tratto distintivo.

estetica e sostanza

Anche l'approccio del designer all'azienda può assumere connotati diversi. Ci sono progettisti più tecnici che hanno una padronanza e una conoscenza più specifica della materia e proprio per questo riescono a entrare fin da subito in profondità nel progetto. Possono così instaurare un dialogo e una collaborazione stretta con i tecnici o i progettisti



"Da parte di Zucchetti c'è una grande attenzione per quello che avviene in generale nel mondo del design, per capire i mood del momento e i designer che meglio li interpretano. È una ricerca costante a 360° per individuare di volta in volta i progettisti che meglio possano tradurre le nostre esigenze e aspettative", spiega Elena Zucchetti, ad di Zucchetti Design, "In linea di massima al progettista viene concessa molta libertà d'espressione anche se è necessaria una stretta cooperazione con l'ufficio tecnico interno per valutare la fattibilità e poi seguire le fasi di prototipazione e successiva messa in produzione". La collaborazione con Ludovica+Roberto Palomba comincia nel 2004 con la direzione artistica e prosegue poi con il lancio delle prime collezioni di prodotti disegnati dalla coppia. "Ludovica+Roberto Palomba hanno sviluppato di volta in volta progetti di "total design": prodotto, exhibit, grafica e comunicazione sono stati pensati secondo un'unica vision condivisa. Il progetto più significativo è forse stato quello della collezione Faraway, nato come visione completa e complessa dell'ambiente bagno contemporaneo, un mood, non solo prodotto".

AXOR & PHILIPPE STARCK

Vent'anni fa Klaus Grohe, figlio del fondatore dell'Hansgrohe, contattò personalmente Philippe Starck per esporgli la sua visione. "Klaus un giorno ha semplicemente bussato alla sua porta per dirgli "Vorrei parlarti di una mia idea"; da quel momento prese avvio il progetto più incredibile della storia del bagno", rivela Maurizio Lunardi, Amministratore Delegato

Hansgrohe Italia. Da allora il rapporto con Starck ha segnato alcuni momenti fondamentali

nell'evoluzione del marchio Axor.

"Il marchio Axor è nato come laboratorio di ricerca sul grande tema dell'evoluzione dell'ambiente bagno nell'abitare.

A partire dal rivoluzionario concept di Philippe Starck del 1994, Philippe Grohe, attuale responsabile del marchio Axor, ha contattato alcuni fra i più grandi professionisti internazionali, tra cui Jean-Marie Massaud, Patricia Urquiola, Erwan e Ronan Bouroullec".

Ogni idea viene poi condivisa con l'ufficio tecnico dell'azienda tedesca "I designer entrano nel team e sono 'costretti' a lavorare con tecnici e ingegneri. Sono lavori che a volte durano fino a 5 anni in un continuo spingere i limiti oltre a ciò che viene considerato fattibile inizialmente".



GATTONI & SCACCHETTI/PIVA/GAETA

"Abbiamo scelto di collaborare con questi tre designer perché avevamo bisogno di elevare la qualità e l'estetica dei nostri prodotti e lavorare con professionisti di fama accertata ci è sembrata la soluzione migliore" racconta Alessandro Pisani, Direttore Marketina di Gattoni Rubinetteria, che aggiunge "Fin dall'inizio si è instaurato un rapporto continuativo tra ufficio tecnico e designer che per noi è una prassi fondamentale ogni qual volta venga utilizzato un progettista esterno all'azienda: si deve creare un connubio perfetto tra liberà creativa, innovazione tecnologica e produttiva di ogni singolo prodotto. In particolare volevamo legare la tecnologia sviluppata dal nostro Technical Dept. a delle firme importanti del mondo del design e dell'architettura contemporanea e abbiamo chiesto loro di "vestire" con la loro creatività il corpo del miscelatore. Marco Piva, Luca Scacchetti e Pietro Gaeta sono stati felicissimi di poter dare il loro contributo e la loro esperienza. Non c'è un prodotto che meglio rappresenta questa sinergia e non abbiamo mai volute mettere i 3 designer in concorrenza perché ognuno di loro ha una propria valenza architettonica e caratteristiche progettuali che li rendono volutamente diversi e unici fra loro come è nello stile dei propri creatori".

RITMONIO & LANA+SAVETTIERE

Il miscelatore Boomerang di Marco Piva

"Non esiste un'unica modalità di contatto per avvicinarsi a un designer: spesso sono i progettisti a inviarci e proporci le loro idee, altre volte invece la collaborazione nasce in seguito a workshop o conferenze tematiche", dice Carlo Ritmonio, ad dell'azienda di Varallo, "Dopo il concept progettuale, in cui i designer esprimono in massima libertà la loro creatività, il rapporto con l'azienda è continuativo: le competenze tecniche dell'Ufficio Tecnico sono utili per definire i dettagli del progetto, complice il fatto che la rubinetteria è un settore in cui tecnologia e regolamentazioni hanno un'influenza determinante nel risultato finale". Nel 2013 inizia la collaborazione con lo studio Lana+Savettiere, nata in seguito a un meeting della Camera di Commercio di Torino. L'incontro è stato l'inizio di un percorso di collaborazione con lo studio che si è risolto con l'ideazione di una nuova serie, ricca di concetti e dettagli innovativi. "Con lo studio Lana e Savettiere abbiamo sviluppato la serie Tweet, pensata per esprimere l'attenzione dell'azienda verso l'ambiente e il risparmio idrico e per avvicinarsi sempre più alle esigenze del consumatore responsabile. L'approccio progettuale fresco e spontaneo dei due designer ha contribuito a delineare la forma della leva che accompagna la naturalezza del movimento rendendo un gesto responsabile anche naturale





interni all'azienda e intervenire direttamente in tutte le fasi del progetto: dalla scelta dei materiali alle finiture, dalle specifiche tecniche del prodotto al perfezionamento del suo funzionamento. Al contrario ci sono designer più "formali", legati cioè all'idea e al segno generatore del progetto, che si limitano a proporre un concept più o meno approfondito, lasciando all'azienda il compito univoco di interpretarlo e tradurlo secondo le proprie capacità in un prodotto più o meno accattivante. Gli ultimi anni hanno insegnato come un rapporto basato sul coinvolgimento del progettista, anche negli aspetti successivi all'ideazione del prodotto, porta numerosi benefici allo sviluppo stesso del progetto, perché solo così è possibile motivare ciascuna scelta e condividere in pieno le difficoltà e gli ostacoli che ogni progetto presenta. Comprendere i delicati meccanismi che regolano l'attività di un'azienda può aiutare il progettista a

validare le proprie tesi ma anche a tornare sui propri passi. Il confronto è fondamentale e può portare ad esempio a ripensare alle dimensioni dell'oggetto o alle sue proporzioni per soddisfare normative o richieste particolari, a rivedere le scelte di finiture e colori in base alle esigenze distributive dell'azienda e al target di mercati diversi, ad ampliare la gamma proposta per offrire un mood coordinato in tutti gli elementi che andranno a comporre un ambiente.

Si dice spesso che il nostro paese è la culla del design mondiale. Questo è vero in parte: la creatività non ha confini e il progetto può nascere ovunque. Quello che era davvero unico e che è necessario ricreare è lo straordinario rapporto tra progettisti e imprese, tra designer e aziende, tra artigianato e industria che è l'essenza del Made in Italy, quello vero, quello fatto di passione, condivisione, costanza...quello che nasce da un buon progetto.