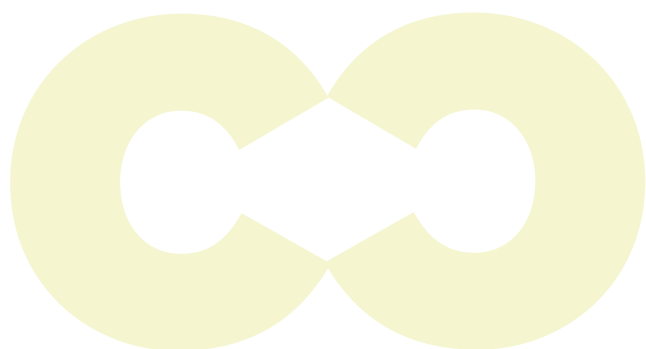




CULTURECLUB

HABITAT&BENESSERE



Un luogo d'incontro dove si condividono storie, visioni e intuizioni trasversali al mondo del design.

Non un magazine, ma un momento di confronto e di approfondimento culturale.

Il nostro contributo per creare stimoli e riflessioni insieme a chi vuole esserne protagonista.



FOCUS THREE

AGORÀ

RIFLESSIONI IN STILE LIBERO

“Dal senso del progetto al prodotto per tutti. Dalla progettazione sostenibile all'autoproduzione. Quali le nuove frontiere del design? Ce ne parlano: Matteo Ragni, Francesco Lucchese, Piet Billekens, Andreas Seegatz, Silvana Angeletti e Daniele Ruzza, Davide Oppizzi, Marco Paoletti e Sandro Meneghello, Alberto Novara e Ambrogio Matteo Nespoli.”

IL DESIGN OGGI: COS'È DIVENTATO E... DOVE STA ANDANDO?

E, dunque, cosa significa progettare oggi, in una società investita da profonde trasformazioni? Da un lato i processi di modernizzazione si estendono ormai a tutto il mondo, dall'altro svaniscono progressivamente permanenze, tradizioni e appartenenze. Ci si trova così immersi una società progettante, nel senso che il progetto diventa sempre più un'attività che permea la nostra esistenza. Per Silvana Angeletti e Daniele Ruzza, “Tutto è progetto. Non è possibile cristallizzare il design in una definizione univoca: tante le espressioni, le sensibilità e ambiti inconsueti in via di esplorazione”. Continuano Angeletti e Ruzza: “Il design, oggi più che mai, è strumento per indagare la vita. Risponde oltre che all'intelligenza della funzione, ai bisogni emotivi, spirituali, intimi delle persone”. Design, così utilizzato eppure così sfuggente nella definizione anche per Davide Oppizzi. “Quasi tutto è design, progettato e realizzato con lo sguardo rivolto al

bello, al buono e al vero. Qualcosa di totalmente ordinario nello straordinario”. Parlano di processo, invece, Matteo Ragni, Marco Paoletti e Sandro Meneghello. “Il design sempre meno limitato al prodotto è aperto al processo”. E aggiunge Ragni: “Un percorso che si fa insieme all'industria anche per delineare nuove e diverse modalità di promozione e comunicazione del prodotto. Perché, oggi, il ruolo del designer va oltre il progetto del prodotto tout court”. Come lo stesso Thomas Maldonado scriveva, il designer è un ‘integratore di competenze’, o come, già da tempo suggerisce Ezio Manzini, un ‘facilitatore di processo’. E ancora: “Design inteso come la risoluzione a un problema”. E' questa la definizione che piace a Marco Paoletti e ad Alberto Novara e Ambrogio Mat-

teo Nespoli. Secondo Andreas Seegatz e Francesco Lucchese, il design non può prescindere dall'evoluzione del sistema culturale. Piet Billekens parla di

estensione tipologica: “Design oggi significa progettazione di artefatti tridimensionali e non solo di prodotti...”.

1. a sinistra, dall'alto: S. MENEGHELLO & M. PAOLELLI
_A. M. NESPOLI & A. NOVARA _P. BILLEKENS
_D. OPPIZZI _S. ANGELETTI _D. RUZZA _A. SEEGATZ
_M. RAGNI _F. LUCCHESI

“ VERO PROGETTISTA È IL CONTADINO CHE
PIANTA UN BOSCO DI QUERCE. EGLI NON POTRÀ USU-
FRUIRNE. LO POTRANNO LE GENERAZIONI FUTURE.
(ENZO MARI)

“ IL DESIGN NON È MAI ISOLATO DAL
CONTESTO SOCIALE E POLITICO. (PIET BILLEKENS)

RIFLESSIONI IN STILE LIBERO



**CI SONO UN'INFINITÀ DI ATTIVITÀ CHE VENGONO
CHIAMATE CON IL TERMINE DESIGN E CORRISPONDONO
A UNA DOMANDA MOLTO ESTESA DEL MERCATO
INDUSTRIALE. UN MERCATO CHE HA BISOGNO
DI INNOVAZIONE, SOTTO MOLTE FORME, DALLA
FUNZIONALITÀ ALLA SOSTENIBILITÀ. (ANDREA BRANZI)**

FOCUS THREE AGORÀ

RIFLESSIONI IN STILE LIBERO

OLTRE L'ETICA E L'ESTETICA: IL SENSO DEL PROGETTARE

Senza un lavoro di design che agganci il frenetico pullulare di possibilità offerte dagli oggetti al sentire proprio della dimensione umana, fatta di parole, gesti, abbracci, profumi, morbidezze, spigolosità, l'uomo rischierebbe di venire fagocitato dalle sue 'cose', perché le genererebbe senza senso... come già avviene nella produzione e nelle abitudini di vita inquinanti. Se, quindi, la tecnica è chiamata a progettare la funzione degli oggetti, il design è chiamato a progettarne il senso. È questa la missione del design del XXI secolo (www.exibart.com). "E, dunque - attraverso le parole di Silvana Angeletti e Daniele Ruzza - il buono sarà anche il bello, la bellezza sarà intimamente connessa all'etica e alla capacità di generare empatia, il senso del progettare sarà al servizio dell'inclusione e del rispetto, per tutte le donne e gli uomini del pianeta. E per il pianeta stesso".

“LA SEMPLICITÀ È BELLEZZA PERCHÉ 'PARLA' ED È COMPRENSIBILE A TUTTI. LONTANA DA RAGIONAMENTI CEREBRALI E INTELLETTUALI CHE SPESSO OGGI SI UTILIZZANO PER RACCONTARE GLI OGGETTI. (S. ANGELETTI E D. RUZZA)

“

IL LUOGO COMUNE È QUESTO: DESIGN DEMOCRATICO SIGNIFICA ECONOMICO. NON È NECESSARIAMENTE COSÌ. (MATTEO RAGNI)

”

2.



3.



IL BELLO E UTILE PER TUTTI. SEMPLICITÀ DEGLI OGGETTI, ATTENZIONE PER LA FUNZIONE E I MATERIALI. DA IKEA A COOP A COIN, QUANDO IL DESIGN SI FA DEMOCRATICO...

"Il design nasce per essere democratico. La riproduzione su scala industriale compare con lo scopo preciso di rendere accessibili gli oggetti, oltre che naturalmente buoni e belli". Così si esprimono Silvana Angeletti e Daniele Ruzza. Che aggiungono: "Design alla COOP è un esempio illustre di progetto

democratico, tuttavia l'operazione ha avuto una incidenza rilevante più dal punto di vista culturale che economico. Ikea, al contrario ha avuto una portata rivoluzionaria dal punto di vista della distribuzione e accessibilità al design ma troppo spesso attinge impropriamente al patrimonio di altre aziende". E la semplicità? "E' sempre testimone di intelligenza profonda. E' frutto di un enorme lavoro di pulizia, di scrematura, di consapevolezza. La semplicità non solo nel design ma anche nella vita implica una comprensione profonda del problema che vie-



2. GRAFF_SENTO
_ANGELETTI RUZZA DESIGN

3. W-EYES_MOD.605LA
_M. RAGNI DESIGN

**FOCUS THREE
AGORÀ**
**RIFLESSIONI
IN STILE
LIBERO**

ne risolto in maniera chiara, netta e potente. La semplicità è una vibrazione profonda che risuona dentro di noi in maniera indelebile". Il design democratico parla al cuore di tutti, tocca le note profonde dell'anima e risuona... Dalla semplicità al tempo, "Democratico è il prodotto che perdura, secondo Alberto Novara e Ambrogio Matteo Nespoli, e che impatta meno proprio grazie alla sua durata. Utilizzato e non consumato". "Che - aggiunge Matteo Ragni - flirta, compenetra, instaura una relazione 'poetica' con il fruitore. E' questa la magia di un prodotto. Il suo valore commerciale diventa, allora, secondario rispetto alla capacità di creare continuità e, quindi, un senso all'esperienza". Un'opinione, questa, condivisa anche da Marco Paoletti e Sandro Meneghelli. Contrari all'obsolescenza programmata degli oggetti, per Francesco Lucchese, Alberto Novara e Ambrogio Matteo Nespoli, ma anche per Ragni stesso e Davide Oppizzi, più un prodotto dura più è democratico, più è sostenibile. E proprio Oppizzi auspica un futuribile mondo con meno oggetti. La formula? "Meno ma meglio". Condivisa peraltro da Piet Billekens e Andreas Seegatz.

4. FRIUL MOSAIC_GLI ELEMENTI
_NESPOLI E NOVARA

“

IL PRODOTTO CHE DURA NEL TEMPO È SOSTENIBILE. UNPRODOTTO DI NICCHIA, DI FASCIA MEDIO ALTA PENSATO E REALIZZATO PER DURARE ANNI IMPATTA SICURAMENTE MENO DI UN PRODOTTO DI CONSUMO. (A. NOVARA E A. M. NESPOLI)

”

"... Parlando poi di progetti, molto diverso dallo slogan di IKEA è il concetto di design democratico presente in un'iniziativa della catena di distribuzione Coop, promossa da Giulio Iacchetti con la partecipazione di un altro gruppo di giovani designer, che nel 2005 ha presentato nei suoi negozi una collezione di oggetti d'uso quotidiano molto economici, dalla molletta per i panni alla bacinella per il bucato. Iacchetti ha poi svilup-

4.



pato ulteriormente il progetto ed è stato, quindi, incaricato di coordinarlo. Per i giovani designer si è delineata la possibilità di trovare un senso per il loro operare, al di là della generale tendenza all'estetizzazione degli oggetti sul mercato del lusso. Una strada interessante soprattutto perché nata dalla collaborazione tra designer e una grande azienda e, senza grandi illusioni, riapre un discorso in cui la semplicità degli oggetti

corrisponde a un'attenzione per la funzione e i materiali. E vi si è potuto leggere una tendenza: l'esercizio di un pragmatismo progettuale che abbandona le utopie delle avanguardie del XX secolo per concentrarsi sulla reale fattibilità di progetti utili a molti con la volontà di progettarli senza rinunciare alla qualità formale... Rifiutando un'idea in cui l'etica si dissocia dall'estetica...".
 (Vanni Pasca)

“

L'USO LIMITATO DEI MATERIALI E DELLE MATERIE PRIME UTILIZZATE PER REALIZZARE UN PRODOTTO CONTRIBUISCE A RIDURRE I RIFIUTI E GLI SCARTI. QUESTO È UNO DEGLI OBIETTIVI DEL DESIGN SOSTENIBILE. SARÀ OPPORTUNO, POI, PUNTARE SUL FATTORE LONGEVITÀ. (DAVIDE OPPIZZ)

”

5.



5. DESIGNHEURE_EAU DE LUMIERE_D.OPPIZZI



FOCUS THREE AGORÀ

RIFLESSIONI IN STILE LIBERO



6.

“Siate umani e progettate per il mondo”
(Enzo Mari).

DALLA PROGETTAZIONE DEMOCRATICA A QUELLA SOSTENIBILE. IL DESIGN DAVVERO SALVERÀ IL MONDO?

Può essere definita come una nuova ricerca del senso del progettare oggi. Gran parte degli oggetti possono essere costruiti senza compromettere la capacità naturale del pianeta di provvedere ai bisogni delle future generazioni, in circostanze socialmente accettabili e con una obsolescenza eco-compatibile. Perciò la sostenibilità coinvolge non solo i materiali, ma l'intero il ciclo di vita del prodotto. In tal senso, secondo Alberto

“

IL DESIGN DEVE RISPONDERE ALL'URGENZA DI INNOVAZIONE DEL MERCATO IN EVOLUZIONE. ASSISTIAMO A UNA PROGRESSIVA INTERNAZIONALIZZAZIONE DOVUTA ALLA GLOBALIZZAZIONE E CREDO CHE IL DESIGN ITALIANO SIA UN MODELLO DI RIFERIMENTO. (F. LUCCHESI)

”

Novara e Ambrogio Nespoli, Piet Billekens e Matteo Ragni, “I designer hanno una responsabilità, sono in grado di produrre cambiamenti nel mondo”. E proprio Ragni aggiunge: “Il design salverà il mondo insieme a tante altre cose tra cui la politica. Perché, ribadisce Ragni, in qualche modo la politica e il design vanno di pari passo”. Il design salverà il mondo? “Me lo auguro e vivo per questo -sottolinea Francesco Lucchese. Una visione romantica, come lo stesso Lucchese definisce, che vede il design come strumento per migliorare la qualità della vita”. Per Silvana Angeletti ma anche per Andreas Seegatz, “Non sarà il design a salvare il mondo, lo salveranno le persone con la loro nuova consapevolezza e un approccio al progetto e alla vita sano, pulito, creativo”. Mentre per Davide Oppizzi, il design giocherà un ruolo importante nel sensibilizzare l'umanità alla bellezza. Sarà questa, anche secondo Alberto Novara e Ambrogio Nespoli, a salvare il mondo. Infine, con Marco Paoletti e Sandro Meneghello, il focus si sposta sul significato profondo di ‘progettare per’ il mondo, anziché ‘salvare’ il mondo, che si traduce elaborando soluzioni di prodotto, di processo, di servizio.

6. FIR ITALIA, SYNERGY
_F.LUCCHESI

... MA I COMMITTENTI?

A CHI DEVE RIVOLGERSI UN DESIGNER, CHI SONO I SUOI INTERLOCUTORI? ATTENTI, ADESSO PERDE LA PAZIENZA: “LA PAROLA DESIGN NON MI PIACE, NON LA CAPISCO. E CHE IL DESIGN NON ESISTA PIÙ NON LO DICONO SOLO I FOLLI COME ME MA ANCHE LE IMPRESE. VOLETE SAPERE CHI SONO I MIEI VERI COMMITTENTI? SETTE MILIARDI E MEZZO DI PERSONE, TUTTI GLI ABITANTI DELLA TERRA. NON PENSATE AL PICCOLO GRUPPO, AL NEGOZIO SOFISTICATO DI DESIGN. SIATE UMANI, FATE QUEL POCO CHE RIUSCITE A FARE. MA FATELO PER TUTTI”.

(INTERVISTA A ENZO MARI - LA STAMPA DESIGN, 2013)

7.



“

IL DESIGN È IL PROCESSO CHE PARTE DAL PROBLEMA DATO SINO SUA RISOLUZIONE. ALL'INTERNO DI QUESTO PROCESSO, DESIGN E IMPRENDITORE SONO FIGURE DISTINTE CHE OPERANO IN SINERGIA. (M. PAOLELLI E S. MENEGHELLO)

”

7. VICTORIA+ALBERT, AMIATA
_MENEGHELLO PAOLELLI ASSOCIATI



**FOCUS THREE
AGORÀ**
**RIFLESSIONI
IN STILE
LIBERO**
**VERSO
L'AUTOPRODUZIONE, IL
FUTURO POSSIBILE**

Rappresenta un'interessante alternativa al modello industriale tradizionale. Autoprodurre implica, però, saper gestire diverse capacità progettuali, competenze tecniche e commerciali: una sfida molto complessa e interessante. Afferma Ragni: "Negli anni '90 l'autoproduzione rispondeva alla necessità di realizzare prodotti che non trovavano una committenza. E anche la volontà di esprimere se stessi in relazione a un'idea di impresa non aderente alle nostre aspettative. Oggi l'evoluzione, l'accesso alle nuove tecnologie declinate sia in fase di progetto sia in fase di lavorazione, la facilità di comunicazione attraverso la rete, hanno favorito e rafforzato l'autoproduzione, ponendo in diretto contatto il designer e il consumatore. Non va, tuttavia, confusa con neo artigianato". Aggiunge Davide Oppizzi: "Si sfruttano le potenzialità delle tecnologie digitali e si vanno ad intercettare nuove nicchie o nuove tribù di consumo sempre più consapevoli e sensibili a una non omologazione del prodotto". Per Andreas Seegatz l'autoproduzione sarà il futuro. Mentre per Piet Billekens, "Autoproduzione e artigianato conquisteranno sempre più spazio nel design dei prossimi anni, perché i gio-

vani designer sono in continuo aumento e le aziende in diminuzione". Autoproduzione? Scettico Lucchese. "Quando incontra una domanda via via crescente perde il suo significato intrinseco. Anche secondo Alberto Novara e Ambrogio Nespole, Marco Paoletti e Sandro Meneghello, "Si tratta di capire come si potrà evolvere il ruolo del design/imprenditore. E, quindi, un fenomeno che andrà monitorato nel tempo". Infine, Silvana Angeletti e Daniele Ruzza: "Crediamo fortemente che nel prossimo futuro le persone saranno chiamate tutte a esercitare i propri talenti artistici. La possibilità di esprimersi attraverso l'uso delle mani e del cuore permetterà di vivere una vita più piena e felice. Sarà questo a nostro avviso la nuova autoproduzione, la necessità di usare di nuovo le mani per costruire oggetti pieni di senso e significato".

RIFERIMENTI

www.angelettiruzza.it
www.dcube.ch
www.foreseedesign.com
www.francescolucchese.com
www.matteoragni.com
www.meneghellopaolelli.com
www.nespolinovara.com
www.starsnet.de



“

DESIGN AUTOPRODOTTO SIGNIFICA NON SOLTANTO IDEARE UN OGGETTO, MA ANCHE SEGUIRE L'INTERO CICLO DI REALIZZAZIONE E DISTRIBUZIONE. NELL'AUTOPRODUZIONE IMPRENDITORE E DESIGNER SONO LA STESSA PERSONA.

(ANDREAS SEEGLATZ)

”

9.



8. BUGATTI NOUN
_A.SEEGLATZ

9. PROGETTO_BEND
_P.BILLEKENS



CONCEPT: tac comunic@zione | taconline.it

COORDINAMENTO: Maruska Scotuzzi

PROGETTO GRAFICO: Marina Bonanni | marinabonanni.it

IMPAGINAZIONE: Giulia Gotelli | tipografiamoderna.net

si ringraziano:

cement design®

www.cement-design.it

fiora | TOUCH YOUR BATHROOM

www.fiora.es

FIR
ITALIA

www.fir-italia.it

FritsJurgens®

www.fritsjurgens.com

FRIUL
MOSAIC

www.friulmosaic.com

GRAFF®
CUTTING EDGE DESIGN

www.graff-mixers.com

PLANIT®

www.planit.it

Progetto

www.laprogetto.it

TECE:
Intelligente Haustechnik

www.tece.it

victoria ⊕ albert®
volcanic limestone baths

www.vandabaths.com

