

RECAP.

(facciamo il punto della situazione)

Appena terminato il **SALONE DEL MOBILE DI MILANO**, abbiamo chiesto a 12 protagonisti (designer, imprenditori, curatori, buyer) di riflettere sulla settimana più importante dell'anno, su cosa è il design adesso, su dove sta andando. Ecco il loro pensiero.

servizio a cura di RUBEN MODIGLIANI — ha collaborato ELENA DALLORSO



“Nella nuova creatività globalizzata viene meno la specificità dei luoghi.”

Silvana Annicchiarico pag. 66



“Oggi non c'è più una sola linea di gusto. Ma tante contaminazioni.”

Giovanni Anzani pag. 66



“La gente, desidera oggetti con una storia da raccontare.”

Cinzia Baldelli pag. 66



“Il colore definisce gli ambienti. È il nuovo comune denominatore.”

Rodolfo Dordoni pag. 68



“Dalla passione per la plastica ci siamo spostati verso legno e metallo.”

Odoardo Fioravanti pag. 68



“Il pubblico è interessato alla sperimentazione. Ma vuole anche emozioni.”

Claudio Luti pag. 68



“La sfida è riuscire a produrre in edizione limitata ma a prezzi competitivi.”

Francesco Meda pag. 70



“Una tendenza importante: la continuità di stile tra indoor e outdoor.”

Roberto Minotti pag. 70



“Tutti inseguono i trend. Invece è giusto che le aziende rispettino il loro dna.”

Francesco Rota pag. 70



“Design a km zero per rispondere al desiderio di unicità.”

Federica Sala pag. 72



“Progettualità propositiva, come negli anni '70. Un momento di grande energia.”

Patricia Urquiola pag. 72

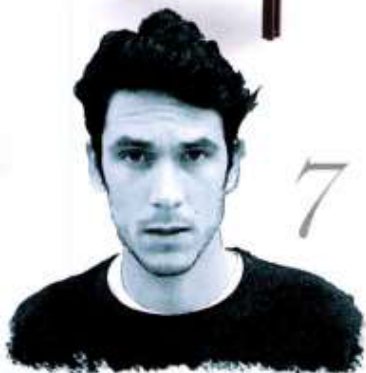


“Dobbiamo imparare a unire sapere artigianale e tecnologia.”

Vincent Van Duysen pag. 72



A DESTRA: **Francesco Meda**, designer. SOPRA: il suo tavolo *Four Split* in marmo cipollino e metallo tagliato al laser, pezzo unico.



Francesco Meda

AUTOPRODUZIONE, fenomeno emergente. Che porta alla ribalta un modo nuovo di fare design.

«**C**he cosa ho visto al Salone? Molte rivisitazioni di un passato forte, iconico: gli anni '50 e '60. Tanti tappeti, ottone, colore. E sempre più autoproduzioni. Oggetti che i designer realizzano per proprio conto o con il supporto di gallerie, spesso in piccola serie. Pezzi che si possono permettere di essere meno commerciali. È una novità importante, specie in un mercato dove il cliente desidera sempre più avere in casa prodotti non massificati, che rappresentino la sua personalità. La sfida, per il futuro, è riuscire a proporre oggetti in edizione limitata ma a prezzi competitivi. Uno strumento importante, per questo, viene dalla rete. Ciò porterà a una riscoperta delle tecniche artigianali: perché realizzare una sedia in plastica, per un designer indipendente, è praticamente impossibile».

ROBERTO MINOTTI

La parola chiave è **VERSATILITÀ**: per poter vivere la casa in tanti modi diversi.

«**Q**uest'anno per presentare la nostra collezione abbiamo messo l'accento su naturalità e accoglienza, creando uno spazio dinamico che voleva trasmettere un'idea di eleganza senza tempo e una continuità di stile tra indoor e outdoor. Perché secondo noi il pubblico ha voglia di abitare in ambienti in grado di offrirgli autentico relax. E che sappiano trasmettere un carattere di unicità. Il modo di abitare contemporaneo richiede anche versatilità e dinamismo: a seconda dei

diversi momenti della giornata, per esempio, cambia il modo di utilizzare un divano. E il divano deve sapersi adattare, perché il design (del presente, del futuro) deve tenere conto dei mutamenti dello stile di vita. Un'altra esigenza diffusa? Vivere l'outdoor con la stessa idea di eleganza che si trova in casa».



A DESTRA: *sistema di sedute Freeman*, design **Rodolfo Dordoni** per Minotti. SOPRA A DESTRA: **Roberto Minotti**, architetto e uno dei titolari dell'omonima azienda.



9

A SINISTRA: il designer **Francesco Rota**. SOTTO: *Eydo*, *dormeuse in pelle con base in metallo* da lui progettata per Lema.

Francesco Rota

In un mondo che insegue i trend, la parola chiave diventa **EQUILIBRIO**. E, per le aziende, rispetto del proprio dna. Per mantenere autenticità.

«**Q**uest'anno mi ha molto colpito il *saper fare sistema* da parte delle aziende italiane. La proposta di stile che è emersa dal Salone è chiara: una casa elegante, dove si presta molta attenzione ai materiali, alle finiture (penso al grande successo di rame e bronzo). Le persone hanno bisogno di punti di riferimento; con l'esplosione dell'informazione online, tutto diventa subito di pubblico dominio. Tutti inseguono i trend. Ma secondo me è più giusto che le aziende rispettino il loro dna, altrimenti il rischio è vedere il mondo invaso da repliche delle stesse cose. Tendenze per il futuro? Un equilibrio tra linee tese, che danno definizione e volumi morbidi, che ingentiliscono. Mi spaventa un po' vedere divani pensati per case immense. Il design non deve essere solo per la fascia alta del mercato».

