

INTERNI

THE MAGAZINE OF INTERIORS
AND CONTEMPORARY DESIGN

N°8 LUGLIO-AGOSTO

JULY-AUGUST 2016

MENSILE ITALIA / MONTHLY ITALY € 8
AT € 16,50 - BE € 15,10 - CA \$can 27 - CH Chf 18
DE € 20 - DK kr 145 - E € 15 - F € 15 - MC € 15
UK £ 12,10 - PT € 15 - SE kr 160 - US \$ 28

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

 **MONDADORI**



ITALY-JAPAN
DESIGN
ENCOUNTER

PhotographING

ITALIA-GIAPPONE,
150 ANNI DI RELAZIONI CREATIVE

INsights Viewpoint

L'ESTETICA DEL DIVENIRE

INside Architecture

PROGETTI DI DGT STUDIO/DAN DORELL,
LINA GHOTMEH, TOYO ITO ARCHITECTS,
MOUNT FUJI ARCHITECTS, TSUYOSHI TANE,
TAKURO YAMAMOTO ARCHITECTS

Cover Story

FUTURO LUMINOSO

Protagonists

NAOTO FUKASAWA,
SETSU E SHINOBU ITO,
MIST-O, NENDO,
KENSAKU OSHIRO,
TOKUJIN YOSHIOKA

Shooting

ORIENTALISMI
ISPIRAZIONE NATURA



LEUCOS[®]

LOVABLE LAMPS

A D O R A B I L I L A M P A D E

Seguici su:



www.scavolini.com
Numero verde: 800 814 815





scavolini

IL MIO BAGNO, IL MIO LIVING, LA MIA CUCINA.

CUCINA modello **LiberaMente** disegnata da Vuesse

SCAVOLINITM

La più amata dagli Italiani



Divano Avi e poltrone Soor design Jai Jalan.
Tavolini Sabi design Setsu & Shinobu Ito.
Tappeto Baobab design R&S Désirée.

ILIAD
ILIAD
Jaca Book
CONGDON
Ame



EXPO VILLAGE
Gruppo Euromobil
official furniture partner
Expo Village
Cascina Merlata



HOMESOFTHOME

DIVANI, POLTRONE E LETTI PER L'ABITARE CONTEMPORANEO. 100% MADE IN ITALY

désirée
divani 





TOTAL BIGLASS
A BILICO. IN VETRO.
SPETTACOLARE.

Porta a bilico Total Biglass, profilo in finitura inox e vetro fumè riflettente, con bordo serigrafato nero. Maniglia Playa. A dx: porte Filomuro con finitura in maltina cementizia. In fondo: porta Filomuro rovere terra. Pareti rivestite con parquet Garofoli rovere terra coordinate alla porta blindata.

GAROFOLI

www.garofoli.com

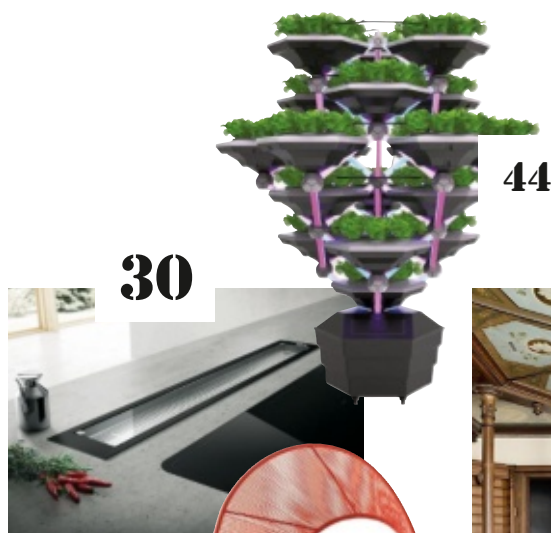
INdice

CONTENTS

luglio-agosto/July-August 2016

In copertina: Aella, la storica lampada da tavolo disegnata nel 1968 da Toso & Massari per Leucos, è ora rieditata in versione sospesa. Tre sottili fili fanno galleggiare nello spazio il grande diffusore trasparente in cui si crea un magico cono di luce. L'innovazione tecnologica data dal potente circuito led dimmerabile, sposa l'arte del vetro soffiato veneziano per ridare vita a un oggetto dal design essenziale e contemporaneo.

On the cover: Aella, the historic table lamp designed in 1968 by Toso & Massari for Leucos, now reissued in a suspension version. Three slender cables make the large transparent diffuser seem to float in space, creating a magical cone of light. The technological innovation provided by the powerful dimmable LED source is combined with the Venetian art of glassblowing, in an object of essential, contemporary design.



44



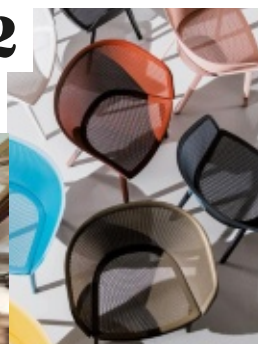
30

26



34

32



54



37



46

Looking AROUND

- 14 **PHOTOGRAPHY** ON THE ROAD
- 16 **EXHIBITIONS** GRANDI PROTAGONISTI / GREAT PROTAGONISTS: GIOVANNI MUZIO E / AND GAE AULENTI
- 18 **IN BRIEF** GEOMETRIE CERAMICHE, NON SOLO VETRO, SEDIE NEL MONDO, DESIGN PARTY / GEOMETRIC CERAMICS, NOT JUST GLASS, CHAIRS IN THE WORLD
- 20 **HOSPICE** DO UT DO
IL MARE IN UNA STANZA / THE SEA IN A ROOM
- 22 **DECLUTTERING** DALLO SPAZZOLONE ALL'ANIMA
FROM THE BROOM TO THE SOUL
- 26 **PRODUCTION** OUTDOOR COCOONING
PROTEZIONI SOLARI / SUNLIGHT PROTECTION
ASPIRAZIONE A SCOMPARSA / VANISHING EXHAUST
- 32 **ANNIVERSARIES** 50 ANNI DI OUTDOOR / OUTDOOR YEARS
TRE GENERAZIONI, UN'IDENTITÀ
THREE GENERATIONS, ONE IDENTITY
- 34 **ITINERARIES** DANISH NOUVELLE VAGUE
- 37 **NEW YORK** THE WORLD OF CREATIVITY MEETS ITALIAN DESIGN

- 44 **PROJECT** NEXT DESIGN INNOVATION
GARBATO CALORE, RONALD SASSON / COURTEOUS WARMTH
DESIGN@FARNESE
SUCCEDA AL SUD / IT HAPPENS IN THE SOUTH,
OFFICINE TAMBORRINO
CONCEPT KITCHEN
- 52 **YOUNG ARCHITECTS** STUDIO NOA: TOTAL WOOD
- 54 **YOUNG DESIGNERS** RYOSUKE FUKUSADA
- 57 **FLORAL DESIGN** BONSAI E / AND IKEBANA
- 60 **ON VIEW** 350 ANNI DI CREATIVITÀ / YEARS OF CREATIVITY
TOMOKO E LA MODA / AND FASHION
- 62 **MUSEUM** TOKYO: PROGETTI TASCABILI / POCKET PROJECTS
LET'S GO, KIDS!
- 66 **FOOD DESIGN** WICKY' S CUISINE
- 68 **FRAGRANCE DESIGN** EFFLUVI DAL SOL LEVANTE
SCENTS OF THE RISING SUN
L'ANNO DELL'IRIS / THE YEAR OF THE IRIS
- 70 **BOOKSTORE** CODICE MENDINI, B&B ITALIA 50 ANNI
E OLTRE, METODO CAPPELLINI/ MENDINI CODE, B&B ITALIA
50 YEARS AND BEYOND, CAPPELLINI METHOD
- 72 **FESTIVAL** UMBRIA DESIGN EXPERIENCE
- 74 **TECHNOLOGY** L'INTELLIGENZA DEGLI OGGETTI
THE INTELLIGENCE OF OBJECTS
- 80 **TRANSLATIONS**
- 97 **FIRMS DIRECTORY**



Atelier

Kerakoll Design House_Studio
→ via Solferino, 16 Milano

Kerakoll Design House è
il nuovo progetto di interni
per una casa dal design
contemporaneo: cementi,
resine, legni lavorati a mano,
microrivestimenti, pitture
e smalti, coordinati nella
palette colori Warm Collection.

kerakolldesignhouse.com

**Kerakoll
Design
House**

2



14



38



26

INtopics

- 1 EDITORIAL
 DI / BY GILDA BOJARDI

44



PhotographING

- ITALY-JAPAN 150 YEARS
- 2 SCUOLA DI YOKOHAMA, RITRATTO DI GEISHE, 1870
 SCHOOL OF YOKOHAMA, PORTRAIT OF GEISHAS, 1870
 FOTO DI / PHOTOS BY ARCHIVI ALINARI
- 4 KENGO KUMA, PROGETTO / PROJECT OWEN
- 6 CARPE KOI, INSTALLAZIONE / KOI CARPS, INSTALLATION
 KUKAN, THE INVENTION OF SPACE
- 8 HARUKA MISAWA, PAPER FLOWER
 FOTO DI / PHOTOS BY AMANA GROUP

EXHIBITIONS

- 20 ATTRAVERSO LA COSTELLAZIONE
 ACROSS THE CONSTELLATION
 TESTO DI / TEXT BY GUIDO MUSANTE
- 24 GIAPPONE SEGRETO / SECRET JAPAN
 TESTO DI / TEXT BY ANDREA BRANZI

INsights

ARTS

- 10 ON KAWARA
 TESTO DI / TEXT BY GERMANO CELANT
 FOTO DI / PHOTOS BY KRIS MCKAY

VIEWPOINT

- 14 WHERE THEY CREATE
 TESTO DI / TEXT BY CHIARA ALESSI
 FOTO DI / PHOTOS BY PAUL BARBERA
 DI / BY CAROLINA TRABATTONI
- 18 ESSERE E NON ESSERE / TO BE AND NOT TO BE
 TESTO DI / TEXT BY STEFANO CAGGIANO

INside

ARCHITECTURE

- 26 PUEBLA, MEXICO, MUSEO INTERNACIONAL DEL BARROCO
 PROGETTO DI / DESIGN TOYO ITO ARCHITECTS
 FOTO DI / PHOTOS BY FEDERICO BAUTISTA
 TESTO DI / TEXT BY MATTEO VERCELLONI
- 32 KANAZAWA, JAPAN, HOUSE IN THE SKY
 PROGETTO DI / DESIGN TAKURO YAMAMOTO ARCHITECTS
 FOTO DI / PHOTOS BY KEN'ICHI SUZUKI
 TESTO DI / TEXT BY LAURA RAGAZZOLA
- 38 MANAZURU, JAPAN, UNA CASA-BELVEDERE
 AN OPEN LOOKOUT
 PROGETTO DI / DESIGN MOUNT FUJI ARCHITECTS STUDIO
 FOTO DI / PHOTOS BY KEN'ICHI SUZUKI
 TESTO DI / TEXT BY ANTONELLA BOISI
- 44 TARTU, ESTONIAN NATIONAL MUSEUM
 PROGETTO DI / DESIGN DGT STUDIO
 FOTO DI / PHOTOS BY TAKUJI SHIMMURA
 TESTO DI / TEXT BY ANTONELLA BOISI

THE *SPIRIT* OF PROJECT
PORTA SPIN DESIGN G.BAVUSO

Rimadesio ⁶⁰

RIMADESIO.IT



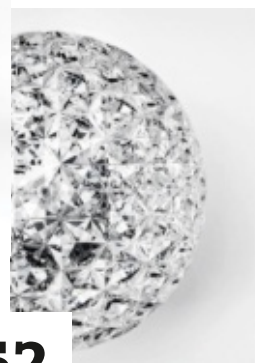
70



60



76



62

50



92



68

DesignING

TALKING ABOUT

50 MUJI: MINI & ZEN

TESTO DI / TEXT BY LAURA RAGAZZOLA

JAPANESE PROJECTS

54 L'IMPORTANZA DI ESSERCI

THE IMPORTANCE OF BEING THERE

TESTO DI / TEXT BY MADDALENA PADOVANI

INTERACTION

60 SHIINA+NARDI: LE MANI SUL DESIGN / HANDS ON DESIGN

TESTO DI / TEXT BY LAURA RAGAZZOLA

62 QUANDO IL SOLE SORGE A OCCIDENTE

WHEN THE SUN RISES IN THE WEST

TESTO DI / TEXT BY VALENTINA CROCI

68 FORME E OMBRE / FORMS AND SHADOWS

TESTO DI / TEXT BY MADDALENA PADOVANI

COVER STORY

70 UN FUTURO LUMINOSO / A LUMINOUS FUTURE

TESTO DI / TEXT BY ANDREA PIRRUCCIO

SHOOTING

76 ISPIRAZIONI DAL SOL LEVANTE

INSPIRATIONS FROM THE LAND OF THE RISING SUN

TESTO DI / TEXT BY NADIA LIONELLO

FOTO DI / PHOTOS BY SIMONE BARBERIS

84 FLOWER POWER

DI / BY CAROLINA TRABATTONI

ELABORAZIONE IMMAGINI / IMAGE PROCESSING

PAOLO RIOLZI

REVIEW

92 ORIENTALISMI / ORIENTALISMS

DI / BY KATRIN COSSETA

ABBONARSI CONVIENE!
con 1 abbonamento
2 soluzioni

L'edizione stampata su carta e la versione digitale

www.abbonamenti.it/interni

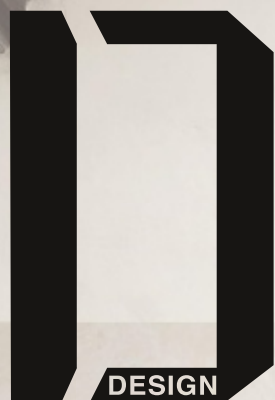
INservice

100 TRANSLATIONS

111 FIRMS DIRECTORY

DI / BY ADALISA UBOLDI

FLORIM



VIVERE IL DESIGN

Progettare è un modo di vivere.

Lo spazio della progettualità non è astratto: Casa dolce casa, ispirata da luoghi e materiali ricercati, suggerisce un life style in armonia con la natura, un luogo in cui slancio e azione trovano equilibrio e compimento. Legni, pietre e marmi esprimono la propria essenza sulle grandi lastre in gres porcellanato.



 Casa dolce casa®
MADE IN FLORIM

FLORIM OVERSIZE
magnUm®

160x320

120x240

80x240

26,5x240

160x160

120x120

www.florim.it

collezioni: wooden tile almond - stone&more marfil



ON THE ROAD N. 1

TANGENZIALI A MILANO

“È un lavoro documentario di indagine, che intende essere antipettacolare, antiretorico, senza pretese di esaustività e di generalizzazioni teoriche”. Presenta così il suo (originalissimo) reportage lungo le tangenziali milanesi Simone Barbagallo: immagini ‘rubate’ alla periferia e ai terreni a ridosso delle arterie stradali che abbracciano la metropoli lombarda. “In un’estate caldissima e deserta, con banco ottico e pellicola bianco e nero”, Barbagallo dà testimonianza della reale percezione delle persone che spesso “attraversano questi luoghi ignorandone nomi e destinazioni d’uso; luoghi che molte volte mancano di identità urbana e sociale ma che allo stesso tempo sono

sede di trasformazioni economiche e sociali”.

Tutte le foto su:

simonebarbagallo.it/tangenziali/



ON THE ROAD N. 2

LUNGO LA VIA EMILIA

Tutto iniziò trent’anni fa, nel 1986, con il progetto ‘Esplorazioni sulla via Emilia’ che vide protagonisti i ‘grandi’ della fotografia italiana: da Luigi Ghirri (in basso a destra, un suo scatto del 1973) a Gabriele Basilico, da Mimmo Jodice a Mario Cresci (qui a fianco, una sua foto in bianco e nero), solo per citare alcuni nomi. Da questo straordinario lavoro di riflessione

sul paesaggio - può contare su un archivio di 9 milioni di immagini fotografiche - è nata la mostra ‘Esplorazione dell’archivio’ che sarà in scena sino al 2 ottobre 2016 nella suggestiva cornice dell’Abbazia di Valsereina, a una manciata di chilometri da Parma. L’esposizione, curata da Paolo Barbaro e Claudia Cavatorta, è stata fortemente voluta dal CSAC - Centro Archivi e Studi della Comunicazione dell’Università di Parma (l’importante istituto fondato nel 1968 da Arturo Quintavalle), in collaborazione con Fotografia Europea. L.R.

csacparma.it
fotografiaeuropea.it



RANGE ROVER SPORT

SE L'ABBIAMO CHIAMATA SPORT, UNA RAGIONE C'È.



ABOVE & BEYOND



Anzi, più di una. Range Rover Sport ha una leggera monoscocca in alluminio per darti più velocità e agilità. Il suo motore 5.0 supercharged SVR ti offre performance esaltanti: da 0 a 100 km/h in 4,7 secondi. E anche diesel saprà stupirti con i motori 4.4 SDV8 da 339 CV, 3.0 SDV6 da 306 CV e 3.0 TDV6 da 249 CV, potenti e scattanti. L'innovativa tecnologia Terrain Response 2 ti farà emozionare con ineguagliabili prestazioni su strada e in off-road. Tutto questo fa di Range Rover Sport la Land Rover più agile, veloce e reattiva che abbiamo mai prodotto.

Vieni a provarla in Concessionaria.

landrover.it

Consumi Ciclo Combinato da 6,9 a 12,8 l/100 km. Emissioni CO₂ da 182 a 298 g/km.
Scopri le soluzioni d'acquisto personalizzate di LAND ROVER FINANCIAL SERVICES. Land Rover consiglia Castrol Edge Professional.



GRANDI PROTAGONISTI 1

MUZIO A MILANO

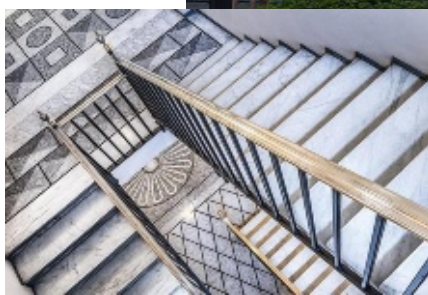
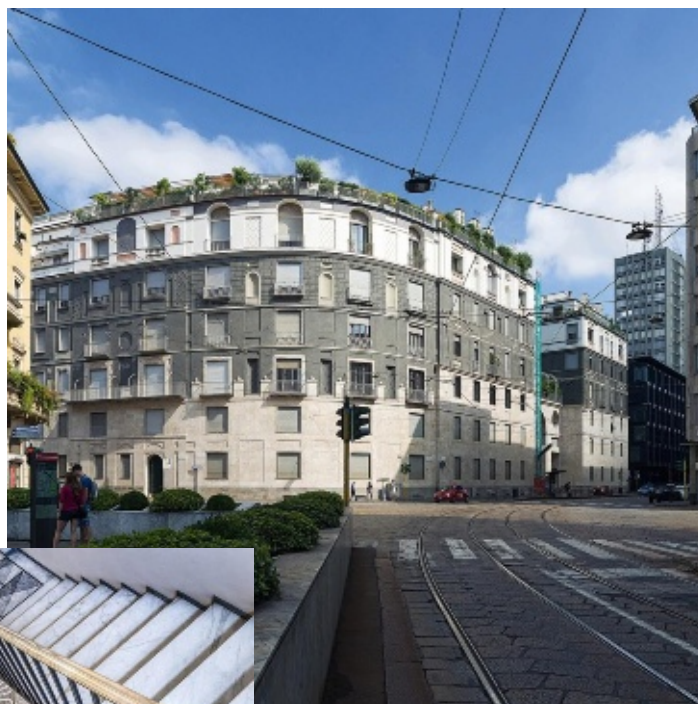
Tutto su di lei: è una casa la grande protagonista della mostra che va in scena sino al 10 luglio al Castello Sforzesco di Milano.

Parliamo di Ca' Brutta, l'opera prima dell'architetto Giovanni Muzio che, costruita nel 1921 nel cuore di Milano, oggi conosce 'una seconda vita' grazie a un accurato restauro. La mostra vuole approfondire un dialogo tra progetto, disegno e fotografia per far conoscere, attraverso due differenti sezioni, uno dei manifesti dell'architettura milanese, che indaga il rapporto tra edificio e città. La prima sezione, allestita nella Sala del Tesoro, offre un'ampia rilettura storica dell'opera. La seconda, nelle Sale Viscontee, presenta invece un bellissimo album fotografico che ha coinvolto 30 fotografi - da Gianni Berengo Gardin a

Francesco Radino (a fianco, un suo scatto delle scale interne), da Giovanni Gastel a Matteo Piazza (a destra, una sua foto della facciata), chiamati a rileggere e interpretare questo 'gioiello' dell'architettura milanese. La mostra è stata ideata e prodotta da Giovanni Tomaso Muzio, responsabile dell'Archivio Muzio, e da

Giovanna Calvenzi.

studioarchitetturamuzio.it/
archiviogiovannimuzio



GRANDI PROTAGONISTI 2

AULENTI A TORINO

Un 'Omaggio a Gae Aulenti'. È il titolo della mostra in corso sino al 28 agosto presso la Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli, a Torino: racconta la vita straordinaria di una delle personalità di maggior rilievo della cultura architettonica italiana (e non solo) del XX secolo. Curata da Nina Artioli, nipote di Gae Aulenti, l'esposizione parte dal luogo che più di ogni altro riflette la sua personalità, la casa-studio milanese, progettata nel 1974, dove la progettista lavorava (qui a fianco, archivio Gae Aulenti) per poi ampliare lo sguardo su tutti gli altri importanti progetti, che ben esprimono la versatilità del suo impegno professionale: mostre, allestimenti, progetti di design (a fianco studi della lampada 'Ruspa'), scenografie teatrali, grandi progetti di architettura (nella foto, l'Istituto italiano di cultura dell'ambasciata italiana a Tokyo, 1998-2005). L'allestimento della mostra è firmato da Marco Palmieri. *L.R.*
pinacoteca-agnelli.it




martinelli luce®

CIULIFRULI
STUDIO 5+1AA &
EMILIANA MARTINELLI



RIVESTIMENTO 3D

GEOMETRIE CERAMICHE

Sfida la terza dimensione e le tradizionali regole compositive delle piastrelle ceramiche. Cerchio è una collezione di rivestimenti disegnata da Paolo Di Nardo e Simone Chietti (studio Arx) per Tonalite, secondo il concept progettuale di eliminare le linee delle fughe, intese come discontinuità della superficie. Un approccio fortemente architettonico, dunque, che sfrutta il rilievo curvilineo dei moduli circolari (da 30, 20 e 15 cm di diametro) per celare le connessioni (le fughe, appunto) con la superficie piana di risulta, al fine di generare pareti ricche di ritmo e movimento. L'espressività è ulteriormente accentuata da quattro declinazioni cromatiche (bianco, nero, grigio e tortora) e dalle finiture lucida o mat. La produzione della collezione Cerchio, linea d'esordio della

serie Geometrie, esprime al meglio il know how del marchio di Sant'Agata Bolognese, basato sul connubio tra radici artigianali e moderne tecnologie.

tonalite.it



L'ANNO DI INGEGGERD

NON SOLO VETRO

Ingegerd Råman, la signora del design svedese, è celebrata in una mostra monografica (fino al 14 agosto) dal Nationalmuseum di Stoccolma. Icona nordica (e non solo) del progetto, per la maestria nel trattare vetro e ceramica, suoi materiali d'elezione, la designer vive un momento di grande attualità e visibilità. Merito anche della prima collaborazione con Ikea. 'Viktigt', ovvero importante in svedese, è il nome di una collezione che il colosso del design democratico propone in edizione limitata (dal 29 aprile fino a esaurimento scorte), composta non solo da oggetti in vetro e ceramica, ma anche da articoli in bambù e fibre naturali: poltrone, sedie, tappeti, lampade, ciotole di varie misure e cestini intrecciati. Gli intrecci in fibra naturale sono rigorosamente realizzati a mano da maestranze artigianali europee e asiatiche, in dialogo creativo e diretto con Råman e i designer di Ikea Nike Karlsson

e Wiebke Braasch. Il risultato è un riuscito connubio tra orizzonte industriale e unicum artigianale, tra design scandinavo e culture materiali lontane. Il tutto espresso in forme pulite e cromie neutre, secondo la personalità progettuale della designer, raccontata da Ikea nel libro *It's nothing but it's still something*.

E visto che il marchio svedese è sinonimo di casa, per la monografia la designer ha aperto le porte delle sue abitazioni e dei suoi studi a Stoccolma e Österlen. K.C.

ikea.com

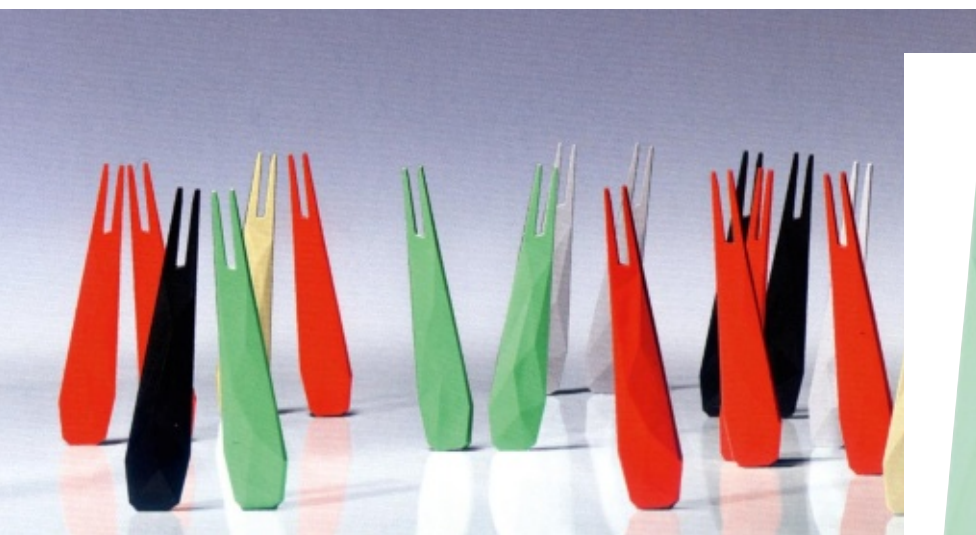


IMMAGINE COSMOPOLITA

SEDIE NEL MONDO

Da Tokyo a New York, da Barcellona a Londra, le sedie italiane sono cittadine del mondo. È questo il focus della comunicazione di Infiniti, giovane e dinamica azienda veneta, marchio di OMP, specializzata nella produzione di sedute (tra i designer Sadler, Ziliani, Radice Orlandini, Favaretto). *Sit Around The World*, più che un catalogo aziendale (concept e design di Tailor&Tailor, foto di Orlando Bonaldo) è un raffinato viaggio per immagini nella filosofia del brand, che vuole parlare a un pubblico cosmopolita, trasversale per età, cultura e attitudine. E lo fa proponendo prodotti realizzati in Italia ma ispirati a culture e luoghi differenti, facilmente decontestualizzabili e adattabili a qualsiasi ambiente. Così la sedia Callita, uno dei bestseller, si inserisce con grazia in un interno tradizionale giapponese o la nuova Settesusette (di Alberto Brogliato e Federico Traverso) svetta su uno sfondo di mulini a vento olandesi.

infinitedesign.it



SUMMER COLLECTION

DESIGN PARTY

Sull'onda del successo riscosso dal design sfaccettato della collezione di complementi per la tavola e cucina Kant (design Dreikant e Serge Atallah), Koziol ha implementato (su progetto del design lab interno) la linea con le omonime forchettine da aperitivo. Questi oggetti informali e colorati, che superano la logica dell'usa e getta, sono valse al marchio tedesco il premio Design Plus 2016 della fiera Ambiente di Francoforte. Originale il contrasto tra il disegno che rielabora suggestioni preistoriche e la tecnologia assolutamente contemporanea del materiale plastico con cui sono realizzate. Le forchettine sono proposte in set da quattro, in varie combinazioni di colori: rosso, nero, bianco, grigio, verde menta, beige. K.C.

(Foto Rafael Neff)

koziol.de

1. LA CASA DO UT DO
DISEGNATA DA ALESSANDRO
MENDINI, NAVIGABILE
NEI MUSEI MADRE, MAXXI,
MART, MAMBO, MAST.
2. I VALORI DELL'ABITARE
SCELTI DA DESIGNER
E ARCHITETTI PER DO UT DO.



1



2

SUPPORT

DO UT DO

Un contenitore di iniziative promosso dall'Associazione Amici della Fondazione Hospice Seràgnoli. Ha lo scopo di raccogliere fondi in favore della Fondazione (un'organizzazione non-profit che opera nel campo dell'assistenza, formazione, ricerca e divulgazione della cultura delle cure palliative) e, nell'edizione 2016, ha scelto come tema la Casa do ut do di Alessandro Mendini, le cui stanze sono progettate da 12 importanti architetti e designer: Alberto Biagetti, Mario Cucinella, Riccardo Dalisi, Michele De Lucchi, Stefano Giovannoni, Alessandro Guerriero, Massimo Iosa Ghini, Daniel Libeskind, Angelo Naj Oleari, Terri Pecora, Renzo Piano, Claudio Silvestrin. La casa si può visitare tramite un sistema di navigazione in virtual reality 3D, sia sul web che nei musei e nelle sedi espositive che aderiscono al progetto, in video e in navigazione con visori 3D, oltre che in navigazione libera su smartphone e tablet e sul sito dedicato doutdo.it. Dal 1° al 15 luglio partono le prime esposizioni virtuali al Madre di Napoli e alla reggia di Caserta; dal 15 al 30 settembre al MART di Rovereto e al MAXXI di Roma, e dal 10 ottobre al 10 novembre al MAMBO dove si potrà fare la visita virtuale alla casa mentre alla Pinacoteca di Bologna verranno esposte tutte le opere. All'interno della casa do ut do trovano spazio le opere d'arte contemporanea e i pezzi unici di design donati alla Fondazione Hospice Seràgnoli e, a metà novembre a Bologna presso il MAST, Manifattura di Arti, Sperimentazione e Tecnologia, secondo il tradizionale schema dell'"estrazione a sorte", ogni opera verrà assegnata a chi avrà dato un contributo per sostenere le attività della Fondazione. HospiceSeragnoli.org, doutdo.it



NEL PROGETTO "L'ISOLA DI MARGHERITA" PER L'HOSPICE PEDIATRICO DELL'OSPEDALE INFANTILE REGINA MARGHERITA DI TORINO LE PARETI DEL CORRIDOIO DIVENTANO FONDALI MARINI POPOLATI DA PESCI, CORALLI E RELITTI, MENTRE IL PAVIMENTO È LA SABBIA.

RELIEF

IL MARE IN UNA STANZA

In che modo lo spazio, l'architettura e la comunicazione visiva possono dare sollievo ai giovani pazienti di un ospedale e alle loro famiglie? Il progetto per l'hospice pediatrico dell'Ospedale Infantile Regina Margherita di Torino, realizzato dallo studio Miroglio + Lupica Architetti Associati e in collaborazione con l'impresa di comunicazione Glebb & Metzger, si è sviluppato pensando innanzitutto al messaggio da esprimere e ha trovato nel mare e nel mondo subacqueo gli elementi naturali che trasmettono al meglio, ai pazienti ai loro parenti, una sensazione di benessere e tranquillità e, allo stesso tempo, di forza e vitalità. L'Isola di Margherita, tra obli, simboli marini e il mare/acquario, è un progetto che può diventare un punto di riferimento nell'architettura ospedaliera per la realizzazione di ambienti meno freddi e asettici e più a misura di utente, partendo dalle reali esigenze di chi "abita" questi luoghi.

melaa.it

Gaber®

GABER.IT



STOOL **ISIDORO**
Design Favaretto & Partners

TABLE **STEP**
Design Studio Eurolinea



DALLO SPAZZOLONE ALL'ANIMA

Da NonostanteMarras, Marie Kondo, la guru del riordino domestico, ha presentato le sue 96 Lezioni di felicità: c'eravamo anche noi

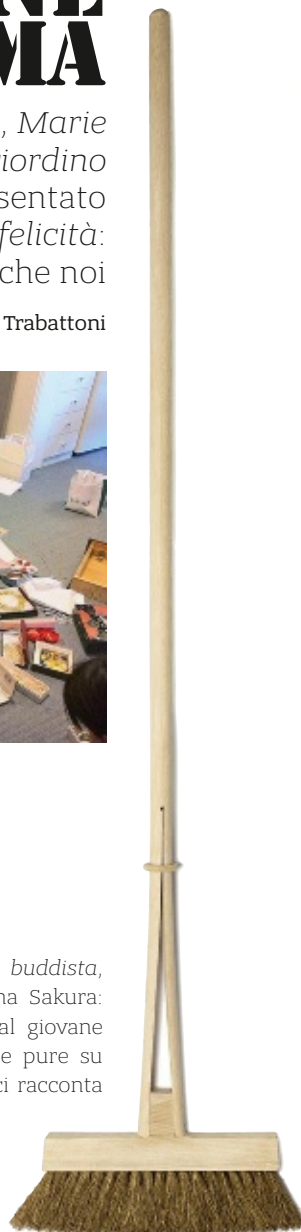
di Olivia Cremascoli e Carolina Trabattoni



QUI SOPRA: LA GIAPPONESE MARIE KONDO AL LAVORO, DURANTE UN RIORDINO DOMESTICO. IN QUESTE PAGINE: ALCUNI DISEGNI DI MASAKO INOUE, ILLUSTRATRICE DI **96 LEZIONI DI FELICITÀ**, LIBRO DI MARIE KONDO, PUBBLICATO IN ITALIA, NEL 2016, DA **ANTONIO VALLARDI EDITORE**

All'inizio (2012) fu *Il Manuale di pulizie di un monaco buddista*, pubblicato in Italia da Antonio Vallardi, nella nuova collana Sakura: un successo planetario, che ha dato notorietà mondiale al giovane bonzo del tempio Komyoji di Tokyo - belloccio, stracolto e pure su LinkedIn e Facebook - Keisuke Matsumoto che, *in primis*, ci racconta che "la giornata dei monaci inizia dalle pulizie: ramazziamo il giardino, puliamo il cortile, tiriamo a lucido il santuario. Non tanto perché siamo effettivamente sporchi o in disordine, quanto perché tali azioni hanno il fine ultimo di eliminare dallo spirito qualsiasi ombra".

Insomma, si prenda atto che - malgrado i decenni di sforzi delle femministe occidentali per liberarsi del giogo domestico e appropriarsi magari dello yoga - le pulizie "sono soprattutto un esercizio spirituale di purificazione dell'anima". D'altronde, come affermava Yoshitsune Minamoto, venerato samurai



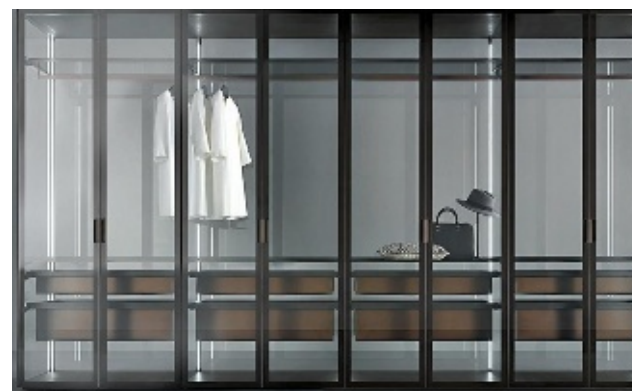
A SINISTRA:
SERVOMUTO MORI,
IN FAGGIO, DI GIULIO
IACCHETTI E ALESSANDRO
STABILE
PER **INTERNOITALIANO**,
COME (QUI SOTTO) LA SCOPA
PULA, IN FAGGIO
E SAGGINA, SEMPRE
DI GIULIO IACCHETTI.





DALL' ALTO: LETTO SOSPESO PER BAMBINI CLOUD BED DI DANIELE LAGO PER **LAGO**. SISTEMA PLUS CON ORGANISER JOLLY, CASSETTI ROOMY E VASCHE PORTAOGGETTI, PER FARE ORDINE ALL' INTERNO DELL' ARMADIO, TUTTO DI **SERVETTO**. GRUCCEA APPENDIABILI ROSA FLUO DI **SERVETTO**. ARMADIO FREESTANDING COVER, DESIGN GIUSEPPE BAVUSO PER **RIMADESIO** CON ANTE, SCHIENALI, FIANCHI E RIPIANI IN VETRO E STRUTTURA IN ALLUMINIO.

vissuto tra la fine del periodo Heian (794-1185) e l'inizio del periodo Kamakura (1185-1333), "ammettere uno sbaglio è il primo segno di una grande saggezza". E la manutenzione della casa, finalizzata all'armonia della stessa e dei suoi abitanti, è rientrata in gioco - sempre per i tipi di Antonio Vallardi editore - con un'altra peregrina creatura giapponese, nella fattispecie shintoista (è persino stata cinque anni in un tempio shintoista come ministrante), Marie Kondo, autrice de *Il magico potere del riordino* (2014), libro venduto nel mondo in quasi quattro milioni di copie, grazie al quale *Time* l'ha inserita nel 2015 nella lista dei 100 più importanti *influencer* internazionali, insieme a Papa Francesco e Angela Merkel.



LookINg AROUND DECLUTTERING



A SINISTRA: MOBILE
COMPONIBILE **USM HALLER**,
IN METALLO VERNICIATO
VERDE, CON ANTE A RIBALTA,
DISPONIBILE IN 11 COLORI.
SOTTO: PARAVENTO KOI,
IN LEGNO LACCATO CON
INTARSI IN PELLE, COLLEZIONE
MARQUETRY IN LEATHER,
DI **LOEWE**. IN BASSO
A SINISTRA: LIBRERIA LINK
SYSTEM CON ANTE IN VETRO
FUMÉ, PROFILI IN ALLUMINIO
COLOR TESTA DI MORO
E SCHIENALI NELLA FINITURA
PRIMO FIORE **ZALF**.



Attualmente è appena ri-uscita in Italia con un secondo volume vallardiano, *96 lezioni di felicità* (2016), in cui - ça va sans dire - la felicità transita ancora e sempre dall'economia domestica e dal riordino, stavolta anche illustrato da Masako Inoue. Trentunenne, con un bimbo di poco più di un anno e un marito, Takumi Kawahara, diventato il suo manager e fotografo ufficiale, l'ormai miliardaria signora Kondo (konmari.com) lascia a prima vista sbigottiti: una miniatura quasi sempre vestita di bianco - ma non stylé, come avrebbero potuto suggerirle i suoi eccelsi conterranei della moda, da Miyake a Yamamoto - una vocina che pare quasi in falsetto, un atteggiamento da

'casalinga di Voghera', pardon di Takayama, ma un brillio speciale negli occhi quando parla della sua grande missione nella vita: riordinare! Infatti, serafica, confessa d'essere interessata sin dall'infanzia alle metodologie di riordino, al punto che durante la scuola saltava l'educazione fisica per correre nella classe, vuota, a riordinare tutto quanto possibile, guadagnandosi alla fine il titolo di 'incaricata della libreria', che rimetteva incessantemente a posto. Ma un bel giorno, a 18 anni, arrivò la svolta: "Ero talmente ossessionata dal fare ordine e dal buttar via che a un certo punto



IN QUESTE PAGINE: ANCORA DISEGNI DI MASAKO INOUE, TRATTI DAL LIBRO **96 LEZIONI DI FELICITÀ** (2016, P. 295, EURO 14,90), DI MARIE KONDO, BEST SELLER TRADOTTO DA **ANTONIO VALLARDI EDITORE**



DALL'ALTO: SCATOLA CÉLESTE, IN METALLO CON COPERCHIO IN OTTONE, DI ERIC SCHMITT PER **CHRISTOFLE** INOS BOX SCATOLE CON E SENZA COPERCHIO, CON RIVESTIMENTO IN POLIURETANO, **USM** SCAFFALE COMPONIBILE IN ACCIAIO E PIANI IN NOCE, **MUJI** CESTINI IN METALLO VERNICIATO, **TIGER**



ho avuto un collasso nervoso e sono svenuta, rimanendo incosciente per due ore. Quando tornai in me, ho sentito una voce misteriosa, quella del 'Dio del riordino', che mi suggerì di "guardare alle mie cose più accuratamente". E lì ho capito il mio errore: stavo cercando cose solo da buttar via, mentre, al contrario, avrei dovuto cercare le cose da tenere, identificando quelle che mi facevano sentire felice: questo è il lavoro del riordino!". Davanti al profondo sgomento dei disordinati per vocazione, la *sciuretta* giapponese racconta infatti che il suo *KonMari Method™* (oggi oggetto anche di costosi 'seminari di riordino' e di prezzolate consulenze ai molti privati disorganizzati) prevede *in primis* di liberarsi degli oggetti che "non diffondono più gioia", procedendo per categorie (non per stanze): prima i vestiti, poi i libri, le carte, gli utensili, e, alla fine, foto e ricordi affettivi. Ma, prima di liberarsi di un oggetto che, preso in mano e posto sul cuore, non ci trasmette più gioia, la Kondo consiglia, da brava shintoista, di ringraziarlo per il servizio prestatoci. Gli oggetti sopravvissuti vanno alla fine riordinati in modo da "esprimere al meglio la loro energia": di conseguenza, l'autrice consiglia come piegarli in modo che occupino il minor volume possibile (se si piega in maniera professionale, in un cassetto o in una valigia ci possono stare 30 articoli anziché 20) e possano persino 'respirare'. *Arigato!* ■





1. ASIAN TRAVELER, DI STEPHEN BURKS PER **ROCHE BOBOIS**, POLTRONA CON TETTuccio, STRUTTURA IN TUBOLARI D'ALLUMINIO LACCATO E INTRECCIO DI FILI DI POLIETILENE TESSUTI E COLORATI. **2.** TIGMI, DI JEAN-MARIE MASSAUD PER **DEDON**, DIVANO CON SEDUTA PROFONDA E TETTuccio INTRECCIATO REMOVIBILE. HA STRUTTURA IN ALLUMINIO RIVESTITA IN FIBRA SINTETICA E CUSCINI PER SEDUTA, SCHIENALE E LATERALE IN BATYLINE.



OUTDOOR COCOONING

Proteggono dal sole e da sguardi indiscreti. Sedute e daybed da esterno integrano scenografiche coperture trasformandosi in *microarchitetture*

Un daybed dotato di capote, esattamente come un'automobile. Un divano con tettuccio intrecciato removibile, con tanto di oblò. Un lettino circolare che si apre e chiude come una conchiglia. Una poltrona sormontata da una allegra raggiera colorata di fili in polietilene, di sapore vagamente orientale. Sono alcune delle ultime novità per il mondo outdoor proposte da brand internazionali del settore: vere e proprie isole relax dotate di originali sistemi di ombreggiamento che modulano la privacy insieme alla schermatura dalla luce. Queste strutture, fisse o removibili, veicolano la personalità dell'arredo, ne esaltano le dimensioni generose e la presenza scenica a bordo piscina, in spiaggia o terrazza. ■ K.C.



3. DALLA COLLEZIONE EDEN DI MARCO ACERBIS PER **TALENTI**, DAYBED CON STRUTTURA IN LAMIERA PIENA DI ALLUMINIO, E CAPOTE REGOLABILE TRAMITE PISTONI IDRAULICI. **4.** ULM, DI RAMÓN ESTEVE PER **VONDOM**, DAYBED GIREVOLE CON STRUTTURA IN POLIETILENE IN ROTATIONAL MOULDING E PARASOLE CHIUDIBILE A VALVA.



VOLTA
design FROM

ITRE
COLLECTION



modello registrato
dispositivo di rotazione registrato

Lampada a sospensione orientabile a 360°.
Disponibile in 3 dimensioni e 4 varianti colore.
Dispositivo touch dimmer led.



LEUCOS[®]
LOVABLE LAMPS
ADORABILI LAMPADE



www.leucos.com
project@leucos.com

Pergole, *parasole*, sistemi di schermatura: tutti *elementi* connotati da un ricercato *minimalismo* formale che li rende *soluzioni architettoniche* ideali per enfatizzare il piacere della vita *en plein air*

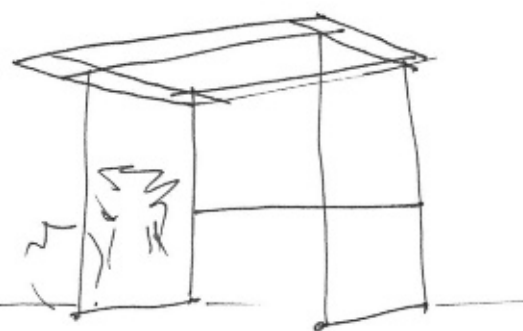
PROTEZIONI SOLARI

DA GIBUS, MED JEANS, PERGOLA IN ALLUMINIO VERNICIATO A POLVERI IDEALE PER SPAZI OUTDOOR DI PICCOLE DIMENSIONI. DISPONIBILE IN VERSIONE MONOMODULO (LARGHEZZA FINO A 450 CM) O A DUE MODULI (LARGHEZZA FINO A 700 CM) E CON MOVIMENTAZIONE MANUALE O MOTORIZZATA, MED JEANS SI DISTINGUE PER IL DESIGN MINIMALE DOVUTO ALLE LINEE PULITE DELLA SUA STRUTTURA, ALL'ASSENZA DI VITI A VISTA E ALL'ATTACCO A PARETE PERFETTAMENTE RIFINITO A MURO, CHE NASCONDE GLI ORGANI MECCANICI DI MOVIMENTAZIONE.

DA **BT GROUP**, VELA DOUBLE, VELA OMBREGGIANTE DALL'ESTETICA MINIMALE CON STRUTTURA AUTOPORTANTE SU QUATTRO APPOGGI A TERRA. VELA DOUBLE PREVEDE LA POSSIBILITÀ DI ATTACCO DEL RULLO A PARETE CON APPOSITA PIASTRA ANGOLARE. È DOTATA DI SISTEMA BREVETTATO DI TENSIONAMENTO DEL TELO INTEGRATO NEI MONTANTI INCLINATI. I MONTANTI DISPONGONO DI REGISTRO MICROMETRICO DELL'INCLINAZIONE, MENTRE IL TESSUTO È IN DACRON. DIMENSIONI MASSIME REALIZZABILI: DOPIO TELO DA 6 X 12 METRI CIASCUNO.



IL SISTEMA DI SCHERMATURA EXTREME DI **RESSTENDE** UTILIZZATO PER PROTEGGERE DALLA LUCE SOLARE I DUE PATTI DELLA CASA. IN QUESTO PROGETTO RESIDENZIALE (PER CUI RESSTENDE È STATA AFFIANCATA DALL'AZIENDA **SCHENKER STOREN**), IL SISTEMA EXTREME L1 È STATO REALIZZATO CON STAFFE INOX PROGETTATE AD HOC, CAVO INOX DA 6 MM, STRUTTURA IN RAL 9010 BIANCO E FONDALE IN ALLUMINIO ESTRUSO ZAVORRATO CON PROFILO IN FERRO ZINCATO. IL TESSUTO SCELTO DAL COMMITTENTE È IL SUNSCREEN SATINÉ, COMPOSTO PER IL 42% DI FIBRA DI VETRO E PER IL 58% DI PVC.



DISEGNATO DA ANTONINO SCIORTINO PER **RODA**, OMBRINA È UN PARASOLE AUTOPORTANTE DALLA STRUTTURA IN SOTTILE TUBOLARE DI METALLO, LA CUI COPERTURA È REALIZZATA CON CINGHIE IN POLIESTERE PERFETTE PER L'UTILIZZO IN ESTERNO. OMBRINA È DOTATO DI RUOTE COSÌ DA POTER ESSERE SPOSTATO ALL'OCCORRENZA.



CAPPA TELESCOPICA FS DW 866 DELLA COLLEZIONE FRAMES BY **FRANKE**, COLLEGATA AL PIANO COTTURA A INDUZIONE DELLA STESSA LINEA. È INVISIBILE E INTEGRATA NEL TOP QUANDO NON È UTILIZZATA, MENTRE SI SOLLEVA ALL'ACCENSIONE DEL PIANO, REGOLANDO AUTOMATICAMENTE LA POTENZA DI ASPIRAZIONE IN BASE ALL'INTENSITÀ DELLO STESSO. DOTATA DI TRE VELOCITÀ (PIÙ QUELLA INTENSIVA), DISPONE ANCHE DELLA FUNZIONE FILTRANTE, CHE PERMETTE DI REIMMETTERE IN CIRCOLO ARIA PULITA DOPO AVERLA CATTURATA E QUINDI FILTRATA GRAZIE AI FILTRI AI CARBONI ATTIVI, E INOLTRE ILLUMINA LA ZONA COTTURA GRAZIE ALLA BARRA DI LED CON DUE LIVELLI DI POTENZA.

ASPIRAZIONE A SCOMPARSA

Logica *soluzione* per chi considera la *cappa* un elemento più funzionale che decorativo, i nuovi modelli *incassati al piano* eliminano ogni ingombro e rivelano la propria presenza solo quando è *necessario*

DA **FABER**, CAPPA HOO-B INCASSATA NEL PIANO COTTURA CON DUE ZONE A INDUZIONE DOMINO FCH34. IMPREZIOSITA DA UNA RIFINITURA IN ALLUMINIO E DA UN PANNELLO DI VETRO CHE SI INSERISCE SUL PIANO COTTURA SENZA COMPROMETTERNE LA CONTINUITÀ FORMALE, HOO-B SI APRE SOLLEVANDO UN COPERCHIO E SVELANDO LA SUPERFICIE DI ASPIRAZIONE, PER POI 'SPARIRE' NEL PIANO A UTILIZZO CONCLUSO. LA CAPPA RAGGIUNGE ALTI STANDARD DI EFFICIENZA GRAZIE AL MOTORE BRUSHLESS E AL DELAY DI SPEGNIMENTO, UNA FUNZIONE CHE PERMETTE DI ELIMINARE GLI ODORI RESIDUI.



TROVI PIÙ
RIVISTE
GRATIS

[HTTP://SOEK.IN](http://soek.in)



DALLA SERIE DESIGN+ DI **FALMEC**, CAPPA PIANO, SOLUZIONE A FILO IDEALE PER LA ZONA ISOLA O DOVE NON È POSSIBILE INSTALLARE UNA CAPPA A SOFFITTO O, ANCORA, NELLE SOLUZIONI A PARETE PER SFRUTTARE LA ZONA DEL PENSILE. DISPONIBILE CON UNO O DUE ELEMENTI DI ASPIRAZIONE, È UTILIZZABILE SIA CON PIANI INDUZIONE, SIA A GAS. GRAZIE AL FILTRO BREVETTATO CARBON ZEO, CHE UTILIZZA TUTTI I DIVERSI MINERALI PRESENTI IN NATURA, PUÒ ESSERE INSTALLATA ANCHE IN VERSIONE FILTRANTE, GARANTENDO UN'ELEVATA CAPACITÀ DI ELIMINAZIONE DEGLI ODORI.



DISEGNATO DA FABRIZIO CRISÀ PER **ELICA**, SEE YOU È IL NUOVO SISTEMA ASPIRANTE INTEGRABILE CON QUALSIASI PIANO COTTURA. GRAZIE ALLA POSSIBILITÀ DI APERTURA DEL FLAP IN VETRO IN TRE DIVERSE POSIZIONI (0, 45 E 90 GRADI), I FUMI SONO FACILMENTE DIREZIONATI VERSO LA ZONA DI ASPIRAZIONE, AGEVOLANDO LE OPERAZIONI DI COTTURA E GARANTENDO MAGGIORE LIBERTÀ DI MOVIMENTO IN CUCINA. OLTRE CHE NELLA VERSIONE ASPIRANTE, IL PRODOTTO È CONVERTIBILE IN FILTRANTE MEDIANTE UN APPOSITO KIT, COSÌ DA SODDISFARE OGNI ESIGENZA DI INSTALLAZIONE.



Fondata da *Manuel Alorda* nel 1966, *Kettal* nasce come piccola impresa produttrice di *oggetti per la spiaggia e il campeggio*, mentre oggi realizza *arredi outdoor* firmati da alcuni fra i maggiori *designer internazionali*

50 ANNI DI OUTDOOR



A SINISTRA, IMMAGINE DA UN CATALOGO **KETTAL** DEL 1972. SOPRA, COLLEZIONE STAMPA, DESIGN RONAN & ERWAN BOUROULLEC.



ALCUNE SEDUTE STORICHE DI **KETTAL**. SOTTO, UN ELEMENTO DI RIVA, TRA LE ULTIME COLLEZIONI DI ARREDI PER ESTERNI DEL MARCHIO.

Kettal nasce da un viaggio e da un'intuizione: nel 1966 Manuel Alorda, fondatore e attuale presidente del gruppo, si reca in Germania per visitare una piccola fabbrica di arredi da giardino, la Kettler, e capisce che un'impresa simile potrebbe riscuotere successo anche in Spagna, specie in considerazione del clima favorevole offerto dal suo Paese. Nello stesso anno nasce così Kettal, azienda familiare che Alorda inizierà a promuovere prima stampando un



milione di cataloghi distribuiti porta a porta, e quindi con campagne stampa che si distinguono per entusiasmo e originalità. I primi prodotti, connotati da disegni elementari e progettati per occupare poco spazio, sono concepiti esclusivamente per la spiaggia e il campeggio. I grandi riconoscimenti in termini di vendite arrivano con alcune collezioni di sedie pieghevoli come le Alu-piccolo, le Mickey e le Capri, fino ad arrivare a uno dei maggiori successi di Kettal, la Bamboo Collection, composta da elementi realizzati in tubi di PVC che simulavano, appunto, delle canne di bambù. Lazienda - che nei primi anni Duemila acquisisce anche i brand Hugonet e Triconfort, sempre legati al mondo degli arredi outdoor - ha la

propria sede centrale a Barcellona, uno stabilimento produttivo (all'interno del quale sono disegnati e realizzati tutti i prodotti presenti a catalogo) situato in una piccola città costiera a 45 chilometri dalla capitale catalana, sette showroom monomarca sparsi tra Barcellona, Marbella, Parigi, Londra e Miami, ed è presente in maniera capillare in oltre 60 Paesi nel mondo. Da sempre connotata dalla volontà di creare prodotti senza tempo, funzionali, espressivi e capaci di essere rappresentativi della cultura progettuale contemporanea, oggi Kettal può anche contare su una squadra di designer composta da nomi del calibro di Patricia Urquiola, Rodolfo Dordoni, Hella Jongerius e Jasper Morrison. ■
Andrea Pirruccio



1

1. ELEMENTI DI NA XEMENA, LA COLLEZIONE DISEGNATA DA RAMÓN ESTEVE CON CUI, A METÀ DEGLI ANNI NOVANTA, **GANDIABLASCO** HA DEBUTTATO NEL SETTORE DELL'ARREDO DA ESTERNO.



2

2. LA FACCIATA DELLA FABBRICA GANDIABLASCO A VALENCIA NEL 1950.

3. CHIRINGATO, INSTALLAZIONE REALIZZATA PRESSO LO SPAIN BEACH CLUB DI VALENCIA IMPIEGANDO ALCUNI ICONICI PEZZI OUTDOOR DELL'AZIENDA.



3

Nata nel 1941 come azienda produttrice di coperte, Gandiablasco ha saputo, nel corso degli anni, diversificare la propria produzione senza perdere i tratti identitari tipici del suo approccio progettuale

TRE GENERAZIONI, UN'IDENTITÀ

Compie 75 anni Gandiablasco, azienda spagnola fondata nel 1941 (la sede principale è a Ontinyent, Valencia) che – pur con la lodevole e lungimirante operazione di diversificazione produttiva su cui il marchio ha puntato nel corso degli anni – è riuscita a mantenere un'identità precisa e ampiamente riconoscibile. Le tre generazioni succedutesi alla sua guida, infatti, hanno assicurato al brand i denominatori comuni della ricerca della qualità, dell'originalità formale (mai a scapito dell'elemento funzionale) e dello spirito libero e non 'incasellabile' che informa ogni prodotto aziendale. Nel corso della sua lunga storia, Gandiablasco è

riuscita più volte a reinventarsi: l'attività originaria è legata alla produzione e all'esportazione di coperte di alta qualità e dal design contemporaneo. Forte di questa esperienza, l'azienda ha poi ampliato il proprio raggio d'azione, iniziando a realizzare diverse linee di tessuti per la casa attraverso il brand GAN. L'obiettivo è trovare un linguaggio personale e dai peculiari contenuti di design. Nella metà degli anni Novanta, Gandiablasco debutta inaspettatamente nel campo dell'arredo da esterno grazie a Na Xemena, una piccola collezione capace di stupire chi conosceva la precedente produzione del brand. Oggi, invece, Gandiablasco è nota proprio

per la trasversalità della sua offerta: dai tappeti innovativi, agli arredi capaci di superare i confini tra indoor e outdoor. Ormai presente attraverso numerosi negozi e showroom in diversi Paesi del mondo, Gandiablasco ha recentemente presentato un catalogo (*Gandiablasco: An Odyssey – Back to the Islands*) che permette di scoprire il background dei diversi prodotti contenuti al suo interno, riassumendo la filosofia di un marchio che, a 75 anni, non ha perso la voglia di stupire e sperimentare. ■
Andrea Pirruccio

1. ROOM 606: LA STANZA-MUSEO AL SAS ROYAL HOTEL, IL PRIMO ALBERGO DI DESIGN (INAUGURATO NEL 1960), PROGETTATO, DALL'EDIFICIO ALLA MANIGLIA, DA ARNE JACOBSEN. PER L'HOTEL SONO NATE ALCUNE SEDUTE ICONA PRODOTTE DA **FRITZ HANSEN**.

2. LA LAVORAZIONE DI UN CLASSICO DEL DESIGN DANESE: LA FAABORG CHAIR DI KAARE KLINT PRODOTTA DA **RUD RASMUSSEN**.



NOUVELLE VAGUE DANESE

3 days of design, a Copenhagen, celebra il meglio del design danese, nel segno dei maestri ma con una vitale impronta new nordic



Non è l'ennesima Design Week, non è il corollario di eventi di una fiera dedicata al mobile. *3daysofdesign*, dal 26 al 28 maggio, si è svolta quasi come una gioiosa celebrazione di identità culturale e progettuale, vissuta con (invidiabile) orgoglio nazionale. Il tutto accadeva in una città dove è assai probabile, sbirciando nelle case, scorgere lampade Artichoke di Louis Poulsen o imbattersi in centri congressi (ma anche scuole, uffici, musei) punteggiati dalle immancabili sedie Series 7 di Fritz Hansen. Quello che alcuni anni fa è nato come evento ristretto, per iniziativa di un 'nucleo storico' di aziende con showroom nel Pakhus 48 (un magazzino nel porto industriale) è oggi un itinerario ricco e trasversale tra una sessantina di negozi, studi, gallerie, musei. "Copenhagen è pensata come palcoscenico per mettere in mostra il design danese nel suo ambiente originario. Presentiamo al tempo stesso i brand già affermati, i designer emergenti e le start-up, e questo dimostra perfettamente quanto sia variopinta la scena del design danese", spiega la direttrice di *3daysofdesign* Signe Byrdal Terenziani. Se i marchi storici (Carl Hansen&son, Fritz Hansen, Fredericia, PP Møbler, Erik Jørgensen, Rud Rasmussen) fanno ancora a gara riesumare dagli archivi inediti di Wegner, Jacobsen, Kjærholm e altre glorie, alcuni giovani e affermati brand (Muuto, Hay, &tradition) proiettano questa eredità in una creatività allegra e misurata, esplorando una dimensione new nordic con colori accesi, forme morbide, mix di legno e

3. LA TAVOLA ALLESTITA DA ILARIA INNOCENTI CON **BITOSI** PRESSO L'AMBASCIATA ITALIANA CHE OSPITERÀ PER TRE MESI IL GIOVANE DESIGNER VINCITORE DEL CONTEST RESIDENCE FOR ARTISTS.
4. LO STUDIO/CONCEPT STORE DI **FRAMA**, IN UNA ANTICA FARMACIA.



1

1. L'INSTALLAZIONE DELL'ARTISTA PERNILLE EGESKOV PRESSO **DINESEN HOME**, (OSPITI, OLTRE AL BRAND DI PARQUET, **FRTZ HANSEN** E **GEORG JENSEN DAMASK**). 2. SCORCIO DELLO SHOWROOM DI **&TRADITION**, CON ALLESTIMENTO DI STUDIOPEPE.

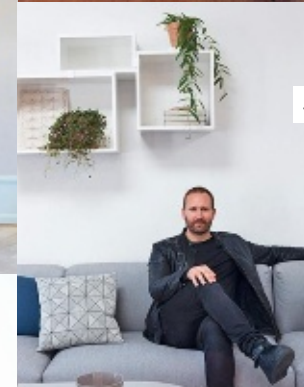


2



3

3. JOSEPHINE AKVAMA HOFFMEYER, SOCIA FONDATRICE E ART DIRECTOR DEL BRAND DI SURFACE DESIGN **FILE UNDER POP**. 4. TORBJØRN ANDERSSSEN, (ANDERSSSEN & VOLL), SUL NUOVO DIVANO REST PER **MUUTO**. 5. ALESSANDRO SARFATTI, FONDATORE DEL NUOVO BRAND **ASTEP**, CON LA LAMPADA CANDELA, DI FRANCISCO GOMEZ PAZ. 6. PATRICIA URQUIOLA CON LA COLLEZIONE DI ACCESSORI PER LA TAVOLA URKIOLA PER **GEORG JENSEN**. 7. KNUD ERIK HANSEN, CEO DI **CARL HANSEN&SON**, CON LA STRUTTURA DELLA SEDIA CH22 DI HANS J. WEGNER, INTRECCIATA 'DAL VIVO' NELLO SHOWROOM DEL MARCHIO.



4



5



6



7

foto di K.C.



foto di Ferm Living

8

8. IL POP UP STORE APERTO DA **FERM LIVING**, PER FESTEggiARE IL DECENNALE, IN UNA CENTRALE ELETTRICA DISMESSA.

materiali tecnologici, collaborazioni internazionali. Come fa Ferm Living, marchio di mobili e complementi che ha aperto uno scenografico pop up store in una ex centrale elettrica. Per rimanere in tema di location d'eccezione, da segnalare l'antica farmacia sede di Frama, raffinato studio e concept store o il vecchio magazzino per la carta che alloggia lo showroom &Tradition. Nel circuito tra eventi, alcuni accenti sparsi di italianità, come la grafica collezione di rivestimenti di Elisa Ossino per File Under Pop, nuovo brand di surface design (da piastrelle in lava a wallpaper dipinte a mano). È danese ma ha profonde radici italiane Astep, nuova avventura imprenditoriale post-Luceplan di Alessandro Sarfatti, che oltre a riedizioni di Vittoriano Viganò e Gino Sarfatti propone una lampada techno-retro (di Francisco Gomez Paz) capace di generare energia dal calore di una fiamma. Ilaria Innocenti ha imbandito, in collaborazione con Bitossi, una tavola regale presso l'Ambasciata italiana; una scelta coerente con le sale sontuose e la vicinanza della nostra sede diplomatica a palazzo reale. ■ K.C. - foto di Filippo Bamberghi

COMFORT È UNA CASA A PROVA DI VITA

Per questo noi di Saint-Gobain da oltre 350 anni forniamo soluzioni e tecnologie innovative per ristrutturare le case degli italiani offrendo tutto il benessere abitativo di cui hanno bisogno. Perché una casa Saint-Gobain è una casa migliore. E una casa migliore migliora la vita.

INTERNI

International Design
Appointments

Quattro appuntamenti organizzati da INTERNI focalizzati sul rapporto tra il *fare creativo firmato italian style* e la progettualità made in USA.

Un legame che si sta rafforzando grazie a una *presenza* decisamente in crescita delle *imprese italiane* negli Stati Uniti



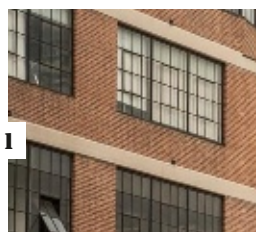
NEW YORK

THE **WORLD OF CREATIVITY**
MEETS **ITALIAN DESIGN**

maggio



NEW YORK
THE WORLD OF CREATIVITY MEETS ITALIAN DESIGN
 13-17 MAGGIO



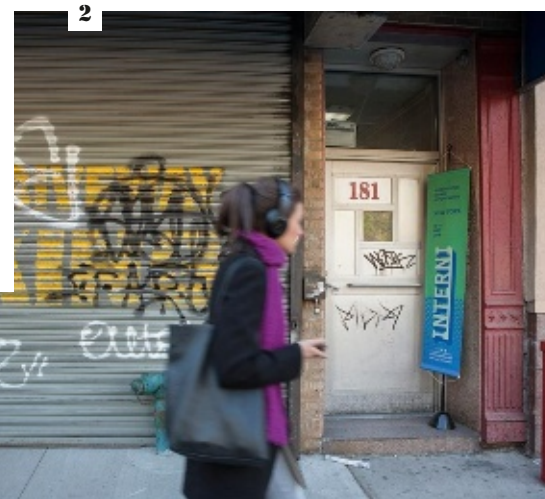
14 maggio - GIULIO CAPPELLINI, PIERO LISSONI, NASIR KASSAMALI
in conversation with GILDA BOJARDI
WANTED DESIGN MANHATTAN
 Terminal Stores - The Tunnel - Conversation Room
 269 11th Avenue, btw 27th&28th St.



- 1.** IL PUBBLICO DI WANTED DESIGN DURANTE IL TALK "ITALIAN DESIGN BRANDS AND US MARKET: OPPORTUNITIES"
- 2.** L'ESTERNO DEL TERMINAL STORES, L'EDIFICIO CHE ACCOGLIE LA MANIFESTAZIONE NEWYORKESE DEDICATA AL DESIGN D'AVANGUARDIA
- 3.** PIERO LISSONI, NASIR KASSAMALI, GILDA BOJARDI E GIULIO CAPPELLINI.
- 4.** UNO SCORCIO DELLA FIERA.

Quando la redazione di INTERNI incontra un'azienda, sia questa rappresentata dal suo ad piuttosto che dal direttore marketing o dal responsabile della comunicazione, c'è una domanda che viene posta di rito, ed è "in quali Paesi - visto che le aziende del settore che funzionano arrivano ad esportare spesso fino al 90% del proprio prodotto all'estero - esportano e qual è tra questi quello a cui puntano maggiormente in questo momento". Dopo un'ubriacatura di Far East e di Russia e Paesi satellite, oggi la risposta più comune è "Stati Uniti d'America". La ragione è molto semplice: esiste una grande apertura di questo Paese al design, una forte attrazione per tutto quello che è made in Italy e, per finire, mentre in Italia tutto sta procedendo con estrema lentezza soprattutto per quanto riguarda il settore edile (con tutto ciò che da questo ne deriva nel campo dell'arredo) negli States si sta assistendo a un vero e proprio boom immobiliare: le città, da una costa all'altra, da nord a sud, fanno a gara per appaltare a studi di architettura affermati, nuovi progetti pubblici e residenziali, building per uffici, hotel e grandi centri commerciali e molto altro ancora. È all'interno di questo clima decisamente favorevole che si è tenuto il

1. NELLO STUDIO DI LOT-EK DOVE SI È TENUTO "LOT-EK + UPCYCLING: RECENT PROJECTS", UNA CONVERSAZIONE SUL VALORE DELLA LUCE IN AMBITO PROGETTUALE CON **MARTINELLI LUCE** IN PRIMO PIANO, DUE LAMPADE DA TAVOLO DELL'AZIENDA TOSCANA. **2.** L'INGRESSO ALLO STUDIO. **3.** IL TEAM CHE HA PARTECIPATO AL TALK. DA SINISTRA MARCO GHILARDUCCI ED EMILIANA MARTINELLI DI MARTINELLI LUCE, ADA TOLLA E GIUSEPPE LIGNANO DI LOT-EK. **4.** IL TAVOLO ALLESTITO PER IL COCKTAIL. **5.** UN MOMENTO DURANTE IL COCKTAIL.



15 maggio
ADA TOLLA e GIUSEPPE LIGNANO, LOT-EK
 con **MARTINELLI LUCE**
LOT-EK STUDIO
 181 Chrystie Street #2 New York, NY 10002



IL CICLO DI EVENTI "THE WORLD OF CREATIVITY MEETS ITALIAN DESIGN" È STATO ORGANIZZATO CON LA COLLABORAZIONE DE IL PICCOLO CAFÉ E **I LOVE ITALIAN FOOD** CON IL CONTRIBUTO DI AGRICOLA DUE VITTORIE, BAULI, CONSORZIO TUTELA PROSECCO DOC, COPPINI ARTE OLEARIA, FLLI SACLA, FABBRI, FERRARELLE, ILLY, SIBAT TOMARCHIO.

circolo degli "International Design Appointments" gli eventi organizzati da INTERNI a New York in occasione della settimana del design (14-17 maggio). Settimana che ha visto la città ospitare due fiere, ICFF (tradizionalmente legata al prodotto) e Wanted Design (più sperimentale e di ricerca, con le sue due sedi a Manhattan e a Brooklyn) e le zone legate al design (Soho e Madison Avenue) attivarsi con una serie di iniziative e di allestimenti predisposti ad hoc. Il circuito di INTERNI comprendeva quattro appuntamenti: un incontro coordinato da Gilda Bojardi a Wanted Design che ha visto due dei più importanti rappresentanti del made in Italy Giulio Cappellini e Piero Lissoni insieme a Nasir Kassamali, ideatore di Luminaire, il concept store nato a Miami e presente anche a Chicago che ha introdotto il design contemporaneo internazionale, in particolare quello italiano, negli States (14 maggio). Un appuntamento (il 15 maggio) presso lo studio degli architetti italiani Ada Tolla e Giuseppe Lignano di Lot-Ek, in cui i due architetti, naturalizzati americani, si confrontavano con Martinelli Luce. Infine due incontri il 16 maggio, uno per il breakfast e l'altro all'ora dell'aperitivo: la mattina, presso lo spazio di Scavolini New York a Soho, una conversazione tra Jeffrey Beers e Gilda Bojardi

NEW YORK
THE WORLD OF CREATIVITY MEETS ITALIAN DESIGN
 13-17 MAGGIO



16 maggio
JEFFREY BEERS, Jeffrey Beers International
in conversation with GILDA BOJARDI
SCAVOLINI SOHO GALLERY

429 West Broadway @ Prince St. New York, NY 10012

intrattenuti da Daniele Busca art director di Scavolini Usa, e, il pomeriggio, nello store di Natuzzi Italia a Madison, un talk degli architetti Enrico Bonetti e Dominic Kozerski ospitati da Pasquale jr Natuzzi. L'incontro di Wanted Design ha catturato il pubblico presente grazie alle vivacità dei relatori, in particolare Giulio Cappellini ha sottolineato il valore e il ruolo storico avuto dal design italiano che negli anni (forse più anni passati che attuali) è stato capace di intercettare le ventate di creatività e innovazione provenienti anche da altri Paesi (ricordiamo che Cappellini è imprenditore e talent scout di molti grandi designer internazionali) e di tradurle in bellissimi oggetti di manifattura italiana. Piero Lissoni, architetto a tutto campo con i due studi Lissoni Associati, a Milano e a Miami, e progetti in tutto il mondo, ha sottolineato invece come tutto il suo lavoro sia stato influenzato dalla cultura americana dell'International Style che poi ha tradotto in una serie di mirabili progetti d'arredo grazie alla grande disponibilità e competenza produttiva delle aziende italiane. Nasir Kassamali ha evidenziato come il termine di professionalità del made in Italy negli anni si sia allargato, dalla sfera del progetto e del prodotto anche a quella del servizio, punto focale per un'azienda che vuole lavorare all'estero. Da Lot-Ek Studio si è parlato dell'importanza



1. SCAVOLINI STORE, LA VETRINA CON IL RED CARPET USATO PER L'OCCASIONE.
2. L'INTERNO DI SCAVOLINI NEW YORK. **3. IL PUBBLICO DURANTE IL TALK "BRINGING HOSPITALITY TO THE HOME" CON L'ARCHITETTO JEFFREY BEERS E GILDA BOJARDI.**
4. UN MOMENTO DELLA CONVERSAZIONE CON DANIELE BUSCA ART DIRECTOR DI SCAVOLINI NEW YORK. **5. FRANCESCO FARINA CEO DI SCAVOLINI USA, SAMANTHA SAX, DANIELE BUSCA, GILDA BOJARDI E JEFFREY BEERS.**

1. LE VETRINE DI NATUZZI STORE, A MADISON AVENUE.
2. LA PROGETTISTA DANA GRIZWIN DI MASSIVE DESIGN, L'ARTISTA JUDI HARVEST E GILDA BOJARDI DIRETTORE DI INTERNI.



16 maggio
ENRICO BONETTI e DOMINIC KOZERSKI, Bonetti/Kozerski
NATUZZI ITALIA 105 Madison Avenue New York, NY 10016



della luce nel progetto contemporaneo. La luce, che è anche colore, è uno dei tratti fondamentali dei progetti di Ada Tolla e Giuseppe Lignano. Per Marco Ghilarducci e Emilana Martinelli, di Martinelli Luce, la scommessa contemporanea consiste nel declinare le nuove tecnologie legate al settore illuminotecnico in un prodotto che mantenga alti anche i valori legati al design e di come un'azienda che lavora con i progettisti debba sempre tenere fede ad entrambi i valori. Da Scavolini Jeffrey Beers architetto tradizionalmente legato alla progettazione di spazi dedicati alla ristorazione e all'ospitalità ha dato conto di un importante progetto residenziale che include la collaborazione con Scavolini Usa. Beers ha sottolineato la sinergia che si è creata tra lui e il team americano della storica azienda italiana, il rapporto di fiducia nella realizzazione in particolare delle aree legate all'ambiente cucina che Beers indica, senza ombra di dubbio, come il cuore della casa: valore che Scavolini ha ben presente e che nel progetto di cucina a isola, sta diventando un must anche negli Usa. Nello spazio di Natuzzi a Madison, Enrico Bonetti e Dominic Kozerski sono intervenuti sul tema della residenzialità e sulla capacità che ha il design italiano di trasmettere emozioni, del suo valore aggiunto quando è inserito in contesti residenziali di alto livello. Pasquale jr Natuzzi è intervenuto sottolineando la necessità di trasferire i valori dell'italian style verso un mercato internazionale a largo raggio, di pensare ad arredi funzionali ad appartamenti che, soprattutto nelle grandi città degli States, hanno spazi sempre più ridotti a causa dei costi del mercato immobiliare. ■ *Patrizia Catalano, foto di Luca Pioltelli*

3. GLI ARCHITETTI ENRICO BONETTI, DOMINIC KAZERSKI CON PASQUALE JR NATUZZI DURANTE IL TALK "A RESIDENTIAL DESIGN APPROACH" 4. IL PUBBLICO SEDUTO INFORMALMENTE SUI DIVANI DELLO STORE NATUZZI.

NEW YORK
THE WORLD OF CREATIVITY MEETS ITALIAN DESIGN
 13-17 MAGGIO



SEE YOU NEW YORK

Una serata tra mondanità e cultura del progetto. Protagonisti, il Salone del Mobile Milano e i più rappresentativi studi di architettura della Grande Mela, per la regia di INTERNI

Quanti sono gli studi di architettura newyorkesi che conoscono la più importante fiera di arredo e design del mondo, il mitico Salone del Mobile Milano che ogni anno ad aprile cattura l'attenzione e le pagine dei più importanti media internazionali? Molti a giudicare dal successo della serata organizzata lo scorso 15 maggio dal Salone a New York negli spazi di Rizzoli Bookstore. Un gala dinner che ha visto la regia di INTERNI con il suo direttore Gilda Bojardi a cui hanno partecipato moltissimi studi tra cui Stephen Apking di SOM, Victoria Benatar dell'omonimo studio, James Biber Biber Architects (autore del Padiglione Usa a Expo Milano 2015), Steve Blatz, Landon Brown direttore di Toshiko Mori Architect, la designer Sass Brown, il fascinioso Stephen Burks, Michele Busiri Vici di Space4architecture, Arthur Casas dell'omonimo studio, Steve Cozzolino di Cozzolino Studio, Douglas Fanning di D Y A D Studio, Andrew Franz fondatore dell'omonimo studio, Emanuela Frattini Magnusson, Rocco Giannetti Principal e Co-Managing Director di Gensler Studio, Hariri & Hariri, Scott Henderson, John Houshmand, il duo Vonnegut / Kraft, Lizzie Kasner, OMA Studio New York, Andrea Lamberti Partner di Rafael Viñoly Architects, Ung-Joo Scott Lee, Principal di Morphosis, Aleksey Lukyanov - Cherny di SITU Studio, Anne-Rachel Schiffmann di Snøhetta, la coppia Bonetti-Kozerski, Coren Sharples una dei titolari di SHoP, Antonio Pio Saracino e molti altri. Tra gli ospiti italiani, oltre al team del Salone capitanato da Giovanni Anzani con Marco Sabetta, Claudio Luti ceo Kartell, Giulio Cappellini, Paola Navone, Giulia Molteni, Laura Anzani di Poliform, Francesco Farina e Daniele Busca di Scavolini, Emiliana Martinelli e molti altri. ■

Patrizia Catalano, foto di Luca Pioltelli



2



3



4



5



6

1. LE VETRINE DELLA LIBRERIA RIZZOLI A NEW YORK DOVE SI È TENUTA LA SERATA ORGANIZZATA DAL SALONE DEL MOBILE MILANO.
2. CLAUDIO LUTI, PRESIDENTE DI KARTELL.
3. HANI RASHI E LISE ANNE COUTURE, FOUNDING PARTNERS DI ASYMPOTE ARCHITECTURE.
4. MARCO SABETTA, ANDREA VAIANI, GIOVANNI ANZANI E ANDREA MENEGHEL DEL SALONE DEL MOBILE MILANO CON GILDA BOJARDI.
5. L'ARCHITETTO JAMES BIBER DI BIBER ARCHITECTS.
6. GIULIA MOLTENI, DIRETTORE MARKETING E COMUNICAZIONE DI MOLteni & CO. E DADA
7. L'ARCHITETTO GIUSUÈ HARIRI DI HARIRI & HARIRI ARCHITECTURE.



7



8



9

8. FRANCESCA CIGOLA DI IERIMONTI GALLERY, JOSÉ BRUGUERA E MATTEO MILANI, PARTNER E ASSOCIATE PARTNER DI PEI COBB FREED & PARTNERS.
9. PAOLA NAVONE CON GIULIO CAPPELLINI.
10. MICHAEL GABELLINI DI GABELLINI SHEPPARD ASSOCIATES, NASIR KASSAMALI, FRANCO BIANCHI, CEO E PRESIDENTE HAWORTH.



10

Il 2 in 1 potente, sottile ed elegante

HP Elite x2 Reinvent Obsession



Per saperne di più: hp.com/go/businesspremium
Con processore Intel® Core™ m7.
Intel Inside® per potenza e produttività.



keep reinventing

La tecnologia Multi Core è stata ideata per migliorare le prestazioni di determinati prodotti software. Non tutti i clienti e le applicazioni software trarranno vantaggio dall'utilizzo di tale tecnologia. Sistema di elaborazione a 64 bit richiesto. Le prestazioni variano in base alle configurazioni hardware e software. La numerazione Intel non è indice di prestazioni superiori. Intel, il Logo Intel, Intel Inside, Intel Core e Core Inside sono marchi registrati da Intel Corporation negli Stati Uniti e in altri Paesi. © Copyright 2016 HP Development Company, L.P.

LookIng AROUND

PROJECT

METRICA È UNA SUPERFICIE INTERATTIVA MODULARE, MUTEVOLE, ILLUMINANTE E FONOASSORBENTE. PUÒ ESSERE ALLESTITA IN DIVERSI CONTESTI, DAGLI OPENSPEACE NEGLI UFFICI AL CONTRACT, INTERVENENDO SUL COMFORT ACUSTICO E VISIVO DELL'AMBIENTE. DESIGNER MATILDE ARDUINI, SIMONE PERACCHI, GIULIA TOGNALI.



RE-HOME RACCOGLIE CITOFONI, TERMOSTATI E OGGETTI TECNICI VARI DELL'IMPIANTISTICA DOMESTICA. IL DISPOSITIVO È UN SISTEMA AUDIO-VIDEO INTERCONNESSO CON GLI SMART DEVICE. DESIGNER FABIA CICCONE, SAMUELE MIATELLO IN COLLABORAZIONE CON MARCO PISCOPO.

POTERE ALLE COSE

Prototipi interattivi realizzati con tecniche di fabbricazione digitale sfidano il futuro produttivo, proiettando nuove dinamiche di relazione con gli oggetti domestici

LA PAGAIA POLIFEMO PRESENTA UN'ANIMA TECNOLOGICA: PUÒ RILEVARE DATI UTILI ALL'UTILIZZATORE, COME PROFONDITÀ O PH DELL'ACQUA. FA PARTE DELLA SERIE EPOCA, UN BRAND DI PRODOTTI PER ATTIVITÀ OUTDOOR. MADE IN ITALY. DESIGNER GABRIELE BASEI.

Dalla cassa acustica che funge da promemoria ricordandoci le scadenze, alle lampade che adattano la luce in base allo stato emotivo dell'utente, o che forniscono informazioni meteo e aggiornamenti dai social network, fino a sistemi domestici per l'urban farming: gli oggetti tradizionali aggiungono inedite performance alle loro funzioni primarie, diventando addirittura strumenti per esprimere se stessi o interagire con gli altri. Sono alcuni dei prototipi realizzati grazie al concorso Next Design Innovation, promosso da Regione Lombardia e Politecnico di Milano - Dipartimento di Design, che ha selezionato 15 gruppi di designer under 35 di provenienza lombarda per sviluppare idee sul futuro produttivo con l'ausilio di Polifactory, il makerspace del Politecnico di Milano. I prototipi hanno posto attenzione al rapporto tra design e tecnologie emergenti: dai sistemi di sensoristica incorporata nei prodotti, alle interfacce di controllo, fino alle tecnologie per la fabbricazione digitale combinate con tecniche artigianali o processi industriali. Vari gli argomenti affrontati: dai nuovi elettrodomestici agli arredi interattivi, dalle tecnologie indossabili ai device per la mobilità o la 'smart city'. "Abbiamo scelto i temi in continuità con le altre azioni di Regione Lombardia", spiega Stefano Maffei, direttore scientifico di Polifactory e professore associato della Scuola del Design del Politecnico di Milano, "ritenendoli punti di forza, regionale e italiana, per la crescita produttiva e il rinnovamento tipologico".



TO' NON È SOLO UNA LAMPADA, MA ANCHE UN DISPOSITIVO PER INTERAGIRE CON GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE E GENERARE CONTENUTI INFORMATIVI LUMINOSI LUNGO IL PERIMETRO. DESIGNER EKATERINA SHCHETINA.

HEXAGRO È UN SISTEMA PER L'URBAN FARMING BASATO SULL'AEROPONICA. LA GEOMETRIA È ADATTABILE A DIFFERENTI SPAZI E SUPERFICI E PUÒ ESSERE CONFIGURATA IN BASE AL BISOGNO DEGLI UTENTI, RIDUCENDO I CONSUMI DI ENERGIA, SPAZIO E TEMPO. DESIGNER FELIPE HERNANDEZ VILLA-ROEL, SHYAM DEEPAK GOPAL.



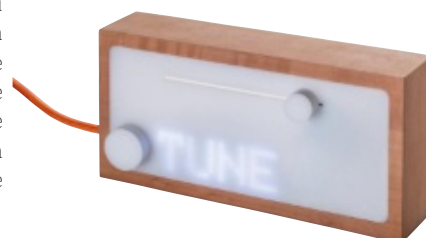
Ci si interroga spesso sul futuro del made in Italy, con la consapevolezza che serva percorrere nuove strade dove il tradizionale saper fare si rinnova nei presupposti e nei processi di produzione. "La spesso citata fabbricazione digitale è un insieme di tecnologie che non corrispondono soltanto all'additive manufacturing, ovvero alla stampa 3d. Ma comprende tecnologie presenti già da anni, come la metrologia o le tecniche di controllo dello stampaggio, che consentono di rivedere il processo produttivo sia del prodotto finito sia delle componenti all'interno dei macchinari. Queste applicazioni consentono di ridurre drasticamente il 'time to market', oppure di produrre con il modello 'tailor-made' nel caso di piccole serie. La strada del 'fabbricare direttamente' è un orizzonte che si avvicina", continua Maffei.

I prototipi di Next Design Innovation presentano diverse modalità di relazione con gli oggetti tradizionali. "Indicano funzioni metaforiche o di intrattenimento e danno vita a ibridi funzionali ed estetici che conferiscono altri significati agli oggetti consueti. A volte si tratta di derive 'gadgettistiche' ma consentono anche scenari come quello dell'integrazione digitale di dati e messaggi, sonori o visuali, o quello più futuribile dell'automazione e robotizzazione, con macchine capaci di 'imparare' e reagire autonomamente agli stimoli. Questo può essere un ulteriore sviluppo del progetto". La collaborazione con Regione Lombardia avrà infatti un seguito. "Poiché", conclude Maffei, "a Next Design Innovation ha aderito anche la Regione Catalogna che, insieme con Lombardia, Rhône-Alpes e Baden-Württemberg, è una dei 'motori della produzione' europea, il secondo episodio vuole estendersi anche a queste Regioni, non soltanto per la realizzazione di nuovi prototipi e l'incubazione di altri giovani talenti, ma anche per fare una ricerca più teorica su nuovi modelli di innovazione e di sviluppo sia produttivo che progettuale. Polifactory non è solo un centro per la consulenza alle aziende e la realizzazione di prototipi, ma è anche un promotore di cultura attraverso il fare sperimentale, che partecipa a call europee e opera un programma di formazione pubblico per promuovere nuove forme d'impresa e di aggregazione professionale". ■ *Valentina Croci*

ALL ANOTHER FOOD È UN MOBILE MODULARE PER LA CONSERVAZIONE DEGLI ALIMENTI CHE UTILIZZA LA TECNOLOGIA DELLE CELLE DI PELTIER, UN DISPOSITIVO TERMOELETTROICO DI RIDOTTE DIMENSIONI CHE CREA AMBIENTI FREDDI E CALDI. DESIGNER CAROLA DESI MANZONI CON CHIARA GATTUSO E ILARIA VENTRUCCI.



INTUNE È UN AMBIENT DISPLAY CHE FUNZIONA COME TIMER O CASSA ACUSTICA BLUETOOTH. DESIGNER ILARIA VITALI.





1



2



3

1. IGARAPÉ, PANCA IN STRUTTURA METALLICA RIVESTITA IN LEGNO CATUABA. GLI IGARAPÉS SONO PICCOLI CORSI D'ACQUA UNITI A FIUMI PIÙ GRANDI, COME RADICI CHE AFFONDANO NEI BOSCHI.

2. L'ISPIRAZIONE CINETICA DELLA LAMPADA MINI RAY È RINVENIBILE NELL'INTRECCIO DINAMICO DEGLI ELEMENTI STRUTTURALI IN OTTONE.

3. LA POLTRONA ZOSIMA È UN OMAGGIO AL GIORNALISTA ZOSIMA AMARAL, ATTIVO A RIO DE JANEIRO NEGLI ANNI CINQUANTA. IN BRONZO O RAME.



4

GARBATO CALORE

Prolifico e autodidatta, il brasiliano *Ronald Sasson* maneggia la forma con vigore ed eleganza, distinguendosi per la capacità di *controllo morfologico della struttura*

Quello del design è un universo diviso, in cui la forma è 'dovuta' tanto quanto la funzione. Così, se una parte importante di progettisti si dedica alla definizione strutturale dell'oggetto, una parte altrettanto significativa si dedica, con pari legittimità, all'esplorazione delle opportunità scultoree insite nel corpo delle cose. C'è però anche una terza categoria, più rarefatta rispetto alle prime due, composta da designer in grado di trascendere tanto i doveri della funzione quanto le libertà della forma, riuscendo a individuare la filigrana estetica che giace in potenza anche all'interno della più severa delle necessità strutturali. Il brasiliano Ronald Sasson, prolifico e autodidatta, appartiene a questa categoria. Metodologicamente ispirato all'«economia del dettaglio», Sasson si dimostra capace, tanto nei pezzi unici quanto nelle produzioni su più ampia scala, di intercettare il punto di contatto tra progetto d'arte e progetto di servizio, distinguendosi soprattutto per il controllo morfologico della struttura, che ora flette ora irrigidisce, ora svuota ora moltiplica, ora conferma ora diretta. Anche la palette dei materiali, fatta di bronzi, pelli, legni di noce e catuaba brasiliano, e quella cromatica, fatta di luci dorate e aromi caldi come caffè, contribuiscono a dar corpo a questo equilibrio di vigore ed eleganza, in cui non si può dire dove finisce l'autorità della struttura e inizia l'affrancamento dalla forma. ■ *Stefano Caggiano*



5

4. ATTIVO SIA COME DESIGNER CHE COME ARTISTA, RONALD SASSON È INTERESSATO SOPRATTUTTO ALL'ECONOMIA ESTETICO-STRUTTURALE DEI DETTAGLI, SIA NEI PEZZI UNICI CHE NELLE PRODUZIONI IN SERIE.

5. LA PANCA DOOP, IN LAMINATO DI NOCE, SI ISPIRA AI MOBILI DEGLI ANNI SETTANTA, CARATTERIZZATI DA AMPI PUNTI DI APPOGGIO. **6.** LA SCRIVANIA SÃO BASÍLIO È ISPIRATA, CON "INTRAPRENDENZA CONTEMPORANEA", AI MOBILI DEGLI ANNI CINQUANTA, COME EVIDENZIANO I DETTAGLI STRUTTURALI E L'INSOLITO USO DELLA PELLE IN UN COMPLEMENTO D'ARREDO.

6

LE GALLERIE DI PALAZZO FARNESE ARREDATE CON LE CREAZIONI DEI MAGGIORI DESIGN FRANCESI IN OCCASIONE DI **DESIGN@FARNESE** IN BASSO, L'AMBASCIATRICE DI FRANCIA IN ITALIA, CATHERINE COLONNA. (FOTO DI AMBASCIATA DI FRANCIA/ SEBASTIANO LUCIANO).



DESIGN@FARNESE

Su iniziativa dell'*ambasciatrice di Francia in Italia*, fino al 20 settembre le magnifiche gallerie rinascimentali di *Palazzo Farnese* saranno arredate con una *selezione di opere esemplari dell'attuale stato dell'arte del design d'Oltralpe*

“L’idea di mostrare tutta la vitalità del design francese a Palazzo Farnese, sede dell’ambasciata di Francia in Italia, mi è venuta poco dopo essere arrivata nel vostro Paese. Sono stata alla *Design Week* di Milano, e lì ho visto tante realtà francesi e italiane, piccole o grandi, che lavorano molto bene insieme. Milano è considerata la città del design, ma il contemporaneo esiste anche a Roma, e ospitarlo in un palazzo rinascimentale mi è sembrata una sfida interessante. I designer hanno risposto con grande entusiasmo. Si è così instaurato un dialogo tra l’architettura classica di Palazzo Farnese e il design, ma anche tra Francia e Italia in nome del progetto, e il risultato è per me magnifico. Anche perché Palazzo Farnese è tante cose insieme: un luogo storico d’eccezione, un luogo vivo, una vetrina dell’eccellenza e della creatività francese contemporanea”. Così Catherine Colonna, ambasciatrice francese in Italia, spiega il progetto di cui si è fatta promotrice, *Design@Farnese*, grazie al quale le magnifiche

gallerie rinascimentali dell’omonimo Palazzo romano saranno arredate, fino al 20 settembre, con una mirata selezione di opere firmate da designer francesi, e realizzate sia in Francia sia in Italia. Così, le tre grandi gallerie del primo piano di Palazzo Farnese vedono riuniti 50 prodotti firmati dai maggiori rappresentanti del design francese – la scelta è opera dei consiglieri artistici Isabelle Valembres e Pierre Léonforte – dai più esperti e celebri ai giovani emergenti, con nomi del valore di Christian Ghion, Dominique Perrault, Jean-Marie Massaud, Philippe Nigro, Jean Nouvel, Ora Ito, Christophe Pillet e William Sawaya. Progetto che darà visibilità, oltre ai progettisti, anche a orefici, ebanisti, industriali, galleristi, architetti d’interni e creatori che hanno deciso di puntare sull’autoproduzione, *Design@Farnese* racconterà anche un’inedita geografia del design d’Oltralpe, che non passa più solo per Parigi, ma lambisce anche le Landes, il Sud e l’Alvernia. ■ *Andrea Pirruccio*



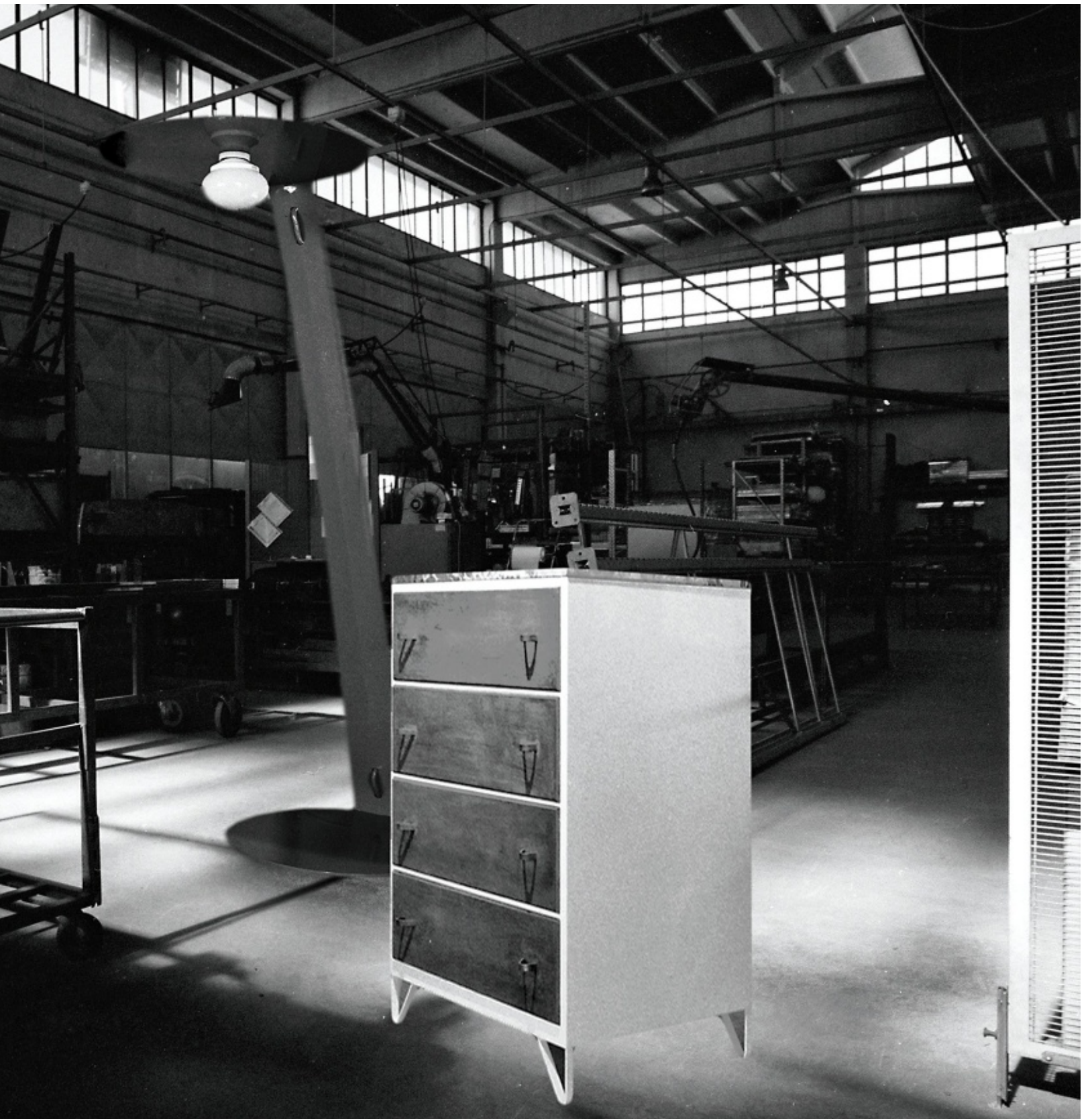
SUCCEDE AL SUD

Un'azienda che produce *scaffalature industriali* si affaccia al mondo del design con una *start up* innovativa coinvolgendo giovani progettisti e un *maestro del design*. E fa breccia nel pubblico del FuoriSalone

Piccole città, grandi talenti. Da circa sessant'anni esiste una realtà industriale, leader nel settore metalmeccanico, con sede a Ostuni, paradiso di piccole strade e viuzze che domina la piana di ulivi secolari tutelati dall'Unesco. Pochi immaginano che la famosa Città Bianca nasconda anche vocazioni industriali e ambizioni da mercato internazionale. Scaff System, che esporta in tutto il mondo le sue scaffalature industriali, un paio di anni fa ha deciso di aprirsi al design e alla creatività contemporanea, grazie al talento del giovane Diego Tanzariello, responsabile marketing, e di Licio Tamborrino, ad del marchio. Nasce Officine Tamborrino, una start-up come si dice oggi che rilancia il nome storico che aveva l'azienda quando era nata, affianca il brand storico, e immediatamente si immerge nel mondo delle nuove creatività e dell'art-design. Un primo affaccio avviene al FuoriSalone nel 2015, mettendo in gioco alcuni pezzi ricavati dall'archivio dell'azienda assieme a suggestioni più contemporanee di giovani designer. Il vero exploit lo si percepisce nel 2016, quando l'azienda ingaggia un leader storico del design italiano come Alessandro Guerriero. Nomen Omen, tant'è che la collezione assieme al bell'allestimento, si impone all'attenzione del FuoriSalone. L'interesse per l'arte e per il buon design cresce assieme, speriamo, a dei risultati concreti. Succede al Sud. ■
di Roberto Valden, foto di Maurizio Barberis



DIEGO TANZARIELLO
E ALEXANDRA GRACCO
KOPP, MARKETING
E COMUNICAZIONE
DI OFFICINE
TAMBORRINO. A LATO,
LA FABBRICA, LA LAMPADA
OT2 E SETTIMA,
RIVISITAZIONE DEL COMÒ.



STATO DELL'ARTE

Estetica preziosa, eleganza ricercata e forme intramontabili.
LINEABOX è eccellenza di ultima generazione, oggetto tecnicamente
avanzato e dalle forme perfette, prodotto che resiste allo scorrere
del tempo e alla sua caducità.

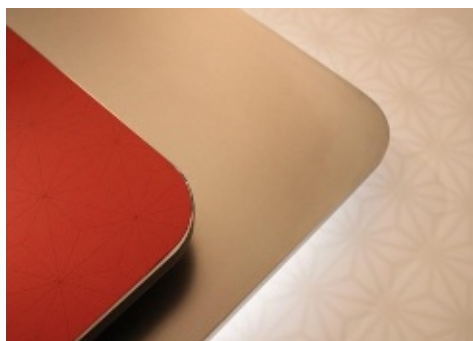
Un cassetto all'avanguardia e rivoluzionario che, con 4 speciali finiture
e diverse altezze, trova innumerevoli applicazioni in tutti gli ambienti,
di oggi e del futuro.



Lavi, sminuzzi, tagli, cucini, consumi. Tutti apprezzano la cucina giapponese così diversa da quella mediterranea, sono pochi però coloro che conoscono i segreti legati alla preparazione del cibo made in Sol Levante. Il progetto presentato da Cleanup Corporation, leader giapponese nella produzione di cucine sistematizzate su misura, durante il FuoriSalone a Brera design District, appare come un concentrato della raffinata cultura orientale in cui si fondono alta tecnologia e artigianalità e soprattutto, dove dei processi fino a oggi tenuti separati come la pulizia, la lavorazione, la cottura del cibo e il suo consumo vengono accolti in un unico sistema. Daidocoro, letteralmente



CLEANUP, PRODUTTORE GIAPPONESE DI CUCINE D'ALTA TECNOLOGIA, HA PRESENTATO, ALL'ULTIMO FUORISALONE (12-17 APRILE), DAIDOCORO, UNA *CONCEPT KITCHEN* CHE INTENDE AVVICINARE, IN UN UNICO AMBIENTE, LE DOMESTICHE STANZE 'DA GIORNO'. COSÌ, CUCINARE, NUTRIRSI E RILASSARSI POSSONO DIVENTARE UN UNICO GRAN PIACERE: QUELLO DI STARE SEMPRE INSIEME.



CONCEPT KITCHEN

Uno dei progetti più interessanti e innovativi presentati in occasione di Eurocucina 2016. Un sistema made in Japan che fonde le diverse funzioni legate alle ritualità del cibo in un unico elegante sistema d'arredo

cucina giapponese, è una concept kitchen compatta che accoglie tutte le funzioni, un unico elemento che si compone di lavello in acciaio, di un grande piano a induzione irori che scalda solo dove viene posata la pentola, di moduli contenitori, sedute e piani d'appoggio. La struttura è formata da strati sovrapposti che partono dalla base fino al piano di lavoro. Il mobile è progettato su altezze diverse, una per ognuna delle situazioni quotidiane. In fase di progettazione, il mobile stratificato può essere personalizzato e prevedere, oltre a una dispensa più ampia, installazioni aggiuntive: uno stand mobile per tablet, un mini tavolino, una cantina refrigerata per il vino e un portaspezie, ricollocabili a seconda delle esigenze. Ma il grande pregio di questo progetto sta nell'aver reinterpretato la cucina tradizionale giapponese trasformando in pezzo unico quelle che un tempo erano le

piccole stanze delle case convenzionali. Laddove i mobili e gli arredi erano disposti contro le pareti e i membri della famiglia portati a voltarsi le spalle durante lo svolgimento delle loro attività quotidiane Daidocoro propone un monolitico Kitchen System all'insegna della convivialità. ■

Patrizia Catalano





Come una seconda pelle il legno riveste, rinnovandolo (anche dal punto di vista energetico), un residence nel cuore delle Dolomiti. Lo firma un emergente studio altoatesino



TOTAL WOOD

QUI A FIANCO, UNA SUGGESTIVA IMMAGINE DEL RIVESTIMENTO LIGNEO CHE AVVOLGE L'EDIFICIO (A SINISTRA). IN BASSO, IL TETTO VERDE DELL'ULTIMO PIANO, TRASFORMATO IN AREA RELAX: SONO PREVISTI SPAZI OPEN MA ANCHE COPERTI (IN BASSO A SINISTRA).



“Cosa significa NOA? Network Of Architecture, ovvero ‘rete’. È il nome scelto quando io e Lukas, quattro anni fa, abbiamo aperto il nostro studio a Bolzano. Ci sembrava perfetto per esprimere lo spirito nuovo del nostro lavoro”. Chi parla è l’architetto Stefan Rier: con il suo collega Lukas Rungger, è a capo di un team interdisciplinare, che si forma e si modifica a seconda delle necessità del progetto. “Insomma, è una sorta di ‘piattaforma’, a cui aderiscono architetti, interior designer, grafici, fotografi, geologici, ma anche filosofi, musicisti...” chiarisce Lukas. Entrambi under quaranta, con una decennale esperienza internazionale alle spalle presso importanti studi di architettura, i due progettisti sono ritornati a Bolzano, la loro città, per mettersi in proprio. Ottenendo in soli 4 anni premi e riconoscimenti in tutto il mondo. Fra gli ultimi lavori, in ordine di tempo, la ristrutturazione e l’ampliamento dello Chalet Simonazzi, un residence affacciato sul massiccio dello Sciliar, in Alto Adige. L’idea semplice, ma di grande effetto (soprattutto, sostenibile e performante dal punto di vista energetico) è stata quella di creare una seconda pelle di legno, che come una sorta di parquet riveste le superfici sia orizzontali sia verticali, intradossi e ringhiere dei balconi comprese. L’innalzamento di un piano è stato poi risolto con un volume dal tetto a capanna - tipologia tipica della zona alpina - che inaspettatamente si trasforma in solarium e area relax, con prati e ‘sentieri’ che si mimetizzano tra i pascoli della bellissima vallata. ■ Laura Ragazzola

INOSPITALE
PER I BATTERI

Gusto Italiano




Lapitec® è l'innovativa pietra sinterizzata "a tutta massa": un materiale unico, dalle qualità eccezionali e dal forte appeal estetico. Design e performance all'insegna del Made in Italy, garanzia di libertà e tranquillità in ogni gesto: per una cucina bella da guardare e piacevole da vivere.

RESISTENTE
AI GRAFFI

LAPITEC È:

- ALTAMENTE RESISTENTE AI GRAFFI
- BELLO FUORI E BELLO DENTRO, NON FOTOSTAMPATO IN SUPERFICIE
- 100% MINERALI NATURALI - NON RILASCIA SOSTANZE CHIMICHE
- FACILE DA PULIRE E NON ASSORBE
- RESISTENTE ALLE ALTE TEMPERATURE
- STABILE, NON SCOLORA CON LA LUCE
- RESISTENTE AD ACIDI E DETERGENTI
- INOSPITALE PER I BATTERI
- DISPONIBILE IN SPESSORI FINO A 3 CENTIMETRI

IN QUESTA PAGINA: **NERO ANTRACITE - VESUVIO**

SCOPRI DI PIÙ SU: lapitec.com   

Lapitec®
Prestigious Italian Surface

Delicato e profondo, il design di *Ryosuke Fukusada* parte dalla memoria, osserva il quotidiano, unisce ragione e poesia, mare Mediterraneo e oceano Pacifico



1

1. RYOSUKE FUKUSADA; NATO A OSAKA, HA STUDIATO ALLA DOMUS ACADEMY E LAVORATO PRESSO LO STUDIO URQUIOLA.
2. DACHS CUCKOO, OROLOGIO A CUCÙ IN LAMIERA, CON LE FALDE DEL TETTO CHE RICORDANO LE ORECCHIE DI UN BASSOTTO, PRODOTTO DA **LEMNOS**, 2016.
3. HYOSHIGI, MONILI REALIZZATI CON DUE PEZZI DI LEGNO E MAGNETI, CHE MUOVENDOSI TINTINNANO COME MICRO NACCHERE, PRODOTTI DA **TIMBRE**, 2016.



2

MEMORIA E GRAZIA



3



4



5

4.5. MUFFIN LAMP, MUFFIN STOOL E SPIRAL MIRROR, I PRIMI DUE SI ISPIRANO ALLA FORMA DEI DOLCI AMERICANI, MENTRE LA CORDA CHE AVVOLGE E PROTEGGE LO SPECCHIO RIMANDA ALLE CUCITURE DEI TESSUTI E DEL CUIOIO, PRODOTTI DA **BONALDO**, 2013-15

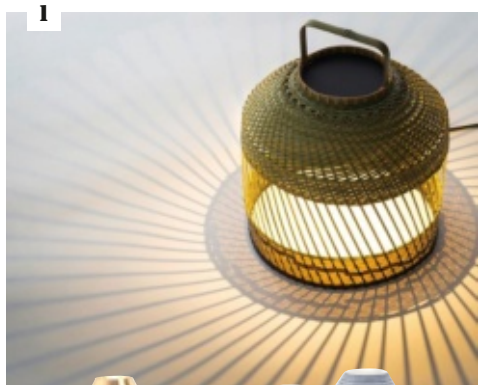
6. MAGAZINE BAG, PORTA-RIVISTE IN METALLO, CHE RIPRENDE LA FORMA DEI CESTINI GIAPPONESI PER FIORI, PRODUZIONE **BONALDO**, 2015.

L'andare e il venire, lo studiare qui e altrove, il cambiare città e lavoro numerose volte. Essere multi-culturali, aperti, universali, ma per certi versi locali e specializzati. Sono i segnali della 'società fluida' di questo secolo internettiano, con i quali convivono milioni di giovani vite. Ryosuke Fukusada è uno di questi giovani: nato a Osaka 36 anni orsono, ha studiato *product design* dal 1998 al 2002 al College of Art della città di Kanazawa, sul Mar del Giappone, per poi andare a fare il designer di prodotti elettronici alla Sharp Corporation, nello stabilimento di Hiroshima, dove è rimasto sino al 2007.



6

1. GABBIA LAMP, BAMBÙ INTRECCIATO DA ARTIGIANI DI KYOTO CON L'AGGIUNTA DI FIBRE DI ACETATO, DISEGNATA CON RUI PEREIRA PER **INDUSTRY+**, 2014.
2. CHIM CHIM, DIFFUSORI PER PROFUMO, PRODOTTI IN GIAPPONE E IN PORTOGALLO IN SEI DIFFERENTI MATERIALI: MARMO, ARGILLA ROSSA, LEGNO HINOKI, PORCELLANA, OTTONE, ALLUMINIO, DISEGNATI CON RUI PEREIRA, PRODOTTI DA **COTTO**, 2016.
3. KADOU COFFEE, L'ARTE DEI FIORI APPLICATA A UN TAVOLINO IN METALLO, **BONALDO**, 2014.



Con i soldi guadagnati in azienda, si finanzia un anno alla Domus Academy e arriva a Milano per frequentare il master in *Interior and living design*. Terminato il corso, si presenta a un colloquio presso lo studio Urquiola, ha la fortuna di essere intervistato direttamente da Patricia, che lo prende a lavorare nel suo team, dove resterà dal 2008 al 2012. Qui conosce il portoghese Rui Pereira, diventano amici e portano avanti numerosi progetti in comune. Forte di queste esperienze rientra in Giappone e sceglie d'insediarsi a Kyoto, città simbolo di storia e cultura. Non è un caso: memoria, attenzione, cura si ritrovano nei suoi progetti, dai quali traspirano anche gentilezza e poesia. Ne sono esempio i ghiaccioli a forma di campana o i monili realizzati con due legnetti che suonano come gli antichi batacchi Hyoshigi, entrambi progettati per Timbre, piccolo produttore che intende arricchire la vita quotidiana tramite la delicata sonorità dei propri oggetti. Lo stesso dicasi per la memoria tattile

di cibi o tessuti che viene trasportata sulla superficie delle stoviglie ceramiche, fabbricate a mano in Kyoto, dal vasaio Shuho Gama.

Spesso la sua sensibilità orientale dialoga con lo spirito latino come nei diffusori per profumo Chim Chim o negli arredi-bagno Tile Sashi, pensati in collaborazione con un designer portoghese conosciuto a Milano nello studio di una spagnola.

Fa tenerezza, infine, pensare che persino la memoria della carta che avvolge i muffin gli sia cara; così cara da trasformarla in una seduta che del dolce conserva la familiarità e silenziosamente ci dice: nella società dei consumi dove si butta via tutto, proviamo a tenerci almeno i bei ricordi. ■

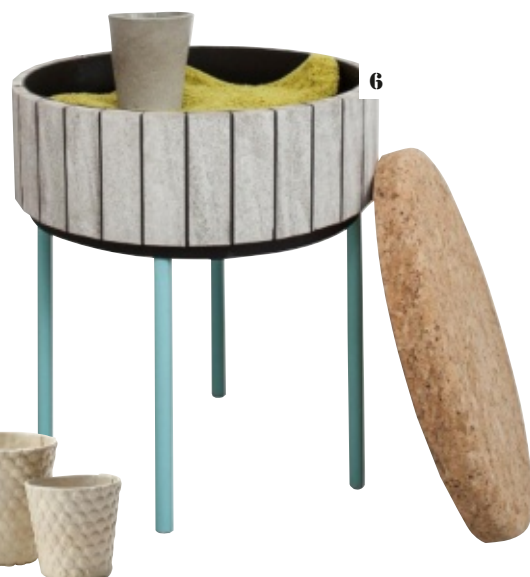
Virginio Briatore

4. WOODEN LIGHT BULB, LAMPADA REALIZZATA CON CORPO IN ALLUMINIO E LED INSERITO IN UN BULBO DI LEGNO ESCAVATO CON LA TECNICA TRADIZIONALE 'ROKURO', SVILUPPATO IN COLLABORAZIONE CON **LEDON LAMP GMBH**, 2009-16.

5. ICE BELL, FORMINE IN SILICONE PER IL GHIACCIO, PRODUZIONE **TIMBRE**, 2016.

6. TILE SASHI, SISTEMA PER IL BAGNO IN CUI LE CERAMICHE RIVESTONO GLI ARREDI, CON RUI PEREIRA, PER **COTTO**, 2014.

7. UTSUSIWA, CERAMICHE PER LA TAVOLA LA CUI SUPERFICIE RIPRENDE LA *TEXTURE* DEGLI OGGETTI CON CUI VIENE FORMATA, PRODOTTA DAL CERAMISTA **SHUHO GAMA** A KYOTO, 2014.



**UN NUOVO
PALCOSCENICO
DI SOLUZIONI
INNOVATIVE.**

#thema
#rinnoviamocileidee
#theatro

THEMA[®]
PIÙ SPAZIO ALLA LUCE



1. DOMON KEN, MAESTRO DEL REALISMO GIAPPONESE: ONODERA, CAMPANA E CILIEGI, 1977, NARA, 535 X 748 MM (COURTESY KEN DOMON MUSEUM OF PHOTOGRAPHY), IN MOSTRA ALLARA PACIS DI ROMA FINO AL 18 SETTEMBRE.
2. UNA PIANTA DI CRESPI BONSAI DI PARABIAGO (WWW.CRESPIBONSAI.COM).



BONSAI E IKEBANA

Hanami (letteralmente “ammirare i fiori”) è un termine giapponese che si riferisce alla tradizionale usanza nipponica di godere della bellezza delle fioriture primaverili degli alberi, in particolare di quella dei ciliegi (*sakura*). Ma alla rigogliosa natura del Sol Levante non vengono posti limiti, né di dimensioni, né di composizioni...

LookINg AROUND

FLORAL DESIGN

1. ORIGINARIA DI LIMOGES, MÉDARD DE NOBLAT 1836 HA REALIZZATO IKEBANA BALI, PREZIOSO SERVIZIO DA TAVOLA IN PORCELLANA.
2. IKEBANA NAGEIRE DI KEITH STANLEY, FLORAL DESIGNER.
3. VASO PER IKEBANA, IN CERAMICA GIAPPONESE RAKU, DI LOUISA HART.



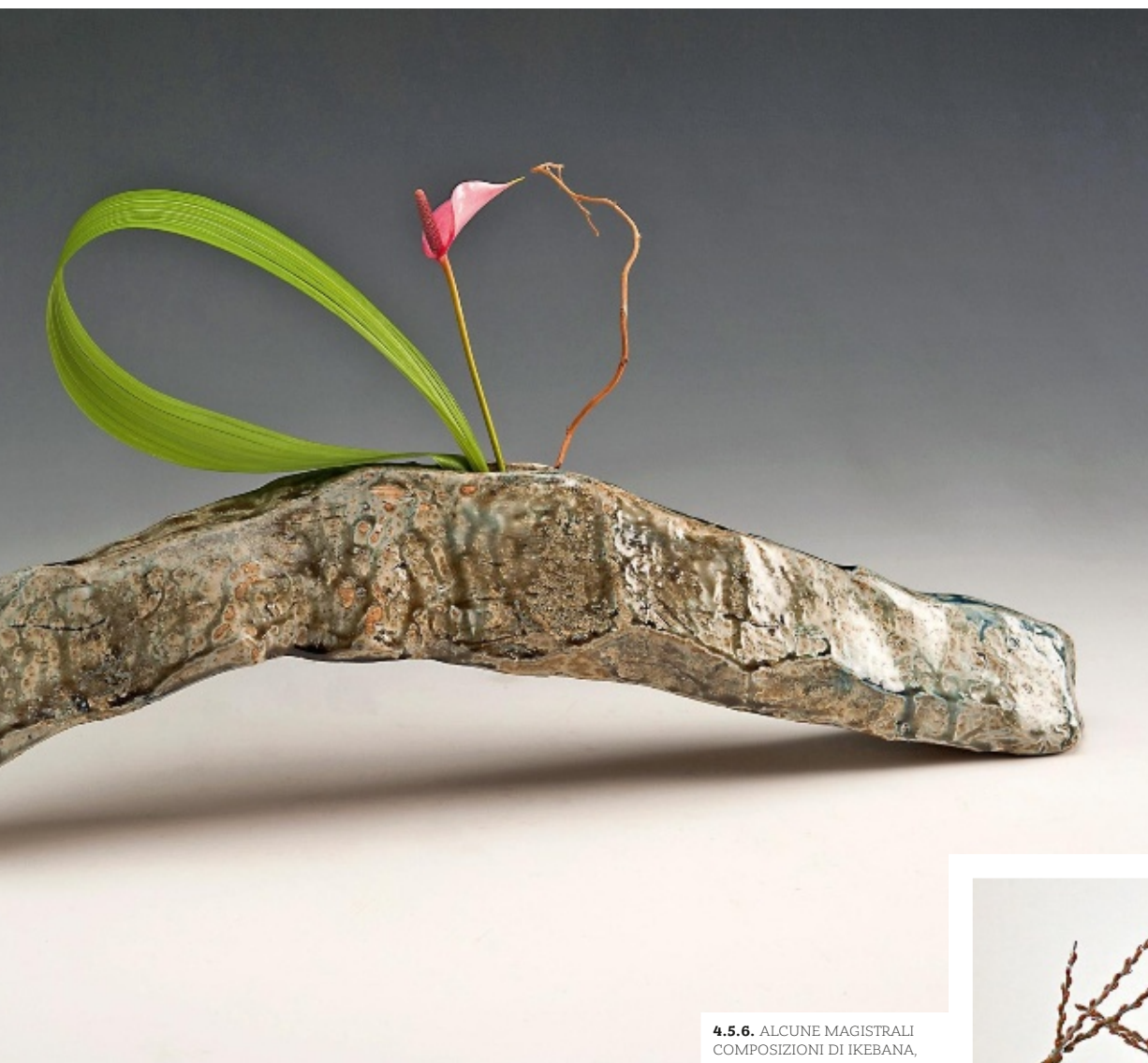
3



Il termine giapponese *bonsai* è costituito da due ideogrammi: *bon* 'vaso' e *sai* 'coltivare', in pratica "albero coltivato in un vaso ad arte". La cultura dei bonsai, alberi in miniatura, mantenuti intenzionalmente nani per mezzo della potatura e della riduzione delle radici, si sviluppa in Giappone nel periodo Kamakura (1185-1333), quando vengono introdotte tutte le principali tecniche bonsaistiche e dove nascono i "sette principi Zen dell'estetica orientale", che prevedono - tra gli altri

- l'arte del bonsai e quella dell'ikebana, considerate 'architetture vegetali'. Quella del bonsai è un'arte di pensiero e meditazione e, dai monasteri, il bonsai ha fatto presto il suo ingresso nelle case dell'aristocrazia giapponese, quale simbolo di prestigio e onore. L'ikebana, disposizione armonica e rarefatta di fiori, è invece pazienza e rispetto della natura; privo di compassione e d'umiltà, l'uomo non è in grado di comprendere il vero spirito dell'ikebana. Nella simbologia dell'ikebana sono

infatti sempre presenti alcuni concetti filosofici d'ispirazione buddista e alcuni significati - quali la rappresentazione di passato, presente e futuro - che può essere sintetizzata attraverso l'utilizzo di fiori completamente sbocciati, foglie morte, elementi in pieno sviluppo, o boccioli. La tradizione giapponese è soprattutto orientata a rappresentare, attraverso le creazioni dell'ikebana, la trilogia uomo, cielo, terra, perché "l'uomo educa le piante, ma le piante educano l'uomo" ■ *Olivia Cremascoli*



4

4.5.6. ALCUNE MAGISTRALI
COMPOSIZIONI DI IKEBANA,
ARTE GIAPPONESE
DELLA DISPOSIZIONE
FLOREALE.



5



6

1. L'ACCADEMIA DI FRANCIA A ROMA È OSPITATA PRESSO VILLA MEDICI, SUL PINCIO.
2. IL CONTE BALTHASAR KLOSSOWSKI DE ROLA, ALIAS BALTHUS, IL PIÙ PRESTIGIOSO DIRETTORE (DAL 1961 AL 1977) DELL'ACCADEMIA DI FRANCIA A ROMA, CON LA MOGLIE SETSUKO IDETA, RITRATTI DA BRUCE WEBER.
3. LA *CHAMBRE TURQUE*, 1965, FORSE IL PIÙ CELEBRE DIPINTO DI BALTHUS, CHE HA RITRATTO LA MOGLIE GIAPPONESE NELLA COSÌ BATTEZZATA STANZA *TURCA*, IN UNA TORRE DI VILLA MEDICI, DI CUI VEDIAMO, ACCANTO (4), L'ATTUALE ASSETTO, 'RINFRESCATO' PERALTRO DA BALTHUS STESSO.



2

Presso la sua sede di Villa Medici (www.villamedici.it), l'Académie de France à Rome organizza, dal 1° luglio al 14 agosto, il *Teatro delle Esposizioni #7*, mostra dei progetti dei borsisti-ricercatori attualmente in residenza. Ma, dato che nel 2016 festeggia il suo 350° anniversario, dal 14 ottobre al 15 gennaio '17 l'Académie organizza invece *350 anni di creatività*. Gli artisti dell'Accademia di Francia a Roma da Luigi XIV ai nostri giorni. La super-rassegna, curata da Jérôme Delaplanche, si focalizzerà sulle opere degli illustri *pensionnaires* – ex-borsisti ed ex-direttori – che hanno contribuito a rendere famosa nel mondo l'Accademia (il più celebre di tutti è stato Balthus, che, insieme alla moglie Setzuko, ha fatto vivere a Villa Medici una delle sue stagioni più prestigiose,



1

350 ANNI DI CREATIVITÀ

Istituita nel 1666 per volere di Luigi XIV, l'Académie de France à Rome compie quest'anno 350 anni, che festeggia con due esposizioni, con protagonisti gli ormai celebri *pensionnaires*



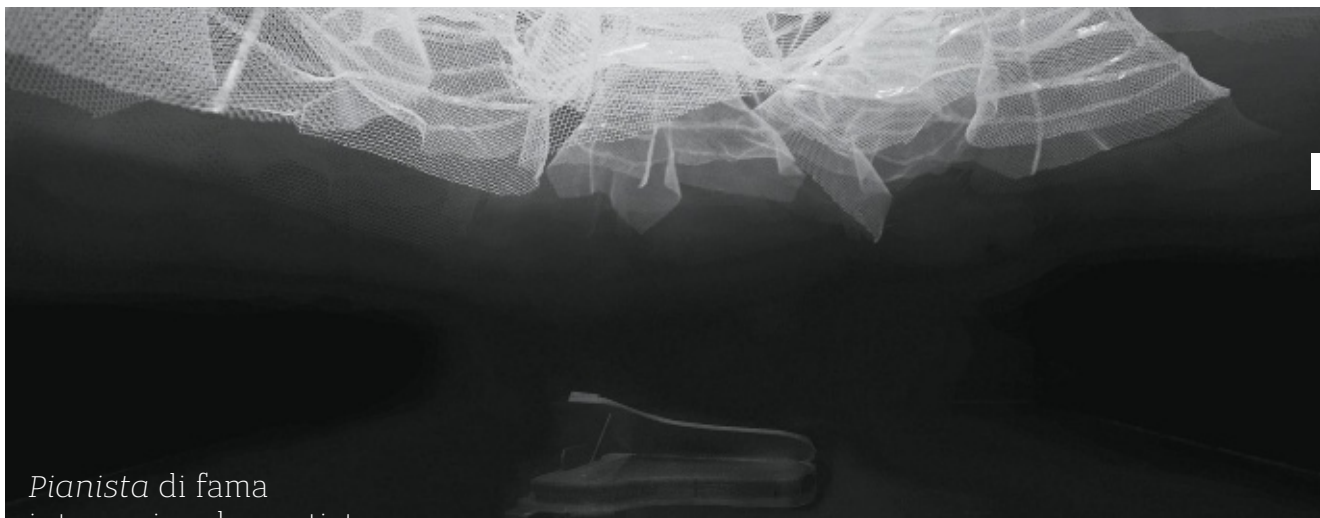
3

sia per le mostre d'arte, che per il rifatto décor di alcuni spazi, che per l'alto livello del salotto cultural-mondano), presentandone una selezione dei lavori realizzati durante i soggiorni romani. La mostra intende esaminare il legame che unisce l'Accademia a Roma. Il percorso espositivo porrà in evidenza le costanti e le linee di forza di questa produzione artistica: dallo studio del corpo umano all'ispirazione romana, senza ometterne l'umorismo e la marginalità.



4

La selezione delle opere cercherà di rappresentare in modo equilibrato i diversi periodi storici che costituiscono i 350 anni, sottolineando la varietà della produzione artistica – quadri, sculture, incisioni, schizzi, disegni d'architettura, spartiti musicali – e concluderà con una retrospettiva della creazione contemporanea. Ideata con Christophe Leribault, direttore del Petit Palais di Parigi ed ex-borsista, la mostra sarà al Petit Palais nel 2019. ■ *Olivia Cremascoli*



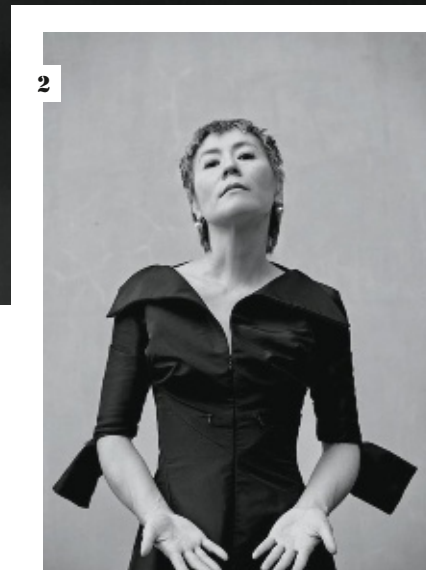
Pianista di fama internazionale e artista visiva, Tomoko Mukaiyama dice che la moda è un reale mezzo di comunicazione che rischia però di diventare stereotipato...

TOMOKO E LA MODA



Pianista e *visual artist* giapponese trapiantata ad Amsterdam, Tomoko Mukaiyama (www.tomoko.nl) – che ha fatto parte dell'Ensemble Modern di Francoforte, della London Sinfonietta, della Royal Concertgebouw Orchestra – si libra oltre i confini della musica classica per dare nuova significanza alla scena concertistica come artista multi-

mediale, sviluppando appunto progetti artistici che uniscono musica, danza, arte visiva: non a caso, ha per esempio collaborato con Marina Abramovic. Ora sta lavorando a *La mode*, la sua più articolata esibizione multi-disciplinare: un'indagine su sociologia, storia, rituali della moda attraverso musica, danza, spazio e abiti, in collaborazione con lo Spellbound Contemporary Ballet, struttura partner del progetto con la Tomoko Mukaiyama Foundation, Toyo Ito (*Pritzker prize 2013* e *Leone d'oro* della Biennale di Venezia 2012), il compositore Yannis Kyriakides. Uno spettacolo per pianista, dieci ballerini, una passerella e un'installazione scenica. L'anteprima europea sarà l'8 settembre al *Transart* di Bolzano, festival di cultura contemporanea (www.transart.it), mentre la prima mondiale sarà l'1 e il 2 ottobre a Taiwan, dove verrà per l'occasione inaugurato il National Taichung Theater, progettato da Toyo Ito, e dall'8 al 10 ottobre sarà invece al *Tokyo's Dance New Air Festival*. L'opera è incentrata su potere, sesso, desiderio, auto-espressione e



1. L'INSTALLAZIONE SCENICA PER *LA MODE*, PROGETTATA DA TOYO ITO E YOKO ANDO.
2. TOMOKO MUKAIYAMA.
3. UNA DANZATRICE DI *LA MODE* (FOTO DI KHUEN BELASI).
4. LA LOCANDINA DELL'OPERA *LA MODE*: ANTEPRIMA EUROPEA L'8 SETTEMBRE AL *TRANSART* DI BOLZANO; L'1 E IL 2 OTTOBRE A TAIWAN; 8-10 OTTOBRE A TOKYO.

sui codici sociali che regolano il mondo della moda, nella cui esplorazione e destrutturazione ne verrà evidenziato feticismo, materialismo, consumismo. In pratica, l'opera parla di moda senza mai mostrarla e, pur essendo stata ideata per una passerella, non ne farà mai uso. Sayonara. ■ *Olivia Cremascoli*

PROGETTI TASCABILI

Un museo per i modelli architettonici. È l'Archi Depot Tokyo Foundation, che si propone di preservare modelli e disegni della cultura architettonica giapponese. Offrendo a un vasto pubblico la diretta testimonianza della visione e del pensiero degli architetti. *Famosi ed emergenti*

Kengo Kuma, Shigeru Ban, Riken Yamamoto, Tetsuo Furuichi... Sono alcuni dei (super) architetti giapponesi (ma la lista è lunghissima, e annovera anche la giovane ed emergente generazione del Sol Levante) che hanno donato i loro modelli al neonato museo-archivio Archi-Depot (ha, infatti, aperto i battenti a Tokyo lo scorso 18 giugno). Nato su iniziativa dell'Archi Depot Tokyo Foundation (organizzazione per la preservazione e valorizzazione della cultura architettonica giapponese) e del Tokyo Design Center, la nuova realtà

SUGLI SCAFFALI DEL MUSEO ARCHI-DEPOT, APPENA APERTO A TOKYO, SONO ESPOSTI I MODELLI ARCHITETTONICI DEI PIÙ IMPORTANTI PROGETTI REALIZZATI IN GIAPPONE.

museale ha trovato casa nella sede di Warehouse Terrada, azienda globale specializzata nella conservazione di articoli specialistici e 'preziosi' (si parla, infatti di stoccaggio di vino, opere d'arte, film), che ha aderito all'iniziativa. L'idea base, infatti, è: conservare e preservare al meglio un patrimonio importante per creatività e valore culturale. Così, all'interno di

IL SUGGERITIVO INTERNO
DEL MUSEO CHE 'ARCHIVIA'
I MODELLINI
IN SCALA DEI PROGETTI
ARCHITETTONICI. IL LAYOUT
CONSENTE AL VISITATORE
DI OSSERVARE DA VICINO
I LAVORI ESPOSTI (SOTTO).



un'ex magazzino nella zona portuale di Tokyo, 116 scaffali si allungano su un'area di 450 metri quadrati per mettere in mostra i modelli in scala ridotta di progetti made in Japan: da quelli realizzati a scopo di studio sino alle versioni definitive per scoprire l'iter progettuale e il processo compositivo di ciascun architetto. Palazzi, grattacieli, musei, ville, pezzi di città rivivono in miniatura, permettendo ai visitatori guardarvi dentro, scoprendo segreti e aspetti che altrimenti sarebbe stato difficile capire. Al pari di vere e proprie opere d'arte, anche i modelli architettonici diventano nell'Archi-Depot un



patrimonio culturale importante, ben conservato e preservato, contribuendo a restituire la varietà del mondo del progetto nipponico. E tutta la magia dell'architettura. ■ *Laura Ragazzola*



ALCUNE IMMAGINI DELLA MOSTRA LET'S GO KIDS, ORGANIZZATA LO SCORSO FUORISALONE

DA **ASSOGIOCATTOLI** IN COLLABORAZIONE CON CORSO DESIGN FOR KIDS AND TOYS DEL POLI DESIGN E DEL CREATIVE INDUSTRIES LAB DEL POLITECNICO DI MILANO. IL PASSEGGINO PROGETTATO SECONDO PARAMETRI SEMPRE PIÙ ORIENTATI AL DESIGN E AL BENESSERE.



LET'S GO, KIDS!

Una mostra tutta dedicata al mondo della mobilità infantile: *sette passeggini d'avanguardia* per sette aziende di punta. A Milano, durante il FuoriSalone 2016, al Superstudio. Sotto il segno dell'ergonomia e del buon design

Il diritto al passeggio occupa uno spazio primario nell'evoluzione della sensibilità infantile proprio a partire dai primi anni di vita, quelli in cui la curiosità e lo stupore nei confronti dei fenomeni del mondo materiale costruiscono i primi fondamenti dell'intelligenza e della sensibilità del bambino.

Così Assogiocattoli (Chicco Artsana, Brevi, Dorel/Quinny, I.Go Distribution/Greentom, Inglesina, Italtrike e Peg Perego), con la collaborazione e la curatela di Luca Fois, co-direttore del Corso Design for Kids and Toys del POLI.Design, Bernardo Corbellini e Bice Dantona (designer), il patrocinio dell'ADI e il supporto del Creative Industries lab del Politecnico di Milano, dipartimento di Design, avvalendosi della sponsorizzazione di La Rosa Mannequins, OnlightPF, Marmo Arredo,

Eulithe e Tecnova, ha proposto durante il FuoriSalone del 2016 una mostra evento dedicata ai prodotti di punta del passeggio infantile, Let's go kids! Con un allestimento minimale e di forte impatto, la mostra proponeva spunti di riflessione oltre che sulla funzione pratica del passeggino quale mezzo di trasporto, anche su quella sociologica di oggetto che rende possibile la fruizione di molteplici luoghi e situazioni della vita quotidiana. A presentare questo particolare punto di vista sono state le aziende con i loro prodotti di punta: sette passeggini di ultima generazione, esposti per dimostrare quanto questo oggetto di uso quotidiano si sia evoluto negli ultimi anni. Scopo dell'esposizione è stato quello di sottolineare, attraverso i prodotti esposti, come oggi il passeggino sia diventato, grazie all'impegno delle aziende produttrici, un

vero e proprio strumento di benessere quotidiano sia per i bimbi che per chi lo conduce.

Dice Fois: "Attraverso un design innovativo, che cerca di coniugare in maniera intelligente estetica e praticità i passeggini della next generation migliorano il più possibile il rapporto tra bambino e adulto, aiutano il genitore a vivere meglio le ore trascorse con il bimbo, senza rinunciare al proprio naturale modo di essere". In mostra modelli a trazione elettrica alimentati a energia solare (per bambini molto autonomi), passeggini pensati per essere a perfetta misura di ascensore (evitando apri e chiudi), esemplari fabbricati con polipropilene riciclato e con le parti in tessuto ottenute dalla lavorazione di bottiglie in PET (ecocompatibili), altri con il telaio leggerissimo in alluminio (per bambini sportivi) ed esempi che mostrano con evidenza come la vita del genitore possa essere resa più facile e divertente dall'utilizzo consapevole di un accessorio fondamentale come il passeggino senza mai perdere di vista lo sviluppo mentale del bambino. Let's go kids ha voluto offrire inoltre ai visitatori anche un'esperienza insolita e affascinante attraverso un video che fa rivivere le sensazioni di un bambino a bordo di un passeggino, mostrando con i suoi occhi le più varie situazioni del contesto urbano: un'occasione per riflettere su azioni, punti di vista e dettagli spesso trascurati dagli adulti. ■
Patrizia Catalano



Tu sei
casa tua.



We
care

SAINT-GOBAIN

COMFORT
NELLA TUA
CASA

La facciata di casa dice tutto di te: della tua personalità unica, dei tuoi tratti inconfondibili, del tuo stile originale. Per questo noi di Saint-Gobain Weber ti forniamo colori e materiali per la ristrutturazione di primissima qualità. Perché sappiamo che prendendoci cura della facciata, ci stiamo prendendo cura anche di te.

Scegli le tue soluzioni ideali su soluzioniperlafacciata.e-weber.it

weber
SAINT-GOBAIN

NELLE IMMAGINI, DALL'ALTO: WICKY PRIYAN, CHEF E PATRON DI WICKY'S WICUISINE SEAFOOD (CORSO ITALIA 6, MILANO, WWW.WICUISINE.IT), DI CUI VEDIAMO DUE IMMAGINI DEI SUGGESTIVI INTERNI E DI UN PIATTO DELLA CUCINA KAISEKI, L'ESPRESSIONE CULINARIA PIÙ RAFFINATA DELLA GASTRONOMIA GIAPPONESE.



WICKY'S CUISINE

Un padre primario ayurvedico, una laurea in criminologia, la grande passione per viaggi e luoghi tribali: e, ora, è lo chef di *cucina giapponese* e *fusion* forse più celebrato di Milano



Contrariamente a ciò che pensa la gran parte degli italiani – che sovente ‘ignora’, senza neanche supporlo – la cucina giapponese non è solo *sushi*, *sashimi*, *tempura*, e non è principalmente cruda. Anzi. Come spiega il colto ed esuberante astro-chef Wicky Priyan, classe 1970, cingalese di nascita ma giapponese d'adozione (è andato nel Paese del Sol Levante a sette anni, a seguito del padre, primario di medicina ayurvedica, e c'è rimasto per 35 anni, prendendo oltretutto in moglie Nozomi Ito), la cucina *Kaiseki* è l'alta cucina giapponese: un pasto tradizionale prevede numerose mini-portate, servite su

piatti completamente differenti, una quantità piuttosto bassa di crudo e un'attenzione infinita per il cotto (dal fritto allo stufato), e reclama eccellenti competenze tecniche da parte dello *chef*. Wicky è da tempo una delle facce note della nostra ristorazione, in quanto l'avevamo già visto a Milano da Nobu e allo Zero Contemporary Food, ma, prima, ha girato il mondo, approdando tra l'altro al Sundara, il ristorante del Four Seasons alla Jimbaran Bay di Bali, ma, soprattutto, alle grandi ‘scuole’ culinarie giapponesi dagli inarrivabili maestri (per tutti, citeremo Kikuchi Kan, sommo maestro di *sushi*), che gli hanno insegnato a tagliare sottilmente ed esclusivamente a mano (*Katsura muki*), a fare lunghissime marinature, a frollare sapientemente anche il pesce,

1. CHRIS JOHNS, GIAPPONE 1983. PRIMO PIANO DELLA BOCCA DI UNA GEISHA CHE MANGIA DEL TOFU CON LE BACCHETTE, A KYOTO (@CHRIS JOHNS; COURTESY NATIONAL GEOGRAPHIC).
2. STEFANIA VITI, **L'ARTE DEL SUSHI**, 2015, GRIBAUDO EDITORE (PAGINE 160, € 12.90).



3.4. SUL FONDO DI PICCOLI CONTENITORI GIAPPONESI, L'ARTISTA **RIUSUKE FUKAHORI** DISEGNA E DIPINGE A MANO PESCIOLINI, SU CUI POI APPLICA RESINA TRASPARENTE.

a decorare (per mezzo, ad esempio, di gocce di rugiada e petali di fiori edibili). Nel suo ristorante milanese in corso Italia (dal novembre 2011 era in via San Calogero, locale che, da un anno e mezzo, ha preso il suo amico Joji Tokuyoshi), intende proporre il meglio della cultura gastronomica nipponica, e stando anche solo ai suoi avventori – da Oscar Farinetti a Gualtiero Marchesi – c'è riuscito. E così, tra il famoso Carpaccio dei cinque continenti, il maialino alla Kaneki Kyoto (cottura di 16 ore, secondo la tecnica Ryoutei Kaneki, servito con mele caramellate e senape) e la piovra alla Kaneki Kyoto (cotta per tre ore in salsa di soia, saké, mirin, vino bianco, finita al vapore per un'ora e servita con baccelli di soia verde), Wicky propone anche il suo notevole *Edo-mae sushi* (la tecnica Edo, l'antico nome di Tokyo: il riso viene cotto e, dopo dieci secondi, messo nel legno, bagnato con l'aceto rosso, conservato a 36 gradi e servito a questa temperatura), ma anche sue personali invenzioni *fusion*, la vera e propria *Wicuisine*, che incrocia la gastronomia giapponese (e, più ampiamente, oriental-asiatica: malese, thailandese e indonesiana) con sapienze italiane e francesi. Di fatto, circa il 90% delle materie prime utilizzate nel ristorante sono italiane. Certo, fa un certo effetto vedersi servire un midollo d'ossobuco con riso allo zafferano nella dimensione di un boccone di *sushi*... Ma dato che Wicky s'è laureato in Criminologia, da chi mai ha preso il talento per i fornelli? "Da mia madre – spiega tranquillo – che mi ha permesso di seguirla in cucina sin da quando avevo cinque anni. Ora sto facendo lo stesso con mia figlia, che ha nove anni: quand'è libera dalla scuola giapponese di Milano, fa capolino in cucina e impara da me". Buon sangue non mentirà. ■ *Olivia Cremascoli*



5. DERIVATO DA **ARITA 1650** L'ARITA PORCELAIN LAB HA REALIZZATO IL PREZIOSO JAPAN SNOW ARITA PLATINUM PORCELAIN, SERVIZIO DA TAVOLA IN PORCELLANA CON FINITURA IN PLATINO.



1. PRIMO PROFUMO DI SHISEIDO (1964), ZEN VIENE PRODOTTO IN TRE VERSIONI: L'ORIGINALE, UNA DEL 2000 E UNA DEL 2007, IL CUI FLACONE S'ISPIRA A UNA STANZA DA TÈ GIAPPONESE. NELLA FOTO: ZEN SECRET BLOOM, LIMITED EDITION 2012 (PH. VICTOR WONG).

EFFLUVI DAL SOL LEVANTE

Dal profumo dei fiori di ciliegio a quello del tè verde, alle celestiali essenze de *Il racconto di Genji*, in Giappone l'arte profumatoria è sublime



2. DI KEIKO MECHELI, MARCHIO DI PROFUMI DI NICCHIA, JOHANA (2012) S'ISPIRA AL CRISANTEMO, SIMBOLO DI GIOIA E VITA NEL MONDO ORIENTALE.

3. LEAU D'ISSEY (1992), FRAGRANZA DI CULTO

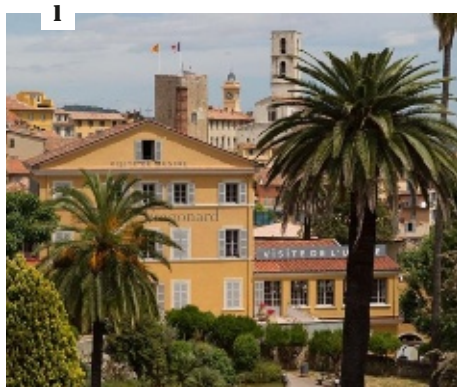
DI ISSEY MIYAKE PARFUMS
4. ODEUR 53 (1998), L'ANTI-PROFUMO DI COMME DES GARÇONS

Nel *Genji Monogatari*, capolavoro della letteratura giapponese scritto nell'XI secolo da Shikibu Murasaki, ci sono molti riferimenti all'incenso e al suo molteplice utilizzo per profumare abiti, acconciature, ambienti: si tratta della cerimonia del *Kodo*, o *Via della fragranza*, dove il profumo dell'incenso va 'ascoltato' con attitudine meditativa. Lo stretto rapporto tra fragranze e cultura giapponese s'è mantenuto fino alla contemporaneità, quando, nel 1964, è apparso sul mercato il primo profumo di Shiseido, Zen, un quieto capolavoro, il cui orientalissimo flacone fiorito era di Marehide Suzuki. Ben più tardi, nel 1992, Issey Miyake, guidato dalla sua potente visione di natura sublimata, ha creato "il profumo più puro del mondo,

quello dell'acqua sulla pelle di una donna", cioè L'Eau d'Issey, diventato subito profumo di culto, che è riuscito a rivoluzionare con l'essenziale (e il 15 maggio scorso è stata lanciata la nuova L'Eau d'Issey Pure). Più tardi, nel 1998, Rei Kawakubo/Comme des Garçons ha infranto tutte le regole creando il mitico *Odeur 53*, la cui composizione (senza elementi organici) è costituita da 53 formule chimiche, quali bruma di nylon, alito di bebè, acciaio contro la lingua... Ribattezzato l'Anti-profumo è concettuale, unisex, astratto, persino urtante, ma assoluta pietra miliare. ■ *Olivia Cremascoli*

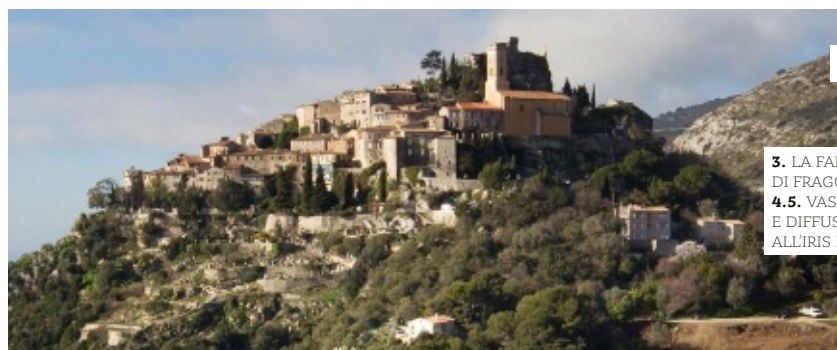


1.2. DAL 1926, LA MAISON FRAGONARD SORGE A GRASSE, IN UN'ANTICA FABBRICA DI PROFUMI, DOVE C'È ANCHE IL PRIMO MUSEO DEL PROFUMO, UNA COLLEZIONE D'OGGETTI RARI CHE RACCONTANO 3MILA ANNI DI STORIA DELLA PROFUMERIA.



L'ANNO DELL'IRIS

Nel XVII secolo, il *fleur de Lys* è stato utilizzato per i famosi guanti profumati di Caterina de' Medici: oggi Fragonard ne fa la sua bandiera olfattiva per il 2016

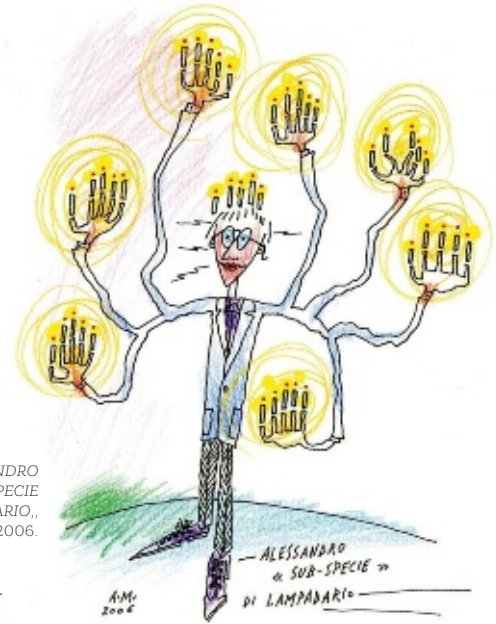


3. LA FABBRICA DI FRAGONARD A EZE.
4.5. VASI DI IRIS E DIFFUSORE D'AMBIENTE ALL'IRIS DI FRAGONARD

Nel 2016, la *maison* francese di profumi Fragonard celebra l'iris, in Francia fiore-simbolo di regalità fin dai tempi di Clodoveo I, a inizio del '500: sarà Luigi VIII ad adottare l'iris d'acqua come blasone ufficiale. A partire dal XVI secolo, la polvere d'iris è stata impiegata nella preparazione di molti oggetti profumati: in particolare, l'iris tritato veniva utilizzato per confezionare i famosi *gants parfumés*, moda lanciata da Caterina de' Medici, e non a caso l'iris pallida, detta l'oro blu di Firenze, cresce in Toscana. Nella profumeria è una delle materie prime più preziose:

sono infatti necessari anni perché i bulbi d'iris rivelino la loro ricchezza e serve una tonnellata di rizomi d'iris per ottenere 200 grammi d'assoluta d'iris, il cui prezzo si attesta sui 100mila €/kg. Dunque, l'oro blu dei profumieri viene quest'anno declinato da Fragonard in un'ampia gamma profumata - le cui confezioni sono oltretutto decorate da acquerelli a tema - in cui l'iris si fa delicato e leggiadro, dove le note *poudré* sono vivacizzate dall'apertura agrumata del bergamotto e il cuore è addolcito dalla violetta e dall'eliotropio. ■
Olivia Cremascoli





RITRATTO DI ALESSANDRO MENDINI CON LAMPADA DA TAVOLO TRINITY PER RAMUN.



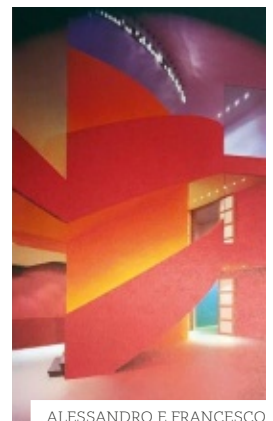
CODICE MENDINI

di Fulvio Irace, Electa Editore 2016, pagg. 368, € 130,00.

Un libro di grande formato, ricco di immagini, disegni, fotografie, che documentano un percorso trasversale, scandito da nove temi di riferimento in grado di raccontare il zigzagante quanto profondo itinerario intellettuale di Alessandro Mendini, protagonista indiscusso della scena del progetto italiano. Il "Codice Mendini", che Fulvio Irace con dichiarata empatia dedica a quello che definisce "un personaggio proustiano, intriso di malinconia incline allo spleen e alla perenne ricerca di un mitico tempo perduto", si propone di fornire uno strumento forse non esaustivo (per l'oggettiva impossibilità di catalogare la sterminata produzione mendiniana) "per decifrare quel caleidoscopio di immagini e di parole generato negli anni da Mendini attraverso una incessante, continua stratificazione di parole e di cose". Progettista integrale, intellettuale e regista di operazioni corali su diverse scale (urbana come la Metropolitana di Napoli, architettonica come la casa di Alberto Alessi, di interni e di oggetti di diversa tipologia e figura), Mendini individua nove regole-categorie per raggruppare in insiemi complessi un percorso di ricerca ancora in piena attività. *Bio-grafismi, Utopie, Gulliver, Fragilismi, Metodo Proust, Oggetto romanzo, Stanze, Progettare è dipingere, Together*, sono i contenitori tematici che ci accompagnano nella lettura, corredati da un ricchissimo quanto strutturale impianto iconografico.

Nell'autoritratto disegnato che apre il primo capitolo, "Alessandro sub-specie di lampadario" (2006), emerge con ironia la caratteristica primaria di Mendini; le tante lampadine accese sulla testa e su ogni dito delle sette mani che, come da un albero, si sviluppano attorno al corpo centrale, rappresentano le idee. Cosa di cui Alessandro Mendini non è mai stato avaro. L'avere idee e tradurle in azione concreta è, a nostro avviso, ciò che meglio rappresenta l'instancabile creatività di Mendini, sia come progettista, sia come disegnatore, scrittore, critico e osservatore, operatore estetico su larga scala.

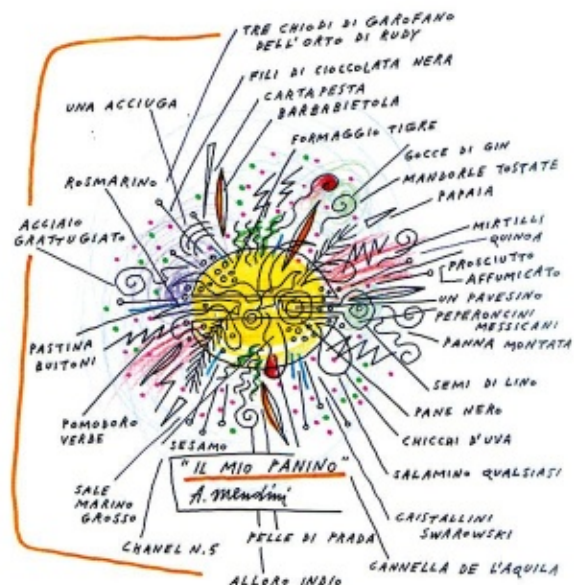
Di idee quindi è pieno questo ricco volume che, come scrive Fulvio Irace, intende "equiparare il labirinto costruito da Alessandro Mendini alla rete di un ragno, a una struttura cioè riconoscibile da una calcolata distanza dello sguardo. In tal modo quello che appare casuale finisce col corrispondere a un sotteso modello, mentre persino l'andirivieni nei paradisi delle invenzioni, alla lunga e alla lontana, rivela una simmetria di movimenti, un sincronismo che stupisce per il suo continuo avvitarci nella danza di un falso movimento". ■



ALESSANDRO E FRANCESCO MENDINI, GRONINGER MUSEUM, RESTYLING 2010, SCALA DI COLLEGAMENTO TRA I PADIGLIONI DI ARTE CONTEMPORANEA E ARTE 1500-1950.



ALCUNE VARIANTI DELLA "POLTRONA DI PROUST": BRONZO 2009, MINIATURA DI CERAMICA DIPINTA D'ORO 1994, GEOMETRICA IN TESSUTO 2009, ECOMIMETICO DIPINTA DA PROSPERO RASULO 1998, BIANCO E ORO MINIATURA IN CERAMICA DIPINTA 1996, MOZART DIPINTA DA CLAUDIA MENDINI 2000.



IL MIO PANINO, 2001.



LA LUNGA VITA DEL DESIGN IN ITALIA - B&B ITALIA 50 ANNI E OLTRE

di Stefano Casciani, Skira Editore 2016, pagg.360, € 65,00.

La storia di B&B Italia è parte della storia multilineare del design italiano, e ne costituisce senza dubbio un capitolo di riferimento. Stefano Casciani, in occasione dei cinquant'anni dell'azienda, ne traccia le vicende dalle origini, con la C&B e il sodalizio con Cesare Cassina, ai nostri giorni chiamando a comporre il racconto testimoni, protagonisti, fatti, immagini e ovviamente oggetti. Il *case study* di B&B Italia è affrontato in quattro densi capitoli (la storia; i ritratti dei designer impegnati nella costruzione dell'azienda e della sua identità; le tre architetture di B&B assunte come "macchina dell'industria", "del Pensiero" e del "Progetto"; la comunicazione aziendale e l'idea di corporate identity alternativa), temi che intendono offrire al lettore "un'investigazione sul perché dei successi dell'azienda, sulle ragioni di chi a essi ha contribuito e di che cosa c'è da imparare da loro: un testo che non ha pretese esaustive, impossibili sulla carta, ma seleziona, sceglie, include l'essenziale per capire e comunicare". Renzo Piano racconta l'incontro con Pierino Busnelli per il progetto (insieme a Richard Rogers) dell'Headquarters di Novedrate, (1973), edificio "antesignano del Beaubourg" parigino, come lui stesso afferma, e documentato nel libro anche dall'estratto della pubblicazione di Domus del 1974. Ferruccio De Bortoli coglie la "concretezza visionaria" di Pierino Busnelli e del suo innamoramento per il poliuretano, assunto come materiale duttile in grado di portare nel mondo dell'arredo la dinamica, e i numeri, della produzione industriale. Un aspetto questo fondamentale nella storia di B&B che ben rimarca Deyan Sudjic nel suo intervento: "Pier Ambrogio Busnelli negli anni Sessanta trasporta il mobile nell'era moderna, proprio come Michael Thonet aveva fatto un secolo prima. [...] B&B Italia ha trasformato davvero la fabbricazione di mobili con approccio di matrice artigianale in un processo molto più simile alla fabbricazione di automobili."



ANTONIO CITTERIO
E PIERINO BUSNELLI
ACCANTO ALLA CHAISE
LONGUE DEL SISTEMA
"SITY", 1986.

CAMPAGNA PUBBLICITARIA
PER LA SERIE "LE BAMBOLE"
DI MARIO BELLINI CON LA
MODELLA DONNA JORDAN.
FOTO DI OLIVIERO TOSCANI



METODO CAPPELLINI. IL SOGNO DECLINATO

di Francesca Serrazanetti, Electa Editore 2016, pagg.192, € 35,00.

Verso la fine degli anni Settanta, Giulio Cappellini inizia a lavorare nell'azienda di produzione di arredi fondata dal padre Enrico nel 1946 a Carugo, in Brianza. Il suo progetto parte da un'idea innovativa capace di unire in una sinergia programmatica creatività e dimensione internazionale, *know how* artigianale e processi meccanizzati, sperimentazione e avanguardia. L'azienda di famiglia diventa allora il laboratorio, lo strumento operativo, per creare una rete di giovani talenti uniti dalla passione per il design e la sperimentazione. Una sorta di palestra della creatività



GIULIO CAPPELLINI
(A DESTRA)
E, PROSEGUENDO
IN SENSO ORARIO,
PIERO LISSONI, RONAN
BOUROULLEC, CARLO
COLOMBO, ERWAN
BOUROULLEC, JASPER
MORRISON
AL SUPERSTUDIO
DI MILANO, 2001.

per il popolo internazionale dei designer, tanto da assumere nel 1980 il nome di Cappellini International Interiors. Il ruolo di talent scout di Giulio Cappellini (a lui si devono la 'scoperta' di Jasper Morrison e dei fratelli Bouroullec solo per fare un esempio) si unisce nell'immediato con un'idea di produzione flessibile in cui dimensione artigianale e innovazione tecnologica si contaminano in modo proficuo secondo le diverse situazioni affrontate. È "un sistema produttivo sofisticato e tecnologicamente avanzato poiché permette di fare sembrare ogni pezzo come un prodotto unico, realizzato a mano: è quello che si può definire un processo post-industriale". Tutto questo è raccontato in questo libro, anche dal punto di vista iconografico. La formula è quella di un inconsueto abbecedario tematico organizzato per ordine alfabetico (da Architettura a Wanders) a sua volta declinato secondo quattro categorie: *Identità; Incontri; Esporre Design; Processi, Luoghi e Prodotti*. Fattori di riferimento per capire la chiave del 'metodo' Cappellini: "un metodo che si costruisce sul rigore e allo stesso tempo sulla libertà, sulla coerenza di un'idea e le contraddizioni della creatività". ■ Matteo Vercelloni

Come sancito da un incontro tematico organizzato durante il *Festival dei Due Mondi*, l'Umbria ha intrapreso da anni un percorso di valorizzazione della propria cultura progettuale. Ne abbiamo parlato con *Catiuscia Marini*, Presidente della Regione

Presidente di una regione che può annoverare tra le proprie eccellenze anche l'assoluto valore culturale dei suoi tre festival estivi - il *Festival dei Due Mondi*, *Umbria Jazz* e il *Festival delle Nazioni* - *Catiuscia Marini* ha risposto ad alcune domande relative al rapporto tra l'Umbria e la cultura del design.

Arte in ogni sua declinazione, enogastronomia e bellezze naturali: sono i tre macrofattori che compongono la cosiddetta Umbria Experience. Attualmente il design come si colloca rispetto alle altre eccellenze della regione?

"È una componente utile a innovare la produzione industriale e a rendere più competitivo il sistema economico dell'intera regione. Il design è un fattore dinamico dell'identità contemporanea dell'Umbria e soprattutto un legame attivo con il made in Italy, inteso come fattore determinante della capacità italiana di stare sui mercati innovativi".

Nel corso di un recente press tour a Orvieto, ho potuto constatare come alcuni designer umbri (di gioielli ma anche di ceramiche e accessori di abbigliamento) riescano a vendere in tutto il mondo i loro prodotti, pur avendo deciso di restare a vivere nella propria città. Come spiega la scelta di restare radicati al proprio territorio?

"È una notazione interessante che chiama in causa due elementi. La qualità della vita dei nostri centri storici è di alto livello e quindi 'lavorare' in Umbria è un



vantaggio a cui si rinuncia difficilmente. L'ambiente è una sintesi dell'interazione secolare dell'uomo con la natura, a cui si aggiungono servizi, anche digitali, in grado di facilitare il

superamento di distanze e separazioni. Inoltre molte attività, specie quelle al confine tra artigianato e industria, hanno spesso il vantaggio di rappresentare un laboratorio per la produzione industriale capace di far ricorso a un passato ricco di grandi suggestioni artistiche. Questa combinazione dà origine al 'saper fare', che è la radice di molti prodotti di successo della nostra terra.

Durante l'ultimo FuoriSalone di Milano, Regione Umbria è stata presente con una propria installazione, Scorched or blackened, all'interno dell'evento Open Borders organizzato da Interni: che tipo di riscontri avete avuto?

"Per un'istituzione il riscontro tangibile è stato quello di aver promosso su uno scenario di indubbio prestigio alcuni dei capisaldi dell'azione della regione Umbria: l'integrazione tra le aziende, il sapere fare delle imprese e la cultura del progetto inteso come realizzazione di prodotti innovativi. Per noi è stato essenziale proporre la valorizzazione di un sistema di relazioni e collaborazione nato e

sviluppato da una precisa visione del ruolo della Regione. Percorrendo questa strada insieme all'Accademia di Belle Arti e all'Università di Perugia, abbiamo realizzato un'esperienza che credo sia positiva. Ora spetta alle aziende portare avanti quanto presentato e rendere i prototipi esposti prodotti per il mercato".

Il percorso di 'avvicinamento' tra Regione Umbria e il mondo del design è stato sancito da un incontro con il direttore di Interni, Gilda Bojardi, avvenuto contestualmente al Festival dei Due Mondi. Crede che quello di Spoleto, giunto quest'anno all'edizione numero 59, sia il festival migliore per veicolare eventi legati al tema del progetto?

"Da anni la regione ha creato un format, Spazio Umbria, che nei vari festival che caratterizzano l'Umbria in estate ha il compito di presentare a un pubblico vasto le migliori qualità della nostra terra. Queste qualità costituiscono la nostra identità, è quindi naturale immaginare una presenza dei progetti più significativi in queste occasioni. C'è poi un'ultima considerazione: se un evento come il Festival di Spoleto si apre al design, è del tutto evidente il valore culturale generale che assume questa disciplina per tutta la nostra regione, forse anche ben al di là nei nostri confini. ■ *Andrea Pirruccio*

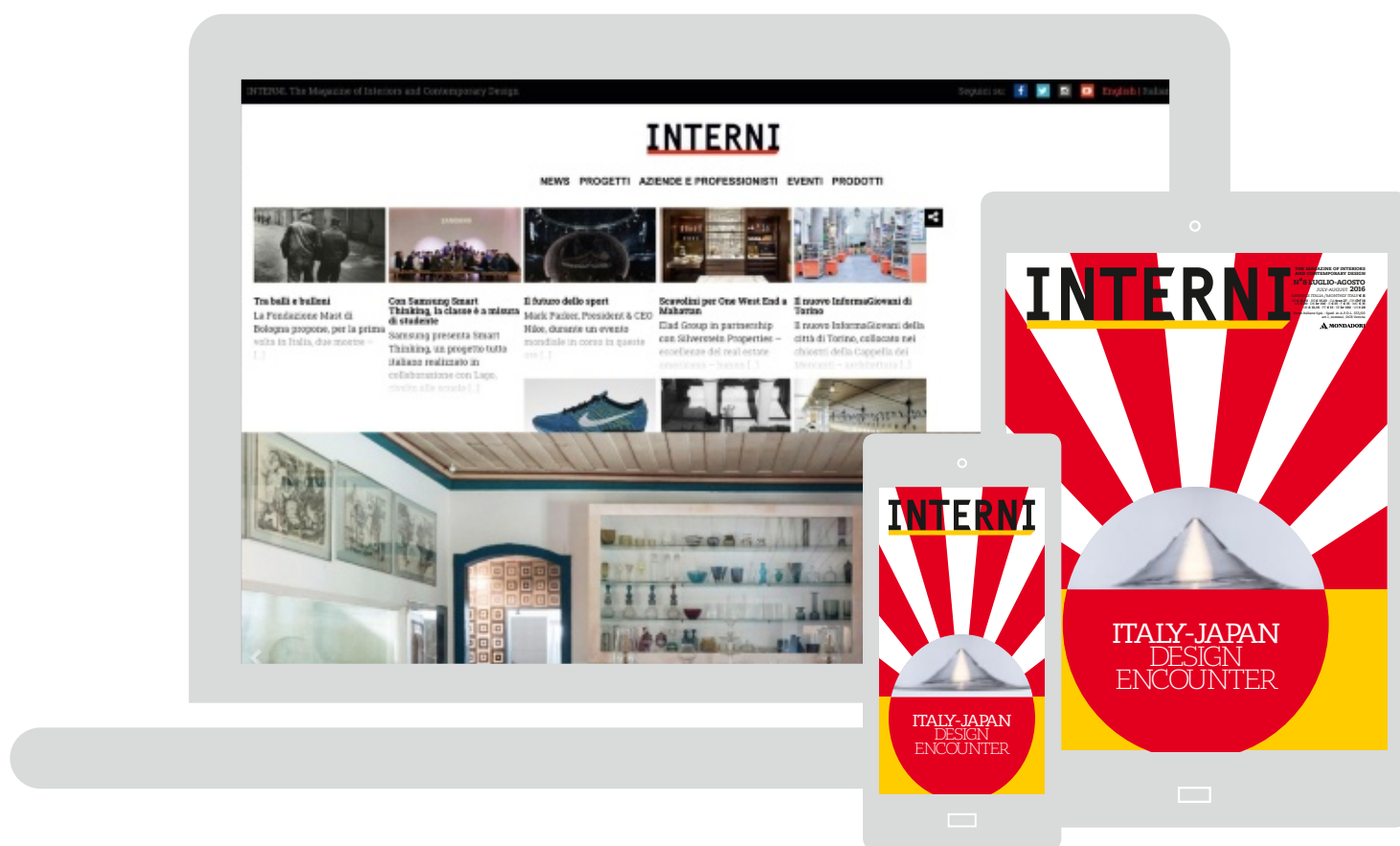


1. SPOLETO EDIZIONE 2015, SPETTACOLO DUBLIN.
2. FOTO DI BACKSTAGE DEL VIDEO PRODOTTO DALLA REGIONE PER SPOLETO 2016.
3. CATIUSCIA MARINI, PRESIDENTE DELLA REGIONE UMBRIA.
4. INSTALLAZIONE SCORCHED OR BLACKENED PER OPEN BORDERS, L'EVENTO FUORISALONE 2016 DI INTERNI.



4

INTERNI DIGITAL SYSTEM



internimagazine.it the place to be on the web

Digital edition app gratuita per smartphone e tablet

Copia singola 5,99 € **Abbonamenti** 44,99 € per l'abbonamento annuale
– 22,99 € per un semestre – 14,99 € per un trimestre



#internimagazine @internimagazine | Disponibile su: App Store e Google Play

www.internimagazine.it/com



L'INTELLIGENZA DEGLI OGGETTI

io.T by Tecno è un progetto per migliorare la *gestione*, minimizzare i *consumi* e ottimizzare le *risorse* in uno smart building a uso ufficio

Si chiama Internet of Things, l'internet delle cose. Il suo acronimo è IoT. Ancora poco conosciuto, se non agli addetti ai lavori, il termine indica il dialogo intelligente tra applicazioni tecnologiche e oggetti. Il suo obiettivo è trasformare qualunque oggetto (anche quelli senza nessuna apparente vocazione digitale) in un dispositivo collegato alla rete con tutte le caratteristiche che hanno gli oggetti nati per utilizzare Internet. In Italia, un interessante progetto di Internet of Things, applicato alla gestione di sale riunioni e postazioni di lavoro, è nato in Brianza. Ciò che serviva, oltre alla tecnologia e alla rete, erano creatività e saper fare tipicamente italiani. Da questi presupposti è nato il progetto io.T di

Tecno (www.tecnospa.com). L'azienda di Mariano Comense ha infatti realizzato un sistema intelligente di arredi connessi e integrabili a sistemi informativi, device, hub per offrire informazioni e soluzioni a proprietari e gestori di smart buildings a destinazione ufficio.

"Tecno ha saputo evolvere la propria esperienza industriale per supportare e rendere più efficienti le forme di lavoro ai giorni nostri", ha spiegato Giuliano Mosconi, presidente e Ceo di Tecno, "dotandole di nuove funzioni e lanciando la sfida verso un mondo del lavoro sempre più caratterizzato dalla condivisione e dalla 'vita delle cose'". Partendo dal proprio core business, la produzione di postazioni di lavoro di design altamente performanti (tra tutte il tavolo Nomos disegnato da Foster&Partners), ecco nascere un progetto che ha saputo coniugare il mondo intangibile e digitale della rete con quello tangibile e analogico di scrivanie e tavoli per ufficio. Tutto gestibile da una app per poter lavorare via Ethernet, Wi-Fi o Bluetooth. "L'obiettivo è sempre quello di misurare e conoscere per migliorare, utilizzando la tecnologia al servizio della funzionalità e del benessere della persona", ha sottolineato Alberto Mandelli,



responsabile R&S dell'azienda.

Tra le principali funzioni di io.T by Tecno: autenticazione utente, controllo accessi e funzionalità, prenotazione posti e sale, gestione di temperatura, umidità e pressione, controllo illuminazione della postazione lavorativa. Gestibili con semplicità tramite badge o smartphone. Servizi integrabili quali uscite Usb per alimentazione cellulari, tablet e macchine fotografiche; aggiornabilità del sistema; informazioni su arredi e attrezzature; gestione dati delle postazioni di lavoro, completano la gamma delle prestazioni offerte. ■ Danilo Signorello



PASSIONI A MISURA D'UOMO



ICONMAGAZINE.IT

Jared Leto: l'infanzia, la carriera, le passioni del prossimo Joker.
Come cambia lo stile maschile: teoria e pratica dell'uomo 4.0.
John McEnroe: «Il tennis e la vita secondo me». Smoke and race: i miti della velocità anni 70
e la passione per le bionde. Nel cuore della nuova Maserati. I 90 anni di Ducati.

IN EDICOLA A 3.50€

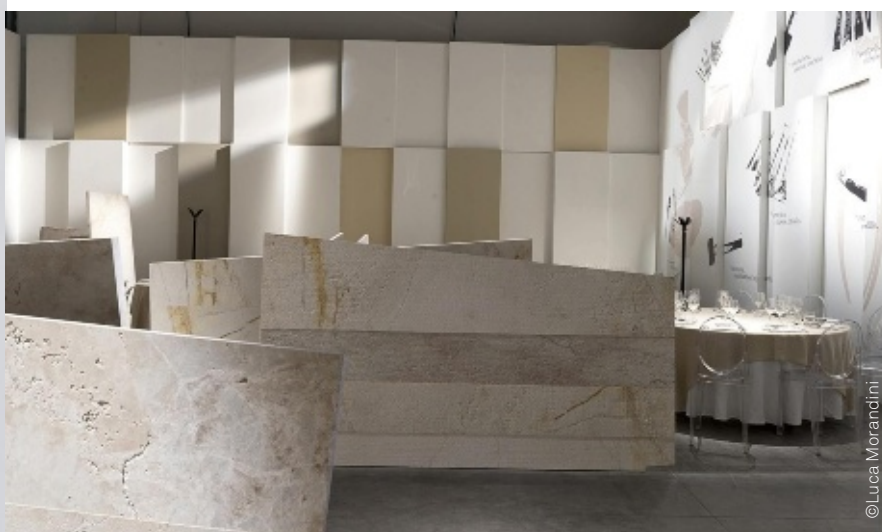
GRUPPO  MONDADORI

Agave, progetto di Raffaello
Galliotto per **Marmi Strada**,
per The Power of Stone.

**Continua il trend positivo della fiera
veronese dedicata ai materiali
e ai macchinari del settore lapideo.
Ampliamento degli spazi, mostre
tematiche, concorsi e dibattiti
a Veronafiere e un coinvolgimento
della città scaligera in mostre
e iniziative culturali**

Marmomacc 2016 sotto il segno della positività

Apri la 51^a edizione di Marmomacc, la più importante manifestazione internazionale dedicata a pietra naturale, tecnologie, design e formazione, centro dell'interscambio lapideo mondiale che coinvolge un mercato da 23 mld di euro, in programma a Veronafiere dal 28 settembre all'1 ottobre 2016. "Marmomacc oggi rappresenta l'appuntamento fieristico internazionale di riferimento per gli operatori del settore- spiega Maurizio Danese, presidente di Veronafiere -. Grazie anche al valore aggiunto del distretto del marmo di Verona abbiamo creato negli anni una piattaforma fieristica di promozione a servizio dell'interscambio lapideo globale. Si tratta di un mercato che ha un giro d'affari mondiale che supera i 23 miliardi di euro e che vede da sempre ai primi posti l'Italia, con 3,2 miliardi di esportazioni nel 2015". L'edizione di Marmomacc 2016 parte dal successo di quella del 50° che, l'anno scorso, ha registrato 1.524 espositori, dei quali 936 esteri da 55 nazioni, e 67mila operatori specializzati, il 3% in più rispetto al 2014. "Marmomacc è il salone che da sempre fa dell'internazionalità uno dei suoi punti di forza - commenta Giovanni Mantovani, direttore generale di Veronafiere -. Nel 2015 i buyer stranieri arrivati da 150 Paesi hanno raggiunto il 61% dei visitatori, aumentati di oltre il 24% nell'ultimo triennio.



Sopra, l'allestimento del ristorante d'Autore di Marmomacc. A lato, The Italian Stone Theatre, un intero padiglione dedicato alla cultura e alle sperimentazioni di materiali e macchinari del settore lapideo. (entrambe dall'edizione 2015).



Merito del format che unisce b2b, design e formazione, senza dimenticare gli eventi che organizziamo negli Stati Uniti, in Brasile, Egitto e Marocco con l'obiettivo di rafforzare il network tra aziende e professionisti della community globale del marmo di cui siamo promotori". Continua inoltre la collaborazione con ICE-Italian Trade Agency e Confindustria Marmomacchine nell'ambito delle iniziative legate al Piano di promozione straordinaria del Made in Italy del Ministero dello Sviluppo Economico con tre importanti iniziative: a Verona è previsto l'arrivo di selezionate delegazioni commerciali, protagoniste di incontri b2b, momenti di formazione tecnica e visite alle aziende del territorio. Spazio anche alla seconda edizione dell'International Stone Summit: conferenza mondiale dedicata alla pietra naturale che vede la partecipazione delle principali associazioni internazionali del marmo. Infine, il padiglione 1 di Marmomacc diventerà per il secondo anno "The Italian Stone Theatre", interamente dedicato alla cultura e alle sperimentazioni di materiali e macchinari (due dei principali comparti del settore litico italiano), accogliendo tre mostre che raccontano l'interazione tra pietra e tecnologia e ospitando nello Spazio Forum lectio magistralis e convegni.

INTERNI PER MARMOMACC



Tre le nuove iniziative dedicate a professionisti e progettisti: Focus Architettura 2016, "Stone Award" con Archmarathon e "Icon Award".

Da sempre promotore di un maggiore utilizzo del prodotto lapideo applicato a design e architettura, durante Marmomacc 2016 sarà organizzato il convegno "Global Trends in Design and Sustainability", evento

in collaborazione con la prestigiosa rivista statunitense Architectural Record per tracciare il futuro delle realizzazioni in pietra, insieme ai maggiori studi internazionali di architettura.

Passando alla cultura, a cui è dedicato l'intero padiglione 1 - The Italian Stone Theatre, sono

tre le mostre in programma: la prima, The Power of Stone, a cura di Raffaello Galiotto, costituirà un affondo sulle qualità nascoste dei materiali rivelandone gli aspetti più sorprendenti e affascinanti. La mostra intende coniugare la tradizione millenaria della lavorazione lapidea con il linguaggio contemporaneo del design. La seconda esposizione, New Marble Generation,

coinvolgerà progettisti di diverse esperienze i quali si misureranno con i materiali lapidei, con l'obiettivo di inserire nei principali settori del design le nuove ricerche formali e tecniche mirate all'ottenimento di prodotti d'uso con diverse tipologie di marmi. Curata da Raffaello Galiotto e Vincenzo Pavan, questa mostra ha come finalità la realizzazione in forma di prototipi di prodotti di design litico di alta qualità mirati alla produzione di serie. Gli oggetti realizzati, riguarderanno sia componenti di arredo di interni ed esterni, sia elementi seriali del design architettonico.

La terza mostra, 50 Years of Living Marble, curata dall'architetto Vincenzo Pavan, vuole infine essere un omaggio alla migliore produzione di design litico italiano degli ultimi 50 anni. Un percorso storico-antologico che consentirà un raffronto con la "generazione artigianale". Dagli anni '60 a oggi, numerosi oggetti di marmo, divenuti icone nel panorama internazionale, sono stati inseriti nei cataloghi dei più importanti brand italiani con la firma di autori prestigiosi come Tobia Scarpa, Gae Aulenti, Angelo Mangiarotti,

Achille e Pier Giacomo Castiglioni, Sergio Asti, Sottsass Associati, Michele De Lucchi, Mario Bellini, Enzo Mari, Karim Rashid, Zaha Hadid, Alessandro Mendini, Antonia Astori, Paolo Ulian, Claudio Silvestrin e altri. Sempre all'interno di The Italian Stone Theatre ci sarà il Ristorante d'Autore, un progetto realizzato anche quest'anno da ADI Delegazione Veneto Trentino Alto Adige per Marmomacc e volto a celebrare la cucina italiana. Il titolo del progetto "Viaggio al centro della terra", prende ispirazione dal celebre racconto di Julie Verne, in cui si narra di un viaggio fantastico nelle profondità del mondo. L'ingresso del ristorante sarà rappresentato come "l'entrata del vulcano", una cornice intima ma colorata, con con visivi verso l'ignoto per stimolare l'esplorazione del mondo del design e del cibo.

Marmomacc presenta inoltre la prima edizione dell'Icon Award, un premio ideato dagli organizzatori per selezionare il progetto con la pietra che nel 2017 diverrà l'immagine della campagna di comunicazione della manifestazione. A concorrere a questo prestigioso riconoscimento saranno tutte le installazioni esposte all'interno di The Italian Stone Theatre.

©Massimo Listri



©Mercedes Jaen Ruiz



In alto a sinistra, Paolo Ulian, Massimo Josa Ghini e Philippe Nigro, tra gli autori di New Marble Generation. Qui sopra, Angelo Mangiarotti, Libreria Cavalletto e Tavolo Asolo Zaha Hadid, Scaffalatura Tela: all'interno della mostra 50 Years of Living Marble.



Il progetto per il Ristorante
d'Autore della prossima
edizione che si ispira
a un vulcano.



La giuria - composta da autorevoli rappresentanti dell'architettura, del design, del giornalismo e della fotografia - avrà il compito di scegliere l'opera che per impatto estetico e forza comunicativa saprà meglio interpretare la bellezza e la versatilità dei materiali lapidei. La medesima giuria sarà inoltre impegnata per il Best Communicator Award. Giunto alla sua decima edizione, questo premio è rivolto alle aziende che a Marmomacc sapranno esprimere al meglio i valori e la filosofia aziendale che le guida, attraverso l'originalità dell'allestimento fieristico. La giuria valuterà gli stand visitando i padiglioni il primo giorno di fiera (mercoledì 28 settembre) e procederà alla selezione dei vincitori. Infine Marmomacc & the City, un evento che coinvolge l'intera città, giunto alla quinta edizione. Come nelle passate edizioni, le piazze e le architetture

di Verona faranno da scenario, a partire dal 28 settembre e per un mese, a opere e installazioni create dalle eccellenze delle aziende che operano nel settore lapideo: ecco quindi le pietre lavorate con tecnologie avveniristiche che dialogano con le pietre lavorate secoli fa con rara maestria da artigiani e scalpellini.

Il percorso espositivo si snoderà per le vie e le piazze del centro di Verona e ogni opera sarà accompagnata da una breve descrizione per permettere ai visitatori una conoscenza più approfondita dei materiali, delle aziende e degli autori. L'iniziativa, curata anche quest'anno dall'architetto Laura De Stefano, è resa possibile grazie alla collaborazione tra Veronafiere, il Comune di Verona e l'Ordine degli Architetti P.P.C. della provincia di Verona.

www.marmomacc.com

PHOTOGRAPHY

P14. EXPRESSWAYS IN MILAN

"A documentary investigation, intentionally unspectacular, anti-rhetorical, not attempting to be exhaustive, free of theoretical generalizations." This is how Simone Barbagallo introduces his very original report on the expressways of Milan: images 'stolen' from the suburbs and the land against the traffic arteries that surround the Lombard metropolis. "In a very hot, deserted summer, with an optical bench and black and white film," Barbagallo bears witness

to the real perceptions of people who often "cross these places without knowing their names or purposes; places that often lack an urban and social identity, but at the same time are the sites of economic and social transformations."

ON VIA EMILIA

It all began 30 years ago, in 1986, with the project "Explorations

on Via Emilia" involving the protagonist of Italian photography: from Luigi Ghirri (lower right, one of his shots from 1973) to Gabriele Basilico, Mimmo Jodice to Mario Cresci (to the side, one of his black and white images), just to name a few. From this extraordinary work of reflection on the landscape - with an archive of 9 million photographs - comes the exhibition "Exploration of the Archives" held until 2 October 2016 in the evocative setting of the Abbazia di Valserena, a few kilometers from Parma. The show curated by Paolo Barbaro and Claudia Cavatorta has been organized with CSAC, the Center of Archives and Studies on Communication of the University of Parma (an important institute founded in 1968 by Arturo Quintavalle), in collaboration with Fotografia Europea.

EXHIBITIONS

P16. MUZIO IN MILAN

Everything you always wanted to know: a building is the real protagonist of the exhibition on view until 10 July at Castello Sforzesco in Milan. It is called the Ca' Brutta, the "ugly house," and it was the first work of the architect Giovanni Muzio, built in 1921 in the heart of Milan. Today it has a 'second life' thanks to a careful restoration project. The exhibition explores the dialogue between design, drawing and photography to illustrate, in two different sections, one of the manifestos of Milanese architecture, investigating the rela-



tionship between the building and the city. The first section, in the Sala del Tesoro, offers a wide-ranging historical reinterpretation of the work. The second, in the Sala Viscontea, presents a very beautiful photo album involving 30 photographers - from Gianni Berengo Gardin to Francesco Radino (to the side, one of his shots of the internal staircases), Giovanni Gastel to Matteo Piazza (right, one of his photos of the facade), asked to offer new perspectives on this architectural gem. The exhibition has been organized and produced by Giovanni Tomaso Muzio, in charge of the Muzio Archives, and Giovanna Calvenzi.

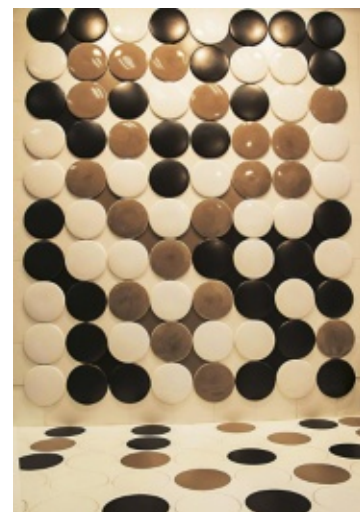
AULENTI IN TURIN

"Tribute to Gae Aulenti" is the title of the exhibition in progress until 28 August at Pinacoteca Giovanni e Marella Agnelli in Turin. The show narrates the extraordinary life of one of the most outstanding exponents of Italian architectural culture of the 20th century. Curated by Nina Artioli, the granddaughter of Gae Aulenti, the show starts with the place that more than any other reflects her personality, her home-studio in Milan, designed in 1974, where the designer worked (to the side, Archivio Gae Aulenti), and then widens the perspective to include her most important projects, revealing the versatility of her professional activity: exhibitions, installations, product design (to the side, studies for the Ruspa lamp), set design, large architectural projects (in the photo, the Italian Cultural Institute of the Italian Embassy in Tokyo, 1998-2005). The exhibition design is by Marco Palmieri.

IN BRIEF

P18. GEOMETRIC CERAMICS

A challenge to the third dimension and the traditional compositional rules of ceramic tile. Cerchio is a collection of facings designed by Paolo Di Nardo and Simone Chiatti (Studio Arx) for Tonalite, in keeping with the design concept of eliminating the seams, providing a continuous surface. A forcefully architectural approach that takes advantage of the curved relief of the circular modules (30, 20 and 15 cm in diameter) to conceal the connections, producing a smooth surface and generating walls full of rhythm and movement. The expressive impact is further accentuated by the four chromatic variations (white, black, gray, dove gray) and the glossy or matte finish. The production of the Cerchio collection, the debut line of the Geometrie series, takes full advantage of the know-how of the brand Sant'Agata Bolognese, based on a combination of artisan roots and modern technologies.



NOT JUST GLASS

Ingegerd Råman, the grand dame of Swedish design, is being honored in a solo exhibition (until 14 August) at the Nationalmuseum of Stockholm. A Nordic design icon (and more), due to her skillful approach to glass and ceramics, her favorite materials, the designer is going through a moment of great visibility. Also thanks to her first collaboration with IKEA. 'Viktigt,' which means 'important' in Swedish, is the name of a collection that the democratic design gi-

ant is offering in a limited edition (from 29 April until supplies run out), composed not only of objects in glass and ceramic, but also of articles in bamboo and natural fibers: armchairs, chairs, rugs, bowls of different sizes, woven baskets. The natural fiber weaves are rigorously made by hand by European and Asian artisans, in creative and direct dialogue with Råman and the IKEA designers Nike Karlsson and Wiebke Braasch. The result is a successful blend of industry and crafts, Scandinavian design and faraway material cultures. All expressed in clean forms and neutral colors, in keeping with the designer's personality, narrated by IKEA in the book *It's nothing but it's still something*. And since the Swedish brand is synonymous with the home, for the book the designer opened the doors to her residences and studios in Stockholm and Österlen.

IN BRIEF

P19. CHAIRS IN THE WORLD

From Tokyo to New York, Barcelona to London, Italian chairs are citizens of the world. This is the focus of the communication of Infiniti, a dynamic young company based in the Veneto, a brand of OMP, specializing in the production of seating (the designers include Sadler, Ziliani, Radice Orlandini, Favaretto). *Sit Around The World*,

rather than a corporate catalogue (concept and design by Tailor&Tailor, photos by Orlando Bonaldo), is a refined voyage in images into the philosophy of the brand, to address a cosmopolitan audience of varied ages, cultures and attitudes. This is done by presenting products made in Italy but inspired by different cultures and places, easily shifted into other contexts, completely adaptable. Like the Callita chair, one of the bestsellers, which gracefully takes its place in a tradition Japanese interior, or the new Settesusette (by Alberto Brogliato and Federico Traverso), against a backdrop of Dutch windmills.



DESIGN PARTY

On the wave of success generated by the multifaceted design of the Kant collection of tableware and kitchenware (designed by Dreikant and Serge Atallah), Koziol has implemented the line (thanks to the in-house design lab) with aperitif forks of the same name. These informal and colorful objects, which go beyond the logic of disposable utensils, have earned the German brand a Design Plus prize for 2016 at the Ambiente fair in Frankfurt. The contrast between the design that reworks prehistoric tones and the absolutely contemporary technology of the plastic material generates very original results. The forks come in sets of four, in various combinations of the colors: red, black, white, gray, mint green, beige



(photo Rafael Neff).

HOSPICE

P20. DO UT DO

"Do ut do" is a set of initiatives promoted by Associazione Amici della Fondazione Hospice Seragnoli with the aim of raising funds for the foundation (a non-profit organization operating in the field of assistance, training, research and publicizing of the culture of palliative care). The theme of the 2016 edition is the "Casa do ut do" of Alessandro Mendini, whose rooms have been created by 12 outstanding architects and designers: Alberto Biagetti, Mario Cucinella, Riccardo Dalisi, Michele De Lucchi, Stefano Giovannoni, Alessandro Guerriero, Massimo Iosa Ghini, Daniel Libeskind, Angelo Naj Oleari, Terri Pecora, Renzo Piano, Claudio Silvestrin. The house can be visited in 3D virtual reality, on the web or in the museums and exhibition spaces participating in the product, on video and through the use of 3D visors, as well as with smartphones and tablets. The dedicated website is doutdo.it. From 1 to 15 July the first virtual exhibitions begin at MADRE in Naples and the Reggia di Caserta; from 15 to 30 September at MART in Rovereto and MAXXI in Rome; from 10 October to 10 November at MAMbo Bologna, including a virtual visit to the house, while at the Pinacoteca in Bologna visitors will see all the works on display. The "do ut do" house provides space for contemporary artworks and design one-offs donated to Fondazione Hospice Seragnoli, and halfway through November in Bologna, at MAST (Manifattura di Arti, Sperimentazione e Tecnologia), with a traditional raffle, the works will be assigned to those who have made a contribution to support the activities of the foundation.



THE SEA IN A ROOM

How can space, architecture and visual communication bring relief to young hospital patients and their families? The project for the pediatric hospice of Ospedale Infantile Regina Margherita in Turin, by the Miroglio + Lupica Architetti Associati with the studio Luca Ferrero & Laura Franco Architetti Associati, in collaboration with the communications firm Glebb & Metzger, has been developed by thinking first of all about the message to be expressed, choosing the sea and the underwater world as natural elements to convey a sensation of wellness and tranquility, but also force and vitality at the same time. The "Isola di Margherita," with portholes, marine symbols and a sea/aquarium, is a project that can become a reference point in hospital architecture, to create spaces that are less cold and sterile, on a human scale, starting with the real needs of the people who "inhabit" these facilities.

DECLUTTERING

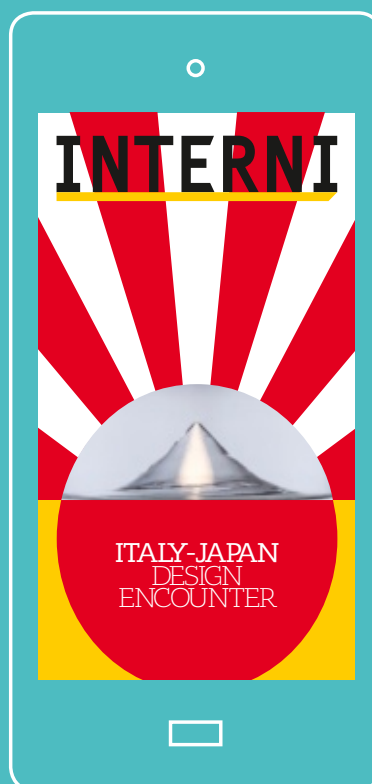
P22. FROM THE BROOM TO THE SOUL

AT NONOSTANTEMARRAS, MARIE KONDO, THE HOUSEKEEPING GURU, PRESENTED HER 96 LESSONS ON HAPPINESS: WE WERE THERE

At the start (2012) it was the "guide to a clean house and mind,"

OFFERTA SPECIALE RISERVATA AI LETTORI DI INTERNI

ABBONATI AL DESIGN. È ANCHE IN DIGITALE!



Con l'abbonamento,
oltre al piacere di ricevere
l'edizione stampata
su carta, potrai sfogliare
la tua copia di INTERNI
anche nel formato digitale.

**10 numeri di INTERNI – 3 Annual – 1 Design Index
+ versione digitale*!**

a soli 59,90 euro**

Collegati a www.abbonamenti.it/interni2016

**Scarica gratuitamente l'App di INTERNI da App Store e da Google Play Store
o vai su www.abbonamenti.it**

*3 Annual e 1 Design Index visibili solo tramite la App di Interni.

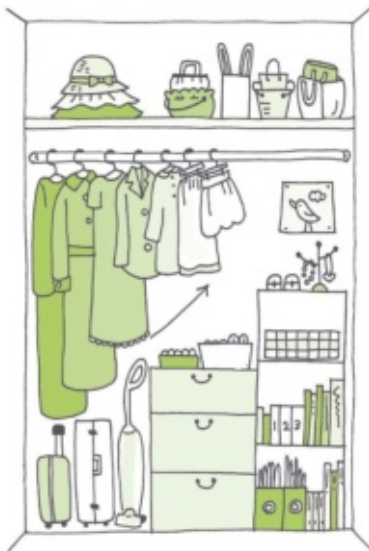
**Più € 4,90 quale contributo alle spese di spedizione, per un totale di € 64,80 (IVA inclusa) anziché € 88,00. Lo sconto è computato sul prezzo di copertina al lordo di offerte promozionali edicola. La presente offerta, in conformità con l'art.45 e ss. del codice del consumo, è formulata da Arnoldo Mondadori Editore S.p.A. Per maggiori informazioni visita www.abbonamenti.it/cgaame.

INFORMATIVA AI SENSI DELL'ART. 13 DEL D.LGS. 196/03 La informiamo che la compilazione della presente pagina autorizza Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., in qualità di Titolare del Trattamento, a dare seguito alla sua richiesta. Prevo suo consenso espresso, lei autorizza l'uso dei suoi dati per: 1. finalità di marketing, attività promozionali e commerciali, consentendoci di inviarle materiale pubblicitario o effettuare attività di vendita diretta o comunicazioni commerciali interattive su prodotti, servizi ed altre attività di Arnoldo Mondadori Editore S.p.A., delle Società del Gruppo Mondadori e di società terze attraverso i canali di contatto che ci ha comunicato (i.e. telefono, e-mail, fax, SMS, mms); 2. comunicare ad altre aziende operanti nel settore editoriale, largo consumo e distribuzione, vendita a distanza, arredamento, telecomunicazioni, farmaceutico, finanziario, assicurativo, automobilistico, della politica e delle organizzazioni umanitarie e benefiche per le medesime finalità di cui al punto 1. 3. utilizzare le Sue preferenze di acquisto per poter migliorare la nostra offerta ed offrirle un servizio personalizzato e di Suo gradimento. Ulteriori informazioni sulle modalità del trattamento, sui nominativi dei co-Titolari e dei Responsabili del trattamento nonché sulle modalità di esercizio dei suoi diritti ex art. 7 D.lgs. 196/03, sono disponibili collegandosi al sito www.abbonamenti.it/privacyame o scrivendo a questo indirizzo: Ufficio Privacy Servizio Abbonamenti - c/o Koinè, Via Val D'Avio 9 - 25132 Brescia (BS) - privacy.pressdi@pressdi.it

a planetary success that brought fame to a young monk at the Komyoji temple in Tokyo, Keisuke Matsumoto – handsome, erudite and even clickable at LinkedIn and Facebook – who writes that “the monks’ day starts with tidying up: we sweep the garden, clean the courtyard, polish the sanctuary. Not because we are effectively dirty or in disorder, but because these actions have the ultimate purpose of eliminating any shadows from the soul.” In short, people are realizing that in spite of decades of efforts on the part of western feminists to break free of the burden of housework, perhaps opting for yoga instead, cleaning is “above all a spiritual exercise of purification of the soul.” After all, as Yoshitsune Minamoto, the samurai who lived from the end of the Heian period (794-1185) to the start of the Kamakura period (1185-1333), “admission of error is the first sign of great wisdom.” And housekeeping, for our own harmony and that of its inhabitants, comes into play with another original Japanese personality, Shintoist this time (she even spent five years in a Shinto temple), Marie Kondo, author of *The Life-Changing Magic of Tidying Up* (2014), a book that has sold almost 4 million copies around the world, thanks to which Time inserted her, in 2015, in the list of the 100 most influential international people, together with Pope Francis and Angela Merkel. She has just published a second volume in Italy, for Vallardi, entitled *96 lezioni di felicità* (2016), in which – ça va sans dire – happiness is still a matter of home economics, with illustrations by Masako Inoue. Age 31, with a son just past 1 year of age and a husband, Takumi Kawahara, who has become her manager and official photographer, the by now very wealthy Ms. Kondo (konmari.com) is rather bewildering at first glance: a miniature, nearly always in white, but not stylish like her fellow Japanese of the fashion world, from Miyake to Yamamoto; a tiny voice that sounds almost like a



falsetto; but also a special gleam in her eyes when she talks about her life’s great mission: tidying up! Seraphic, she confesses that she has always been interested in housekeeping, since childhood, so much so that in school she would skip the recreation period in order to tidy up the classroom. One fine day, at the age of 18, she made a breakthrough: “I was obsessed with what I could throw away. One day, I had a kind of nervous breakdown and fainted. I was unconscious for two hours. When I came to, I heard a mysterious voice, like some god of tidying telling me to look at my things more closely. And I realized my mistake: I was only looking for things to



throw out. What I should be doing is finding the things I want to keep. Identifying the things that make you happy: that is the work of tidying.” Faced with the deep discomfort of fans of messiness everywhere, the Japanese homemaker replies that with her KonMari Method™ (now also taught in costly ‘decluttering’ seminars and private consulting services for disorganized private individuals) you can first get rid of the objects that no longer “spread joy,” and then proceed by categories (not by rooms): clothing first, then books, papers, utensils and, in the end, photographs and souvenirs. But before tossing out an object that – held in the hands and placed against the heart – no longer seems to transmit joy, Kondo recommends the good Shinto practice of thanking it for its years of service. The objects that survive this selection are then reorganized to “best ex-



press their energy”: as a result, the author recommends folding them to occupy as little space as possible (with professional folding, a drawer or a suitcase can contain 30 items instead of 20), while allowing them, somehow, to ‘breathe.’ Arigato!

PRODUCTION

P26. OUTDOOR COCOONING PROTECTION FROM THE SUN AND FROM PRYING EYES. SEATS AND DAYBEDS FOR OUTDOOR USE FEATURING STRIKING CANOPIES THAT TRANSFORM THEM INTO MICRO-ARCHITECTURAL WORKS

A daybed with a hood, like a convertible auto. A sofa with a woven removable awning, complete with porthole. A circular cot that opens and closes like a seashell. An armchair topped by a cheerful halo of colorful polyethylene threads, with a vaguely oriental look. These are some of the latest creations for the outdoor world offered by international brands in this sector: veritable islands of relaxation equipped with original shading systems that bring privacy while screening off light. These structures, fixed or removable, channel the personality of the pieces, enhancing their large size and theatrical presence by the pool, on the beach or the terrace.



PRODUCTION P28. SUNLIGHT PROTECTION

PERGOLAS, PARASOLS, SCREEN SYSTEMS: ALL ELEMENTS BASED ON REFINED MINIMALISM OF FORMS TO MAKE THEM IDEAL ARCHITECTURAL SOLUTIONS, ENHANCING THE PLEASURE OF OUTDOOR LIVING

CAPTIONS: pag. 28 From **Gibus**, *Med Jeans*, a pergola in powder-coated aluminium, ideal for small outdoor spaces. Available in the single-module version (width up to 450 cm) or with two modules (width up to 700 cm), for manual or motorized operation, *med jeans* stands out for its minimal design, thanks to the clean lines of the structure, the absence of visible bolts and the perfectly finished wall attachment that conceals the movement mechanism.
pag. 29 From **BT Group**, *Vela Double*, a veil for shade with a minimal look and



a self-supporting structure on four legs. Vela Double offers the possibility of attachment of the roller to the wall with a special angular plate. It comes with a patented tensioning

system for the canvas, integrated with inclined posts. The posts have micrometric angle adjustment, while the fabric is in dacron. Maximum measurements: double canvas, 6 x 12 meters each. The extreme screening system by **Resstende** used to protect the two patios of the house from sunlight. In this residential project residenziale (for which Resstende collaborated with the company schenker storen), the Extreme L1 System has been made with custom stainless steel brackets, 6 mm stainless steel cable, structure in ral 9010 white and backdrop in ballasted extruded aluminium, with galvanized iron section. The fabric chosen by the client is sunscreen satiné, composed of 42% fiberglass and 58% pvc. Designed by Antonino Sciortino for **Roda**, ombrina is a self-supporting sunshade with structure in slender metal tubing, covered with polyester belting to make it perfect for outdoor use. Ombrina comes with wheels for movement when necessary.

PRODUCTION

P30. VANISHING EXHAUST

A LOGICAL SOLUTION FOR THOSE WHO SEE HOODS AS ELEMENTS THAT ARE MORE FUNCTIONAL THAN DECORATIVE, THE NEW MODELS BUILT INTO THE COUNTER ELIMINATE BULK AND REVEAL THEIR PRESENCE ONLY WHEN NECESSARY

CAPTIONS: pag. 30 The FS DW 866 telescopic hood from the Frames by **Franke** collection, connected to the induction range from the same line, is invisible and inserted in the top when not in use, raising when the range is turned on to automatically regulate exhaust power based on intensity. It comes with three speeds (plus an intensive program), and also has a filtering function to recycle air after having captured and purified it with active carbon filters. The unit also lights the cooking area thanks to an LED bar with two brightness levels. From **Faber**, the HOO-B hood is built into the Domino FCH34 range with two induction zones. Enhanced by aluminium finishing and a glass panel inserted in the cooktop without interrupting its continuity, HOO-B is opened by raising a cover and revealing the exhaust surface, and then vanishes into the top after use. The hood achieves high efficiency standards thanks to the brushless motor and functional delay that removes any residual odors after cooking. **pag. 31** From the

Design+ series by **Falmec**, the Piano hood is an ideal flush-mounted solution for island zones, or where it is not possible to install a ceiling hood. It is also ideal for wall solutions, to exploit the zone of the hanging cabinets.

Available with one or two exhaust elements, it can be used with both induction and gas ranges. Thanks to the patented Carbon.zeo filter, which

uses various minerals found in nature, the unit can also be installed in the filtering version, guaranteeing a high level of odor elimination. Designed by Fabrizio Crisà for **Elica**, See You is the new exhaust system that can be used with any cooktop. Thanks to the possibility of opening the glass flap in three different positions (0, 45 and 90 degrees), fumes are easily conveyed to the exhaust zone, facilitating cooking operations and offering greater freedom of movement in the kitchen. In the exhaust version the product can be converted for filtering using a special kit, to respond to all installation needs.



ANNIVERSARY

P32. 50 OUTDOOR YEARS

FOUNDED BY MANUEL ALORDA IN 1966, KETTAL BEGAN AS A SMALL MANUFACTURER OF OBJECTS FOR THE BEACH AND CAMPING. TODAY THE COMPANY MAKES OUTDOOR FURNISHINGS CREATED BY LEADING INTERNATIONAL DESIGNERS

Kettal is the result of a trip and an intuition: in 1966 Manuel Alorda, founder and president of the firm, went to Germany to visit a small factory that made garden furniture – Kettler – and he understood that a similar business could also meet with success in Spain, thanks to his country's special climate. That same year he founded Kettal, the family business Alorda began to promote, first by printing one million door-to-door catalogues, and then with advertising campaigns that stood out for their enthusiasm and originality. The first products, of basic design, created to occupy as little space as possible, were conceived for use on beaches and while camping. Big sales numbers arrived with several collections of folding chairs like Alu-piccolo, Mickey and Capri, leading to one of the greatest success stories of the firm, the Bamboo Collection composed of pieces made with PVC tubing that resembled bamboo. The company – which in the early 2000s acquired the brands Hugonet and Triconfort, also in the outdoor furniture sector – is based in Barcelona, with a production plant (where all the pieces in the catalogue are designed and manufactured) located in a small coastal city 45 kilometers from the Catalan capital, seven exclusive showrooms in Barcelona, Marbella, Paris, London and Miami, and a capillary presence in over 60 countries around the world. Always with the goal of creating timeless, functional, expressive products, representative of contemporary design culture, today Kettal relies on a team of designers, including famous names like Patricia Urquiola, Rodolfo Dordoni, Hella Jongerius and Jasper Morrison.



ANNIVERSARY

P33. THREE GENERATIONS, ONE IDENTITY

BORN IN 1941 AS A MANUFACTURER OF BLANKETS, GANDIABLASCO HAS DIVERSIFIED ITS PRODUCTION OVER THE YEARS WITHOUT LOSING THE TYPICAL IDENTITY TRAITS OF ITS DESIGN APPROACH

Gandiablasco, the Spanish company founded in 1941 (headquarters in Ontinyent, Valencia) turns 75. In spite of its remarkably farsighted history of production diversification, it has managed to keep its precise, recognizable identity. Three generations of management have brought common denominators like the pursuit of quality, original forms (though never at the expense of function) and a free, impossible to categorize spirit that can be seen in every product. Over its long history Gandiablasco has managed to reinvent itself more than once: the original activity was linked to the production and export



of high-quality blankets of contemporary design. Relying on this experience, the company then expanded its range of action, creating lines of fabrics for the home through the GAN brand. The goal has always been to find a specific language, characteristic design content. In the mid-1990s Gandiabrasco made an unexpected debut in the field of outdoor furnishings, thanks to Na Xemena, a small collection that amazed those familiar with the previous production. Today Gandiabrasco is famous for the wide range of its offerings: from innovative carpets to furnishings that break down the barriers between indoor and outdoor. Operating with many stores and showrooms in different countries, Gandiabrasco recently presented a catalogue (Gandiabrasco: An Odyssey – Back to the Islands) that lets you discover the background of the various products, summing up the philosophy of a brand that hasn't lost its ability to astonish with new experimentation.

ITINERARIES

P34. DANISH NOUVELLE VAGUE 3 DAYS OF DESIGN, IN COPENHAGEN, CELEBRATES THE BEST OF DANISH DESIGN, FOCUSING ON THE GREAT MASTERS BUT ALSO A VITAL NEW NORDIC APPROACH

Not the umpteenth Design Week, not the sidekick of a furniture fair. 3daysofdesign, from 26 to 28 May, was a joyful celebration of cultural and design identity, experienced with (enviable) national pride. All in a city where it is very probable, peeking into homes, to see Artichoke lamps by Louis Poulsen, or where you can find a convention center (but also a school, an office, a museum) featuring the Series 7 chairs by Fritz Hansen. What began a few years ago as a limited event, thanks to the initiative of a 'historical nucleus' of companies with showrooms in Pakhus 48 (a warehouse in the industrial port), is now a variegated itinerary covering about 60 shops, studios, galleries and museums. "Copenhagen is taken as a stage to display Danish design in its place of origin. At the same time, we present successful brands, emerging designers and startups, perfectly re-



flecting the variety of the Danish design scene," says the director of 3daysofdesign Signe Byrdal Terenziani. While the historic brands (Carl Hansen & Søn, Fritz Hansen, Fredericia, PP Møbler, Erik Jørgensen, Rud Rasmussen) are still competing to dig original pieces by Wegner, Jacobsen, Kjærholm and other glories out of the archives, some young and rising brands (Muuto, Hay, &Tradition) project this heritage into cheerful, balanced creativity, exploring a New Nordic dimension with bright colors, soft forms, mixtures of wood and technological materials, international collaborations. Like Ferm Living, a brand of furniture and complements that opened a striking pop-up store in a former power station. Also in terms of exceptional locations, we should mention the old pharmacy chosen by Frama, the refined studio and concept store, or the old paper warehouse containing the &Tradition showroom. On the circuit of events, there were some scattered Italian accents, like the graphic collection of facings by Elisa Ossino for File Under Pop, the new surface design brand (from lava tiles to handpainted wallpaper). Astep is Danish but with deep Italian roots, the new post-Luceplan business adventure of Alessandro Sarfatti, which besides reissues of Vittoriano Viganò and Gino Sarfatti proposes a techno-retro lamp (by Francisco Gomez Paz) that generates energy from the heat of a flame. Ilaria Innocenti, in collaboration with Bitossi, set a regal table at the Italian Embassy; a coherent choice for the sumptuous spaces, and the proximity of our diplomatic headquarters to the royal palace.

NEW YORK **P37. THE WORLD OF CREATIVITY MEETS ITALIAN DESIGN**

FOUR ENCOUNTERS
ORGANIZED
BY INTERNI TO FOCUS
ON THE RELATIONSHIP BETWEEN THE ITALIAN
STYLE OF CREATIVE DOING AND DESIGN MADE
IN USA. A LINK THAT IS BEING REINFORCED
BY THE GROWING PRESENCE OF ITALIAN COMPANIES
IN THE UNITED STATES



When the editorial staff of INTERNI meets a company, represented by its CEO, its marketing director or its chief of communications, one question always gets asked: "to which countries – given the fact that the sector companies that function often export up to 90% of their production – do you export, and which country are you focusing on right now?" After the thrills of the Far East and Russia with its satellites, today the most common answer is "the United States." The reason is very simple: this country is opening up to design, and feels a strong attraction to all things Made in Italy. Furthermore, while in Italy things are moving very slowly, especially in the real estate sector (with all the repercussions for the world of furnishings), in the States we are seeing a true real estate boom: cities from coast to coast, north to south, are competing to hire the most outstanding architecture firms, generating new public and residential projects, office buildings, hotels, shopping malls and much more. In this decidedly favorable atmosphere, the "International Design Appointments" were events organized by INTERNI in New York during that city's Design Week (14-17 May). A week in which the city hosted two fairs, ICFE (traditionally connected with products) and Wanted

Design (more experimental, with an accent on research, in two locations in Manhattan and Brooklyn), and the design zones (Soho and Madison Avenue) got busy with a series of initiatives and installations. The INTERNI circuit covered four appointments: an encounter coordinated by Gilda Bojardi at Wanted Design involving two of the most important representatives of Made in Italy, Giulio Cappellini and Piero Lissoni, together with Nasir Kassamali, the inventor of Luminaire, the concept store founded in Miami and now also operating in Chicago, which has helped to introduce international contemporary design, especially that of Italy, in the States (14 May). Then there was an encounter (on 15 May) at the studio of the Italian architects Ada Tolla and Giuseppe Lignano of Lot-Ek, where the two architects – both American citizens – talked things over with Martinelli Luce. Finally, two encounters took place on 16 May, one for breakfast and the other at aperitif time: in the morning, at the Scavolini New York space in Soho, a conversation between Jeffrey Beers and Gilda Bojardi, hosted by Daniele Busca, art director of Scavolini USA, and in the afternoon at the Natuzzi Italia store on Madison, for a conversation between the architects Enrico Bonetti and Dominic Kozerski, welcomed by Pasquale Natuzzi Jr. The encounter at Wanted Design was captivating due to the lively contributions of the speakers: Giulio Cappellini emphasized the value and the historical role of Italian design, which over the years (perhaps more in the past than in the present) has been able to intercept waves of creativity and innovation from other countries as well (we should remember that Cappellini is an entrepreneur and talent scout, who has ‘discovered’ many leading international designers), translating them into beautiful objects manufactured in Italy. Piero Lissoni, an all-around architect with two Lissoni Associati offices in Milan and Miami, and projects all over the world, instead underlined the way his work is influenced by the American culture of the International Style, translated into a series of excellent decor projects thanks to the great openness and productive expertise of Italian companies. Nasir Kassamali remarked on how the term of professionalism of Made in Italy has widened over the years from the sphere of design



to always balance factors of technology and aesthetics. At Scavolini Jeffrey Beers, an architect usually associated with the design of spaces for dining and hospitality, reported on a major residential project that includes collaboration with Scavolini USA. Beers underlined the synergy created between him and the American team of the historic Italian brand, the relationship of trust, especially in areas connected with the kitchen environment which Beers indicates as the true heart of the home: a value Scavolini has always cherished, and which with the design of island kitchens is becoming a must in the US as well.



In the Natuzzi space on Madison Enrico Bonetti and Dominic Kozerski talked about residential constructions and the capacity of Italian design to convey emotions, as an added value when it is inserted in high-level residential contexts. Pasquale Natuzzi Jr. underlined the need to transfer the values of Italian style towards a long-range international market, creating functional furnishings and apartments, which especially in the big cities of the States have smaller and smaller spaces, due to the high cost of housing.

NEW YORK
P42. SEE YOU NEW YORK
AN EVENING FOR SOCIALIZING AND DESIGN CULTURE. THE PROTAGONISTS WERE SALONE DEL MOBILE MILANO AND THE MOST REPRESENTATIVE ARCHITECTURE FIRMS OF THE BIG APPLE, COORDINATED BY INTERNI

How many New York-based architecture firms know about the most important fair of furniture and design in the world, the legendary Salone del Mobile Milano, that captures attention and coverage each year in the most important international media? Lots of them, if we judge by the success of the evening organized on 15 May by the Salone in New York, in the spaces of the Rizzoli Bookstore. A gala dinner choreographed by INTERNI with its editor Gilda Bojardi, with the participation of the representatives of many studios, including Stephen Apking of SOM, Victoria Benatar of the studio of the same name, James Biber of Biber Architects (creator of the US pavilion at Expo Milano 2015), Steve Blatz, Landon Brown, director of Toshiko Mori Architect, the designer Sass Brown, the charming Stephen Burks, Michele Busiri Vici of Space4architecture, Arthur Casas of the studio bearing his name, Steve Cozzolino of Cozzolino Studio, Douglas Fanning of DYAD Studio, Andrew Franz, Emanuela Frattini Magnusson, Rocco Giannetti, Principal and Co-Managing Director of Gensler Studio, Hariri & Hariri, Scott Henderson, John Houshmand, the duo Vonnegut / Kraft, Lizzie Kasner, OMA Studio New York, Andrea Lamberti,



and products to that of services, a focal point for companies that want to work abroad. At Lot-Ek Studio the discussion turned to the importance of light in contemporary design. Light, which is also color, is one of the fundamental components of the projects of Ada Tolla and Giuseppe Lignano. For Marco Ghilarducci and Emilana Martinelli of Martinelli Luce, the challenge is to interpret the new technologies in the lighting sector with products that conserve high levels of design values; companies that work with designers have

Partner of Rafael Viñoly Architects, Ung-Joo Scott Lee, Principal of Morphosis, Aleksey Lukyanov-Cherny of SITU Studio, Anne-Rachel Schiffmann of Snøhetta, the duo Bonetti-Kozerski, Coren Sharples, one of the principals of SHoP, Antonio Pio Saracino, and many others. Italian guests, besides the Salone team headed by Giovanni Anzani with Marco Sabetta, included Claudio Luti, CEO of Kartell, Giulio Cappellini, Paola Navone, Giulia Molteni, Laura Anzani of Poliform, Francesco Farina and Daniele Busca of Scavolini, Emiliana Martinelli and many others.

PROJECT

P44. POWER TO THINGS

INTERACTIVE PROTOTYPES MADE WITH DIGITAL FABRICATION TECHNIQUES CHALLENGE THE FUTURE OF PRODUCTION WITH NEW DYNAMICS OF RELATION WITH DOMESTIC OBJECTS



From the loudspeaker that functions as an agenda, to lamps that adapt light to the user's moods and make weather forecasts, all the way to domestic systems for urban farming: traditional objects add new kinds of performance to their main functions, even becoming tools with which to express ourselves and interact with others. These are some of the prototypes made thanks to the competition Next Design Innovation, organized by the

Lombardy Region and the Milan Polytechnic Department of Design, which selected 15 groups of designers under 35 from Lombardy to develop ideas on future production with the help of Polifactory, the makerspace of the Milan Polytechnic. The prototypes put the accent on the relationship between design and emerging technologies: from sensor systems built into products to control interfaces, all the way to technologies for digital making combined with crafts and/or industrial processes. The

subjects addressed: new appliances, interactive furnishings, wearable technologies, mobility devices, and the 'smart city'. "We chose themes in continuity with other actions of the Lombardy Region," says Stefano Maffei, director of Polifactory and associate professor at the School of Design of the Milan Polytechnic, "seeing them as Italian and regional strong points for productive growth and typological renewal." People often discuss the future of Made in Italy, in the awareness that new paths must be taken, where traditional know-how is updated



in terms of production processes. "Digital making is a set of technologies that do not correspond only to 'additive manufacturing' or 3D printing. It includes tech-

nologies that have been around for years, like metrology or molding control techniques, which make it possible to revise the production process in terms of finished products and the components of the machinery. These applications let us drastically reduce 'time to market' or produce with a 'tailor-made' model in the case of small production runs. The path of 'direct fabrication' is just around the corner," Maffei continues. The prototypes of Next Design Innovation have different ways of relating to traditional objects. "They indicate metaphorical or entertainment functions and give rise to functional and aesthetic hybrids that bring new meanings to everyday things. At times they are rather like 'gadgets,' but they can also permit scenarios like that of digital integration of visual or aural data and messages, or the more futuristic scenarios of automation and robots, with machines that are able to 'learn' and to independently react to stimuli. This can be another direction of development of the project." The collaboration with the Lombardy Region, in fact, will continue. "Because Next Design Innovation now also welcomes the Catalonia Region, together with Lombardy, Rhône-Alpes and Baden-Württemberg, as one of the 'motors of European production.' The second episode will extend into these regions, not just to make new prototypes and nurture young talent, but also to conduct more theoretical research on new models of innovation and productive growth. Polifactory is not just a consulting center for companies and the creation of prototypes, but also a promoter of culture through experimentation, taking part in European calls and implementing a public training program to encourage new forms of business and professional cooperation."



PROJECT

P46. COURTEOUS WARMTH

PROLIFIC AND SELF-TAUGHT, THE BRAZILIAN DESIGNER RONALD SASSON HANDLES FORM WITH VIGOR AND ELEGANCE, STANDING OUT FOR HIS ABILITY TO CONTROL THE SHAPE OF STRUCTURES

Design is a universe divided, where form is a 'duty' as much as function. While many designers focus on the structural definition of the object, many others concentrate, in an equally legitimate way, on exploration of the sculptural opportunities of the bodies of things. There is also a third category, however, more rarified than the others, composed of designers who are capable of transcending the duties of function and the freedom of form, identifying the aesthetic underpinnings latent in the most severe structural necessities. The Brazilian designer Ronald Sasson, prolific and self-taught, belongs to this third category.



Applying the method of 'economy of detail,' Sasson proves that he is able to intercept – in one-offs and large-scale productions – the point of contact between design of art and design of service, standing out above all for the morphological control of the structure, which shifts from flexible to rigid, empties or multiplies, ratifies or derails. Even the range of materials, covering bronze, leathers, walnut wood and Brazilian catuaba, and the palette of colors, with golden highlights and warm aromas like coffee, contribute to give form to this balance of vigor and elegance, in which it is hard to say where the authority of the structure ends and the liberation of the form begins.



**PROJECT
P47. DESIGN@FARNESE**

BY INITIATIVE OF THE FRENCH AMBASSADOR TO ITALY, UNTIL 20 SEPTEMBER THE MAGNIFICENT RENAISSANCE GALLERIES OF PALAZZO FARNESE WILL BE FURNISHED WITH A SELECTION OF OUTSTANDING WORKS, ILLUSTRATING THE STATE OF THE ART OF FRENCH DESIGN

"The idea of presenting all the vitality of French design at Palazzo Farnese, home of the French embassy in Italy, came to me shortly after my arrival in your country. I went to Design Week in Milan, and I saw many large and small French and Italian companies working very productively together. Milan is considered the city of design, but the contemporary also exists in Rome, and hosting it in a Renaissance building seemed like an interesting challenge. The designers were very enthusiastic. So a dialogue was established between the classical architecture of Palazzo Farnese and design, but also between France and Italy, in the name of design. For me, the results are magnificent. Also because Palazzo Farnese is many things at the same time: an exceptional historical site, a living facility, a showcase of excellence and contemporary French creativity." These are the words of Catherine Colonna, French ambassador to Italy, as she explains the project she has organized, Design@Farnese, in which the magnificent Renaissance galleries of the Palace in Rome will be furnished, until 20 September, with a strategic selection of works by French designers, produced both in France and in Italy. The three large galleries of the first floor of Palazzo Farnese contain 50 products by leading exponents of French design – chosen by the artistic advisors Isabelle Valembas and Pierre Léonforte – from

the most expert and famous to emerging young talents, with names of the caliber of Christian Ghion, Dominique Perrault, Jean-Marie Massaud, Philippe Nigro, Jean Nouvel, Ora Ito, Christophe Pillet and William Sawaya. The project brings visibility not only to the designers but also to goldsmiths, cabinet makers, industrialists, gallerists, interior architects and creators who have decided to focus on self-production. Design@Farnese also narrates an unusual geography of design beyond the Alps, not only in Paris but also in Landes, the South, and Auvergne.

**PROJECT
P48. IT HAPPENS IN THE SOUTH**
A COMPANY THAT PRODUCES INDUSTRIAL SHELVING APPROACHES THE WORLD OF DESIGN WITH AN INNOVATIVE STARTUP, INVOLVING YOUNG DESIGNERS AND A GREAT MASTER. TO MAKE AN IMPACT ON THE FUORISALONE AUDIENCE

Small cities, big talents. For about 60 years an industrial company, a leader in the metalworking sector, has existed at Ostuni, a paradise of little streets and alleys overlooking a plain of age-old olive trees protected by UNESCO. Few people imagine that the famous White City also conceals industrial prowess and international market ambitions. Scaff System, which exports its industrial shelving all over the world, decided to open up to design and contemporary creativity a couple of years ago, thanks to the talent of the young Diego Tanzariello, marketing director, and Licio Tamborrino, CEO. The result is Officine Tamborrino, a startup that goes back to the original name of the firm when it was founded, joining the historic brand and immediately plunging into the world of new creativity and art-design. An initial experiment was conducted at the FuoriSalone in 2015, calling on several pieces taken from the company archives together with more contemporary ideas by young designers. The true exploit came in 2016, when the company hired a historic leader of Italian design, Alessandro Guerriero. And the collection, in a very handsome exhibit, was an eye-catcher at the FuoriSalone. The interest in art and good design is growing, we hope, together with concrete results. It happens in the South.



**PROJECT
P51. CONCEPT KITCHEN**
ONE OF THE MOST INTERESTING AND INNOVATIVE PROJECTS PRESENTED FOR EUROCUINA 2016. A SYSTEM MADE IN JAPAN THAT COMBINES THE VARIOUS FUNCTIONS CONNECTED WITH THE RITUAL SIDE OF FOOD IN A SINGLE ELEGANT APPROACH

Wash, slice, dice, cut, cook, consume. Everyone loves Japanese cuisine, so different from Mediterranean food, but few people know its secrets of preparation. The project presented by Cleanup Corporation, the Japanese leader in the production of customized kitchen

systems, during the FuoriSalone in the Brera Design District, is like a concentrate of refined oriental culture that blends high technology and crafts, and above all where processes previously kept separate like cleaning, preparing and cooking food, and its consumption, are gathered into a single system. Daidocoro, literally the Japanese kitchen, is a compact kitchen concept that contains all the functions, a single element composed of a steel sink, a large irori induction top that heats up only where cookware is placed, storage modules, seating and counters. The structure is made with stacked layers that start at the base and rise to the counter. The cabinet is designed in different heights, one for each of the everyday situations. In the design phase the layered cabinet can be customized with a larger pantry and added installations: a mobile stand for tablets, a mini-table, a chilled wine cellar and spice rack, which can be repositioned to meet different needs. The greatest virtue of the design is the way it reinterprets the traditional Japanese kitchen, transforming what were once the small rooms of conventional homes into a single large unit. Where cabinets and furnishings were positioned against the walls and the members of the family turned their backs on each other during everyday activities, Daidocoro proposes a monolithic Kitchen System with a convivial spirit.



YOUNG ARCHITECTS

P52. TOTAL WOOD

LIKE A SECOND SKIN, WOOD COVERS AND RENEWS (ALSO FROM AN ENERGY STANDPOINT) A RESIDENCE IN THE HEART OF THE DOLOMITES. DESIGNED BY AN EMERGING STUDIO FROM ALTO ADIGE

“What’s NOA? Network Of Architecture. The name chosen when Lukas and I, four years ago, opened our studio in Bolzano. It seemed perfect to express the new spirit of our work.” So says the architect Stefan Rier: with his colleague Lukas Rungger, he leads an interdisciplinary team that takes form and is modified depending on the needs of each project. “In short, a sort of ‘platform’ of architects, interior designers, graphic artists, photographers, geologists, but also philosophers, musicians,” says Lukas. Both under 40, with international experience in major architecture firms, the two designers returned to Bolzano, their



hometown, to set up their practice. In just four years, they have gathered prizes and honors all over the world. Among their latest works, in chronological order, we can mention the renovation and addition of Chalet Simonazzi, a residence facing the Sciliar Massif in Alto Adige. The simple but very effective idea (also and above all sustainable thanks to excellent energy performance) was to create a second skin in wood, like a sort of parquet covering both horizontal and vertical surfaces, including the intradoses and railings of the balconies. The added upper level is resolved by means of a volume with a cabin roof – a typical feature of the Alpine zone – that is unexpectedly transformed into a solarium and lounge, with meadows and ‘paths’ that blend into the pastures of the beautiful valley.

YOUNG DESIGNERS

P54. MEMORY AND GRACE

DELICATE AND PROFOUND, THE DESIGN OF RYOSUKE FUKUSADA STARTS WITH MEMORY, OBSERVING EVERYDAY LIFE TO COMBINE REASON AND POETRY, MEDITERRANEAN AND PACIFIC

Coming and going, studying here and there, changing cities and jobs. Being multicultural, open, universal, but in some ways also local and specialized. These are the signals of a ‘fluid society’ in this century of the web, with which millions of young people coexist. Ryosuke Fukusada is one of those young people: born in Osaka 36 years ago, he studied Product Design from 1998 to 2002 at the College of Art of the city of Kanazawa, on the Sea of Japan, and then went to work as a design of electronic products at Sharp Corporation, in the Hiroshima plant, until 2007. With the money he had saved he invested in a year at Domus Academy and came to Milan to take the master’s program in Interior and Living Design. After graduating he interviewed for a job at Studio Urquiola, where Patricia hired him for her team. He stayed in that position from 2008 to 2012. At the studio, he met the Portuguese designer Rui Pereira; they became friends and did many projects together. After these experiences, he returned to Japan and decided to settle in Kyoto, a city that is a symbol of history and culture. It was no coincidence: memory and care are important factors in his projects, full of gentility and poetry. Good examples include the popsticks in the form of a bell or the jewelry made with two pieces of wood that sound like the antique Hyoshigi clappers, both designed for Timbre, a small manufacturer that wants to enhance everyday life through the delicate sounds made by objects. Other instances include the tactile memory of foods or fabrics transported onto the



surface of ceramic cookware, made by hand in Kyoto by the potter Shuho Gama. Often his Oriental sensibility establishes a dialogue with a Latin spirit, as in the Chim Chim fragrance dispensers of the Tile Sashi bath furnishings, created in collaboration with a Portuguese fellow he met in Milan in the studio of a Spanish lady. Even the memory of the paper used to wrap muffins seems to move him; so much so that he has transformed it into a seat that conserves the familiarity of muffins, silently telling us: in the society of consumption where everything is disposable, we should at least try to hang on to happy memories.

FLORAL DESIGN

P57. BONSAI AND IKEBANA

HANAMI (LITERALLY 'FLOWER VIEWING') IS A JAPANESE TERM THAT REFERS TO THE TRADITIONAL JAPANESE CUSTOM OF ENJOYING THE BEAUTY OF THE SPRINGTIME BLOSSOMING OF TREES, ESPECIALLY CHERRY TREES (SAKURA). BUT THERE ARE NO LIMITS IN TERMS OF SIZE, OR OF COMPOSITION...

The Japanese term bonsai is composed of two ideograms: bon or 'pot' and sai or 'planting.' In practice, this means a tree cultivated in a pot. The culture of bonsai miniature trees, intentionally kept in a dwarf size by means of pruning and reduction of the roots, developed in Japan in the Kamakura period (1185-1333), when all the main techniques were introduced, and the "seven Zen principles of aesthetics" were born, including - among others - the art of bonsai and that of ikebana, considered works of 'botanical architecture.'



Bonsai is an art of thought and meditation, and from the monasteries the bonsai quickly made its entrance in the homes of Japanese aristocrats, as a symbol of prestige and honor. Ikebana, the harmonious and refined arrangement of flowers, instead embodies patience and respect for nature; without compassion and humility, a person is

not capable of understanding the true spirit of ikebana. The symbolism of ikebana always contains certain philosophical contents of Buddhist origin and certain meanings - such as the representation of past, present and future - that can be summed up through the use of completely open blossoms, dead leaves, elements still developing, buds. The Japanese tradition, above all, sets out to represent, through the creations of ikebana, the triad of man, heaven and earth, because "main shapes plants, but plants also shape man."

ON VIEW

P60. 350 YEARS OF CREATIVITY

FOUNDED IN 1666 BY ORDER OF LOUIS XIV, THE ACADEMIE DE FRANCE À ROME CELEBRATES ITS 350TH BIRTHDAY WITH TWO EXHIBITIONS, WITH FORMER PENSIONNAIRES AS THE PROTAGONISTS

At the headquarters of Villa Medici (www.villamedici.it), the Académie de France à Rome has organized, from 1 July to 14 August, the Teatro delle Esposizioni #7, an exhibition of projects by the researcher-fellows presently in residence at the facility. And given the



fact that in 2016 the Academy is celebrating its 350th anniversary, from 14 October to 15 January 2017 the beautiful Villa hosts the exhibition "350 years of creativity. The artists of the French Academy in Rome, from Louis XIV to the present." This major event curated by Jérôme Delaplanche focuses on works by illustrious pensionnaires - former fellows and directors - who have contributed to make the Academy famous around the world (the biggest name is Balthus, who together with his Japanese wife Setzuko made Villa Medici experience one of its finest periods, both in terms of exhibitions and in terms of renewed decor, as well as a high level of cultural-social activities), presenting a selection of creations made by the artists during their time in Rome. The exhibition focuses on the link between the Academy and the city, in an itinerary that brings out constants and lines of force in this artistic production: from the study of the human body stimulated by Roman art, to the influence of local humor and marginal cultures. The selection of works offers a balanced overview of the various historical periods, underlining the variety of the artistic output - paintings, sculptures, engravings, sketches, architectural drawings, musical scores - and concludes with a retrospective on contemporary creations. Organized with Christophe Leribault, director of the Petit Palais in Paris and a former fellow, the show will travel to the Petit Palais in 2019.

ON VIEW

P61. TOMOKO AND FASHION

AN INTERNATIONALLY RENOWNED PIANIST AND VISUAL ARTIST, TOMOKO MUKAIYAMA SAYS THAT FASHION IS A TRUE MEDIUM OF COMMUNICATION, BUT ONE THAT RUNS THE RISK OF STEREOTYPES...

A pianist and visual artist from Japan, living in Amsterdam, Tomoko



Mukaiyama (www.tomoko.nl) - who has been part of the Ensemble Modern of Frankfurt, the London Sinfonietta, and the Royal Concertgebouw Orchestra - goes beyond the boundaries of classical music to give new meaning to concertizing as a multimedia artist, developing artistic projects that combine music, dance and visual arts: it is not coincidence, for example, that she has worked with Marina Abramovic. Now

she is concentrating on La mode, her most complex multidisciplinary project: an investigation on sociology, history and rituals of fashion through music, dance, space and apparel, in collaboration with the Spellbound Contemporary Ballet, a partner in the project with Tomoko Mukaiyama Foundation, Toyo Ito (winner of the Pritzker Prize in 2013 and the Leone d'Oro at the Venice Biennale in 2012), and the composer Yannis Kyriakides. A performance for pianist, ten dancers, a catwalk and a set installation. The European preview will be on 8 September at Transart in Bolzano, the festival of contemporary culture (www.transart.it), while the world premiere will be on 1 and 2 October in Taiwan, where the National Taichung Theater designed by Toyo Ito will be opened for the occasion, and from 8 to 10 October at the Dance New Air festival in Tokyo. The work focuses on power, sex, desire, self-expression and the social codes that regulate the world of fashion, explored and deconstructed to shed light on fetishism, materialism, consumption. In practice, the work talks about fashion without showing it, and though it was made for a runway, it never uses it. Sayonara.



MUSEUM P62. POCKET PROJECTS

A MUSEUM FOR ARCHITECTURAL MODELS. IT IS THE ARCHI DEPOT TOKYO FOUNDATION, WHICH SETS OUT TO PRESERVE JAPANESE ARCHITECTURAL MODELS AND DRAWINGS. OFFERING A VAST AUDIENCE DIRECT EVIDENCE OF THE VISION AND THINKING OF FAMOUS AND EMERGING ARCHITECTS

Kengo Kuma, Shigeru Ban, Riken Yamamoto, Tetsuo Furuichi... just some of the Japanese architects (but the list is very long, including the younger generation) who have donated their models to the new Archi-Depot museum-archive (which opened in Tokyo on 18 June). An initiative of the Archi Depot Tokyo Foundation (an organization for the conservation of Japanese architectural culture) and Tokyo Design Center, the new museum is located in the headquarters of Warehouse Terrada, a global company specializing in the conservation of specialized and precious articles (storage of wine, artworks, films), a partner in the initiative. The basic idea, in fact, is to store and preserve important heritage of cultural value. So inside a former warehouse in the port district of Tokyo, 116 shelves extend in

an area of 450 square meters to display scale models of projects Made in Japan: from study models to definitive projects, revealing the compositional process of the architect. Buildings, skyscrapers, museums, villas, pieces of the city in miniature, offering viewers a glimpse inside to discover secrets and aspects that would otherwise be hard to understand. Like true works of art, at Archi Depot architectural models become important cultural heritage, properly conserved, conveying an idea of the variety of the Japanese design world. And all the magic of architecture.

MUSEUM P64. LET'S GO, KIDS!

AN EXHIBITION ON THE WORLD OF CHILDHOOD MOBILITY: SEVEN AVANT-GARDE STROLLERS FOR SEVEN LEADING COMPANIES. IN MILAN, DURING FUORISALONE 2016, AT SUPERSTUDIO. ERGONOMICS AND GOOD DESIGN

The right to ride has a primary place in the evolution of a child's sensibilities, from the earliest years of existence, those in which curiosity and amazement regarding the phenomena of the material world lay the groundwork for intelligence. So Assogiocattoli (Chicco Artsana, Brevi, Dorel/Quinny, I.Go Distribution/Greentom, Inglesina, Italtrike and Peg Perego), with the collaboration and curating of Luca Fois, co-director of the course in Design for Kids and Toys at POLI.Design, Bernardo Corbellini and Bice Dantona (designers), with the support of ADI and the Creative Industries Lab of the Milan Polytechnic Department of Design, and with the backing of sponsors like La Rosa Mannequins, OnlightPF, Marmo Arredo, Eulithe and Tecnova, presented an exhibition during FuoriSalone 2016 on outstanding products for childhood mobility, "Let's go kids!" With a minimal installation of great impact, the show offered reflections on the practical function of strollers as a means of transport, and on the sociological aspects of an object that makes it possible to move through multiple places and situations in everyday life. The particular vantage point was that of the companies with their leading products: seven strollers of the latest generation, displayed to demonstrate how this everyday convenience has evolved in recent years. The goal of the exhibition was to underline, through the products, how the stroller has become a true tool of everyday wellbeing for both kids and parents, thanks to the efforts of manufacturers. Fois explains: "Through innovative design that tries to intelligently combine aesthetics and practicality, the strollers of the next generation improve the child-adult relationship, helping parents



to enjoy the hours spent with kids, without sacrificing their own natural way of being." The show included electric models powered by solar energy (for very independent kids), strollers designed to fit perfectly in elevators (avoiding opening and closing operations), specimens made with recycled polypropylene, fabric parts made

from PET bottles (ecocompatible), others with very light aluminium screen (for sporty toddlers), and examples that show how the life of a parent can be made easier and more fun thanks to the aware use of a fundamental accessory like the stroller, without overlooking the mental development of the child. "Let's go kids" also offered visitors an unusual, fascinating experience through a video that conveyed an idea of the sensations of children riding in a stroller, observing a wide range of situations in the urban context: a chance to think about actions, vantage points and details often overlooked by adults.

FOOD DESIGN

P66. WICKY'S CUISINE

SON OF AN AYURVEDIC PHYSICIAN, A DEGREE IN CRIMINOLOGY, A GREAT PASSION FOR TRAVEL AND TRIBAL PLACES: AND NOW PERHAPS THE MOST FAMOUS CHEF JAPANESE AND FUSION FOOD IN MILAN

Unlike what most Italians think – they are often ignorant, without even guessing it – Japanese cuisine is not just sushi, sashimi, tempura, and it is not mainly raw. Anything but. As the erudite and exuberant star chef Wicky Priyan, born in 1970, Sinhalese but Japanese by adoption (he went to Japan when he was 7, thanks to his father, an Ayurvedic doctor, and stayed there for 35 years, taking Nozomi Ito as his wife) explains, Kaiseki is the Japanese haute cuisine: a traditional meal calls for many small courses,

served on completely different dishes, with a rather low amount of raw things, and infinite attention to cooking (from fried to stewed), requiring great technical skill on the part of the chef. For some time now Wicky has been a familiar face on our restaurant scene, since we first saw him at Nobu in Milan, and at Zero Contemporary Food. But before that he roamed the world, also landing at Sundara, the restaurant of the Four Seasons at Jimbaran Bay in Bali, and above all at the great Japanese culinary 'schools' of the inimitable masters (one example will suffice: Kikuchi Kan, the great sushi master), who taught him how to cut things exclusively by hand (katsuramuki), to marinate things for long periods, to carefully ripen even fish, and to decorate foods (by means, for example, of a dewdrop and edible flower petals). In his restaurant in Milan on Corso Italia (since November 2011 it was on Via San Calogero, a space taken over a year and a half ago by his friend Joji Tokuyoshi), he wants to offer the best of Japanese food culture, and to judge by his fans – from Oscar Farinetti to Gualtiero Marchesi – he is doing it very well. So



from the famous 5-Continent Carpaccio to the suckling pig a la Kaneki Kyoto (16 hours of cooking, using the Ryoutei Kaneki technique, served with caramel apples and mustard) and the octopus a la Kaneki



Kyoto (cooked for three hour in soy sauce, sake, mirin and white wine, finished with steam for one hour and served with edamame), Wicky also offers his remarkable Edo-mae sushi (the Edo technique: the rice is cooked and after ten seconds placed in wood, drizzled with red vinegar, conserved at 36 degrees and served at that temperature), but also his personal fusion inventions, the true Wicuisine, which combines Japanese gastronomy (and Oriental-Asian in general: Malay, Thai, Indonesian) with Italian and French delicacies. Actually, about 90% of the ingredients used in the restaurant come from Italy. Of course it is rather strange to be served the bone marrow from ossobuco with saffron rice in a sushi-sized morsel... But given the fact that Wicky has a degree in Criminology, where did he get his talent in the kitchen? "From my mother – he says – who let me help her in the kitchen since I was 5 years old. Now I'm doing the same thing with my daughter, who's 9: when she gets out of Japanese school here in Milan, she looks into the kitchen and learns from me.

FRAGRANCE DESIGN

P68. SCENTS OF THE RISING SUN

FROM THE AROMA OF CHERRY BLOSSOMS TO THAT OF GREEN TEA, TO THE CELESTIAL ESSENCE OF LADY KAORU (THE TALE OF GENJI), IN JAPAN THE ART OF PERFUME IS SUBLIME

In Genji Monogatari, the masterpiece of Japanese literature written in the 11th century by Murasaki Shikibu, there are many references to incense and its multiple uses to scent clothing, hair, spaces: it is the ceremony of Kodo, or the Way of Fragrance, where the perfume of incense is 'listened to' in an attitude of meditation. The close connection between fragrances and Japanese culture has survived until modern times, when in 1964 the first Shiseido perfume hit the market, Zen, a quiet masterpiece whose very oriental floral bottle was by Marehide Suzuki. Later, in 1992, Issey Miyake, guided by his powerful vision of sublimated nature, created "the purest perfume in the world, that of water on the skin of a woman," i.e. L'Eau d'Issey, which immediately became a cult perfume, a revolution based on the essential (on 15 May the new L'Eau d'Issey Pure was launched). Then in 1998 Rei Kawakubo/Comme des Garçons broke all the rules by creating the legendary Odeur 53, whose composition (without organic elements) contains 53 chemical formulas, like nylon mist, baby's breath, steel on the tongue... Known as the 'anti-perfume,' it is conceptual, unisex, abstract, even irritating, but also an absolute milestone.





FRAGRANCE DESIGN
P69. THE YEAR OF THE IRIS
IN THE 17TH CENTURY THE FLEUR-DE-LYS
WAS USED FOR THE FAMOUS PERFUMED GLOVES
OF CATERINA DE' MEDICI: TODAY FRAGONARD
MAKES IT AN OLFATORY BANNER FOR 2016

In 2016 the French perfume maison Fragonard honors the iris, a symbol in France since the days of Clovis I, in the early 500s: later, Louis VIII made the water iris his official escutcheon. Starting in the 16th century, iris powder was used to prepare many scented objects: in particular, crushed iris when into the famous gants parfümés, a fashion launched by Caterina de' Medici; and it is no coincidence that the pale iris, known as blue gold in Florence, grows in Tuscany. In the world of fragrances it is one of the most precious raw materials: many years are required for iris bulbs to offer the full richness of their blossoms, and it takes about a ton of iris rhizomes to obtain 200 grams of iris absolute, at a price of about 100,000 €/kg. The blue gold of perfume is being interpreted this year by Fragonard in a wide range of products – whose packages feature watercolors on the theme – in which iris becomes light and delicate, where poudré notes are enlivened by the citrus tones of bergamot, and the core is sweetened by violet and heliotrope.



BOOKSTORE
P70.

CODICE MENDINI

by Fulvio Irace, Electa Editore 2016, 368 pages, €130.00.
A big book full of images, drawings, photographs to document a versatile career, divided into nine themes of reference to narrate the meandering but profound intellectual path of Alessandro Mendini, a leading figure on the Italian design scene. The "Mendini Code" that Fulvio Irace outlines with unabashed empathy is that of a "Proustian character, full of melancholy, inclined towards spleen, in eternal pursuit



of a mythical lost time," in an attempt to provide what may not be an exhaustive tool (due to the objective impossibility of cataloguing Mendini's boundless output) "to decipher that kaleidoscope of images and words generated over the years by Mendini through incessant, ongoing layering of words and things." An all-around design, intellectual and orchestrator of choral operations on different scales (urban as in the Naples subway, architectural as in the home of Alberto Alessi, of interior and product design), Mendini identifies nine rule-categories to group his research into complex sets. Bio-graphisms, Utopias, Gulliver, Fragilisms, Proust Method, Novel Object, Rooms, Designing is Painting, Together are the thematic containers that accompany the reader. In the self-portrait that opens the first chapter, "Alessandro sub-species of chandelier" (2006), we see a witty take on Mendini's main characteristic; the many light bulbs on the head and on every finger of seven hands around the central body represent ideas. And Alessandro Mendini has always been a generous producer of ideas. Having ideas and translating them into concrete action is the earmark of the creativity of Mendini, as a designer, a draftsman, a writer, a critic and an observer.

**LA LUNGA VITA DEL DESIGN IN ITALIA -
B&B ITALIA 50 ANNI E OLTRE**

by Stefano Casciani, Skira Editore 2016,
360 pages, €65.00.

The story of B&B Italia is part of the multi-linear history of Italian design, and undoubtedly represents a key chapter. Stefano Casciani, for the company's 50th anniversary, outlines the tale from the beginning, with C&B and the partnership with Cesare Cassina, all the way to the present, calling on witnesses, protagonists, facts, images and, obviously, objects. The case study of B&B Italia is approached in four dense chapters (history; portraits of the designers involved in the construction of the company and its identity; the three B&B works of architecture taken as an "machine of industry, thought and design"; corporate communication and the idea of an alternative corporate identity), to offer readers "an investigation of the reasons behind the successes



of the company, the thoughts of those who have contributed to its growth, in order to learn from them: a text that is not exhaustive – which would be impossible on paper – but selects, chooses, including the essential to understand and communicate." Renzo Piano tells about his meeting with Pierino Busnelli for the project (together with Richard Rogers) of the company headquarters in Novedrate (1973), a "forerunner of the Beaubourg" in Paris, as he agrees, documented in the book also with an extract from the publication in Domus in 1974. Ferruccio De Bortoli discusses the "concrete vision" of Pierino Busnelli and his love of polyurethane, seen as a ductile material capable of

bringing the dynamics and the numbers of industrial production into the world of furniture. A fundamental aspect in the history of B&B, emphasized by Deyan Sudjic in his contribution: "Pier Ambrogio Busnelli, in the 1960s, brings furniture into the modern era, just as Michael Thonet did one century earlier. [...] B&B Italia has truly transformed the making of furniture with a crafts approach into a process much more similar to the manufacturing of automobiles."

METODO CAPPELLINI. IL SOGNO DECLINATO

by Francesca Serrazanetti, Electa Editore 2016, 192 pages, €35.00. Towards the end of the 1970s Giulio Cappellini began to work in the production company founded by his father Enrico in 1946 at Carugo, Brianza. His project began with an innovative idea that could combine creativity and an international dimension, crafts know-how and mechanized processes, experimentation and research. The family firm became a laboratory, an operating tool, to create a network of young talents driven by a passion for design and experimentation. A sort of gym for creativity, for the international tribe of designers, leading in 1980 to the name Cappellini International Interiors. Giulio Cappellini's role as a talent scout (he 'discovered' Jasper Morrison and the Bouroullec brothers, just to name two cases) is combined in practice with an idea of flexible production where craftsmanship and technological innovation contaminate each other in a fertile way. It is "a sophisticated and technologically advanced production system because it makes it possible to make every piece seem unique, made by hand: what



we might call a post-industrial process." All this is narrated in this book, also through imagery. The formula is that of an unusual thematic ABC, in alphabetical order (from Architecture to Wanders), divided into four categories: Identity; Encounters; Displaying Design; Processes, Places and Products. Factors of reference to understand the key to the Cappellini 'method': "a method constructed on rigor and at the same time on freedom, on the coherence of an idea and the contradictions of creativity."



**FESTIVAL
P72. UMBRIA DESIGN EXPERIENCE**
AS UNDERLINED IN A THEMATIC ENCOUNTER ORGANIZED DURING THE FESTIVAL DEI DUE MONDI, UMBRIA HAS BEEN INVOLVED FOR YEARS NOW IN A PROJECT OF ENHANCEMENT OF ITS DESIGN CULTURE. WE TALKED ABOUT IT WITH CATIUSCIA MARINI, PRESIDENT OF THE REGION

President of a region whose factors of excellence include three summer culture festivals – the Festival dei Due Mondi, Umbria Jazz and the Festival delle Nazioni – Catuscia Marini answered some questions on the relationship between Umbria and design culture.



Art in all its guises, food and the beauty of nature: three macro-factors that go into the so-called Umbra Experience. How does design fit into the picture, alongside the other factors of excellence of the region?

"It is a useful component to update industrial production and to make the economic system of the entire region more competitive. Design is a dynamic factor of the contemporary identity of Umbria, and above all an active link to Made in Italy, seen as a decisive factor of the Italian ability to operate in innovative markets."

During a recent press tour at Orvieto, I saw how certain Umbria-based designers (of jewelry but also ceramics and fashion accessories) manage to sell their products all over the world, though they have decided to remain in their native cities. How do you explain the choice of staying rooted in one's own territory?



"This is an interesting observation, which calls two elements into play. The quality of life in our historical centers is very high, so working in Umbria offers advantages that are hard to sacrifice. The environment is a synthesis of the age-old interaction between man and nature, which is joined by services, including digital ones, that make it possible to overcome distances and separations. Furthermore,

many businesses, especially those on the border between crafts and industry, often have the advantage of acting as a laboratory of industrial production that can draw on a past full of artistic influences. This combination gives rise to know-how, which forms the basis of many successful products from our region.

At the latest FuoriSalone in Milan, the Umbria Region was on hand with its own installation, "Scorched or Blackened," inside the event Open Borders organized by Interni: what kind of feedback did you receive?

"For an institution the tangible feedback was that of having promoted, in an undoubtedly prestigious context, some of the main cornerstones of the action of the Umbria Region: interaction among companies, the know-how of businesses, and design culture seen as the creation of innovative products. For us, it was essential to bring out the value of a system of relations and cooperation devel-

oped as a precise vision of the role of the Region. Now it is up to the companies to move forward with what we presented, to make the prototypes on display become products for the market.”

The path of ‘approach’ between the Umbria Region and the world of design was illustrated in an encounter with the editor of Interni, Gilda Bojardi, at the Festival dei Due Mondi. Do you believe this festival in Spoleto, now at its 59th edition, is the best place to insert design events?

“For years now the region has created a format, Spazio Umbria, which in the various summer festivals in Umbria has the task of presenting the finest qualities of our area to a vast audience. These qualities represent our identity, so it is only natural to imagine a presence for the most important projects on these occasions. And there is one more consideration: if an event like the Festival of Spoleto opens to design, the cultural value of this discipline for our entire region – and well beyond our borders – becomes fully evident.

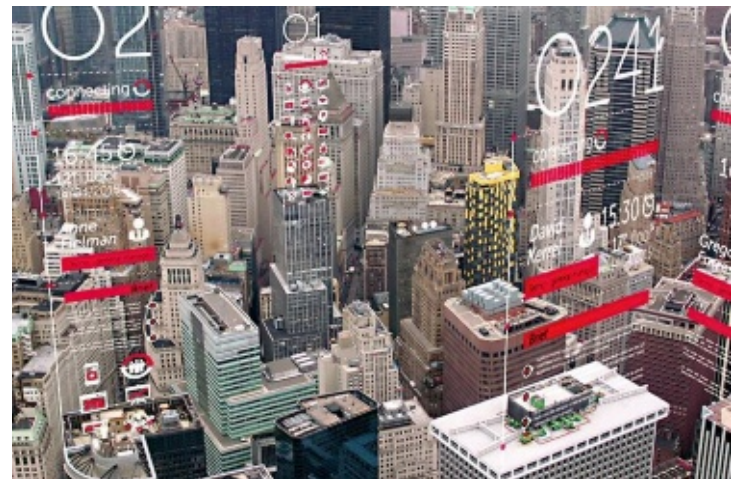
TECHNOLOGY

P74. THE INTELLIGENCE OF OBJECTS

IO.T BY TECNO IS A PROJECT TO IMPROVE MANAGEMENT, MINIMIZE CONSUMPTION AND OPTIMIZE RESOURCES IN SMART OFFICE BUILDINGS

It’s called the Internet of Things, and its acronym is IoT. Still not widespread except among sector professionals, the term indicates the intelligent dialogue between technological applications and objects. The objective is to transform any object (even those without any apparent digital vocation) into a connected device with all the characteristics of objects created to use to the Internet. In Italy, an interesting project of the Internet of Things, applied to the management of meeting rooms and workstations, has been developed in Brianza. What was needed, besides technology and the web, was typical Italian creativity and know-how. The result is the project io.T by Tecno (www.tecnospa.com). The company based in Mariano Comense has created an intelligent system of furnishings connected to data processing systems, devices and hubs, to provide information and solutions for the owners and managers of smart office buildings. “Tecno has made its industrial experience evolve to support

today’s forms of work and make them more efficient,” says Giuliano Mosconi, president and CEO of Tecno, “giving them new functions and launching the challenge of a world of work increasingly marked by sharing and by the ‘life’ of things.” Starting with the company’s core business – the production of high-performance design workstations (including the Nomos table designed by Foster&Partners) – a project has been created that combines the intangible digital world of the web with the tangible analog world of desks and tables for the office. All managed by means of an app, to work via Ethernet, Wi-Fi or Bluetooth. “The objective is always that of measuring and knowing in order to improve, putting technology at the service of functional quality and personal wellbeing,” emphasizes Alberto Mandelli, in charge of R&D at the company. Among the main functions of io.T by Tecno: user identification, access and function control, reservations of desks and meeting rooms, temperature, humidity and pressure control, lighting control for work areas. All through simple operations, using badges or smartphones. Other services include USB sockets for charging cell phones, tablets and cameras; system updates; information on furniture and equipment; workstation data management. For a full range of strategic uses.



Worldwide subscription: www.abbonamenti.it/internisubscription

Please start my subscription to **INTERNI** at the rates indicated below

1 year of INTERNI
(10 issues + 1 Design Index + 3 Annuals)

- | | |
|--|-------------|
| <input type="checkbox"/> Europe by surface/sea mail | Euro 96,10 |
| <input type="checkbox"/> Europe by air mail | Euro 119,30 |
| <input type="checkbox"/> Usa - Canada by air mail | Euro 142,50 |
| <input type="checkbox"/> Africa/Asia/Oceania/Sud America by air mail | Euro 222,60 |

Charge to my credit card the amount of

- | | |
|---|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> American Express | <input type="checkbox"/> Diners |
| <input type="checkbox"/> Mastercard | <input type="checkbox"/> Visa |

Card N.

Ex.Date

Signature _____

- International money order on account n. 77003101
c/o Arnoldo Mondadori Editore

INTERNATIONAL SUBSCRIPTION REQUEST FORM

Please send your payment with this form (please write in block letters) to:

Interni - Servizio Abbonamenti - C/O CMP Brescia - 25126 Brescia - Italy

Name/Surname _____

Address _____

City/Zip _____

State _____

Phone _____

Fax _____

E-mail _____

128 1092368101

N.B. Faster service is available for payment with credit card. Fax your subscription order and your payment receipt to this number: **0039.30.7772387**. For any further information, send e-mail to: abbonamenti@mondadori.it subject **INTERNI**

ASSOGIOCATTOLI

Via C.I. Petitti 16, 20149 MILANO
Tel. 0239210458
www.assogiocattoli.it
info@assogiocattoli.it

ASTEP APS

Vermundsgade 40b
DK 2100 Copenhagen, Tel. +4553855775
astep.design, info@astep.design

BITOSI DIFFUSIONE spa

Via Pietramarina 53
50059 SOVIGLIANA DI VINCI FI
Tel. 057154511, www.bitossihome.com
info@bitossihome.com

BONALDO spa

Via Straelle 3, 35010 VILLANOVA
DI CAMPOSANPIERO PD
Tel. 0499299011, www.bonaldo.it
bonaldo@bonaldo.it

BOUTIQUE CHRISTOFLE srl

C.so Venezia 6, 20121 MILANO
Tel. 02781948, www.christofle.com
www.eu.christofle.com
pavillon.milano@christofle.com

BT GROUP

Via C.M. Maggi 41/43, 20855 LESMO MB
Tel. 039628481, www.btgroup.it

CARL HANSEN & SON A/S

Hylkedamvej 77-79, Bygning 2
DK 5591 Gelsted, Tel. + 45 66121404
www.carlhansen.com
info@carlhansen.com

CLEANUP

6-22-22 Nishi-nippori, Arakawa-ku
J Tokyo 116-8587, Tel. +81 3 3894 4771
www.cleanup.jp

COTTO ANOTHER PERSPECTIVE

BANGKOK 10110 THAILAND
www.cottoanotherperspective.com
anotherperspective.cotto@gmail.com

DEDON GmbH

Zeppelinstraße 22, D 21337 LÜNEBURG
Tel. +49 41 31224470, www.dedon.de
info@dedon.de

Distr. in Italia: RODA srl

Via Tinella 2, 21026 GAVIRATE VA
Tel. 03327486, www.rodaonline.com
info@rodaonline.com

DINESEN

Klovtoftvej 2, Jels, DK 6630 Rødding
Tel. +45 7455 2140, www.dinesen.com
info@dinesen.com

ELICA spa

Via E. Casoli 2, 60044 FABRIANO AN
Tel. 07326101, www.elica.com
info@elica.com

FABER spa

V.le XIII Luglio 160
60044 FABRIANO AN, Tel. 07326911
www.faberspa.com
info@faberspa.com

FALMEC spa

Via dell'Artigianato 42
31029 VITTORIO VENETO TV
Tel. 04385025, www.falmeccom
info@falmeccom

FERM LIVING

Sturlasgade 10, 1.
DK 2300 Copenhagen S
Tel. +45 7022 7523
www.ferm-living.com
info@ferm-living.com
Distr. in Italia: TRENDHOUSE
Via S. Carlo 2/A, 37016 GARDA VR
Tel. 0457235995, www.trend-house.it
info@trend-house.it

FESTIVAL DI SPOLETO

FONDAZIONE FESTIVAL DEI DUE MONDI

Teatro Nuovo, Via Vaita Sant'Andrea
06049 SPOLETO PG, Tel. 0743221689
www.festivaldispoleto.com
info@festivaldispoleto.com

FILE UNDER POP

Frederiksgade 1, 1st floor
DK 1265 København K
Tel. +45 33 329898
www.fileunderpop.com
info@fileunderpop.com

FRAGONARD ITALIA srl

Via Solferino 2, 20121 MILANO
Tel. 0272095204, www.fragonard.com
milan.fragonard@fragonard.com

FRAMA

Fredericiagade 57, DK 1310 København
Tel. +45 31 406030, www.framacph.com
frama@framacph.com

FRANKE spa

Via Pignolini 2, 37019 PESCHIERA
DEL GARDA VR, Tel. nr verde 800359359
www.franke.it, ks-info.it@franke.com

FRITZ HANSEN MOEBLER

Allerødvej 8, DK 3450 ALLERØD
Tel. +45 48 172500
www.fritzhanzen.com

Distr. in Italia:

FRITZ HANSEN STORE

C.so G. Garibaldi 77, 20121 MILANO
Tel. 0249526135, www.fritzhanzen.com
cp@fritzhanzen.com

GANDIA BLASCO Sa

c/Músico Vert 4
E 46870 ONTINYENT-VALENCIA
Tel. +34 96 2911320
www.gandiabrasco.com
info@gandiabrasco.com

Distr. in Italia: DESIGN D'OCCASIONE

Via Machiavelli 1
40069 RIALE DI ZOLA PREDOSA BO
Tel. 051758908

www.designdoccasione.com

commerciale@designdoccasione.com

GEORG JENSEN

7 Søndre Fasanvej
DK 2000 FREDERIKSBERG
Tel. +45 3814 9898
www.georgjensen.com
pr@georgjensen.com

Distr. in Italia: ABITARE DESIGN srl

Via G. Prati 18, 38122 TRENTO
Tel. 0461232103, www.abitaredesign.it
info@abitaredesign.it

GEORG JENSEN DAMASK

Tel. +45 75 522700, www.damask.dk
gjd@damask.dk

GIBUS SPA

Via Einaudi 35
35030 SACCOLONGO PD
Tel. 0498015392, www.gibus.it
gibus@gibus.it

I LOVE ITALIAN FOOD

www.loveitalianfood.it

IKEA ITALIA RETAIL srl

S. Provinciale 208 n. 3
20061 CARUGATE MI, Tel. 199114646
www.ikea.it

INDUSTRY +

1A Tyrwhitt Rd, SINGAPORE 207522
http://industryplus.com.sg
info@industryplus.com.sg

INFINITI by OMP GROUP

Via Cà Leoncino 2
31030 CASTELLO DI GODEGO TV
Tel. 04237616, www.infinitidesign.it
www.ompgroup.com
info@infinitidesign.it

INTERNOITALIANO

V.le Tibaldi 10, 20136 MILANO
Tel. 0245496301
www.internoitaliano.com
studio@internoitaliano.com

KETTAL

Aragón 316, E 08009 BARCELONA
Tel. +34934879090
www.kettalgroup.com
info@grupokettal.com

KOZIOL GESCHENKARTIKEL

MERITO srl
Via Laurin 111, 39012 MERANO BZ
Tel. 0473440230
www.merito.it, info@merito.it

LAGO spa

Via dell'Artigianato II 21
35010 VILLA DEL CONTE PD
Tel. 0495994299, www.lago.it
info@lago.it

LEDON LIGHTING GmbH a brand of ZUMTOBEL LED DIVISION

Millennium Park 2, A 6890 LUSTENAU
Tel. +43 5572 390 0
www.ledonlighting.com

LEMNOS

www.lemnos.jp

LOEWE ITALIANA

Largo del Perlar 12, 37135 VERONA
Tel. 0458251611, www.loewe.it
info@loewe.it

MARTINELLI LUCE spa

Via T. Bandettini, 55100 LUCCA
Tel. 0583418315, www.martinelliluce.it
info@martinelliluce.it

MUJI - RYOHIN KEIKAKU CO. Ltd

4-26-3, Higashi-Ikebukuro, Toshima-ku
J TOKYO 170-8424, Tel. +81 3 39895361
www.muji.co.jp, kanai@muji.co.jp

MUUTO

Peder Hvitfeldt Stræde 4
DK 1173 COPENHAGEN
Tel. +45 32 96 98 99
www.muuto.com, info@muuto.com

Distr. in Italia: NORDIC DESIGN

Via S. Carlo 2/A, 37016 GARDA VR
Tel. 0457235995, susan@nordicdesign.it

NATUZZI ITALIA

105 Madison Ave. (btw. 29th & 30th Sts.)
USA NEW YORK, NY 10016
Tel. +1 212 3469760, www.natuzzi.com

OFFICINE TAMBORRINO

SCAFF SYSTEM
Contrada Madonna Della Nuova,
72017 OSTUNI BR
www.officinetamborrino.com

PALAZZO FARNESE

Piazza Farnese 67, 00186 ROMA
www.ambfrance-it.org
www.institutfrancais-italia.com

PINACOTECA GIOVANNI E MARELLA

AGNELLI
via Nizza 230, 10126 TORINO
Tel. 0110062713
www.pinacoteca-agnelli.it

segreteria@pinacoteca-agnelli.it

RESSTENDE srl

Via Ghiringhella 74
20864 AGRATE BRIANZA MB
Tel. 039684611, www.resstende.com
info@resstende.com

RIMADESIO spa

Via Furlanelli 96, 20833 GIUSSANO MB
Tel. - Fax 0362317317, www.rimadesio.it
rimadesio@rimadesio.it

RIZZOLI BOOKSTORE

1133 Broadway, between 25th and 26th
Street, USA NEW YORK, NY 10010
Tel. +1 212 7592424
www.rizzolibookstore.com

ROCHE BOBOIS

18, rue de Lyon, F 75012 PARIS
Tel. +33 1 53461000
www.roche-bobois.com

RODA srl

Via Tinella 2, 21026 GAVIRATE VA
Tel. 03327486, www.rodaonline.com
info@rodaonline.com

RUD RASMUSSEN

Nørrebrogade 45
DK 2200 COPENHAGEN
Tel. +4535396233
www.rudrasmussen.dk

mail@rudrasmussen.dk
Distr. in Italia: MC SELVINI srl
Via C. Poerio 3, 20129 MILANO
Tel. 0276006118, www.mcselvini.it
info@mcselvini.it

SCAVOLINI SOHO GALLERY

429 West Broadway @ Prince St. New York
USA NEW YORK, NY 10012
Tel. +1 212 2190910
www.scavolinisohogallery.com

contact@scavolinisohogallery.com

SCHENKER STOREN

Stauwehrstrasse 34
CH 5012 Schönenwerd
Tel. +41 628585511, www.storen.ch
schenker@storen.ch

SERVETTO srl

Via Brughetti 32/34
20813 BOVISIO MASCIAGO MB
Tel. 0362558899, www.servetto.com
info@servetto.it

STUDIO ARCHITETTURA MUZIO

Via Barbavara 7, 20144 MILANO
Tel. 0289422667
www.studioarchitetturamuzio.it
www.archiviogiovanmuzio.it

info@studioarchitetturamuzio.it

TALENTI srl

Z. I. - Loc. Le Capanne
05021 ACQUASPARTA TR
Tel. 0744930747, www.talentsrl.com
info@talentsrl.com

TECNO Spa

Via Milano 28, 22066 MARIANO
COMENSE CO, Tel. 03175381
www.tecnospa.com
info@tecnospa.com

TIGER STORES

www.tiger-stores.it
TIMBRE
2-8 Kanamono-cho
J Higashiosaka, Osaka 577-0815
Tel. +81-6-6224-4755
http://timbre.jp/en/about/
info@timbre.jp

TONALITE spa

Via Andrea Costa 4/8
40019 SANT'AGATA BOLOGNESE BO
Tel. 051957253, www.tonalite.it
info@tonalite.it

& TRADITION A/S

TRANGRAVSEJ 24
DK 1436 COPENHAGEN
Tel. +45 3920 0233
www.andtradition.com
info@andtradition.dk

USM U. Schärer Söhne AG

Thunstrasse 55, CH 3110 MÜNSINGEN
Tel. +41317207272, www.usm.com
Distr. in Italia: JOINT srl

V.le Sabotino 19/2, 20135 MILANO
Tel. 0258311518, www.jointmilano.com
info@jointsrl.it

VONDOM

Avda Valencia 3, E 46891 VALENCIA
Tel. +34 96 239 84 86
www.vondom.com
info@vondom.com

WANTED DESIGN

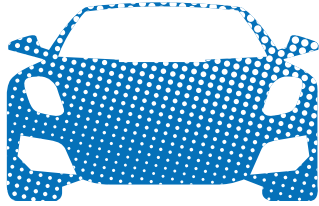
Terminal Stores, The Tunnel - 269 11th
Avenue between 27 and 28th Street
USA NEW YORK
www.wanteddesignnyc.com
info@wanteddesignnyc.com

WICKY'S WICUISINE SEAFOOD

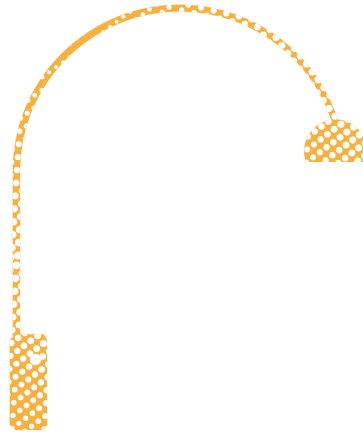
Corso Italia 6, 20122 MILANO
Tel. 0289093781, www.wicuisine.it
reservation@wicuisine.it

ZALF spa

Via Marosticana 9
31010 MASER TV, Tel. 04239255
www.gruppoeuromobil.com
zalf@gruppoeuromobil.com



Sports cars of Italy



Design of Italy



Fashion of Italy



Ceramics of Italy

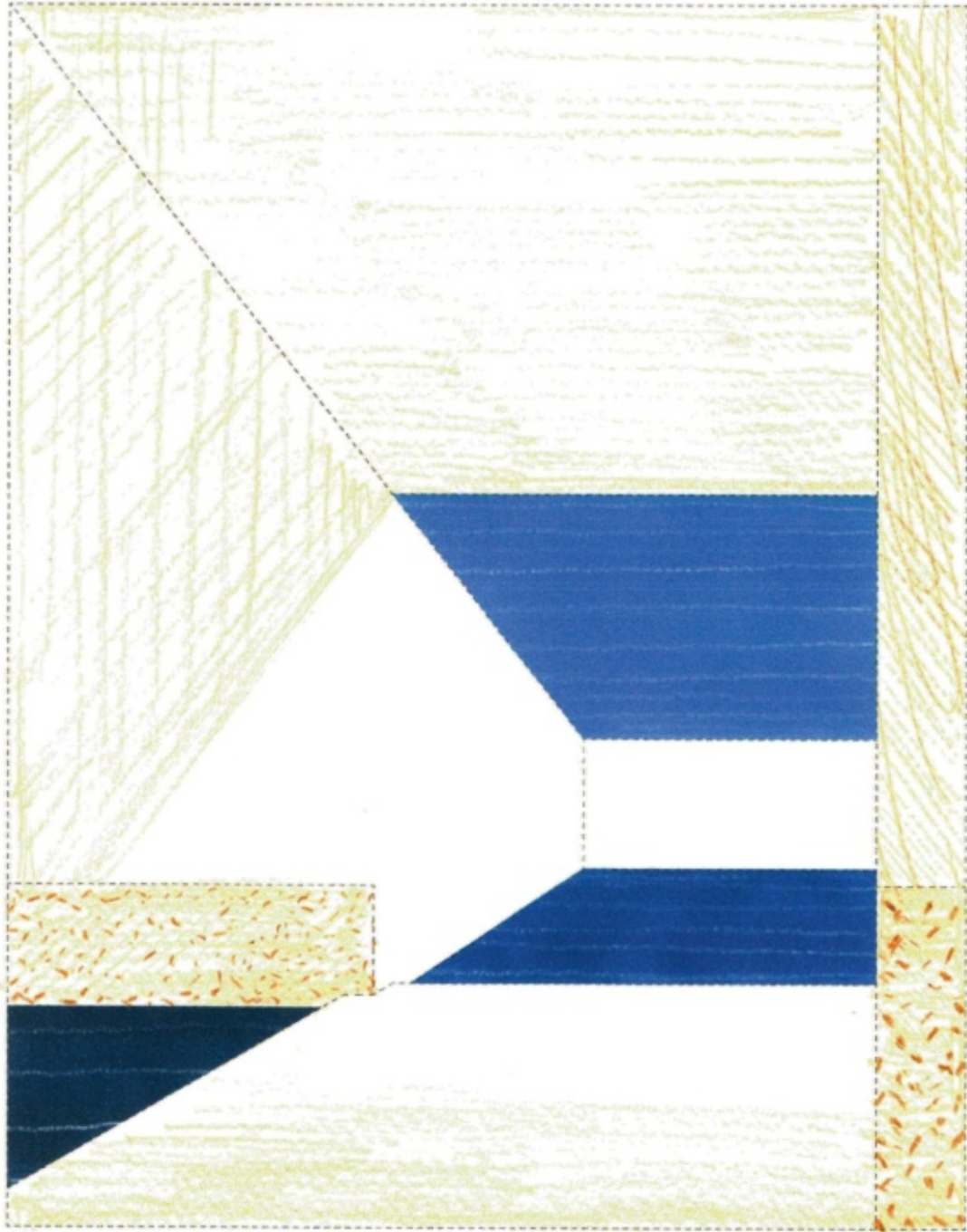
IL MARCHIO DELL'ECCELLENZA CERAMICA NEL MONDO.



Il marchio Ceramics of Italy riunisce le migliori aziende italiane della ceramica nei settori delle piastrelle per pavimenti e rivestimenti, dei sanitari e della stoviglieria, a tutela di progettisti, designer e consumatori sulla provenienza di prodotti dalla qualità e dal fascino inimitabili. Cerca il marchio Ceramics of Italy e ovunque nel mondo avrai la certezza dell'eccellenza della ceramica italiana.

Seguici su     

www.laceramicaitaliana.it



per INTERNI

Aut

Drawing by
Naoyuki Shirakawa

per
INTERNI

DRAWINGS COLLECTION



I

INtopics EDITORIAL

INTERNI luglio-agosto 2016

Il 2016 celebra il centocinquantenario delle relazioni tra Giappone e Italia. Ma non è solo per questo che abbiamo deciso di dedicare il numero di luglio-agosto a una sorta di confronto creativo tra i due Paesi. Mai come quest'anno il Sol Levante ha fatto notare la sua presenza a Milano, durante il FuoriSalone, con una rassegna di mostre e progetti che, per quantità e qualità, è decisamente ampia rispetto a quelle di altri Paesi stranieri. Per i designer giapponesi, presentare un progetto in Italia ed entrare in contatto con i brand

del design italiano vale più di qualsiasi altra esperienza. Allo stesso tempo, la levità e la poesia dell'estetica nipponica esercitano sul progetto nostrano un grande fascino. Quello che emerge dal nostro racconto parallelo, sviluppato tanto nel campo dell'architettura quanto in quello del design, è una comunanza di pensiero tra le due culture. Si esprime in forme diverse ma ha lo stesso obiettivo: coltivare il senso del bello ed esercitare l'arte del fare. Lo vediamo nelle opere dei grandi architetti come Toyo Ito, Kazuyo Sejima, Ryue Nishizawa, Junya Ishigami, a cui il MoMA dedica una mostra che ne mette in risalto i comuni tratti espressivi. Ma lo riscontriamo anche nelle cose più piccole: dai raffinati oggetti realizzati con secolari tecniche artigiane, ai prodotti industriali disegnati da note firme come Tokujin Yoshioka, Naoto Fusasawa e Nendo per alcuni marchi italiani. Ad accomunare le nostre culture è l'amore per la qualità e la cura del dettaglio. Noi ci esprimiamo attingendo a una colorata ed esuberante tavolozza emotiva che rimanda a una tradizione artistica molto stratificata; i creativi giapponesi adottano invece un approccio più distaccato e riflessivo, molto colto, dove vige la regola del silenzio. Ma gli opposti, si sa, si attraggono tra loro. E dall'analisi delle differenze nascono le ispirazioni per i progetti più ricchi e interessanti. *Gilda Bojardi*

La 'White Cave House' progettata da Takuro Yamamoto: un sapiente gioco di vuoti e di pieni.

PhotographING

ITALIA-GIAPPONE 150 ANNI

SCUOLA DI YOKOHAMA,
RITRATTO DI GEISHE 1870 CA.
RACCOLTE MUSEALI FRATELLI
ALINARI (RMFA), FIRENZE.
©ARCHIVI ALINARI



SI È APPENA CONCLUSA PRESSO LA FONDAZIONE MATALON DI MILANO LA MOSTRA "ALLA SCOPERTA DEL GIAPPONE" FELICE BEATO E LA SCUOLA FOTOGRAFICA DI YOKOHAMA 1860-1910. 110 FOTOGRAFIE ORIGINALI D'EPOCA (VINTAGE-PRINTS) COLORATE A MANO CON PRODOTTI ALL'ANILINA, FRUTTO DEL LAVORO DI UNO DEI MAGGIORI FOTOGRAFI DELL'OTTOCENTO, L'ITALIANO FELICE BEATO. DALLE COLLEZIONI DEL MUSEO DI STORIA DELLA FOTOGRAFIA FRATELLI ALINARI DI FIRENZE.

FONDAZIONEMATALON.ORG, ALINARIARCHIVES.IT



PhotographING
ITALIA-GIAPPONE 150 ANNI



**PROGETTO OWEN DI KENGO KUMA,
DESIGN MIAMI / BASEL 2016**

FA PARTE DI SMALL NOMAD HOUSE PROJECT
DELLA GALERIE PHILIPPE GRAVIER, PRESENTATA
AL DESIGN MIAMI / BASEL 2016,
L'INSTALLAZIONE DELL'ARCHITETTO GIAPPONESE
KENGO KUMA: UNA STRUTTURA RETICOLARE
SPOSTABILE E SOSTENIBILE DALLA FORMA A ZIG
ZAG CHE METTE IN RELAZIONE L'ARCHITETTURA
CON IL PAESAGGIO. È UNA GRANDE CONCHIGLIA
DI METALLO ONDULATO RIVESTITO
CON UNA MEMBRANA RESISTENTE ALL'ACQUA,
STRUTTURALMENTE MODIFICABILE: LA FORMA
SI ISPIRA AL DISEGNO DELLE TAZZE DA THE
GIAPPONESI E ALLE SQUAME DEI PESCI.
COURTESY OF GALERIE PHILIPPE GRAVIER

BASEL2016.DESIGNMIAMI.COM, KKA.A.CO.JP



PhotographING

ITALIA-GIAPPONE 150 ANNI



CARPE KOI CHE, NELLA CULTURA POPOLARE
GIAPPONESE, SONO SIMBOLO DI AMORE E AMICIZIA.
L'IMMAGINE È TRATTA DALL'INSTALLAZIONE KUKAN,
THE INVENTION OF SPACE, PANASONIC, MILANO,
FUORISALONE 2016



SHUICHI FURUMI (TOTAL DESIGN & GENERAL PRODUCE) E MASAO OCHIAI (VISUAL IMAGES - MONTAGE) HANNO CREATO PER IL BRAND PANASONIC L'INSTALLAZIONE KUKAN, THE INVENTION OF SPACE PRESENTATA AL FUORISALONE MILANESE DELLO SCORSO APRILE. COMPOSTA DA SETTE PANNELLI VERTICALI CON 140 DISPLAY DA 55 POLLICI CREATI APPOSTA PER FAR NASCERE, ATTRAVERSO LUCI, SUONI E IMMAGINI VARIABILI, UNO SPAZIO CONTINUAMENTE DIVERSO E IGNOTO, A SECONDA DELLA POSIZIONE E DELLA DIREZIONE DI CHI LO GUARDAVA, SI ISPIRAVA ALLA BELLEZZA DELLA NATURA E ALLA VISIONE DEL MONDO TIPICAMENTE GIAPPONESI LETTE ATTRAVERSO UN NUOVO "SPAZIO" CHE SEPARA E COLLEGA IL GIAPPONE AL RESTO DEL MONDO.

PANASONIC.COM/IT/

PhotographING

ITALIA-GIAPPONE 150 ANNI



**HARUKA MISAWA, PAPER FLOWERS,
DALLA MOSTRA TAKEO PAPER SHOW SUBTLE, 2016,
TRIENNALE DI MILANO, A CURA DI KENYA HARA
& NIPPON DESIGN CENTER, HARA DESIGN INSTITUTE.**

FIORI DI CARTA DELLA DESIGNER GIAPPONESE HARUKA MISAWA. SONO CREATI TEMPERANDO UNA "MATITA" FORMATA DA UN FOGLIO CON DIVERSE GRADAZIONI DI COLORE. I "FIORI-TRUCIOLI" ERANO IN MOSTRA IN APRILE PRESSO LA TRIENNALE NEL CONTESTO DELL'ESPOSIZIONE TAKEO PAPER SHOW SUBTLE, UN'ESPLORAZIONE SPERIMENTALE VOLTA A RISCOPRIRE IL FASCINO DELLA CARTA IN UN CONTESTO CONTEMPORANEO. DAL 1965, TAKEO CO., LTD. PRODUCE TAKEO PAPER SHOW, UNA MOSTRA CHE CADE ANNUALMENTE CON LO SCOPO DI CONTRIBUIRE ALLA CULTURA DELLA CARTA CON DESIGN E TECNOLOGIA. PHOTO BY AMANA GROUP

**MISAWA.NDC.CO.JP
TAKEOPAPERSHOW.COM**



*On Kawara, MAR 30,
2001, 2001, dalla serie
Today, 1966, acrilico
su tela, 25,4 x 33 cm.*

Il celebre **artista giapponese** iniziò nel 1966 la serie di lavori intitolati Today, la cui unica diversità era la **data in cui venivano realizzati**, con allegato il frammento di un quotidiano. E se l'artista non riusciva a terminare l'opera **prima della mezzanotte**, la distruggeva...

di Germano Celant



ON KAWARA

Nella storia della contemporaneità la dematerializzazione dell'arte, avvenuta alla fine degli anni Sessanta, ha portato alla graduale disattenzione per l'oggetto a favore dell'idea e del concetto, come del materiale effimero e immateriale. È stata la manifestazione di un disinteresse per l'evoluzione formalista dell'opera, così da trasformare la sua identità in processo mentale. Con il termine Conceptual art si è preferito il valore filosofico e mentale dell'operazione estetica, cosicché la pratica materialistica e soggettiva è divenuta irrilevante. Rispetto all'imposizione tecnica del dipingere e dello scolpire, l'artista può ora usare la parola e il numero, scritti o parlati, alla ricerca di una linearità razionale, metodologicamente precisa. Tra le consapevolezze che derivano da questo approccio concettuale si pone la scoperta del tempo, dal finito all'infinito, dalla nascita alla morte, che riguarda sia il singolo che la società. E se l'idea può essere identificata, attraverso una serie di definizioni, come quelle prodotte da Joseph Kosuth, le modalità della decifrazione visuale del tempo e del suo passaggio, risultano sempre difficili, essendo la sua esistenza fluida e mobile. Sulla sua configurazione visiva si è impegnato l'artista giapponese On Kawara (1932-2014) che ha cercato, sin dal 1965, di mostrare la 'presenza' del tempo nella ricerca artistica, ne ha fatto materia percepibile. Per renderla visibile si è 'impadronito' del calendario, come strumento fisico di controllo esercitato sulla sua vita e sulla società che gli ha ruotato intorno. La sua riflessione sul tempo è coincisa allora con l'immanenza del suo vivere quotidiano, come lo svegliarsi al mattino, e dei rapporti con il suo ester-

MAR.15.1970



MAR.16.1970

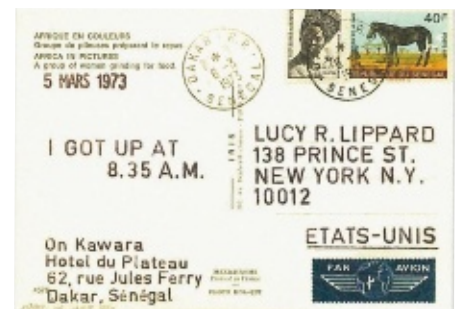
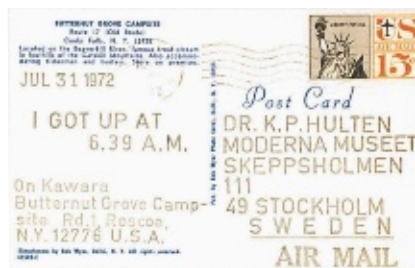


MAR.17.1970



On Kawara, *EVERYDAY MEDITATION*, 1970.

no, come gli incontri avuti e i percorsi compiuti in città. Su questi eventi banali e ripetuti, l'artista ha costruito sistemi di rappresentazione, dattiloscritti e stampati, così da evidenziarne l'oggettività e l'impersonalità, oppure dipinti o tracciati su mappe, per definirne i vettori cronologici e mobili. L'interrogazione sulla presenza, in arte, di un'entità astratta come tempo e come luogo, in On Kawara trova, dal 1965, le prime risposte in una serie di quadri, monocromi neri, in cui al centro compare una parola inglese, come *Cipher*, *Art*, *Untitled* e *Moonstone*. Termini linguistici che, perché visivi, diventano termini artistici. Sono testimonianze di un suo primo rapporto con il contesto temporale, in cui si muove, sia da un punto di vista operativo, *Art* e *Untitled*, che storico, quello dei viaggi spaziali, *Moonstone*. Sono prime attestazioni di un porsi il problema del presente e della contemporaneità, quali soggetti del suo fare. Ne dà conto, immediatamente, in un lavoro composto di tre quadri monocromi rossi con le scritte *One Thing*, 1965, *Vietnam*, che attesta la relazione con l'escalation militare degli Stati Uniti nel paese orientale, che richiama alla sua memoria l'esperienza – da bambino – dei bombardamenti in Giappone. Insieme al successivo *Lat. 31°25'N Long. 8°41'E*, che definisce una locazione lontana, ma reale; tali opere definiscono l'intenzione di lavorare sul 'particolare momento' che definisce la posizione dell'artista nel tempo: la sua presenza dinnanzi ad altri, quelli che guardano l'opera. Un procedere che assume come soggetto la massima contemporaneità dell'esistere per una storia futura.



On Kawara, *I GOT UP*, 1968 – 1979, timbro a inchiostro su cartoline di dimensioni variabili.

On Kawara, *I AM STILL ALIVE*, 1970-2000, diversi supporti di stampa di dimensioni variabili.



Nascono così, nel 1966, i *Today*, i 'date paintings', che si scrivono nella storia specifica della giornata in cui l'artista li realizza, ma si connettono, tramite il loro retro connotato dalla presenza di un ritaglio di giornale, alla storia esterna e contestuale dell'epoca. Ogni *date painting* è realizzato seguendo una procedura specifica. Il dipinto deve essere steso e concluso nel medesimo giorno della sua datazione. Se il risultato non è soddisfacente, oppure non è terminato entro la mezzanotte, va distrutto. È realizzato utilizzando un telaio *standard*, di diverse misure, la cui superficie è ricoperta di un colore monocromo, che va dal grigio scuro al rosso, all'interno del quale è lasciato lo spazio per l'iscrizione della data, composta di lettere, numeri e punti, che corrispondono alla data di esecuzione. Per ogni dipinto On Kawara produce una scatola di cartone, dello stesso formato, su cui è apposta un'etichetta, con il titolo. Dal 3 febbraio 1967 l'artista ha inserito nella scatola un ritaglio del giornale locale, avendo cura di includere il titolo e la data della pubblicazione. In cinquant'anni del suo percorso artistico si calcola che i *date paintings* siano circa tremila. A tale produzione corrisponde una raccolta di *Journals* in cui sono registrate tutte le singole stesure dei *Today*, seguite da indicazioni temporali, il colore, la locazione e l'ordine cronologico di esecuzione. È un misurare l'aspetto infinitesimale dell'arte rispetto all'enorme e infinita dimensione del tempo che è di anni luce. Rispetto alla sua accelerazione, On Kawara cerca di fermarne un attimo, mettendo in coabitazione la sua rapida e incontrollabile transitorietà con la sua individualità umana, di passeggero e di passante nel territorio del vivere. Dal 1968-1969 spedisce cartoline dei luoghi visitati ad amici e colleghi, stampando sul retro dell'immagine, l'indirizzo e la scritta



On Kawara,
 ONE MILLION YEARS,
 1970 - 1998, serie
 di raccoglitori rilegati
 in pelle in contenitori
 singoli con cartelline
 di plastica contenenti
 le stampe.
 Foto: Kris McKay
 © The Solomon R.
 Guggenheim Foundation,
 New York.

I Got Up, seguito dall'ora e dai minuti del suo risveglio mattutino. L'insieme scorre in parallelo a *I Met*, che su fogli di carta singoli registra, battuti a macchina, i nomi delle persone con cui ha dialogato, durante un incontro per strada. Sia *I Got Up* sia *I Met* riguarda la coincidenza tra presente e viaggio: una sovrapposizione tra linguaggio temporale e linguaggio spaziale. Le opere diventano allora forme mediatizzate di un interrogarsi sulla propria presenza rispetto all'epoca. Schermi di una realtà che sposa la dimensione del territorio, come in *I Went*, in cui On Kawara ha tracciato su mappe i percorsi urbani attraversati, la partenza e la destinazione.

La percezione del presente si rinnova in *I Am Still Alive*, che dal 1970 consiste di telegrammi spediti a storici e collezionisti d'arte in tutto il mondo. Sono opere singole che enunciano un momento vitale, che è apparentemente locale e limitato alla persona, ma che immette un valore planetario del tempo, essendo condotte attraverso media globali: frammenti di vita che veicolano la persistenza di un semplice fatto, l'essere vivo.

La vita si articola in un intervallo temporale impossibile da immaginare, che non può essere delimitato se non a posteriori. Pertanto la sua lunghezza è indefinibile, se non ipotizzando un vuoto che è concreto nel passato ma astratto nel futuro. È quanto succede, dal 1970, con *One Million Years*. Consiste in un gruppo di ventiquattro raccoglitori, le cui date, dattiloscritte, coprono i dodici millenni passati, mentre altri dodici raccolgono i dodici millenni futuri. Sono documenti di un'impossibilità a controllare e conoscere la storia, quanto la sua percezione estetica. Una presenza inaccessibile che va oltre l'oggetto, seppur dematerializzato. ■



*Il racconto per immagini di Paul Barbera, tratto dal libro in uscita ad ottobre "Where they create / Japan", visualizza in modo curioso e inaspettato gli spazi di lavoro dei protagonisti della creatività giapponese: architetti, designer, stilisti, grafici, artisti... In questa pagina, l'ordine creativo dello studio **Tadao Ando Architects and Associates** a Osaka.*



Dettagli dello studio **Torafu Architects** a Tokyo con Koichi Suzuno and Shinya Kamuro al lavoro. Sotto, il prototipo di un contenitore scrittoio con sgabello.



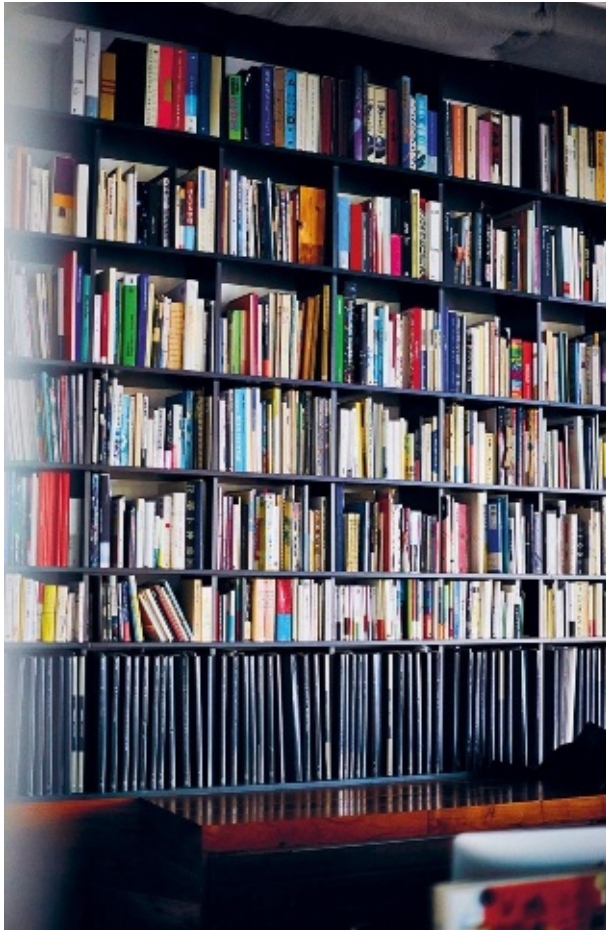
WHERE THEY CREATE

Paul Barbera, fotografo e reporter australiano con base a New York, esplora gli studi dei **creativi giapponesi** nel nuovo libro "Where they create" per la casa editrice olandese di Frame. Per il piacere di curiosare, di sapere, di imparare, di immaginare

testo di Chiara Alessi
foto di Paul Barbera
a cura di Carolina Trabattoni

Le immagini fotografiche degli studi dei progettisti sono un po' come quelle delle librerie degli scrittori, delle cene delle modelle, delle case delle star, dei pezzi anonimi dei collezionisti: soddisfano da sempre un piacere combinato e condiviso tra chi scatta la foto e chi la guarda, che è piacere di curiosare, di sapere, di imparare, di immaginare. Il libro "Where they create" tiene insieme tutti questi aspetti e rimescola un po' le carte, trattando quasi gli architetti come intellettuali, gli studi come scrivanie, gli oggetti come pezzi d'arte, gli spazi come modelle. Dopo una prima edizione dedicata al mondo,

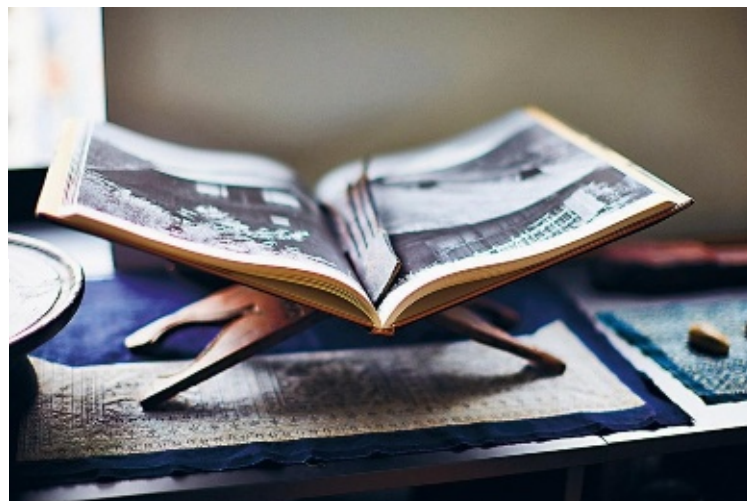
Paul Barbera, fotografo e reporter australiano con base a New York, esplora in questa nuova pubblicazione per la casa editrice di Frame, gli studi giapponesi (www.wheretheycreate.com). Luce, natura, rarefazione, rigore. Queste immagini non ci fanno vedere solo come lavorano i progettisti, ma rivelano anche quello che loro vedono, al lavoro. Immaginiamo rituali fatti di sguardi, momenti solenni annullati in una semplicità primaria e tradizionale, scorci di natura che si fanno spazio tra il cemento, silenzi isolati negli interni, rumori metropolitani fuori. Quando ci pare che la rappresentazione risponda al nostro



immaginario sul Giappone, Barbera introduce un elemento di scarto, inaspettato e veloce, che interrompe una continuità di associazioni a cui tutti più o meno da qui pensiamo quando pensiamo al Giappone, e riconduce gli studi a un'atmosfera universale che risponde di più al platonico ideale di uno studio transcontinentale: i modellini dei plastici nello studio di Torafu; il dettaglio del reggilibro giapponese di Kenya Hara, la libreria di Tadao Ando, il disordine ordinato che alterna alto e basso, tradizione anonima e design di firma, immagine e understatement in tutti gli studi visitati. Ma poi le scritte,

le piante, le finiture, gli esterni che non possono che essere quelli nipponici, lontani chilometri da qui. Gli studi degli architetti in Europa sono stati a lungo degli studi di rappresentanza, serviti più per l'estroffessione della loro immagine che non per la loro carica evocativa intima, domestica. In quelli giapponesi, l'impressione è che le dimensioni pubblica e privata invece si fondano, quasi che anche il lavoro risponda a una domanda che viene da un profondo intimo e li torna a dare la sua giustificazione ultima e convincente. A ogni architetto, grafico, stylist, designer, art director che

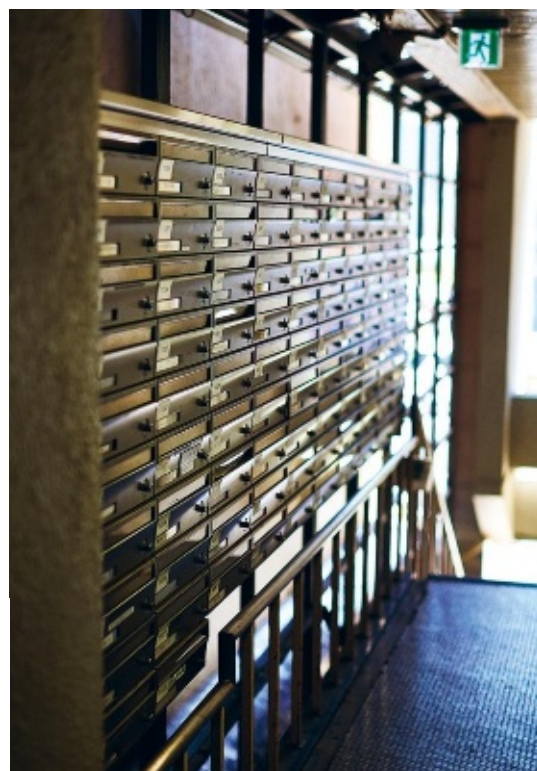
*In questa pagina,
lo studio Hara Design
Institute a Tokyo
guidato da **Kenya
Hara**, coautore
con Andrea Branzi
della mostra Neo
Preistoria
alla Triennale
di Milano.*

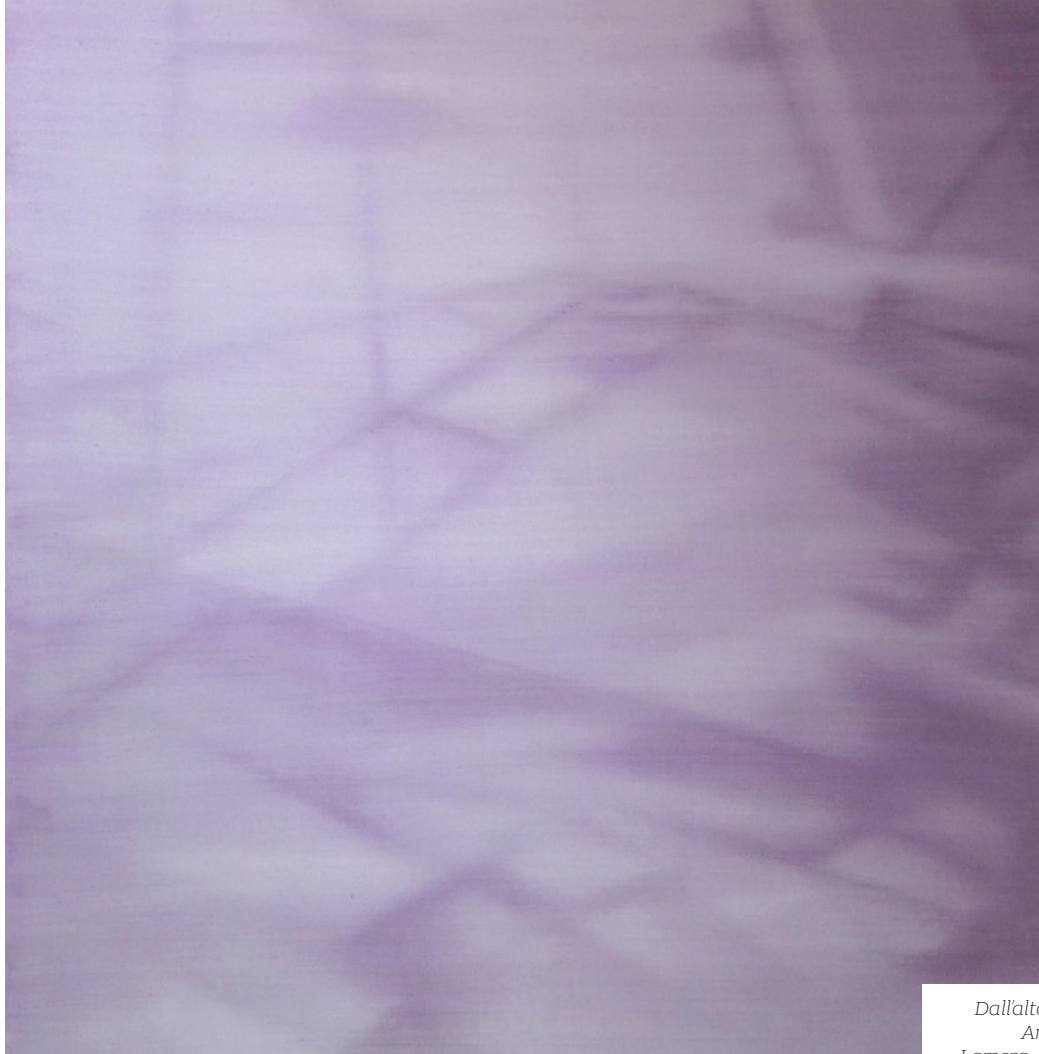




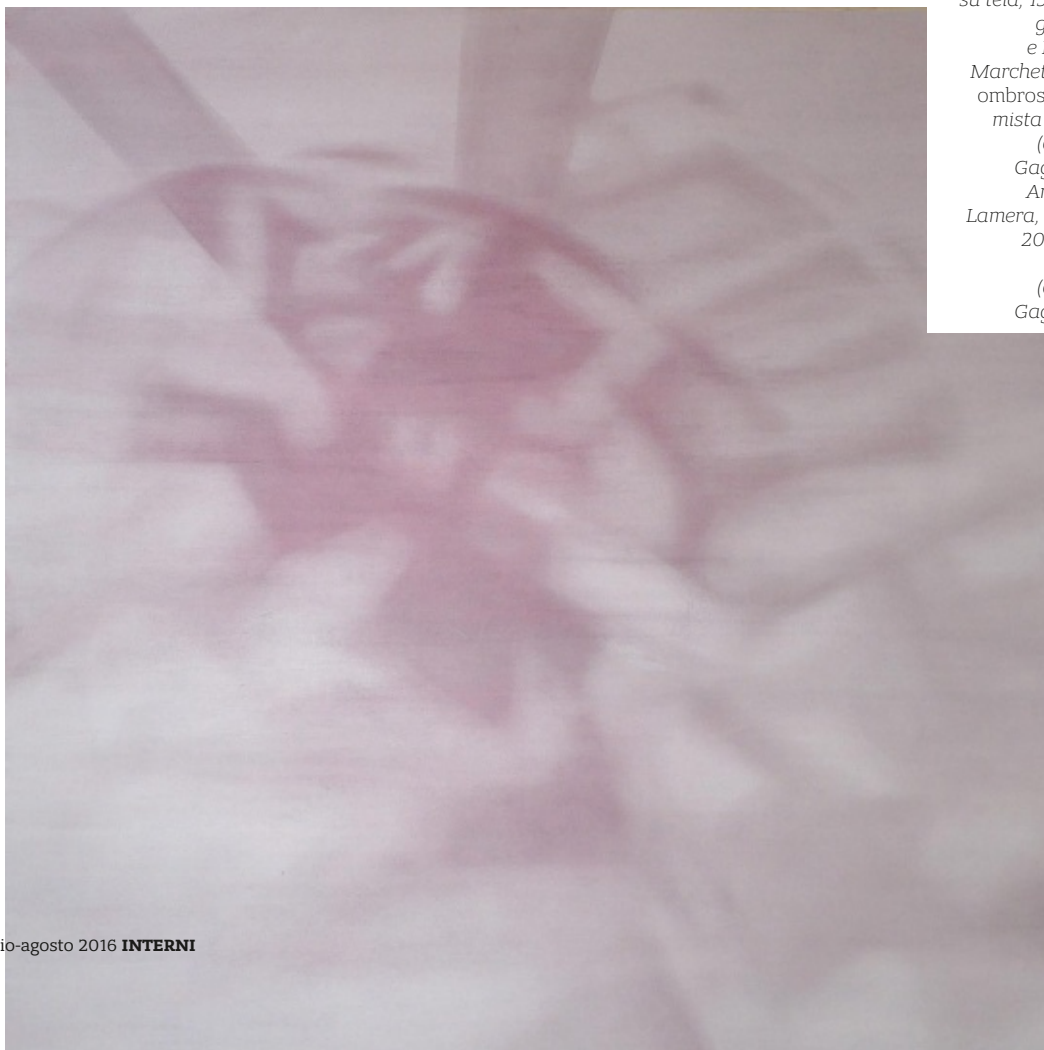
occupa gli studi ritratti, Paul Barbera fa le stesse domande, che sono questioni semplici, piccole sorprese, rivelazioni, che hanno più a che fare con quello che si è rispetto a quello che si fa, ma sempre, tantissimo, con lo spazio in cui si vive, o si lavora vivendo: Che cosa potrebbe sorprenderti di trovare nel tuo spazio? Questo studio ha una storia particolare? Descrivimi in tre parole il tuo luogo di lavoro ideale, etc. Leggere prima le risposte e guardare dopo le immagini crea un effetto speciale e spiazzante, come se la fotografia, alla fine, dimostrasse di essere lo strumento di intervista più efficace. ■

*In questa pagina,
Jo Nagasaka,
dello studio
Schemata Architects
al banco di lavoro
nel suo spazio
creativo a Ginza.*





Dall'alto in senso senso:
Antonio Marchetti
Lamera, Raggi ombrosi 9,
2015, tecnica mista
su tela, 150X150 (courtesy
galleria Gagliardi
e Domke); Antonio
Marchetti Lamera, Raggi
ombrosi 4, 2015, tecnica
mista su tela, 150X150
(courtesy galleria
Gagliardi e Domke);
Antonio Marchetti
Lamera, Raggi ombrosi 3,
2015, tecnica mista
su tela, 150X150
(courtesy galleria
Gagliardi e Domke).



ESSERE E NON ESSERE

Mentre l'estetica occidentale si è concentrata soprattutto sulla **forma**, l'estetica orientale ha cercato di ritrarre la **'formazione' delle cose**, inserendo l'atto progettuale in un dialogo aperto tra **presenza** e **assenza**

di Stefano Caggiano

La cultura del progetto ha sempre avuto un fondamento filosofico. Progettare vuol dire infatti 'far essere' qualcosa che prima non esisteva. Venendo a essere, le cose assumono una forma che le separa dal precedente stato di indeterminazione, e tanto più questa forma appare stabile tanto più risulta 'vera', in base all'assunto che l'essenza permane mentre l'apparenza cambia. Così, se già per i Greci la forma (morphé) è ciò che dà determinatezza alle cose, sono i pittori rinascimentali a mettere a punto una tecnologia visiva per definire gli oggetti secondo leggi geometriche. L'estetica occidentale è il racconto di questa lunga lotta (eroicamente testimoniata dal fallimento di Cézanne) tra l'occhio umano che vede le cose modificarsi sotto il suo punto di vista e la determinatezza delle forme pensate come stabili.

Del tutto diverso è l'approccio orientale, per il quale l'essere non è qualcosa di fisso ma un processo in divenire. Nella tradizione giapponese, infatti (e già prima in quella cinese), la forma è una 'figura' momentanea che si manifesta sulla cresta d'onda di un flusso continuo: a far essere le cose è un 'soffio' (ki) che ne gonfia la forma come la maturazione riempie il frutto, votandolo alla sua stessa scomparsa.

Ecco perché l'arte giapponese ha sempre prediletto la rappresentazione della penombra, o del farsi della sera che sfuma i contorni. Se l'estetica occidentale ha scelto di disegnare alla luce di un sole immobile, fino all'estremo abbacinante della pittura metafisica, l'estetica orientale si è fatta carico di una presenza sfumata dall'assenza, di un essere mescolato al nulla. Le due valve del Taijitu (una bianca, una nera), contenente l'una il principio dell'altra, esprimono appunto questa dialettica (più che l'ingenua contrapposizione tra bene e male). Il progetto occidentale cancella il nulla mettendo al suo posto un essere pieno, compatto e totalizzante. Il progetto orientale si limita a 'spostare' il nulla per far posto alle cose che nascono, senza però dissipare il vuoto in quanto tale, anzi rispettandone la 'massa' come presenza di un'assenza, rappresentata dalle lunghe pause nella cerimonia del tè o dallo spazio tra le rocce in un giardino zen. La modulazione plastica del nulla consente il manifestarsi delle forme in seno allo scorrere perenne dell'indeterminato. Lessere non è qualcosa di stabile ma una momentanea increspatura estetica del nulla. ■

*La copertura
della Sala Funeraria
Municipale Meiso no
Mori a Gifu, Giappone,
realizzata da Toyo Ito
nel 2004-06. (foto
courtesy Toyo Ito &
Associates, Architects)*





ATTRAVERSO LA COSTELLAZIONE

Una **mostra al MoMA** racconta come i grandi protagonisti dell'**architettura contemporanea giapponese** condividano un modello di pratica alternativo a quello individualistico delle 'archi-star'. Lo spiega **Pedro Gadanho**, curatore della rassegna assieme a **Phoebe Springstubb**

di Guido Musante

In scena al MoMA di New York fino al 31 luglio, la mostra *A Japanese Constellation: Toyo Ito, SANAA, and Beyond* racconta alcuni tra i principali protagonisti della scena architettonica contemporanea giapponese come un 'soggetto' molteplice, un modello alternativo alla collezione di individualità comunemente definite 'archi-star'. Abbiamo chiesto di parlarne a Pedro Gadanho, curatore dell'esposizione, già responsabile per l'architettura contemporanea al MoMA e oggi direttore al MAAT di Lisbona, e a Phoebe Springstubb, assistente curatrice al Dipartimento di Architettura e Design del MoMA.

■ **"A JAPANESE CONSTELLATION" ACCOMUNA IN UN MODELLO RADICALE DI PRATICA L'OPERATO DI UNO SPECIFICO GRUPPO DI ARCHITETTI CONTEMPORANEI GIAPPONESI. QUALI SONO GLI ESTREMI DI QUESTA IDEA DI RADICALITÀ?** Si tratta di una delle prime mostre del MoMA focalizzate sull'architettura di un determinato Paese, e della prima dedicata esclusivamente all'architettura giapponese. Ciò che rende unica la mostra è la sua attenzione agli stretti rapporti professionali e al sistema di innovazioni condivise che legano un gruppo di architetti come Toyo Ito, Kazuyo Sejima, Ryue Nishizawa, Sou Fujimoto, Akihisa Hirata, Junya Ishigami. La mostra vuole proprio essere una riflessione sulla trasmissione di una comune sensibilità architettonica da parte di questa rete di progettisti illuminati. In questo senso, propone un modello alternativo di pratica rispetto a quella dello 'star-system' tanto diffusa nell'architettura contemporanea. I parametri di questo modello sono un'estetica radicale, che si distingue per l'uso pervasivo della leggerezza e della trasparenza dei materiali, dell'audace invenzione strutturale e di un pensiero spaziale non gerarchico. Allo stesso tempo, questi architetti si distinguono per la loro particolare attenzione alla vita collettiva all'interno dei loro edifici, in cui riecheggia quella coscienza sociale che ha caratterizzato le precedenti avanguardie.

■ **TOYO ITO È UN IDEALE PUNTO DI PARTENZA DEL RACCONTO: QUALI TRATTI DEL SUO LAVORO HANNO MAGGIORMENTE INFLUENZATO I PROGETTISTI PIÙ GIOVANI?**

Diversi aspetti dell'influenza di Ito sui progettisti più giovani possono essere ricondotti al progetto della Mediateca di Sendai (2001), che è anche il punto di partenza della mostra. Molte delle sue caratteristiche si estendono a tutta la pratica di Ito: la sperimentazione strutturale come modo di reinventare l'esperienza spaziale dell'architettura; l'uso della natura come metafora spaziale e dinamica forza strutturale; la distorsione della griglia modernista come modo per creare spazi interni vitali e spontanei. Ogni progetto sviluppato nel corso della sua estesa carriera è stato affrontato attraverso un quadro concettuale innovativo, piuttosto che attraverso una ricerca di perfezionamento di una determinata forma o stile. In questo modo, Ito si è posto non solo come un mentore, ma come un attento osservatore e un appassionato conversatore con la più giovane generazione di progettisti. Un altro elemento fondamentale in questo processo è stato il suo impegno per un rinnovamento socialmente responsabile in architettura.

■ **SPESSO SIAMO ABITUATI AD ASSOCIARE KAZUYO SEJIMA E RYUE NISHIZAWA ATTRAVERSO I PROGETTI DI SANAA. QUALI SONO LE PRINCIPALI DIFFERENZE TRA I DUE?**

Lo sviluppo di una pratica indipendente ha permesso a Sejima e Nishizawa di testare le proprie idee più sperimentali. In entrambi i casi si tratta per lo più di progetti sviluppati per spazi intimi e ambiti domestici, in un contesto locale come il Giappone. Le principali differenze del loro approccio possono essere riscontrate su progetti specifici. Per esempio, entrambi hanno ideato tipologie alternative molto sperimentali sul tema della casa unifamiliare. Nella casa a Plum Grove, Tokyo (2004), Sejima crea un'esperienza intensamente insulare dell'abitare domestico, che divide l'interno in molti spazi privati diversi. Viceversa, Nishizawa con casa Moriyama (2005) rompe l'involucro della casa per creare una serie di luoghi ibridi e spazi comuni. In vari modi, però, le loro pratiche individuali potrebbero essere viste come parte del continuum più ampio sviluppato con SANAA: così come aspetti dei loro progetti individuali alimentano il lavoro in collaborazione, allo stesso modo i progetti di SANAA spesso agiscono da catalizzatori per le singole esplorazioni.



■ **OSSERVANDO ALCUNI PROGETTI VIENE DA PENSARE CHE L'INNOVAZIONE NON RIGUARDI IL LINGUAGGIO IN SENSO STRETTO, MA SIA PIUTTOSTO UN RADICALE RIPENSAMENTO DELL'IDEA DI SPAZIO...**

Sì. Sou Fujimoto, per esempio, ha spesso descritto il giardino come "lo stato iniziale dell'architettura". Questo tipo di metafore – dal giardino alle nuvole alle foreste – formano il punto di partenza di molti suoi progetti per la loro capacità di stabilire condizioni spaziali ambigue, quasi senza forma, in grado di definire, in modo dinamico, elementi multipli e separati.

■ **IL CONCETTO DI LIMITE È INSITO NELLA CULTURA GIAPPONESE. JUNYA ISHIGAMI RIESCE A ESPLORARLO IN MANIERA PERVASIVA...**

Il lavoro di Ishigami è caratterizzato da suggestive esplorazioni dei limiti fisici di ciò che può costituire un'architettura. Ishigami indaga quanto possa essere straordinariamente sottile una struttura senza perdere la sua consistenza, o quanto possa essere vasto uno spazio interno mantenendo un senso di chiusura. Un progetto come il Kanagawa Institute of Technology (2009), il cui l'interno pare espandersi all'infinito, si avvicina a un'architettura molto più prossima alla nozione di paesaggio. Questa idea di 'limite', o di condizione estrema, informa il lavoro di tutti gli architetti in mostra, a vari livelli. Potrebbe essere intesa, più in generale, come volontà di tornare alle esperienze percettive o fenomenali dell'architettura, creando progetti capaci di enfatizzare le relazioni mutevoli tra le persone e gli spazi e di re-immaginare la routine quotidiana e i modi di vivere oltre l'oggettualità dell'architettura.



■ **QUALE STAR NON È APPARSA MA POTREBBE APPARIRE IN UNA CONSTELLATION FUTURA?**

Una futura Constellation potrebbe essere estesa per includere i molti giovani architetti che sono passati attraverso gli studi di Ito o Sejima, come Maki Onishi di o + h, un protetto di Ito, o Florian Idenburg di SO-IL, che ha lavorato per molti anni con SANAA. Una collocazione parallela nella nuova costellazione potrebbe essere dedicata anche agli innovativi ingegneri strutturali – da Mutsuro Sasaki a Masato Araya – che hanno lavorato a stretto contatto con gli architetti per realizzare le loro estetiche radicali. ■

Sopra: Ryue Nishizawa, Museo d'Arte Teshima a Kagawa, Giappone, 2004-10 (foto courtesy Office of Ryue Nishizawa).
Pagina accanto: Akihisa Hirata, showroom H Masuya a Niigata, Giappone, 2006-07 (foto courtesy Nacása & Partners Inc.).

*Sou Fujimoto, House N,
Oita, Giappone, 2006-08
(foto courtesy Iwan Baan).*



GIAPPONE SEGRETO di Andrea Branzi

Toyo Ito, Kazuyo Sejima e Ryue Nishizawa, protagonisti della mostra allestita al MoMA, sono tre importanti rappresentanti di quella generazione che potremmo chiamare del 'dopo Kobe': come sappiamo, nel 1995 la città di Kobe fu colpita da un gravissimo terremoto, che produsse 6.434 morti e la distruzione della gran parte della città che, in quel momento, rappresentava un modello di funzionamento e d'eleganza.

Il Giappone è un Paese storicamente soggetto a terremoti, tsunami, tifoni e incendi, ma – a differenza della tradizione dell'Occidente, che considera le grandi catastrofi naturali come eventi che appartengono all'imprevedibilità della natura – in Giappone gli eventi naturali sono considerati parti significative della 'storia culturale' del Paese e sono occasione per una riflessione critica sulle strategie antropologiche che il Paese ha adottato. Nel 1995 il Giappone si stava sviluppando secondo il modello post-moderno americano, pesante e congestionato, ma sostanzialmente rigido e fragile; il terremoto di Kobe fu occasione per una svolta radicale verso un'architettura più leggera, più elastica, potremmo dire più asiatica; la generazione del 'dopo Kobe' interpretò dunque questo disastro per sperimentare un progetto del tutto nuovo, decongestionato, leggero, elegante. In un certo senso, un'architettura nuova che attingeva a radici più antiche, una cultura del progetto che non nasceva da presupposti né teorici né ideologici, ma dall'antica capacità del Giappone di ripensare su se stesso, innescando il nuovo con l'antico, senza pregiudizi e senza contrapposizioni rigide. Non è un caso che il Giappone moderno è nato senza avanguardie culturali o politiche, ma introducendo tutto ciò che poteva essere utile a migliorare la vita, soprattutto domestica, senza rinunciare ad antiche tradizioni locali.

Questa strategia dolce è del tutto diversa dal nostro approccio, cattolico e razionalista, per cui ogni scelta dev'essere definitiva, secondo la logica hegeliana (e meccanica) per cui a una tesi si contrappone un'antitesi e, quindi, una sintesi. In Giappone anche le diverse religioni convivono senza conflitti: lo shintoismo, il buddismo, la religione cattolica sono un insieme di cerimonie che possono essere scelte a seconda delle necessità. Lo spazio e il tempo non sono categorie kantiane, ma sono entrambi definiti con la parola "ma", che significa intervallo, senza indicare perimetri o tempi determinati. In questo senso, in Giappone tutto è provvisorio e reversibile, l'antico e il moderno sono interscambiabili: i templi shintoisti sono realizzati con elementi incastrati, senza usare mai l'incollaggio, la saldatura o la chiodatura, ogni parte può essere smontata e restaurata separatamente. La generazione del 'dopo Kobe' non s'identifica con un nuovo codice compositivo, ma con un glutine delicato, semi-liquido, dove gli spazi interni generano pellicole bianche di volumi vibranti, secondo l'antichissima tradizione giapponese dove non è la potenza dell'immagine esterna che predomina, ma la nobile qualità delle suppellettili interne che determinano il nucleo centrale dell'*habitat*: sono i bonsai, le sete dipinte, i tatami, i tokonoma, le giade, le porcellane, le lanterne di carta, le miniature dei morti o del Buddha. Le pareti esterne sono costituite da canne intrecciate, pannelli di legno, tegole di ceramica. Anche il Palazzo dell'Imperatore non si erge al centro di Tokyo, ma è celato all'interno di un giardino di fiori, costituito da padiglioni bassi, dentro ai quali risplendono i tesori dell'origine divina del suo regno. Nella tradizione occidentale l'uomo si sposta da una suppellettile all'altra, nella tradizione giapponese l'uomo è seduto al centro dello spazio, circondato dai piccoli oggetti che costituiscono la virtù più importante dello spazio domestico, che non è il lusso o il funzionalismo, ma, più semplicemente, l'ospitalità che rappresenta la qualità centrale di quella civiltà. Ai grandi paesaggi della natura, i giapponesi preferiscono i piccoli giardini privati, dove una fontana e grandi pietre simulano una natura privata, poetica, riservata. Nella mostra al MoMA non emergono utopie urbane, come ai tempi di Kenzo Tange, ma edifici delicati come semplici vibrazioni bianche. Per questo motivo noi siamo in grado d'ammirare la freschezza dei modelli bianchi di Kazuyo Sejima o l'intelligente eleganza di Toyo Ito, ma non riusciamo a cogliere il lungo percorso che essi contengono, il senso di provvisorietà e di transizione perenne, che è all'origine di questi capolavori; traslati nelle nostre metropoli, rigide e congestionate di messaggi compositivi, essi perdono subito la grazia e il mistero da cui sono nati.

La stessa orditura urbana dei nostri agglomerati gli è estranea: a Tokyo, nell'antica Edo, a Kyoto, le strade non hanno un nome perché quelle capitali furono costruite su risaie e paludi, tra coltivazioni di riso e non su diagrammi distributivi. Da queste origini e da questi orizzonti mobili, la nostra legge della prospettiva risulta in tutta la sua natura metafisica, astratta, ideologica. Tutto si contamina e si sovrappone. Fino a pochi anni fa in Giappone non esistevano gallerie d'arte moderna e le mostre si facevano nei grandi magazzini; non c'era spazio per riflessioni astratte, ma soltanto per testimonianze di arti applicate, per l'artigianato d'arte, per i simboli religiosi. In questo senso, il Giappone è un Paese profondamente ateo, nel senso che non possiede una metafisica che non sia quella della moralità di fare bene le cose del mondo, le ideologie politiche non appartengono al suo Dna, e l'unico punto stabile di riferimento è rimasto l'imperatore; tutto il resto è fluttuante e provvisorio. La vita è un gioco, un insieme di norme, di mode e di misteri. ■

ATTUALITÀ DEL BAROCCO

Il “**Museo Internacional del Barroco**” sorge nel Metropolitan Park nei pressi di **Puebla** in Messico. Toyo Ito lo ha disegnato pensando a un **luogo d’incontro** e di riferimento per il territorio, oltre che come **edificio museale** che raccoglie e racconta le complesse vicende dello stile di un’epoca; una liberissima sperimentazione artistica frutto di contaminazioni disciplinari e di sperimentazioni infinite

*foto di Federico Bautista
testo di Matteo Vercelloni*



Vista del lato d'ingresso con il ponte di accesso dalla piazza pedonale e le panchine su disegno.

*Le quinte scultoree di cemento che compongono i fronti sono state sviluppate in collaborazione con l'azienda messicana **DANSTEK**, specializzata in calcestruzzo prefabbricato.*

INside ARCHITECTURE

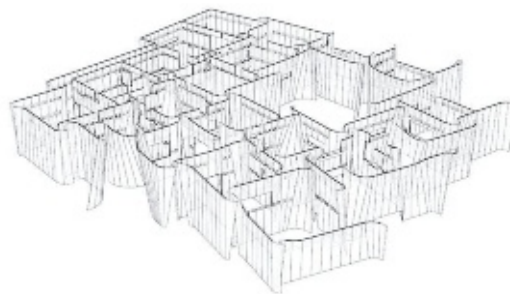
Progetto di TOYO ITO ARCHITECTS





Il termine "Barocco", assunto come aggettivo già nel XVIII secolo per identificare negativamente i caratteri di complessità formale e di ridondanza decorativa dell'architettura, alla luce delle vicende della scena progettuale del nuovo millennio, dell'oggettiva condizione di espressione pluralista e della caduta di verità ideologiche, è oggi da intendere nel suo significato storico, e per il valore di un messaggio positivo forse non privo di attualità. Ricerca del 'movimento', tendenza all'infinito, uso antidogmatico del linguaggio classico greco-romano, la luce come 'materiale' dell'architettura, capacità di riflettere il sorgere "della nuova visione del mondo del suo tempo, svelando, nei suoi modi percettivi il significato della nuova infinità positiva e dinamica che tutta la cultura e le scienze vengono proponendo" (Dino Formaggio, *Il Barocco in Italia*, Mondadori Editore, 1960): tutto questo si rintraccia nella complessa e dinamica stagione del Barocco. Come osservava acutamente Dino Formaggio nel suo famoso libro, "Il Barocco rappresenta anche la scoperta di un'idea di artisticità nel senso della cultura contemporanea; esso è la prima celebrazione della più sfrenata libertà dell'arte, proprio in quanto arte e tecnica artistica e non come rivelazione canonica del bello ideale [...] Proprio in questo autonomizzarsi e specificarsi in spregiudicata libertà di un'arte capace di

Sopra il patio interno con lo specchio d'acqua irregolare che richiama quello esterno. Arredi di Kazuko Fujie Atelier. A destra, lo spazio caffetteria sul tetto-terrazza. Sotto a sinistra, schema assonometrico della composizione volumetrica e, accanto, planimetria complessiva.



sperimentare all'infinito e in tutte le direzioni la propria potenza significativa, consiste la vera e straordinaria attualità del Barocco, nonché la sua precisa storicità". Parole che dopo mezzo secolo rimangono di riferimento e di sorprendente attualità rispetto alla complessità delle dinamiche proprie del progetto contemporaneo, della sua condizione interdisciplinare e del valore di una necessaria sperimentazione svolta a più livelli.

*Vista di una delle due
suggestive torri interne
a tutt'altezza
di connessione
tra le sale del museo.*







A fianco, la scala elicoidale che conduce al primo piano nel grande atrio a doppia altezza. A destra, scorcio di una sala espositiva.

A tutto questo fa riferimento il progetto del "Museo Internacional del Barroco" (MIB) che Toyo Ito ha progettato all'interno della *Reserva Territorial Atlixcáyotl*, nei pressi di Puebla in Messico. Un edificio a corte sviluppato su due livelli che, partendo da una maglia ortogonale di grandi stanze espositive tra loro connesse, ne distorce leggermente l'impianto di riferimento, disegnando una riuscita sommatoria di quinte in movimento chiamate a comporre una figura scultorea, che ben si rapporta al tema museale di cui è contenitore. In questo senso Ito rilegge e reinterpretata in chiave contemporanea il senso del Barocco; nella dimensione fluida degli spazi e dei fronti, nell'impiego strategico della luce, chiamata a disegnare gli interni e a valorizzare il dinamismo degli esterni con il mutare delle ombre durante il giorno, nella sperimentazione compositiva dell'insieme. Il museo, affacciato su uno specchio d'acqua su tre lati con una piazza che accoglie il pubblico prima del ponte d'ingresso, sviluppa

al suo interno un percorso museale per sale tematiche anticipate dallo spazio a doppia altezza in cui si sviluppa la scala elicoidale (altro omaggio all'architettura barocca) che conduce al primo piano, dove si trovano la terrazza e la caffetteria con ristorante, gli uffici e i laboratori didattici. Ogni sala è collegata all'altra da una cerniera spaziale che in due punti si trasforma in suggestivi pozzi di luce proiettati verso il cielo; efficaci e celate torri interne chiamate a partecipare, come personaggi compiuti e da scoprire, all'atmosfera teatrale degli spazi espositivi. Le sale del piano terreno, che oltre alla funzione espositiva accolgono un auditorium, una sala conferenze e il *gift shop*, cingono come un vortice fisso il grande patio centrale dove nel mezzo troviamo un ulteriore specchio d'acqua che richiama quello esterno, ma qui trasformato in spazio protetto, in una sala senza soffitto da scoprire, attraversando l'architettura, la storia e le forme, del Barocco; "Stile dell'umanità del Seicento, ricercato attraverso le idee fondamentali di infinità positiva e dinamica [...] tentativo di riscattare interamente la libertà dell'arte e la passionalità naturale e irrazionale dell'uomo" (D.Formaggio). ■



*Se all'esterno la casa appare
come un solido compatto
(foto piccola nella pagina a fianco),
all'interno la percezione
dello spazio è modulata
dall'alternarsi di volumi, diversi
per forma e altezza,
che permettono alla luce naturale
di entrare in abbondanza.
Come nel cortile interno
(in questa pagina)
o sulla copertura del terrazzo
(a fianco), dove un velo d'acqua
riflette magicamente il cielo.*

HOUSE IN THE SKY

A Kanazawa, antica città affacciata sul **Mar del Giappone**, una villa guarda verso il cielo e dialoga con il paesaggio urbano grazie a un **gioco di pieni e di vuoti**. Volgendo a proprio vantaggio i limiti del sito e dello **spazio**

*foto di Ken'ichi Suzuki Photo Office
testo di Laura Ragazzola*





Pubblico e privato, paesaggio urbano e domestico, fuori e dentro. Riflette su questa 'frattura' (per ricucirla) la White Cave House, un progetto firmato da Takuro Yamamoto. Figura di spicco della generazione under 50 dell'architettura giapponese, Yamamoto sin dall'inizio della sua attività (apre nel 2005, a Tokyo, il suo studio) è stato un architetto delle 'relazioni', ha cioè sempre lavorato progettando e sperimentando spazi dove la quotidianità individuale si apre al mondo e la difesa della privacy - uno dei temi più importanti e ricorrenti nell'architettura contemporanea giapponese - non compromette mai la volontà di vivere con gli altri. Proprio come succede in questo suo recente lavoro.

Nata su un lotto di 400 metri quadrati nei sobborghi della città giapponese di Kanazawa, 'scrigno' del Giappone feudale, la casa sfrutta la complessità del sito (un'area periferica, piuttosto anonima e densamente abitata) e ne trasforma i difetti in vantaggi con inaspettate soluzioni. Yamamoto rinuncia, infatti, a innalzare semplici muri divisorii per allontanare la realtà esterna, ma lavora per sottrazione, riducendo





Un tunnel, quasi un 'camino' di luce, proietta la casa verso la città (a fianco), senza rinunciare alla privacy familiare: l'area giorno, infatti si affaccia esclusivamente sul cortile interno, grazie a un'ampia superficie finestrata (sopra). Le camere da letto occupano il primo piano (vedi la sezione a sinistra), che può contare anche su un terrazzo (in alto a sinistra).





Due suggestive vedute notturne della casa: a fianco, i due fronti ciechi, che si affacciano sulla strada (si aprono solo due piccole finestre); in questa pagina, l'area living organizzata come un ampio open space dove cucina, pranzo e soggiorno condividono lo stesso ambiente. L'arredo, minimale, non rinuncia a soluzioni d'effetto, come la mensola che 'esce' in giardino.



le superfici o, addirittura, eliminandole. Così, solo apparentemente l'edificio appare solido e compatto, perché una serie di 'vuoti', fra di loro visivamente connessi, creano un 'tunnel' (da qui il nome di 'cave house') che apre la casa al cielo e alla città. Un percorso, però, non lineare, che piega in una 'elle' sino a formare un ampio cortile interno per regalare ai residenti massima privacy. Proprio qui, infatti, si affaccia tutta l'area giorno, con un ampio fronte vetrato che, coincidendo in modo perfetto con il prospetto del piano terreno, azzerava la soglia fra ciò che sta dentro e ciò che sta fuori. In questo modo lo spazio interno si prolunga all'esterno senza soluzione di continuità, come testimonia la lunga mensola a sbalzo che dal living prosegue 'magicamente' la sua corsa in cortile, oltre la vetrata. Sul fronte strada, invece, il gioco dei vuoti e dei pieni diventa funzionale per creare un'area-garage e, contemporaneamente, prevedere uno spazio coperto di protezione all'ingresso della casa (durante l'inverno, infatti, la città è soggetta a frequenti e abbondanti nevicate).

Più intimo e raccolto il piano superiore, tutto dedicato all'area notte. Ma anche qui Yamamoto non rinuncia a sorprendere, coprendo il terrazzo con un sottile velo d'acqua, che 'cattura' il cielo, portandolo dentro casa. Così le nuvole (e le stelle) diventano le indiscusse protagoniste, spostando lo sguardo in verticale e distogliendo l'attenzione dal disordine e dal brusio decorativo del paesaggio urbano circostante.

Infine, la scelta del bianco come colore totalizzante regala ariosità e luce al volume della casa, che si trasforma così in una sorta di landmark ben visibile. Tranne quando nevicata: allora è il paesaggio che annulla l'architettura. ■

Progetto di MOUNT FUJI ARCHITECTS STUDIO

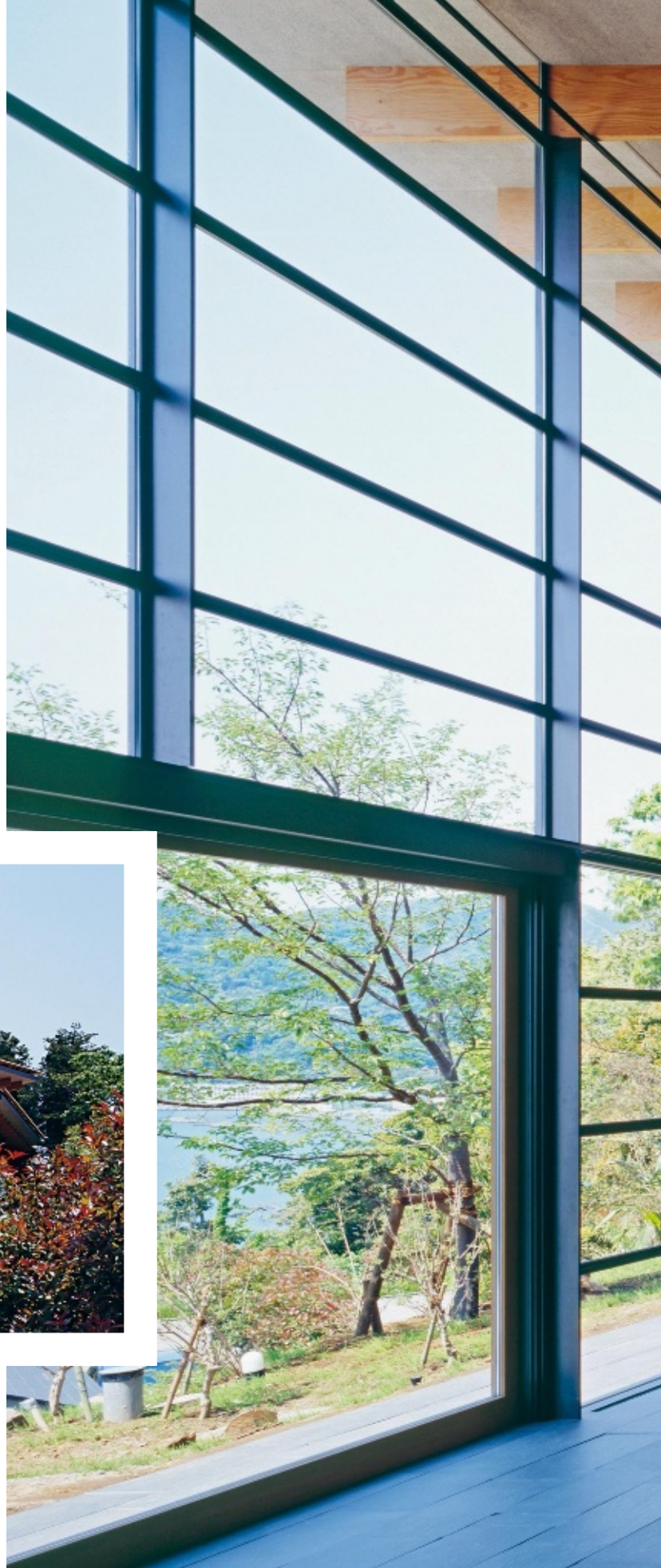
UN BELVEDERE APERTO

In **Giappone**, mimetizzata nel verde paesaggio collinare della penisola di Manazuru, una **casa in legno e ardesia**, che abbraccia l'orizzonte del mare, come il **ponte** di una **nave**

*foto di Ken'ichi Suzuki
testo di Antonella Boisi*



*Uno scorcio esterno della casa. Accanto, l'ambiente living a doppia altezza con, in primo piano, il divano prodotto da **BoConcept** che spicca sul pavimento in ardesia nera. La parete vetrata segnata dal telaio a scacchiera degli infissi in metallo e legno incornicia il paesaggio con il taglio delle finestre, mentre la parete attrezzata a libreria incorpora, con i suoi ripiani, l'arredo nella struttura architettonica rinforzata con una possente trave e colonna in tronco di abete trattato Douglas Fir.*

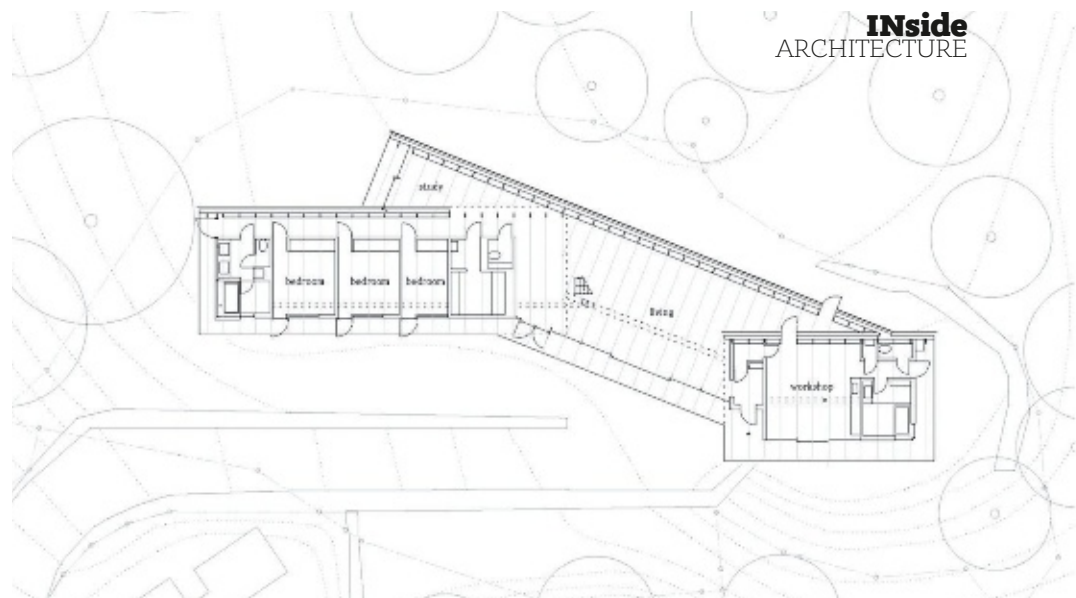






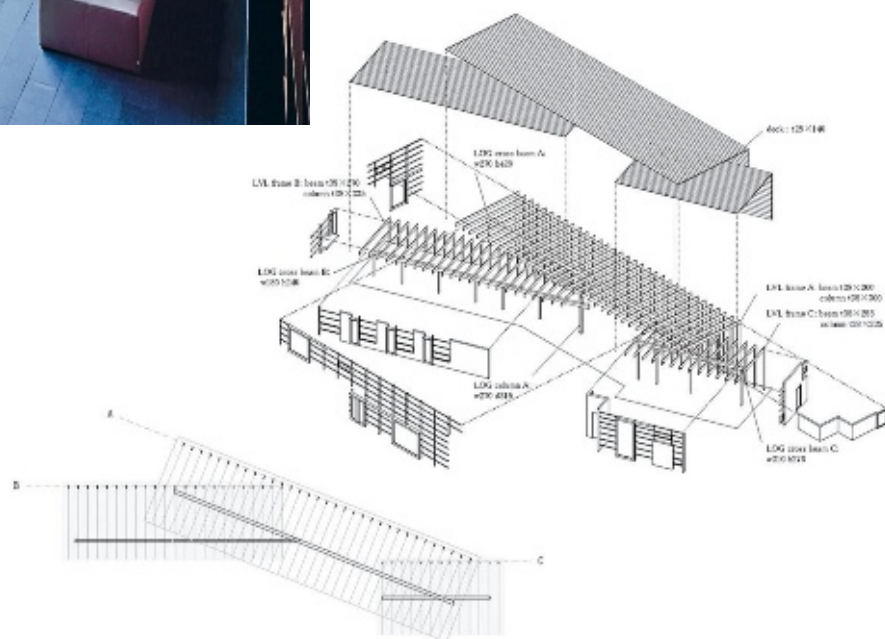
La logica costruttiva esibita come segno distintivo del progetto: di questo dal 2004, Masahiro Harada + MAO (*principal*) e Kazuyoshi Nomura (*partner*), giovani e brillanti architetti giapponesi dello studio Mount Fuji, di base a Tokyo, hanno fatto la cifra di un'architettura priva di concessioni ornamentali e animata dal confronto dialettico con il luogo d'intervento. Nel disegno di questa *guesthouse* da vivere durante i weekend, nella penisola di Manazuru (cittadina giapponese della prefettura di Kanagawa), adagiata su un sito collinare che asseconda i dolci declivi della topografia verso sud, l'articolata composizione del manufatto architettonico è stata ispirata dal verde di un rigoglioso paesaggio a piante latifoglie che incontra la distesa dell'Oceano

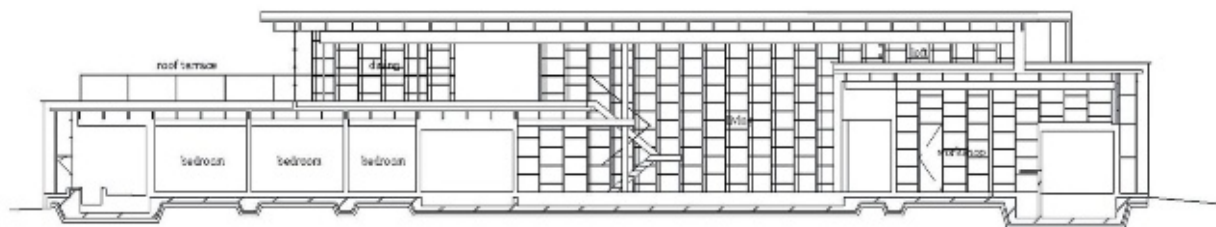
Pacifico all'orizzonte. "Per costruire qualcosa in un ambiente naturale così ricco", commenta Masahiro Harada, "ci è sembrato inopportuno adottare un ordine rigorosamente self-contained, stile lotto urbano densamente edificato su tutti i lati e carente fisiologicamente sia di luce che di *privacy*. Le grandi prospettive orizzontali che si donano allo sguardo, assecondando l'orografia del terreno, e la passione dei committenti e dei loro ospiti per il *beachcombing* (la ricerca di qualcosa di interessante e stimolante sulla spiaggia restituito dall'acqua del mare con una vitalità intrinseca anche nella forma *ndr*) ci hanno stimolato a configurare un tipo di 'ordine aperto', dinamico e flessibile nell'uso degli spazi, che si regola progressivamente



Un altro scorcio dell'ambiente living. Nella pagina a fianco, la conviviale zona cucina-pranzo, al livello superiore, che vive in diretta comunicazione con la terrazza belvedere sul mare, grazie alle pareti vetrate giocate sul ricorrente segno a scacchiera degli infissi in metallo. La pavimentazione esterna/interna è in doghe di cipresso. Nei disegni: sopra, la planimetria della casa e, sotto, un esploso assometrico in dettaglio.

nella relazione con l'ambiente". La tipologia di riferimento spaziale è diventata quella molto aperta del loft d'oltreoceano assemblata in uno schema geometrico chiaro: tre volumi lineari di altezze diverse, due paralleli tra loro e un terzo in diagonale che li sovrasta entrambi, compenetrandoli e connettendoli. Uno è destinato agli spazi privati, uno allo studio-atelier e uno alle zone comuni del *living-dining-kitchen* in cui si innestano gli elementi di collegamento verticale tra le parti. "Il livello più basso e intimo era l'ideale per dormire e articolare gli spazi di tre camere da letto", osserva Harada. "Quello più alto e illuminato adatto a ospitare la zona pranzo e cucina, il luogo del convivio per eccellenza, che si estende *outdoor* su di una terrazza assoluta,





come un belvedere sul mare che ricorda il ponte di una nave". Al living a doppia altezza ospitato nel volume centrale è andato così di fatto il ruolo di cuore in chiave simbolica del paesaggio domestico. Lo caratterizza la facciata vetrata a tutta altezza segnata dal telaio a scacchiera degli infissi in metallo e legno che incorniciano gli scorci di natura più bella con il taglio delle finestre. A questa superficie corrisponde, all'interno dello spazio, per sottile analogia figurativa, quella della parete attrezzata a libreria che incorpora, con i suoi ripiani, l'arredo nella struttura architettonica: l'elemento ordinatore dello spazio che, fungendo come spina di riferimento, assume al tempo stesso un alto valore espressivo. Infatti, come racconta Harada, "il canonico sistema costruttivo pilastro-trave, adattato a un profilo di 38 mm di spessore e allineato in un arco di 830 mm, ha configurato una serie di unità a forma di L in LVL (*Laminated*

Una vista dall'alto del volume che accoglie gli spazi dedicati alle attività di studio-laboratorio; qui sopra, una sezione longitudinale; e, a destra, l'interno di un ambiente riservato agli ospiti, sempre ordinato dalla forma lignea a L dell'involucro.





Dettagli di una camera privata (con pavimento in quercia) e del bagno dedicato, ubicati al piano terra.

Veneer Lumber) che vestono sia la parete che il soffitto. Codeste unità – rinforzate con una possente trave e colonna ricavate da un tronco di abete naturale trattato *Douglas Fir*– e declinate in tre diverse scale dimensionali (grandi, medie e piccole), sono state posizionate in modo che ogni parte si sovrapponesse alle altre, dando vita a spazi e angoli irregolari non determinati concettualmente da una geometria assoluta, bensì rapportati a una varietà di coordinate specifiche. Quali le linee naturali e la posizione degli alberi preesistenti, le viste verso il mare, le fisicità dei materiali in termini di volume, texture e densità, o ancora l'equilibrio tra fluidità e solidità dei volumi. Il processo di regolazione di questi fattori, in termini di reciproca armonia e dialogo, è ciò

che ha determinato la forma. E poiché l'ordine adottato per la struttura della casa si relaziona al carattere aperto dell'ambiente circostante, questo dialogo si estende al mare, alla foresta e al paesaggio". Resta poco da aggiungere. A corredo di questa 'serena armonia' abitativa bastava davvero l'essenziale: un generoso divano sui toni del grigio, un camino-stufa per la stagione fredda, sedie tripoline in tessuto e metallo dai colori accesi che spiccano nell'involucro ligneo e sulle mattonelle di ardesia nera del pavimento, una scala a pioli e una sospesa in legno e acciaio dalla silhouette grafica che collegano rispettivamente i due livelli superiori aperti sul living e comunicanti visivamente tra loro, come gallerie privilegiate del palcoscenico domestico. ■

INside

ARCHITECTURE

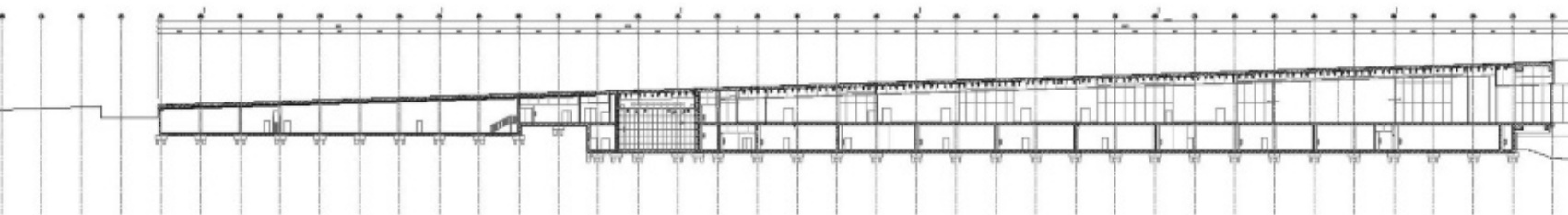
Progetto di DGT Studio/ Dan Dorell,
Lina Ghotmeh, Tsuyoshi Tane



PRONTI AL DECOLLO

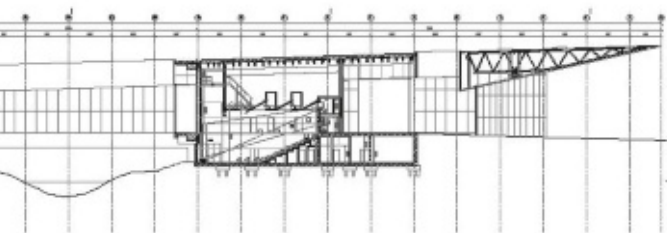
A **Tartu**, in Estonia, l'**Estonian National Museum** aprirà i battenti a ottobre, ma è già 'atterrato' con i propri tesori nascosti sui palcoscenici internazionali, in primis quello della Biennale veneziana. In anteprima, il suo **progetto a impatto zero**, curato da tre giovani architetti pluripremiati

*foto di Takuji Shimmura
testo di Antonella Boisi*





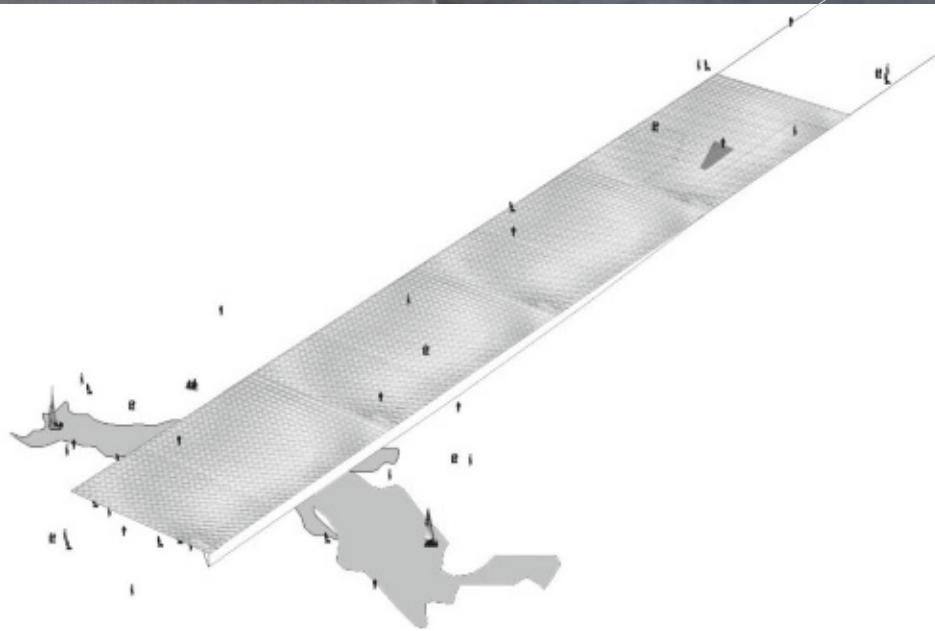
Veduta del fronte sud dell'edificio museale illuminato all'imbrunire, con i suggestivi effetti di trasparenze visive e velature prodotte dalla sua triplice pelle vetrata. Nella pagina a fianco, un ritratto dei progettisti, da sinistra Dan Dorell, Lina Ghotmeh e Tsuyoshi Tane. Nel disegno, una sezione longitudinale.



“L’architetto è un muratore che parla latino”, diceva Adolf Loos. La *promenade* di cemento protesa verso l’orizzonte, rappresentazione simbolica del decollo dell’Estonia e della sua apertura al mondo, che corrisponde all’immagine aerea dell’*Estonian National Museum* di Tartu, progettato da Dan Dorell (italiano), Lina Ghotmeh (libanese) e Tsuyoshi Tane (giapponese), su un’ex base militare aerea sovietica, ci dice subito che, nella fattispecie, il ‘muratore’ è anche poliglotta. Perché educati alla scuola di Jean Nouvel, David Adjaye, Norman Foster, Renzo Piano, i nostri giovani architetti che lavorano insieme a Parigi da dieci anni, da quando hanno fondato nel 2006 lo studio DGT, hanno fatto di una filosofia basata sui principi di multiculturalità, sperimentazione, ecologia-sostenibilità la loro cifra linguistica. Grazie alla quale, già superati brillantemente gli esami – due per tutti: la realizzazione dei saloni espositivi Renault *worldwide* e il concorso vinto per “*Reinventer.Paris*” (la reinterpretazione in chiave innovativa del sito *Gare de Masséna*, trasformato in area di produzione agricola e conversione al biologico) – si sono messi nuovamente alla prova nel nuovo museo estone che apre al pubblico il primo di ottobre (il 29 settembre, l’inaugurazione), *press preview* in queste pagine. “È un edificio a basso consumo energetico per contenere i costi di gestione, come da *briefing* del committente, il *Ministry of Culture of Estonia*”, racconta Dorell, “che vuole testimoniare

la cultura di un Paese chiuso fra Russia, Lettonia e Mar Baltico, oggi molto all’avanguardia e recettivo sul piano tecnologico, ma protagonista di complesse vicende storiche che hanno portato al riconoscimento dei suoi diritti solo dopo il crollo dell’Unione Sovietica. (Indipendente dal 1991, l’Estonia ha aderito all’Unione Europea nel 2004, *ndr*). Non solo. Intende proporsi anche come centro di ricerca e creazione di un’identità nazionale proiettata verso il futuro”. Una bella sfida, considerato che il museo, si diceva all’inizio, dona una seconda vita a una base militare aerea sovietica mimetizzata in un *landscape* copiosamente innevato vari mesi all’anno e con temperature che oscillano tra meno venti e più trenta gradi. I progettisti l’hanno affrontata con un sano bagno di realtà. “Abbiamo pensato *in primis* a un edificio poco impattante sull’ambiente, dialogando con il contesto in cui ci siamo trovati a intervenire, assunto come risorsa piuttosto che come ingombro”, continua Dorell. “L’operazione è durata dieci anni: c’erano lo specchio d’acqua lacustre, i ruderi del nobile maniero che fu casa del primo museo estone, l’antica distilleria di vodka, tracce preesistenti sul terreno segnato dal percorso lungo un chilometro e mezzo della pista aerea. Da recuperare, bonificare e reimpaginare nelle relazioni dinamiche con l’area di sbancamento riservata all’architettura compatta del nuovo volume museale. Quest’ultimo è caratterizzato da facciate in triplo strato di vetro e da una pelle esterna serigrafata che lo avvolge come un guscio, lasciando trapelare, in un gioco di

A destra, scorcio dell'ingresso principale, sotto il tetto a sbalzo che introietta, in uno spazio alto 15 metri, la torsione dinamica della composizione volumetrica. Qui sotto, vista del secondo ingresso sul lato opposto (dove l'altezza decresce a tre metri), in diretta comunicazione visiva con l'ex pista aerea della base militare sovietica, trasformata in spazio espositivo outdoor (nel disegno). In basso, una veduta aerea complessiva del sito d'intervento. Nel disegno della pagina a fianco, il fronte sud.



trasparenze visive e velature, il paesaggio spaziale interno: gli spazi espositivi, la biblioteca, il cinema-auditorium, le aule di studio, l'archivio, gli uffici e magazzini, le zone ristorazione e bar. In tutto 34 mila metri quadrati. L'elemento che guida tutta l'esperienza del visitatore è diventata la linea di copertura dell'edificio, leggermente inclinata, che risulta a sbalzo nella zona d'entrata principale: 360 metri di sviluppo con lo spessore di oltre un metro, concepiti come proseguimento ideale dell'ex strada di decollo/atterraggio trasformata in spazio espositivo outdoor, per installazioni a grande scala, concerti, balli o la tradizionale Corale estone. Nel disegno, questa linea del tetto decresce progressivamente in altezza dai 12 metri dello spazio d'ingresso fino ai tre metri dell'estremità opposta, dove si trova un secondo ingresso comunicante in modo diretto con la

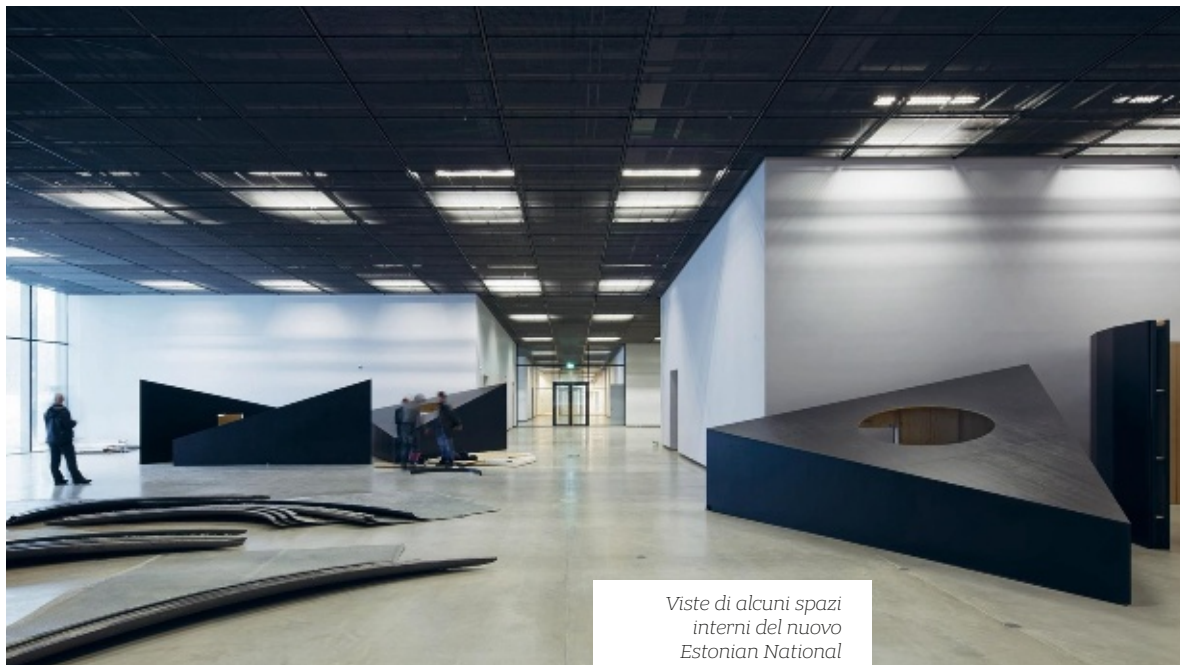


pista-promenade. “Il primo corrisponde all’utilizzo diurno dell’edificio e al suo incontro con gli spazi espositivi, la biblioteca, i negozi”, spiega Dorell, “mentre il secondo a quello notturno che organizza il percorso dalla pista verso i ristoranti *indoor*, la sala concerti e *performance* teatrali. Altre entrate, per i ricercatori e il personale, per i camion e le attrezzature tecniche, si aprono sui lati. Una si trova anche al livello più basso, per consentire il collegamento con le aree attrezzate intorno al lago

bonificato, destinato ad attività nautiche durante l’estate e a pista di pattinaggio nella stagione gelata. Anche l’auditorium è ubicato al livello interrato e si pone in rapporto visivo continuo con lo specchio d’acqua e la natura del luogo, grazie alle superfici vetrate delle facciate. Quelle a nord sono state ponderate per evitare un irraggiamento luminoso diretto sugli oggetti esposti; quelle a sud, invece, al servizio di uffici e centro ricerca, per ‘imbrigliare’ la maggior quantità di luce naturale



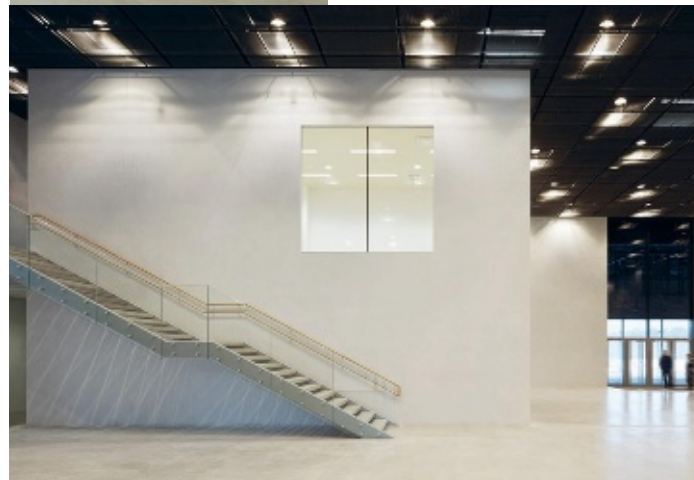




Viste di alcuni spazi interni del nuovo Estonian National Museum in via di completamento. Si nota la pelle Rainscreen

*serigrafata prodotta da **Saint-Gobain** che forma lo strato più esterno dell'edificio, caratterizzato da tripli vetri su scheletro in metallo, controsoffitti in pannelli di acciaio inox, pavimenti in cemento levigato, pareti finite a stucco grigio chiaro. Apparecchi illuminotecnici **iGuzzini**.*

possibile. In percentuale, comunque, c'è stata una ricerca di riduzione delle porzioni vetrate e di potenziamento dello sviluppo del tetto che, insieme all'isolamento complessivo del manufatto architettonico, risponde all'attenzione verso il contenimento dei consumi energetici. In questa direzione poi la radicale scelta di collocare in modo ipogeo i 10 mila metri quadrati destinati agli archivi nazionali, che ospitano circa 140.000 oggetti, è risultata vincente: qui lo spazio è davvero a energia passiva, grazie all'utilizzo per le pareti di materiali speciali provenienti dalla Danimarca che, come spugne, assorbono l'umidità e la rilasciano alla bisogna, mantenendo le oscillazioni della temperatura non superiori a un grado nell'arco della giornata". Il progetto illuminotecnico è stato risolto con prodotti iGuzzini, mentre l'utilizzo di materiali a chilometro zero lega e radica profondamente quest'architettura al luogo e ai suoi colori originari. Cemento levigato è stato adottato per i pavimenti (rovere è soltanto in biblioteca), stucco grigio chiaro per le pareti, acciaio inox per i pannelli-griglia dei controsoffitti. Realizzati da produttori estoni sono anche gli arredi su disegno di tutti gli ambienti, dagli uffici alle zone espositive (eccezion fatta per l'allestimento delle sale ospitanti le mostre permanenti affidato a partner locali). Bisognerà aspettare ancora qualche mese per vedere tutto completato. Nel frattempo, per chi gradisse approfondire la lettura c'è il Padiglione dei Paesi Baltici alla Biennale di Architettura (fino al 27 novembre), nell'ambito della quale, il 26 maggio scorso, il progetto dell'*Estonian National Museum* ha ricevuto a Venezia il *Grand Prix Afex 2016 de l'architecture française dans le monde*. ■





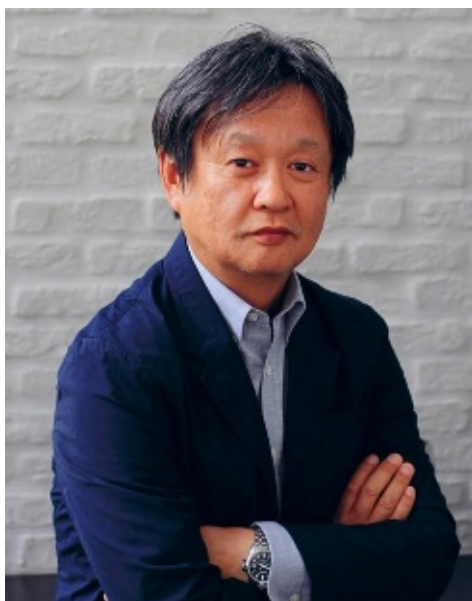
MINI & ZEN

È la casa pensata per i weekend da MUJI, che in Giappone ha appena messo a punto **tre prototipi di prefabbricati** destinati a sbarcare anche in Europa. Li firmano **Fukasawa, Morrison e Grcic** che, in esclusiva per Interni, ci raccontano la loro 'hut'

di Laura Ragazzola

Naoko Yano la incontriamo a Milano, in occasione dell'apertura del più grande store europeo di Muji, la catena di grandi magazzini no logo (ma molto design) lanciata nel Sol Levante negli anni Ottanta (v. Interni 362). A lei, che coordina la Design Office Household Division, chiediamo di raccontarci l'ultima avventura del brand giapponese: il lancio sul mercato, prima nipponico e in seguito anche europeo (si parla del 2017), delle Muji Hut: tre modelli di mini casa prefabbricata per i fine settimana pensata da altrettanti designer, Naoto Fukasawa, Jasper Morrison e Konstantin Grcic. "Il progetto si inserisce perfettamente nella filosofia di Muji", spiega Yano-san, "e si ispira a due concetti fondamentali che plasmano

il nostro brand: *taru-wo-shiru*, che significa: sapere ciò che è sufficiente, e *kore-de-ii*, che letteralmente vuol dire: va bene così". Insomma, una sorta di interpretazione-zen dell'europeo 'less is more'. "Per noi sarebbe un onore essere gli eredi di un movimento così importante come quello che ispirò il grande architetto Mies van der Rohe", ma più modestamente, diciamo: "Muji is enough", come suggerisce Naoto Fukasawa (il designer è anche membro dell'advisory board dell'azienda nipponica). Nelle pagine seguenti i tre designer presentano le loro 'hut' per "una Compact Life, e cioè uno stile di vita semplice, piacevole, fatto di cose realmente necessarie e utili per la vita di tutti i giorni", ha concluso Naoko Yano. ■



In queste pagine, la 'wooden hut' firmata da Naoto Fukasawa (qui sopra un suo ritratto) per **MUJI**. Il designer giapponese ha scelto il legno come materiale-principe per realizzare il suo modulo prefabbricato. L'arredo (in alto) è minimale.

NAOTO FUKASAWA: HUT N.1

Come è nata l'idea della 'sua' Muji Hut?

Dall'esigenza di semplificare la nostra vita. Se ci concentriamo sull'idea di utilizzare la casa come un piccolo rifugio solo per il week end, lontano dal caos cittadino, il nostro modo di vivere può diventare più 'easy'...e questo è già abbastanza per vivere un'esistenza più serena! La Muji Hut è stata concepita come una sorta di seconda casa: è un po' più grande di un camper, ma più piccola di un classico

alloggio. Ecco, questo è il concetto.

Lei pensa che potrebbe diventare anche una 'emergency house'?

Certo. In situazioni difficili, eventi drammatici, potrebbe essere un'ottima soluzione. E non solo per la funzionalità e rapidità dei suoi metodi costruttivi. Le sue caratteristiche di spazio essenziale, puro, quasi primitivo, la trasformano in un luogo dove le persone possono stare meglio. L'aspetto estetico viene messo, diciamo, in secondo piano per privilegiare l'essenzialità degli spazi. E questo, secondo me, rende le persone felici.

Quali sono le principali caratteristiche (materiali, finiture, modalità costruttive) della sua minicasa?

Diciamo subito che al progetto hanno partecipato tre designer: io, Konstantin Grcic e Jasper Morrison (nelle pagine seguenti, ndr). Casualmente abbiamo usato tre materiali diversi: Jasper ha il sughero, Konstantin l'alluminio e io il legno.

Cosa rappresenta per lei la Muji Hut?

In Giappone possiedo una piccola casa, in un luogo bellissimo, sulle pendici di una montagna, dove trascorro (felicitemente) i miei weekend: dal momento che so benissimo cosa vuol dire vivere (bene) in un piccolo rifugio, ho voluto condividere questa gratificante esperienza con altre persone...Ecco, questa è la semplice ragione del mio progetto. ■

Jasper Morrison (in basso un suo ritratto) sceglie il sughero per la sua 'hut'. Sul pavimento un maxi tatami, unifica giorno e notte, mentre una 'striscia' di cemento ritaglia l'area-pranzo.



JASPER MORRISON: HUT N. 2

Come è nato questo mini progetto?

Consideri che Muji ha già collaudato in Giappone una partnership con un'azienda che costruisce case modulari prefabbricate: l'idea, quindi, di sviluppare una mini casa per il week end è stata il proseguimento naturale di un progetto già in atto.

Quali sono le principali caratteristiche (materiali, finiture, modalità costruttive) della sua minicasa?

Ho pensato la 'mia' Muji Hut come un luogo dove trascorrere i weekend in tutta comodità. Il layout prevede uno spazio unico, a eccezione del bagno. Le pareti sono realizzate con pannelli in legno e la maggior parte del pavimento è risolto con un maxi tatami, a eccezione della cucina, dove per ragioni funzionali, ho scelto il cemento. L'esterno del prototipo è stato pensato in sughero, materiale dalle elevate caratteristiche isolanti, ma esiste anche la possibilità di usare pannelli o tavole di legno.

Quale funzione ha pensato per la sua Muji Hut? E perché?

L'ho immaginata per la mia famiglia e mi ha affascinato l'idea (democratica) che una persona possa acquistare un piccolo pezzo di terra e costruirvi una micro casa a un costo ragionevole.

Il progetto è nato in Giappone dove esiste grande attenzione all'uso dello spazio: come pensa possa essere accolto in Europa?

Credo che sarà sicuramente più difficile per noi Europei: non siamo abituati a mettere il letto in una credenza tutte le mattine! Ma si può sempre imparare... ■





Doppia pelle per il progetto di Konstantin Grcic (ritratto, in basso): fuori alluminio e dentro legno per la 'hut' del designer tedesco, che sviluppa il suo modulo in altezza con un letto-soppalco (qui a sinistra).



KONSTANTIN GRIC: HUT N. 3

Quale uso ha pensato per la sua Muji Hut? E perché?

Volevo ricreare spazi semplici e offrire una valida alternativa alle classiche abitazioni: consideri che in Giappone gli appartamenti sono molto costosi. Penso che la Muji Hut potrebbe essere una buona soluzione proprio per tutti coloro che volessero acquistare un piccolo pezzo di terreno in campagna e farne il loro rifugio. La mia 'hut' non è necessariamente la classica abitazione: per me rappresenta 'uno spazio in più': per esempio, può aggiungere all'abitazione 'ufficiale' una stanza da destinare agli ospiti. O, ancora, diventare 'uno spazio extra' da vivere in un altro luogo rispetto a dove si trova la propria casa per trasformarsi in uno studio, ufficio, stanza della musica...

Le Muji Hut possono diventare anche delle 'emergency houses'?

Certo. Pensi che le 'hut' sono costruite proprio da un'azienda che realizza spazi di emergenza: è stata usata la stessa tecnologia costruttiva.

Quali sono le principali caratteristiche (materiali, finiture, modalità costruttive) della sua minicasa?

È facile da costruire e trasportare (viene consegnata con un tir): si tratta di un modulo in alluminio e pannelli in polistirene, realizzato con un sistema costruttivo a "sandwich", ampiamente sperimentato con successo anche in situazioni difficili (catastrofi naturali o conflitti). ■



L'IMPORTANZA DI ESSERCI

La design week di **Milano** si conferma l'**appuntamento più ambito** per il mondo del **progetto giapponese**. Un'occasione di confronto con il pensiero dell'**abitare italiano**, da cui emergono storiche differenze e reciproche attrazioni

di Maddalena Padovani

Pensiamo alla design week di Milano come all'olimpiade del progetto, l'appuntamento più atteso dell'anno a cui partecipano designer e aziende di tutto il mondo. Nella classifica delle presenze straniere dell'edizione 2016, il Giappone sarebbe sicuramente al primo posto, grazie a uno schieramento di progettisti, artisti, associazioni, aziende e marchi manifatturieri che quest'anno non passava inosservato neanche al pubblico meno esperto.

Ma lasciamo da parte i colossi dell'elettronica e dell'industria automobilistica, che dalla loro hanno tecnologie sofisticate e grande disposizione di risorse per realizzare le installazioni più suggestive. Focalizziamoci

Arita



A sinistra, la collezione **Arita 2016**. 300 oggetti di uso quotidiano disegnati da 16 designer internazionali, che celebrano i 400 anni del marchio di porcellane giapponese (foto Schelkens & Abbenes). Il progetto è stato coordinato da Scholten & Baijings e Teruhiro Yanagihara.

Sopra, alcune fasi della lavorazione artigianale dei prodotti, che si svolge nella città di Arita sul monte Izumiyama (foto Kenta Hasegawa).

invece sul più 'povero' settore domestico: qui i marchi e i progettisti del Sol Levante devono fare i conti con i Paesi d'Occidente, dove la cultura del furniture design è storicamente radicata e sviluppata da aziende proiettate per vocazione nella contemporaneità. Il raffronto risulta tuttavia affascinante, perché quello che il Giappone ha mostrato ancora una volta a Milano è una visione dell'abitare 'slow' molto diversa dalla nostra, fatta di qualità e non di quantità, di grande sapienza artigianale piuttosto che di prodotti seriali, di poche e concise parole piuttosto che di frasi rumorose ed eclatanti.

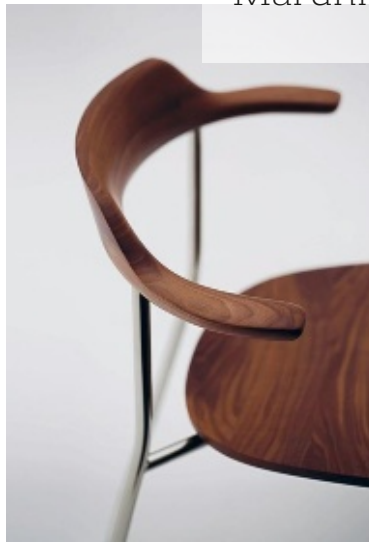
Di oltre una ventina di eventi nipponici organizzati quest'anno nel circuito del

FuoriSalone, almeno la metà erano infatti dedicati a produzioni artigianali o semiartigianali presentate nel segno di un design contemporaneo volto a rinnovarne l'immagine e ad ampliarne le possibilità di consumo. "In Giappone", spiega Tomoko Mizu, designer giapponese trapiantata in Italia, co-curatrice della mostra Densan organizzata dalla fondazione Associazione per la Promozione dell'Industria Artigianale Tradizionale, "sono presenti 222 prodotti artigianali tradizionali riconosciuti dal Ministero dell'Economia e dell'Industria, le cui tecniche di lavorazione sono state sviluppate e tramandate per innumerevoli generazioni ma sono ancora prospere nelle varie regioni del Paese.

Yamakawa Rattan



Maruni



*In alto a sinistra, la seduta e il coffee table che ampliano la collezione Relational di Omi Tahara per **Yamakawa Rattan** (foto Giacomo Giannini). Sopra e accanto, i prodotti novità di **Maruni**, rispettivamente la sedia T&O di Jasper Morrison e la sedia Hiroshima di Naoto Fukasawa.*

Tra questi, le ceramiche Imari e Arita, gli utensili in ferro Nambu e i tessuti Nishijin, ampiamente conosciuti nel mondo. Così come è successo per il cibo, che negli ultimi anni ha registrato un grande boom, anche la produzione manuale giapponese ha iniziato ad attirare l'attenzione e gli apprezzamenti di una clientela internazionale". La mostra presentava 60 prodotti scelti in base alla loro corrispondenza con il gusto contemporaneo e uno stile di vita occidentale. "Sono la nuova espressione dell'estetica giapponese", conclude Mizu, "il cui filo conduttore è sempre la lavorazione artigianale". Ancora più interessanti i progetti e le collezioni nate dall'innesto della cultura del design occidentale sul saper fare millenario delle diverse regioni del Giappone. Dalla collaborazione con Atelier Oi, per esempio, e la Prefettura Gifu è nata Casa Gifu: un colorato allestimento che raccoglieva una serie di arredi e oggetti di illuminazione sviluppati dallo studio svizzero secondo le varie tradizioni artigianali presenti

nella regione situata nel cuore del Sol Levante. Tra i prodotti più affascinanti, la serie Gifoi di tavoli, sedie e sgabelli in cedro, e la lampada Fusion, entrambe prodotte da Danese; quest'ultima è sviluppata in collaborazione con Ozeki & Co., che da oltre un secolo produce lanterne tradizionali di carta e soprattutto, dal 1951, le iconiche sculture di luce Akari di Isamu Noguchi. Capitanati dal duo olandese Scholten & Baijings e dal nipponico Teruhiro Yanagihara, sono invece 16 i designer internazionali che hanno prestato la loro creatività alla collezione Arita 2016. Ben 300 pezzi, frutto di un lavoro di oltre due anni e mezzo, che hanno festeggiato i 400 anni del marchio di porcellane che prende il nome dalla città situata sul monte Izumiyama, dove, nel 1616, nacque il primo centro di produzione di porcellana di tutto il Giappone.



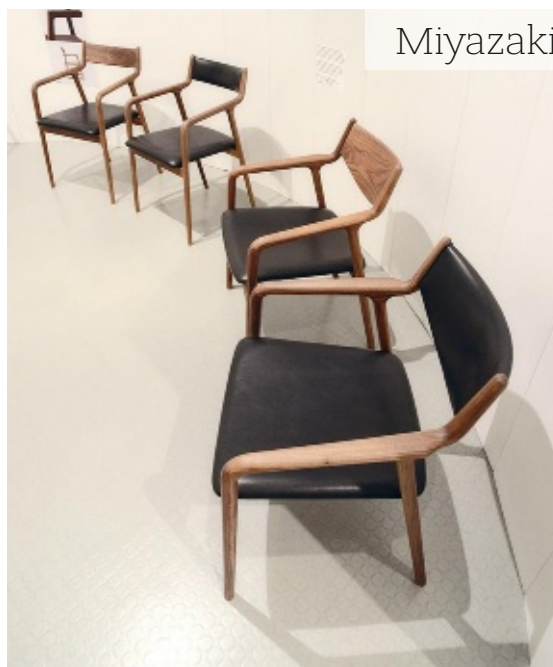
Karimoku New Standard

Sopra, l'installazione di Chung Eun Mo per **Karimoku New Standard**.

Tra i prodotti novità, la sedia Colour Wood di Scholten & Baijings (sul fondo) e l'appendiabiti Angle di Lucien Gummy.

Accanto, The Genealogy of our Design, rassegna di 20 sedie dedicata ai 16 anni di attività di **Miyazaki Chair Factory** (foto Giacomo Giannini).

Tra i modelli esposti, la sedia UU di Koizumi Makoto (a destra).



Miyazaki Chair Factory





Un'ampia serie di prodotti disegnati da Atelier Oi hanno dato dimostrazione dell'abilità manifatturiera degli artigiani della Prefettura Gifu, nel cuore del Giappone. Sopra, Honminoshi Garden, poetica installazione in carta Honminoshi, realizzata a mano. Accanto, uno scorcio di **Casa Gifu**, allestita lo scorso aprile a Milano in via delle Erbe.

Casa Gifu



Il risultato è una collezione che lasciava incantati, per la finezza della materia e la capacità di interpretare con un segno avanguardistico un prodotto simbolo di un mondo lontano per tradizione e modo di vivere.

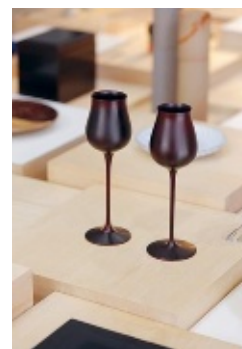
A spiegare la netta prevalenza di mostre dedicate alla tradizione artigianale giapponese è Sergio Calatroni, designer e artista italiano che, dopo avere vissuto a cavallo tra Occidente e Oriente, ha scelto il Sol Levante quale Paese ideale in cui risiedere e sviluppare i suoi lavori artistici di ceramica e fotografia: "In Giappone non esistono aziende dell'arredo come quelle presenti in Italia. Non c'è la tradizione e lo stile dell'abitare presente da noi. I giapponesi vivono in spazi molto piccoli e sono soliti utilizzare arredi anonimi, semplici, soprattutto economici. La loro attenzione si focalizza, piuttosto, sui complementi, piccoli



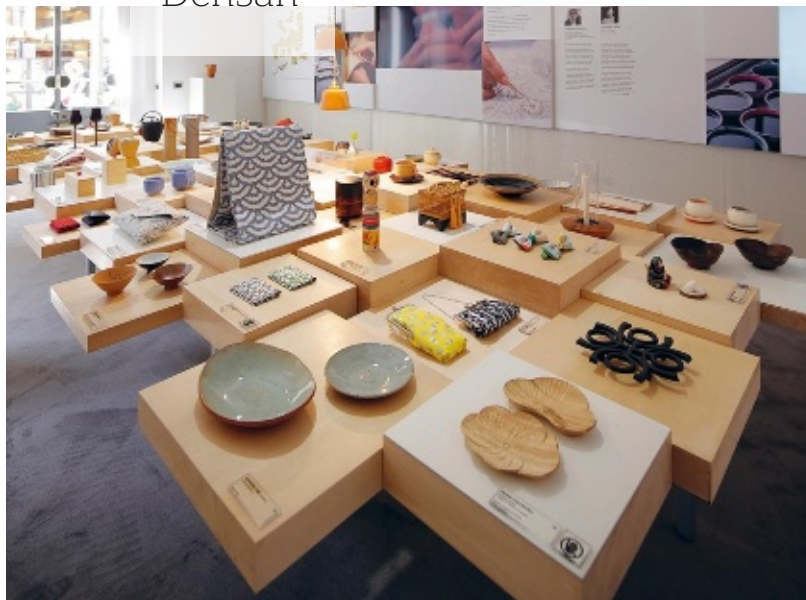
oggetti artigianali, come quelli di ceramica, che in Giappone raggiungono livelli altissimi di qualità manifatturiera. L'industria del design non si è mai sviluppata, per lo meno ai livelli raggiunti in Occidente. Per questo le aziende dell'arredo che collaborano con i designer internazionali sono veramente poche: si contano sulle dita di una mano sola. In cambio, i giapponesi possono vantare una produzione artigianale che non ha pari - nel tessile e nella ceramica, soprattutto. I loro sforzi sono oggi rivolti ad attualizzare questa produzione che si è tramandata con un'immagine molto tradizionale, connotata e forse troppo locale. A questo scopo vengono anche stanziati ingenti cifre a livello governativo, proprio per innescare un'evoluzione della tradizione in chiave contemporanea. Molti dei progetti e delle mostre che sono state presentate al FuoriSalone nascono da iniziative di questo genere".

Se per i marchi manifatturieri del Giappone la design week milanese rappresenta un'occasione unica di visibilità internazionale, per i designer nipponici costituisce un fondamentale trampolino di lancio. "La presenza a Milano", prosegue Calatroni, "permette ai progettisti giapponesi di acquisire una grande credibilità nel loro Paese. Per questi professionisti l'Italia è l'indiscussa patria della bellezza, la patria del design dove tutti ambiscono a essere presenti, in primo luogo per imparare (sono avidi di nuove conoscenze), ma anche solo per aggiungere al proprio curriculum un'esperienza che in Giappone vale tantissimo. Qualsiasi tentativo di afferrare la creatività italiana risulta per loro un esercizio di abilità. Ma quando si ha fame di qualche cosa, l'impossibile non esiste".

La regola vale soprattutto per i giovani designer che si affacciano al mondo del progetto. Per esempio, per quelli che ogni anno espongono al Salone Satellite e catturano l'attenzione dei visitatori con progetti - bianchi, eterei, poetici - che si distinguono fra tutti e fanno sognare, ma sono purtroppo destinati, nella maggior parte dei casi, a rimanere dei prototipi. È comunque la prova che esiste un modo di fare design giapponese diverso rispetto a quello italiano? "Assolutamente sì", conclude Sergio Calatroni. "Si tratta di due approcci molto diversi tra loro. Quello italiano nasce da una grande tradizione



Densan

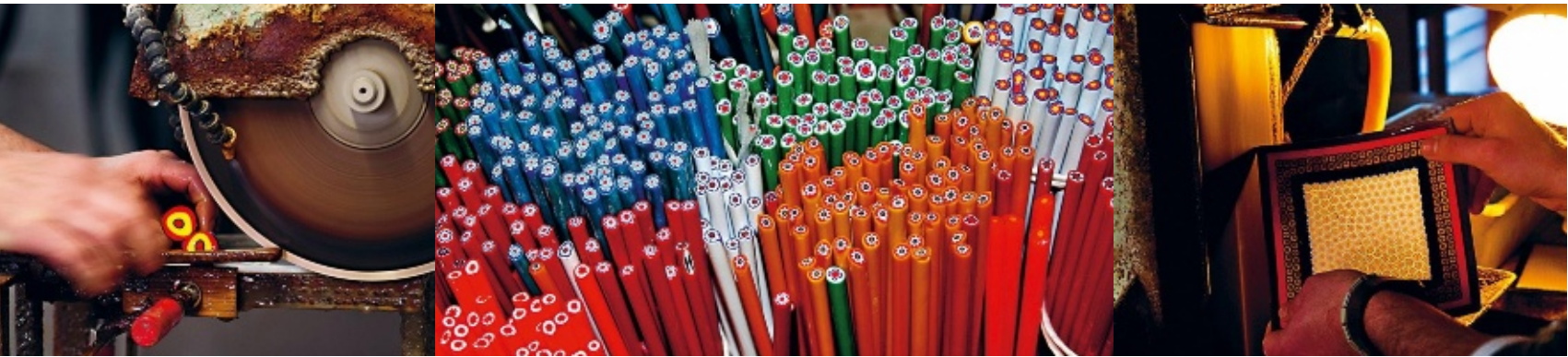


artistica, molto stratificata, che ha come tratti espressivi l'esuberanza e il colore. Ogni nostro progetto è l'espressione di una tavolozza emotiva e di un processo compositivo che appropria l'oggetto d'uso come se fosse un'opera d'arte. Il design giapponese si basa anch'esso su una storia antica che si esprime però con un atteggiamento molto più distaccato, cerebrale ma allo stesso tempo profondo, e si focalizza sulla cura maniacale del dettaglio. Uno stile di vita che ho scelto di fare mio: nessun desiderio di accumulo, cominciando dai pensieri e dalle parole. L'informalità del non essere presente a nulla e la regola del silenzio sartoriale, perfetto per sbarazzarsi dell'abominevole buon gusto". ■

Con la mostra **Densan** Products 2016 - The best 60, l'Associazione per la Promozione dell'Industria Artigianale Tradizionale ha presentato una selezione di oggetti d'uso quotidiano che esprimono lo spirito della lavorazione manuale giapponese, tramandatosi da tempi antichi sino a oggi.



La 'fucina' valtellinese di Haute Material lavora il legno secondo le più antiche tecniche artigianali del made in Italy.



L'artigiano Ercole Moretti nel suo laboratorio veneziano dove si lavora il celebre vetro murrinico.



L'artigiano giapponese Kanaami Tsuji mentre realizza le sue creazioni in filo di rame secondo un'antichissima tecnica di lavorazione.

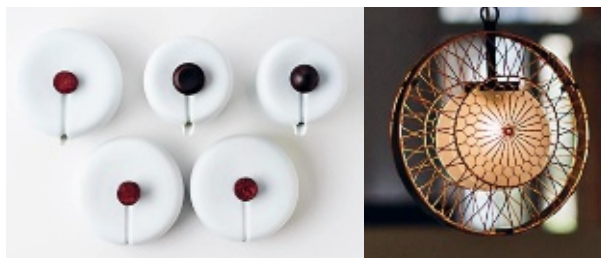


Shuji Nakagawa (sopra) e Risogama (sotto) lavorano rispettivamente il legno e la porcellana: due nomi storici della tradizione artigianale giapponese.



“Cosa hanno in comune gli italiani e i giapponesi? Il senso della bellezza e la passione per ciò che è fatto ad arte”. Chi parla è Kaori Shiina, designer giapponese ma da vent'anni a Milano (i primi passi li ha mossi presso lo storico studio di De Pas, D'Urbino Lomazzi), che insieme a Riccardo Nardi, compagno di vita e di lavoro, si è inventata un brand che mixa il mondo della manifattura artigianale con quello del design. Dove Italia e Giappone condividono saperi e valori. “Non è stato difficile. I giapponesi sono innamorati dell'Italia. Io stessa ne sono un esempio: quando all'età di 22 anni sono venuta in Europa, per conoscerne cultura e tesori, giunta a Roma ho capito che ero a casa e che lì avrei dovuto tornare. Per viverci e lavorare”. Sorride Kaori al ricordo, ma solo con gli occhi, come vuole una sensibilità tutta giapponese, sempre misurata nel mostrare sentimenti ed emozioni. Quindi aggiunge, calibrando bene le parole: “Italia e Giappone sono due Paesi molto simili. Condividono bellezza, poesia, raffinatezza: certamente ci sono risvolti estetici differenti ma pur sempre complementari. Insomma, la fascinazione è reciproca, soprattutto quando si parla di prodotti unici e senza tempo”. “Per questo ci è venuto in mente di creare Hands on Design, la nostra nuova avventura imprenditoriale” interviene Nardi. “Da un po' di tempo ci stava un po' stretta la professione di designer. Volevamo passare all'azione, impegnarci in prima persona per scoprire (e riscoprire) i migliori maestri e le migliori maestrie, mettendo insieme Italia e Giappone”. Come? Grazie a una nuova alleanza fra artigianato artistico e

I designer-imprenditori Shiina+Nardi nel cortile di uno storico palazzo milanese dove hanno aperto lo showroom del loro nuovo brand 'Hands on Design'. Lo sgabello Ovarin è di Giulio Iacchetti, che ha lavorato con Haute Material+Tumar (foto di David Zanardi).



LE MANI SUL DESIGN

Una coppia di creativi (lei giapponese, lui italiano) ha inventato un brand dove il saper fare delle **maestranze artigianali** si mixa con la sperimentazione del **design contemporaneo**.

In un viaggio che da Milano porta a Tokyo e viceversa

testo di Laura Ragazzola

design. L'idea è semplice: da Tokyo a Milano, la coppia di progettisti/imprenditori ha avviato un paziente lavoro di ricerca sul territorio per trovare i migliori artigiani e metterli a confronto con altrettanti designer aperti al confronto. “Volevamo creare una formula diversa, innovativa, che ponesse artigiani e designer sullo stesso piano. Ma che soprattutto ridasse al mondo dell'artigianato nuova dignità e creasse opportunità sul mercato. In altre parole, si trattava di far emergere quelle eccellenze del ‘saper fare’ che molte volte vivono relegate in ‘un piccolo mondo antico’, privo di futuro, per ridare loro nuova vita”. Così, 20 designer hanno lavorato a stretto contatto con altrettanti maestri-artigiani per creare una collezione di oggetti domestici senza tempo. Perché immaginati a partire dall'abilità delle mani e dalla forza creativa della materia. Che non conoscono confini. ■

Vasi Dervish e set per condimento in porcellana di Kan Architetti realizzati, nell'ordine, da Soffieria e Risogama; lampada Bugatti di Shiina+Nardi 'tessuta' in rame dall'artigiano Kanaami Tsuji.



QUANDO IL SOLE SORGE A OCCIDENTE

I primi furono Kazuhide Takahama, Toshiyuki Kita, Makio Hasuike e Isao Hosoe, che nel nostro Paese si affermarono alla fine degli anni Sessanta. Oggi come allora, importanti **aziende italiane** dell'arredo scelgono **designer giapponesi** per interpretare la loro identità alla ricerca di un inedito punto di vista. Ecco le **star contemporanee**, che qui raccontano di un legame introvabile in altre parti del mondo

di Valentina Croci

Sotto, la seduta in carta Honey-Pop, il primo prodotto che Tokujin Yoshioka ha presentato in Italia (2002). In basso e nella pagina accanto, la lampada Planet per **Kartell**, una sfera che vive di rifrazioni (2016).



TOKUJIN YOSHIOKA

Dopo avere fondato il suo studio nel 2000, Tokujin Yoshioka si fa conoscere in Italia grazie ad arredi che sperimentano i materiali, come la sedia pieghevole totalmente in carta Honey-pop e la seduta Pane, cotta in forno come un prodotto lievitato. Nel 2004 esce il suo primo prodotto per Driade. “In Italia”, racconta Yoshioka, “sono venuto la prima volta vent’anni fa quando stavo realizzando un progetto a Parigi per Issey Miyake. Il primo incontro con un marchio del design italiano è avvenuto successivamente, nel 2000, e questo mi ha aperto altre opportunità. Lavoro soprattutto con le aziende dell’area milanese; assieme sfidiamo la scena mondiale con idee e tecniche innovative. E condividiamo questa gioia. L’Italia è l’unico Paese dove è possibile discutere e sviluppare l’innovazione direttamente con gli amministratori delegati delle aziende. La qualità delle realizzazioni, poi, è molto alta e radicata su processi sperimentali. Penso che queste creazioni, sempre impegnative, siano molto stimolanti. A me chiedono semplicità espressiva e un metodo chiaro”, prosegue il designer. “Poter essere libero è ciò che più apprezzo nella progettazione per le imprese. E qualcosa di nuovo nasce sempre quando ho la possibilità di applicare il mio approccio personale nella collaborazione con loro”. Il design di Yoshioka ha qualcosa di magico, racchiude vitalità in oggetti inanimati, come nella nuova collezione di lampade Planet per Kartell che sembra immobilizzare l’energia della luce, o nel sistema di partizione Prism per Glas Italia che trasforma la percezione dell’ambiente circostante. Il suo operato rappresenta una traccia precisa del design giapponese: il non avere una forma ma esprimere il mutamento. “Quest’anno ho presentato dei progetti non soltanto liberi nello spirito ma anche funzionali. L’arte richiede di essere aperti nell’idea e nella creazione e anche grande energia per entrambi i momenti. Il design può rendere possibile l’impossibile anche nelle sue limitazioni. Ho cercato con questi oggetti di oltrepassare il limite che avevo raggiunto nel mio percorso professionale”, conclude Yoshioka. ■


*Il tavolo Ku'ki per **Riva 1920** è realizzato con piano in massello e struttura in metallo leggera come l'aria, come indica il nome giapponese. Il sistema modulare Maji per **Adrenalina** è pensato per l'ufficio e i luoghi d'attesa.*



SETSU E SHINOBU ITO



Sono le occasioni di lavoro con i maestri del design italiano che portano Setsu Ito a Milano, dapprima con lo Studio Alchimia nel 1989 e poi con Angelo Mangiarotti. Nel 1995 apre il suo studio di cui diventa socia Shinobu. Attualmente progettano con più di 70 aziende italiane in vari ambiti. Cruciale l'incontro con Domenico Guzzini della Fratelli Guzzini nel 1998. In generale, è il rapporto umano ciò che Setsu e Shinobu Ito apprezzano di più e considerano unico nelle aziende nostrane. Dall'altro canto, commenta la coppia Ito, "ciò che ci è maggiormente richiesto è la simpatia e la sincerità, o meglio, la schiettezza del modo di fare italiano unita alla serietà e alla precisione del modo giapponese. Dal punto di vista progettuale, in Italia si trovano produttori, tecnici e artigiani geniali che ci aiutano molto nell'implementazione. Anche in Giappone ci sono tecnici e artigiani molto bravi, ma rimangono nel proprio ruolo e non scambiano le idee con i designer". C'è un modo italiano di fare design e uno giapponese? "Quello italiano", rispondono i designer, "si esprime nelle meravigliose e sporadiche idee dei singoli, mentre quello giapponese nel lavoro collettivo con chiare divisioni di ruolo e un programma pianificato. Il primo è sicuramente più portato a individuare nuove soluzioni". Il tratto della cultura giapponese più presente nel loro operato sono "i concetti di natura e universo. La natura, che opera da sé i processi di creazione e che la forza dell'uomo non può controllare, esprime universalità, ripetitività e fatalità. Le opere concepite con questi fondamenti richiamano completezza e necessità. Confluiscono nel progetto anche stagionalità, clima e ambiente, così come il concetto di relazione delle persone con la natura e la comunità sociale". Quest'anno Setsu e Shinobu Ito hanno presentato un tavolo per Riva 1920, rinsaldando una collaborazione che dura da decenni. Mentre per il marchio Désirée del Gruppo Euromobil, con cui hanno instaurato tre anni fa un rapporto lavorativo, hanno presentato un letto, una serie di tavoli e un tavolino. Nuove le collaborazioni con Adrenalina e la Staygreen di Venezia. ■



Il tavolo *Tangle* per **Cappellini** presenta una gamba ritorta che si attorciglia attorno a quella del tavolo adiacente, come le gambe della ballerina di tango.

Foto: Akihiro Yoshida.

Lo sgabello *Sag* per **MdfItalia** è caratterizzato da una struttura di sostegno concava che richiama un lembo di stoffa sospesa nell'aria.



NENDO

Classe 1977, Oki Sato si conferma uno dei designer più conosciuti e prolifici nel panorama internazionale del design. Poco dopo la laurea, nel 2002, ha fondato a Tokio lo studio Nendo e ne ha aperto uno a Milano nel 2005. In Italia viene quasi per caso dopo il diploma, partecipa al Salone Satellite nel 2003 riscuotendo un immediato interesse per i progetti capaci di unire pragmaticità a una dimensione onirica. Giulio Cappellini e Maddalena De Padova gli offrono subito la possibilità di collaborare e, sostiene Oki Sato, gli "insegnano che cosa sia il design". "Questa la premessa che mi ha portato a vivere le relazioni lavorative con le aziende italiane come un legame personale e familiare". Il primo progetto con imprenditori nostrani è stato lo sgabello *Ribbon* per Cappellini nel 2007, caratterizzato da una fettuccia in acciaio che ricorda l'allacciatura delle scarpe da danza classica. Ma cosa si aspettano le aziende italiane da Nendo? "Che reinterpreti i loro tratti unici e la loro personalità attraverso le mie lenti. Una sorta di visione 'tipicamente Nendo' dei valori intrinseci del marchio", spiega Sato. "Progettare 'alla giapponese' significa progettare per sottrazione. Immaginiamo di avere una piccola rientranza. Anziché coprirlo con lo stucco e farla perfino affiorare, si può assottigliare l'intera area in modo accurato, limandola con la carta vetrata finché la rientranza non risulti più visibile. Il tratto giapponese che può essere rintracciato nel mio lavoro è la ricerca dell'Invisibile. In termini progettuali, la cultura nipponica è per sua natura tesa a visualizzare l'invisibile come il passaggio del tempo, l'emozione o la memoria. È difficile spiegare questa attitudine, ma è certamente un aspetto a cui pongo l'attenzione nei miei progetti". Continua la collaborazione con Cappellini, per il quale quest'anno ha progettato il tavolino *Tangle*, definito da una gamba arricciata che può avvolgere quella del tavolo a fianco. Caratterizzati dal movimento anche lo sgabello *Sag* per MDF Italia, la cui base ha la fluidità della stoffa all'aria, e la collezione in marmo di Carrara per Marsotto Edizioni, dove la pietra sembra prendere vita. ■

Da sinistra: la panca Inari per **Living Divani** è composta da lastre in metallo curvato che richiamano i portali Torii dei templi Shinto giapponesi; fa parte della collezione Atelier per **Frag** il tavolo con piano in cemento o pietra appoggiato su cavalletti in metallo dal profilo geometrico.

MIST-O

All'insegna del mix tra Oriente e Occidente, il duo Mist-o ha presentato quest'anno per Living Divani una collezione di tappeti e una panca che fanno riferimento diretto alla tradizione dei kimono e dei templi Shinto. A dimostrazione che l'ibridazione dei segni, consapevole dei riferimenti culturali che racconta, è un esperimento progettuale foriero di sorprese. Formati allo IED di Milano, dopo un'esperienza da Chipperfield Architects nel caso di Noa Ikeuchi e da Palomba Serafini Associati in quello di Tommaso Nani, i due designer fondano il loro studio a Milano nel 2010. Non pochi i clienti che annoverano nella relativamente giovane vita professionale, tra cui AgustaWestland, Antolini, Cappellini, Frag (con cui debuttano quest'anno con il tavolo Atelier), Living Divani, Oluce e Tod's. "Lavoriamo solo con aziende e persone con le quali possiamo avere un dialogo profondo, ci interessa molto l'aspetto umano e di scambio reciproco", spiega il duo. "Viene apprezzato il fatto che abbiamo uno sguardo contemporaneo a 360 gradi e un carattere personale. Riusciamo a connettere realtà molto lontane tra loro, con l'obiettivo di ottenere una visione inaspettata. Il carattere italiano e quello giapponese sono molto mischiati nel nostro lavoro, per questo il risultato non è banale. Diciamo che uno si è un po' giapponesizzato, l'altro italianizzato. Tommaso risiede in Giappone buona parte dell'anno, mentre Noa in Italia ci vive da undici anni". Il sodalizio nello studio è nato durante gli studi a Milano: è nata prima un'amicizia. Quello che, a livello lavorativo, ognuno ha trovato nell'altro è un interlocutore curioso e interessato e con uno sguardo sul mondo diverso dal proprio. Mist-o collabora per aziende sia italiane che giapponesi: "Con le realtà italiane spesso il processo di lavoro è molto organico e anche imprevedibile. Si arriva a un risultato che può essere diverso da quello ipotizzato in partenza. Con le aziende giapponesi, invece, bisogna prepararsi molto in partenza e calcolare ogni imprevisto prima possibile. E avere chiaro in mente quello che si vuole ottenere. In entrambi i casi si sperimenta e si inventa, ma gli italiani solitamente tendono a creare il percorso mentre lo percorrono, i giapponesi lo pianificano. Fortunatamente in Italia ci sono ancora molte realtà con una qualità progettuale e uno spessore culturale che difficilmente si trovano altrove e che sono disposte ad ascoltare la voce di designer anche giovani", concludono i due progettisti. ■

Dall'alto: pensata per la casa ma anche per il contract, Papilio Shell è una seduta che amplia la collezione progettata per **B&B Italia** nel 2015; la poltrona Ten (cielo in giapponese) per **Driade** è caratterizzata da una forma avvolgente e un design senza tempo.



NAOTO FUKASAWA

Dare forma ai valori che la gente condivide e desidera è l'assunto sotteso al design di Naoto Fukasawa. È forse l'universale ricerca dell'essenziale che lo ha reso internazionalmente conosciuto e richiesto in molti settori del progetto. In Italia approda nel 2005 e inaspettatamente, pur non essendo ancora noto nel Paese, inizia a lavorare con cinque 'big' del calibro di B&B Italia e Driade. "Le aziende di qualità italiane sono sempre alla ricerca di persone che si adattino alla loro identità e progettino per i loro marchi", racconta Fukasawa. "Vista la dimensione del settore, è probabile che sia il passaparola a individuare il nuovo designer del momento. Non sono sicuro, ma credo che sia accaduto così anche a me perché sono stato contattato da più aziende nello stesso momento. E penso che il mio lavoro abbia rispettato le loro aspettative, perché continuiamo a collaborare insieme. Cerco di stabilire delle relazioni durevoli che non si basino sul singolo prodotto ma su progetti continuativi per il top level nel mondo. Dei marchi italiani apprezzo la devozione, l'ossessione e i principi che non sono solo applicati al design ma alla vita di tutti i giorni". A oggi Fukasawa collabora con Aboutwater, Alessi, Artemide, B&B Italia, Boffi, Danese, De Padova, Driade, Glas Italia, Magis e Plank. Ma qual è la caratteristica del design giapponese che può essere rintracciata nei suoi progetti? "L'alta qualità del prodotto. In generale, sono più attento all'uomo e alla natura quali parti integranti dell'ambiente, piuttosto che all'aspetto culturale del progetto. Il design giapponese è soprattutto onesto: non cerca di realizzare opere d'arte, espressione del singolo, piuttosto ricerca il costante affinamento del prodotto e tenta di risolvere problemi per rendere la vita migliore". Quest'anno Fukasawa ha confermato le sue durature collaborazioni: per B&B Italia ha messo a punto le sedute Papilio Shell caratterizzate dalla forma a guscio, con Glas Italia ha realizzato il tavolino in vetro Narcissus, per Driade ha progettato la sedia Ten e il tavolo Ci, e con Magis ha sviluppato le sedie in legno e polipropilene Substance. ■



FORME E OMBRE

Un grande **debutto da solista**, quello di **Kensaku Oshiro**. Che, nel suo essere **giapponese** diventato per metà **italiano**, esprime la sua originale poetica progettuale

di Maddalena Padovani

Nato a Okinawa, in Giappone, ma milanese d'adozione da quando aveva 19 anni, Kensaku Oshiro sembra quasi non avere risposte quando gli si chiede se si sente più giapponese o italiano. Ammette di avere una connaturata propensione a togliere e a semplificare, ereditata dalla sua cultura di origine, ma l'attitudine a fare del progetto un costante lavoro di ricerca sotteso all'innovazione, quella no, quella è tutta, intrinsecamente e tipicamente, italiana. L'incontro con il Bel Paese avviene nel 1996, non per caso ma per pura scelta: Kensaku vuole fare il designer e vuole farlo proprio come si fa in Italia, per cui si iscrive alla Scuola Politecnica di

organiche di chiara derivazione giapponese. Ne è un esempio il tavolo Hole per Kristalia, caratterizzato da un'originale base in lamiera di metallo che al suo interno presenta un grande foro ovale. "L'idea" spiega il designer "era portare nell'ambiente domestico sensazioni ed elementi che solitamente si trovano in natura. Mi sono ispirato alle forme scultoree, quasi monumentali, di rocce e pietre modellate dal vento. Per esaltarne la bellezza, ho volutamente lavorato sul contrasto tra linee nette, rigorose, e linee organiche, morbide e sinuose". Nel caso degli elementi imbottiti Lepli (uno sgabello, una panca e un pouf), l'ispirazione ha una connotazione più antropomorfa. "Ho immaginato Poltrona Frau come una signora molto elegante, vestita di bianco, con una piccola cintura che ne sottolinea il punto vita". Da qui le linee flessuose che in particolar modo connotano lo sgabello e che rimandano a una silhouette femminile, volutamente proposta in monocolori per dare risalto a pieghe, impunture e dettagli sartoriali che impreziosiscono il rivestimento in pelle.

"Mi piace l'idea dell'ombra che disegna, con silenzio e discrezione. Per questo penso quasi sempre a oggetti monocromatici e gioco sui piccoli dettagli che possono animare e arricchire le superfici. In questo credo di essere molto giapponese".

"Nel 2015", continua Oshiro, "ho fatto il mio primo ritorno professionale a Tokyo, organizzando una mostra personale durante la design week. Ho avuto un grande riscontro, tanto che ho ricevuto molte offerte di lavoro in Giappone. Erano ben pagate, ma inevitabilmente avrei dovuto scendere a dei compromessi con la visione di ricerca che avevo sviluppato sino a quel momento. Alla fine ho rifiutato e sono tornato in Italia, perché ho capito che il design che mi appassiona è quello all'italiana". Di quest'ultimo ama soprattutto il rapporto di dialogo e scambio continuo che si instaura con le aziende, ognuna contraddistinta da una storia e un'identità diversa. "Le aziende del design italiano", conclude Kensaku, "altro non sono che gli imprenditori stessi, persone disposte ad assumersi dei rischi e a investire nei progetti, perché credono nell'innovazione e hanno voglia di innovare. Una condizione che non si trova in Giappone, ma neppure in altri Paesi del mondo". ■

Design di Milano, pensando di fare ritorno in Giappone dopo un paio d'anni. Terminati gli studi decide di fermarsi ancora un poco, per fare

esperienze, e poi un altro po', perché desidera imparare qualcosa'altro ancora. Pian piano Oshiro si rende conto che il design, per lui, è una vera e propria passione. Se ne accorge frequentando inizialmente lo studio di Giovanni Levanti; ne ha la certezza collaborando successivamente con altri designer, tra i quali ha un ruolo determinante Piero Lissoni con cui lavora per otto anni. Per arrivare a Edward Barber e Jay Osgerby, che lo convincono a trasferirsi a Londra nel 2012. Infine, nel 2015, la grande decisione: intraprendere la professione da solista. Per farlo torna a Milano e nel giro di pochi mesi sviluppa e realizza, per il Salone del mobile 2016, una serie di progetti che regge il confronto con quelle dei più affermati designer: una collezione di sedute per Poltrona Frau, un tavolo per Kristalia, una famiglia di tavolini per De Padova, una poltrona imbottita per Gan. Un debutto alla grande, che mette in evidenza una matura personalità progettuale dove confluisce la razionale precisione della scuola italiana e, allo stesso tempo, una poetica sensibilità per le forme

Quattro dei nuovi prodotti disegnati da Kensaku Oshiro per il Salone del mobile 2016. Dall'alto: tavolini Sen per **De Padova**, sgabello, panca e pouf Lepli per **Poltrona Frau**, poltrona Grapy per **Gan by Gandia Blasco**. Nella pagina accanto, il designer con il tavolo Hole per **Kristalia**



UN FUTURO LUMINOSO

Padovano, una **carriera imprenditoriale** di successo alle spalle, **Riccardo Candotti** è dal 2015 il presidente di **Leucos**, eccellenza italiana dell'**illuminazione in vetro**. Lo abbiamo incontrato per capire cosa lo ha spinto in questo nuovo **progetto** e quali **strategie** intende impiegare per valorizzare la storica **azienda**

testo di Andrea Pirruccio

Un talento precoce, quello del padovano Riccardo Candotti: nel 1977, appena ventiduenne, fonda con il padre la società Cobra (acronimo di Capsule Occhielli Bottoni Rivetti & Affini), impresa specializzata nella realizzazione di stampi e stampaggio di bottoni automatici e accessori metallici per abbigliamento sportivo. Nel corso del tempo, sviluppa e brevetta molti nuovi prodotti. Appassionato di design, progetta anche il fabbricato del corpo uffici della nuova fabbrica, arredandolo con Marc Sadler. Grazie all'esperienza di Cobra, Candotti entra in contatto con i maggiori stilisti e collabora con i principali marchi della moda e del mondo sportswear, partecipando in 30 anni allo sviluppo di oltre 20mila personalizzazioni di brand di primo piano nei settori confezione e calzatura (tra cui Louis Vuitton, Gucci, Hermès, Chanel e molti altri). Naturalmente restio a sedersi sugli allori e ad accontentarsi di quanto già fatto, Candotti cede l'azienda a un fondo nel 2006 per poi cambiare attività nel 2009, quando inizia a prestare consulenze strategiche a imprese manifatturiere operanti in ambiti affini a quello di Cobra. Entrerà così in Okinawa (etichette per confezione) per poi tornare su strade già battute diventando consulente strategico per Finma e gestendo la startup Sincro, azienda del settore minuterie per abbigliamento e pelletteria. Al momento in cui scriviamo, la sua ultima sfida imprenditoriale riguarda il rilancio di Leucos – la storica azienda fondata nel 1962 a Scorzè, Venezia, e celebre per i suoi prodotti d'illuminazione decorativi in vetro

– che Candotti ha acquisito nel 2015 attraverso Rara Res, holding da lui presieduta. Lo abbiamo incontrato proprio in veste di presidente di Leucos, sondandone strategie, possibili percorsi di sviluppo e predilezioni personali.

'Leucos Refresh 2016' è il titolo del nuovo catalogo Leucos, e pare sancire un punto di svolta rispetto al passato. È questo il messaggio che intende comunicare?

"In parte il titolo è riferito a un'ideale ripartenza, perché 'Leucos Refresh' raccoglie in sé i cataloghi precedentemente divisi in tre marchi generici (Modo, Studio e Idea) che cancellavano gli storici brand (iTre e MuranodueGallery), e che io ho invece voluto ripristinare. Dunque, 'Refresh' per me significa soprattutto riprendere, potenziare e rinnovare quei brand che avevano un grande valore presso la nostra clientela e anche nella nostra storia".

Prima del 2015, anno in cui ha rilevato la Leucos, lei era alla guida di un'azienda che operava nel settore moda. Ci racconta come è nata questa nuova sfida imprenditoriale?

"Quello della moda è un settore vivacissimo, ricco di stimoli e in continua rivoluzione. È un ambiente in cui creatività e velocità sono requisiti indispensabili, insieme alla comunicazione. Si può dire che proprio la velocità tipica di quel settore mi abbia permesso di cogliere al volo l'occasione presentatami, permettendomi di passare dal mondo degli accessori moda all'illuminazione. L'opportunità è nata da un caso: nel novembre 2014 la holding italiana Rara Res, che presiedo,



Riccardo Candotti,
presidente di **Leucos**
dal 2015, con la nuova
lampada Aella, prodotto
storico dell'azienda
(disegnato da Toso
& Massari nel 1968)
che ora ne presenta
un'inedita versione:
a sospensione
e illuminata a led.





ha venduto l'ultimo 30% di quote che possedeva del gruppo svizzero Riri (già Cobra, ndr). Proprio in questa occasione, il commercialista che mi accompagnava a sottoscrivere la cessione mi ha messo al corrente del fatto che ci sarebbe stata l'opportunità di acquisire Leucos, e io ho subito considerato questa coincidenza come un segno del destino".

Quali sono i valori storici di Leucos che intende traghettare e valorizzare nel prossimo futuro?

"Sicuramente la lavorazione a mano del vetro soffiato decorato e la creatività dei maestri soffiatori veneziani. Sono qualità artigianali uniche ed emozionanti, che noi cercheremo di rivalutare e valorizzare, perché quello che si riesce a realizzare col vetro, le luci, i colori, le trasparenze e con le varie ondulazioni e forme della materia, è davvero qualcosa di magico, un omaggio all'amore della bellezza".

Da un punto di vista industriale e commerciale, quali sono le strategie che intende mettere a punto per sviluppare il marchio a livello nazionale e internazionale?

"Prima di tutto voglio puntare sul chilometro zero. Ho infatti intenzione di produrre tutto il meglio della nostra collezione qui, a pochi chilometri da Venezia, così da far diventare questa azienda molto più flessibile, innovativa e autonoma rispetto al passato, quando Leucos era diventata più un'impresa commerciale che industriale. Puntiamo a sviluppare maggiormente il settore contract, il canale in più rapida crescita. Il nostro marchio realizza infatti progetti speciali da oltre 40 anni, senza però sinora pubblicizzarli e valorizzarli a dovere. D'ora in poi, ho deciso che i grandi progetti saranno puntualmente e dovutamente comunicati ai prescrittori e al pubblico. Il canale contract incide già oggi per oltre la metà del nostro giro d'affari in Europa, e ancor più in America. Perciò stiamo riorganizzando e potenziando ulteriormente la nostra filiale Leucos USA, che quest'anno festeggia i suoi 25 anni, inaugurando il nuovo showroom con una grande festa presso la sede di Edison, New Jersey, il prossimo ottobre.

Quali sono le specificità degli altri tre marchi di Leucos: iTre, MuranodueGallery e JJ?

"Ho deciso di concentrare sotto il marchio Leucos tutti i prodotti in vetro decorativo contemporaneo, mentre MuranodueGallery comprende tutti quei progetti dalla vocazione classica, che riprendono la tradizione veneziana del lampadario artistico. Sotto il brand iTre, invece, ho raccolto tutti i prodotti realizzati con materiali diversi dal vetro: alluminio, legno, polimeri, carbonio e molto altro... Sono elementi molto versatili, attuali, forse più architettonici che decorativi. Poi c'è la sezione dedicata a JJ, che include l'universo di tutte le possibili declinazioni della lampada capostipite, la L1 di Jac Jacobsen con braccio bilanciato a molle, di cui abbiamo appena prodotto anche due misure di coppa a sospensione molto affascinanti, in vetro bianco e colorato soffiato a bocca.

Ci racconti della lampada Aella, disegnata da

Toso & Massari nel 1968 e che oggi Leucos ripropone in una nuova versione tecnologica. Si può considerare la capostipite del nuovo corso di Leucos?

“Quando vidi per la prima volta il catalogo Leucos mi accorsi che la maggioranza delle opere iconiche proposte dall’azienda portavano la firma di Renato Toso e Noti Massari. Ho voluto quindi incontrarli, scoprendo una coppia di persone eccezionali, colte e ispirate, e decidendo con loro che era giunto il momento di riproporre alcuni dei loro classici riprogettati in versione led. In particolare, il potentissimo circuito luminoso che abbiamo installato all’interno di Aella si esalta in modo inaspettato col vetro e genera, nella parte centrale della lampada, uno straordinario effetto olografico a forma di cono, bianco e impalpabile: una sorta di turbine luminoso dove si concentra il riflesso del disco a sorgente led. Il risultato è stato stupefacente per tutti, ma soprattutto per i due designer, che avevano battezzato Aella quella lampada proprio perché in greco significa Tornado. Tra le prossime novità Leucos, figurerà anche una Aella in versione sospesa: l’abbiamo voluta appendere tramite cavi talmente sottili che la lampada sembra fluttuare nel vuoto”.

“State già lavorando a qualche progetto in vista della prossima edizione di Euroluce? Avete in mente di coinvolgere qualche designer?”

“Ho da sempre un’idea molto precisa su questo tema e credo che un’azienda dovrebbe puntare sia sui migliori designer, sia sull’idea e sull’essenza

del design in sé. Ciò significa che nei progetti di Leucos c’è sicuramente l’intenzione di continuare a lavorare con i professionisti che hanno collaborato in passato con noi (che sto ricontattando e incontrando personalmente), ma anche di investire e scommettere sugli studenti più promettenti che frequentano scuole di design o università, come lo IUAV di Venezia e il Politecnico di Milano, con l’obiettivo di creare nuove opportunità di lavoro e aiutare questi giovani talenti a emergere e ottenere la visibilità che meritano. A decretare il successo di un progetto è l’idea, quell’intuizione originale che porta un designer a creare qualcosa di unico e irripetibile, che piaccia al pubblico e lo conquisti con l’estetica, ma anche con la funzionalità... Solo così nascono oggetti senza tempo, capaci di diventare icone del design conosciute e celebrate in tutto il mondo. Io credo che l’idea geniale possa venire tanto al grande nome, quanto al giovane ‘sconosciuto’. Per questo vorrei che Leucos fungesse da talent scout in grado di offrire anche a un esordiente o a uno stagista l’occasione di vedere realizzata una buona idea”.

Nell’immaginario collettivo, Leucos rappresenta la luce abbinata alla magia del vetro e alla maestria degli artigiani di Venezia. Sarà così anche nel prossimo futuro?

“Assolutamente sì. Io voglio che chiunque compri una lampada Leucos lo consideri un investimento di cui essere orgoglioso. Stiamo ora producendo anche delle edizioni limitate che diventeranno

Sotto, una delle lampade del catalogo Leucos predilette da Riccardo Candotti, il modello Trigona disegnato da Danilo De Rossi. In basso a sinistra, l’inedita versione a sospensione in vetro soffiato a bocca della L1 di Jac Jacobsen. Nella pagina accanto, un altro prodotto amato dal presidente del marchio, la Nia firmata Roberto Paoli.



oggetti d'arte da collezionare di altissimo valore: prima fra queste sarà Fiola, una lampada progettata per Leucos dal celeberrimo Tobia Scarpa. Saranno 99 pezzi certificati e firmati uno a uno dal creatore. Stiamo per produrre anche qualche piccolo oggetto d'arredo, non più d'uno l'anno. Inizieremo rieditando Rin: un vecchio bicchiere disegnato da Toso & Massari negli anni '60. Lo faremo non tanto per incrementare i volumi di vendita, quanto per promuovere e omaggiare l'arte del vetro soffiato.

Lo slogan della nuova campagna pubblicitaria di Leucos è 'Adorabili lampade'. Cosa intende comunicare?

"Ho osservato l'espressione dei maestri vetrai all'opera, notando che, nel momento in cui lavorano il vetro o quando estraggono dallo stampo l'oggetto che hanno soffiato, impiegano una cura talmente amorevole, una cautela esperta nel toccare e nel manipolare quel vetro, che sembra stiano estraendo dal grembo di un crogiolo o di un forno la loro creatura, come un'ostetrica che porta alla luce un bimbo. Quel rispetto e quel sorriso complice mi hanno subito richiamato alla mente la parola 'adorabile', perché è proprio come se loro fossero in adorazione del loro frutto creativo. Lo slogan nasce proprio da questa mia impressione".

"Da appassionato di design qual è, sarebbe interessante sapere chi è il progettista che ama di più, quale stile preferisce per le sue abitazioni e quali lampade del catalogo Leucos predilige".

"Ho avuto l'onore e la fortuna di lavorare con molti architetti e designer, fra cui Philippe Starck, molti anni fa. Ho frequentato il suo studio e sono stato ricevuto persino nella sua camera da letto! Non mi fraintenda, semplicemente lui spesso lavorava anche lì... Ritengo ogni sua creazione favolosa, trasgressiva e geniale. Ho collezionato molti dei suoi oggetti degli anni Ottanta e Novanta. Amo anche il design spaziale di Tom Wright, di Jean Nouvel, la plasticità di Antonio Citterio e dell'amico bolognese Massimo Iosa Ghini. Adoro le opere oniriche di Alessandro Mendini, senza dimenticare l'ironia di Karim Rashid e la genialità di Patricia Urquiola, con cui prima o poi mi piacerebbe lavorare. Per quanto riguarda l'architettura e l'arredamento, ho preferenze molto trasversali: di base, ritengo di essere piuttosto minimalista e perfezionista. Le case che abito riflettono il mio stile, diversificandosi per le differenti esigenze legate ai luoghi e ai modi di vivere nei vari contesti geografici. Mi piace utilizzare la calce rasata bianca, le pietre naturali, il vetro, l'acciaio inox lucido e il legno di rovere schiarito. Considerata la mia passione per le cose ben fatte, sia per la mia casa di città, sia per quelle al mare e in montagna, non solo ho sempre seguito personalmente tutte le fasi di

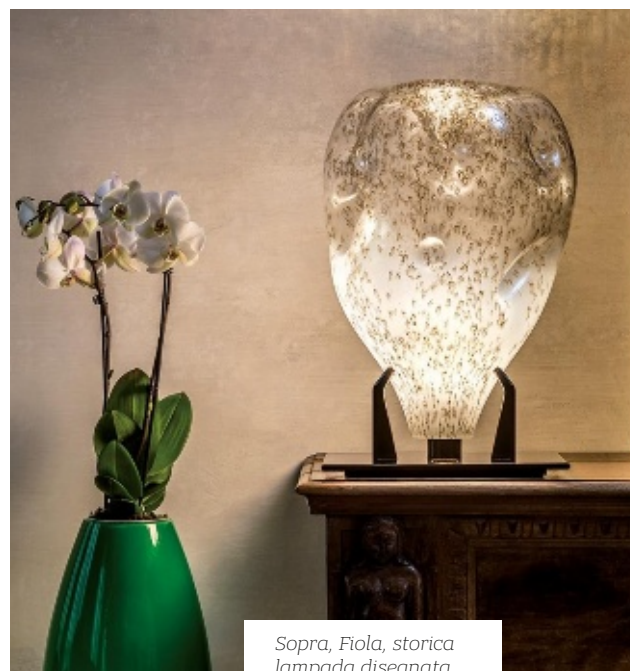




A destra, *Leva*, lampada da tavolo in legno di faggio con diffusore in PMMA, design Massimo Iosa Ghini. Sotto, la sospensione in alluminio *Volta*, creata dai From. Nella pagina a fianco, installazione realizzata impiegando una serie di lampade *Reed* di Patrick Jouin per i ristoranti *Beefbar* di Città del Messico e *Monaco*, realizzati su progetto dello Studio Humbert & Poyet.



ristrutturazione, ma ho anche disegnato alcuni arredi e dettagli architettonici collaborando con progettisti e artigiani. Ad accomunare le mie abitazioni è comunque lo stretto dialogo fra il bello degli interni e quello offerto dalle vedute esterne, che per me ha un valore prioritario. E quando scende la sera, la luce all'interno diventa protagonista e valorizza ogni ambiente! Tra le lampade in vetro del catalogo *Leucos*, quelle che prediligo sono *Nia* di Roberto Paoli (simile a una specie di noce brasiliana e con cui è possibile creare molteplici configurazioni), *Aella* di Toso & Massari (soprattutto nell'ultima versione a sospensione) e *Trigona* di Danilo De Rossi (composta da tre diffusori sovrapposti in vetro borosilicato soffiato con triplo circuito led). Tra quelle non in vetro, invece, amo *Volta*, lampada led in alluminio disegnata dai From (Tobias Nitsche, Cesare Bizzotto e Manuel Amaral Netto), un oggetto minimale e bellissimo che, dopo un piccolo ritardo dovuto al deposito di un paio di brevetti, stiamo finalmente per lanciare sul mercato". ■



Sopra, *Fiola*, storica lampada disegnata da Tobia Scarpa e che *Leucos* produrrà in edizione limitata a 99 pezzi certificati e firmati dall'autore.

ISPIRAZIONI DAL SOL LEVANTE

Seguire ciò che è necessario, lavorare sul vuoto, purificare dai dettagli: oggetti di carattere, dal design **essenziale**, innovativi per flessibilità e **adattabilità** a ogni contesto, che soddisfano la ritualità del **quotidiano**

di Nadia Lionello - foto di Simone Barberis



*MHC.2, libreria con struttura realizzata con stecche di iroko e doppio strato di pioppo, sagomate e impiallacciate esternamente in teak con finitura in vernice trasparente opaca. Disegnata nel 1959 da Yasuhiko Itoh e prodotta da **Molteni&C** in edizione limitata e numerata in 100 esemplari. Rami fioriti di Mada Events.*



*Hanami, lampada a sospensione a led
composta da struttura portante in acciaio
verniciato e policarbonato con applicati 40 fiori
plissettati manualmente e realizzati
in Lentiflex®. Design Adriano Rachele per **Slamp**
Make up di Marta Calegari.*



*Prism partition, paravento in cristallo extralight curvato con finitura argento, bordi verticali e top trasparenti con smusso. Disponibile in due dimensioni. Design Tokujin Yoshioka per **Glas Italia**. Geta, ovvero zoccoli in legno di Cinius Milano.*



*Superloon, lampada da terra con disco diffusore piatto, in materiale composito bianco traslucido, illuminato da led posti lungo il perimetro, direzionabile a 360° con base a treppiede e montatura in metallo verniciato nero, bianco o cromato. Design Jasper Morrison per **Flos**.*



*S-object, mobile contenitore con struttura portante in estruso di alluminio verniciato con ante e frontali cassetti in mdf laccato. Può essere configurato con ante e cassetti di diversa altezza. Design di (a+b) Annalisa Dominoni e Benedetto Quaquaro per **Baleri Italia** by Hub Design.*



*Tee-Table, tavolo rettangolare cm 300x90 con piano con pannello interno in alluminio alveolare con bordo in alluminio sagomato e rivestito in laminato bianco; gambe in acciaio verniciate, avvitate direttamente al piano. Piedini regolabili. Design Tomoya Tabuchi per **De Padova***



*Inari, panca con seduta in lamiera d'acciaio,
supporti in lamiera d'acciaio curvata
con traverso in tubolare d'acciaio verniciati
con polveri epossidiche nero ANODIK.
Design Mist-o per **Living Divani***



*Bistrotstuhl, poltroncina in faggio curvato,
seduta in multistrato o imbottita; finitura laccata
nei colori di collezione. Design Nigel Coates
per **Gebrüder Thonet Vienna**.*

FLOWER POWER

Il design si ispira alla **natura** con mobili intrecciati in midollino, lampade che rimandano alle riflessioni del sole, tessuti stampati con **vegetazione lussureggiante...**

Sullo sfondo un viaggio fotografico verso il cielo

di Carolina Trabattoni
elaborazione grafica di Paolo Riolzi



Juju tavolino in polietilene, design Garth Roberts, può essere dotato di illuminazione interna a led, **Serralunga**. Lido sgabello alto in resina fiber-glass con seduta e schienale bucherellati, colorato in massa, con finitura matt, impilabile; design Raffaele Galiotto per **Nardi**. Sullo sfondo, foto di Carolina Trabattoni, *The Glimpse: Hydrangea*.

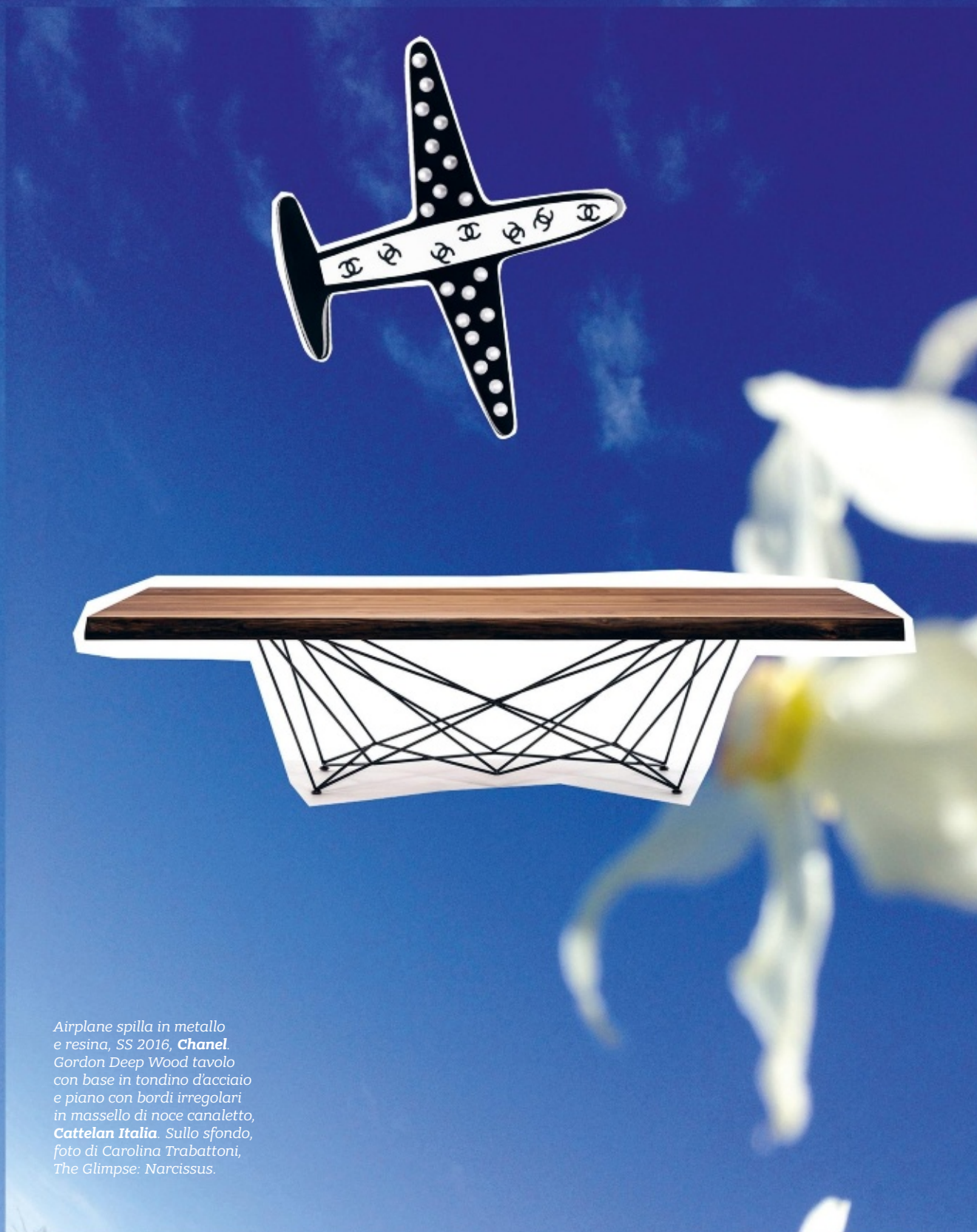


Da sinistra in senso orario,
Senso poltroncina per outdoor
rivestita con tessuto 3D Omega,
Expormim. Mondrian tavolino
con piano di marmo, design
Jean-Marie Massaud
per **Poliform**. Ghianda
della Vegetable Collection
tavolino in rovere di Vito Nesta,
Cadriano. Sullo sfondo,
foto di Carolina Trabattoni,
The Glimpse: Angelica Sylvestris.



Indiana chaise longue outdoor
di Rodolfo Dordoni
per **Minotti** con base
in massello di iroko, schienale
intrecciato a mano con nastro
in polipropilene, cuscinatura
idrorepellente e sfoderabile.
Trotter sedia con ruota
per bambini, in tondino
d'acciaio verniciato; design
Rogier Martens per **Magis**.
Sullo sfondo, foto
di Carolina Trabattoni,
The Glimpse: Coreopsis
Grandiflora.



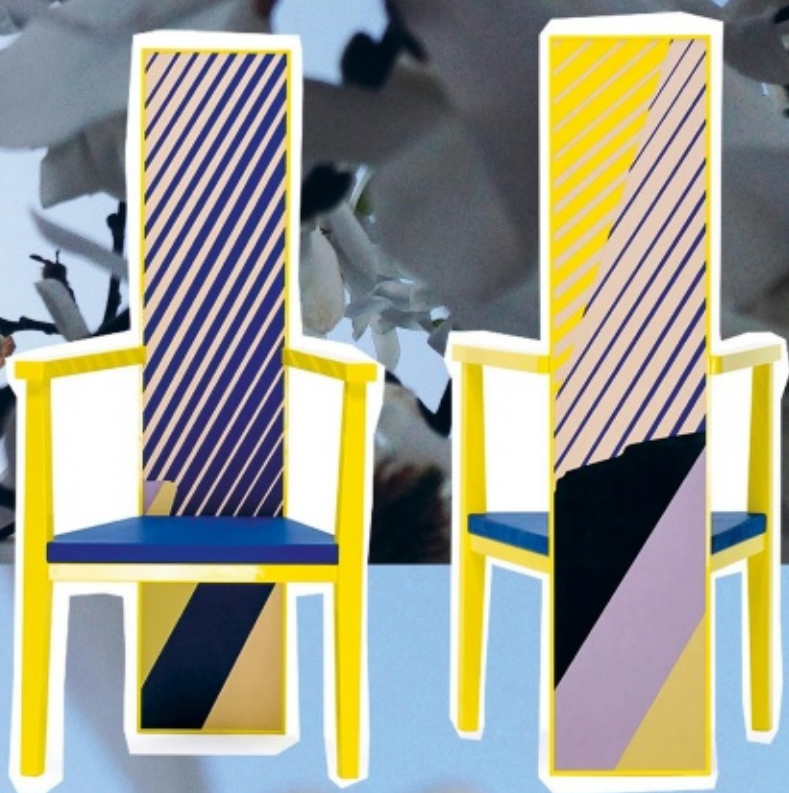


Airplane spilla in metallo e resina, SS 2016, **Chanel**. Gordon Deep Wood tavolo con base in tondino d'acciaio e piano con bordi irregolari in massello di noce canaletto, **Cattelan Italia**. Sullo sfondo, foto di Carolina Trabattoni, *The Glimpse: Narcissus*.



Da sinistra in senso orario,
Embroidery Chair di Johan
Lindstén poltroncina con scocca
in massello di frassino
e schienale ricamato,
Cappellini. Bagatelle tessuto
di Christian Lacroix in cotone
con stampa digitale, **Designers
Guild**. Imba poltrona intrecciata
realizzata in Africa, design
Federica Capitani per **Moroso**.
Sullo sfondo, foto di Carolina
Trabattoni, *The Glimpse*:
Forsythia.





Greeky centrotavola in ceramica,
con ironici pattern
che risprendono le gesta epiche
degli dei; design Analogia Project
per **Driade**. Baille Scott sedia
in legno laccato giallo con intarsi
in pelle, fa parte del progetto
Marquetry in Leather
di Jonathan Anderson, **Loewe**.
Sullo sfondo, foto
di Carolina Trabattoni,
The Glimpse: Narcissus.



Concentric lampada da parete
di Rob Zinn per **Marset**,
con anelli concentrici
colorati. Marni Ballhaus
lampade da terra in metallo
e pvc intrecciato, realizzate
a mano in Colombia.
Fanno parte del progetto charity
di **Marni**. Sullo sfondo, foto
di Carolina Trabattoni,
The Glimpse: Fiori di Campo.



Da sinistra in senso orario,
Next 27 poltroncina intrecciata
in midollino naturale e base
in metallo tinto bianco, Paola
Navone per **Gervasoni**. Oria,
sedia creata negli anni '60
da Rafael Moneo, con struttura
in quercia, seduta in paglia
intrecciata e schienale in pelle,
Hermès. Ease, di Gareth Neal
in cuoio con struttura
in rovere massello naturale,
Amura. Sullo sfondo, foto
di Carolina Trabattoni,
The Glimpse: *Foeniculum
Vulgare*.



ORIENTALISMI

Il design subisce il fascino dell'estremo Oriente e ne rielabora **forme** e **cultura iconografica**. Dall'archetipo della sedia cinese al colore-simbolo rosso lacca. Dal **minimalismo** poetico all'**esuberanza** grafica. Tra Ming e Manga

di Katrin Cosseta



Dall'alto: lampada a sospensione Fusion, di Atelier Oi per **Danese**, realizzata in collaborazione con la manifattura giapponese **Ozeki**, produttrice di lanterne tradizionali di carta. Supporto in alluminio verniciato, doppio paralume in carta washi. Mingx chair, di Konstantin Grcic per **Driade**, poltroncina bassa con seduta in cuoio, rivisitazione dell'archetipo della antica sedia cinese, con struttura in tubolare metallico verniciato. Sullo sfondo: Nouveau Geisha, di Ctrlzak per **Wall&Deco**, carta da parati su misura in vinile.





嵐
流

Sullo sfondo: Chinoiserie, di Carlo Dal Bianco per **Bisazza**, decoro con figure in mosaico oro 24k 10x10mm realizzate con tecnica artistica che spiccano su un fondo in mosaico bianco ottenuto con la tecnica digitale. Composto da sei pannelli di dimensione 129,1x290,5 cm.
In basso: panca dalla collezione Nara di Louis Benech, designer paesaggista, per **Royal Botania**, realizzata a mano in legno di teak.



Da sinistra: Majordomo di Nathan Yong per **Gebrüder Thonet Vienna**, seduta-servomuto in legno con piani in paglia di Vienna. *Commune coffee table* di Neri&Hu per **De La Espada**, in noce, quercia o frassino finiti a olio, o in diverse finiture spazzolate o verniciate. Sedia Arke di Franco Poli per **Morelato**, in legno di frassino personalizzabile in diverse finiture.



A destra: lampade a sospensione Formakami, di Jaime Hayon per **&Tradition**, realizzate a mano in carta di riso, in tre modelli. Sotto: Black and Gold high cabinet, di Luca Scacchetti di **Paolo Castelli**, mobile in mdf laccato nero gloss, con inserti in metallo a finitura ottone fiammato opaco, interno laccato rosso gloss.



Da sinistra: Ray Chair, autoproduzione di **Lera Moiseeva**, sedia a cinque gambe con struttura in tubolare d'acciaio verniciato in diversi colori. Sedia Mark di Sebastian Herkner per **Linteloo**, in legno massello verniciato.





Sullo sfondo: dalla linea Exotic Flow di **Wallpepper**, carta da parati The kokeshi doll, con base in cellulosa e fibre tessili, esente da pvc.
Sotto: Rack, di Marco Viola Studio per **Potocco**, libreria formata da tre moduli incernierati per composizioni in linea, semiaperta o chiusa a formare una sorta di paravento.



Sullo sfondo: Yuugen di **Glamora**, carta da parati d'arredo con dimensione personalizzata in supporto vinilico.
Sotto: coffee table (Re)covered di Analogia Project per **Frag**, tavolino con un'anima di metallo interamente rivestita in cuoio. Appendiabiti Leek di Mentsen per **Zilio A&C**, in frassino naturale o tinto. Pagina accanto, dall'alto: lampada a sospensione Satellite di **Gubi**, riedizione di un modello disegnato da Mathieu Matégot nel 1953. Diffusore in metallo traforato in vari colori. Paravento Levante di **Armani Casa**, con pannelli decorati da un motivo a paesaggio giapponese, tratto da un tessuto Rubelli. Mobile contenitore Oriental di Giuseppe Bavuso per **Alivar**, con struttura esterna in mdf laccato lucido effetto ceramica invetriata e interno in palissandro, personalizzabile con diversi accessori e luce LED. Tavolino Maru di Doshi Levien per **B&B Italia**, disponibile in 16 colori, abbina il piano ad alto spessore verniciato lucido alla struttura in pressofusione verniciata satinata. Sgabello pieghevole Petit X di Romeo Sozzi per **Promemoria**, con struttura in mogano tinto, dettagli in bronzo e seduta in pelle.



P1.

The year 2016 marks the 150th anniversary of relations between Japan and Italy. But this is not the only reason we have decided to dedicate our July-August issue to a sort of creative face-off between these two countries. This year, during the FuoriSalone in Milan, Japan was more vivid presence than ever before, with a series of exhibitions and projects that were a cut above those of other foreign countries, in terms of both quantity and quality. For Japanese designers, showing work in Italy and making contact with Italian design brands represents a valuable opportunity. At the same time, the lightness and poetry of the Japanese aesthetic hold great charm for our national design scene. What emerges from our parallel narrative, in architecture and design, is an overlap of thinking between two cultures. Expressed in different ways, but with the same goal: to cultivate a sense of beauty and practice the art of making. We can see this in the works of great architects like Toyo Ito, Kazuyo Sejima, Ryue Nishizawa, Junya Ishigami, in an exhibition at MoMA that focuses on their shared expressive traits. But we can also observe it in smaller things: from the refined objects made with age-old crafts techniques, to industrial products created by well-known names like Tokujin Yoshioka, Naoto Fusesawa and Nendo for Italian brands. Our cultures share the love of quality and attention to detail. We express ourselves by drawing on a colorful and exuberant emotional range that links back to a very densely layered artistic tradition; Japanese creators, on the other hand, have a more detached, thoughtful approach, of great erudition, where the rule of silence holds sway. But opposites, as we know, attract. And the analysis of differences can bring inspiration for even more intriguing and interesting projects. *Gilda Bojardi*

CAPTION: *The 'White Cave House' designed by Takuro Yamamoto: a deft game of empty and full zones.*

PhotographING

ITALY-JAPAN 150 YEARS

P2. School of Yokohama, Portrait of Geishas, 1870 ca.

Raccolte Museali Fratelli Alinari (RMFA), Florence. ©Archivi Alinari
At Fondazione Matalon in Milan, the exhibition "Discovering Japan: Felice Beato and the Yokohama school of photography 1860-1910" just came to an end. 110 original period photographs (vintage prints) colored by hand with aniline dyes, taken by one of the greatest photographers of the 19th century, the Italian Felice Beato. From the collections of the "Museo di Storia della Fotografia Fratelli Alinari" in Florence.
fondazionematalon.org, alinariarchives.it

P4. Owen project by Kengo Kuma, Design Miami / Basel 2016

Part of the Small Nomad House Project of Galerie Philippe Gravier, presented at Design Miami / Basel 2016, the installation by the Japanese architect Kengo Kuma is a mobile reticular and sustainable zigzag structure that establishes a relationship between architecture and landscape. A large seashell in corrugated metal, clad with a waterproof membrane, ready to modify its structure: the form is inspired by the design of Japanese teacups and fish scales. Courtesy of Galerie Philippe Gravier
basel2016.designmiami.com, kkaa.co.jp

P6. Koi carps, which in Japanese culture are a symbol of love and friendship. The image comes from the installation "KUKAN, The Invention of Space," Panasonic, Milan, FuoriSalone 2016.

Shuichi Furumi (total design & general producer) and Masao Ochiai (visual images - editing) created the installation "KUKAN, The Invention of Space" for Panasonic, presented at the FuoriSalone in Milan in April. Composed of seven vertical panels with 140 55" displays, created to generate - through variable lights, sounds and images - a constantly different and unknown

space, depending on the position and direction of the viewer, inspired by the beauty of nature and a typically Japanese worldview interpreted through a new 'space' that separates and connects Japan and the rest of the world. panasonic.com/it/

P8. Haruka Misawa, "Paper Flowers," from the exhibition

"Takeo Paper Show SUBTLE," 2016, Triennale di Milano, curated by Kenya Hara & Nippon Design Center, Hara Design Institute.
Paper flowers by the Japanese designer Haruka Misawa, created by sharpening a 'pencil' formed by a sheet with different color shadings. The 'shaving-flowers' were on view in April at the Triennale in the context of Takeo Paper Show SUBTLE (curated by Kenya Hara & Nippon Design Center, Hara Design Institute), an experimental exploration aimed at rediscovery of the charm of paper in a contemporary context. Since 1965, Takeo Co. Ltd. has produced Takeo Paper Show, an annual exhibition with the goal of contributing to the culture of paper through design and technology. photo by amana group.
misawa.ndc.co.jp, takeopapershow.com

INSIGHTS

ARTS

P10. ON KAWARA

by Germano Celant

IN 1966 THE FAMOUS JAPANESE ARTIST BEGAN THE SERIES OF WORKS ENTITLED TODAY, IN WHICH THE ONLY DIFFERENCE WAS THE DATE OF THEIR MAKING, WITH A FRAGMENT OF A NEWSPAPER ATTACHED. IF THE ARTIST COULD NOT COMPLETE THE WORK BEFORE MIDNIGHT, IT WAS DESTROYED...

In the history of the contemporary world the dematerialization of art, at the end of the 1960s, led to a gradual shift of focus away from objects towards ideas and concepts, as ephemeral, immaterial matter. This was a manifestation of a lack of interest in the formal evolution of the work, transforming its identity into a mental process. With the term Conceptual Art the emphasis was put on the philosophical and mental value of the aesthetic operation, and material, subjective practice became irrelevant. With respect to the technical stance of painting and sculpting, the artist can now use words or numbers, written or spoken, in pursuit of a rational linearity, a precise methodology. One of the forms of awareness that has emerged from the conceptual approach is the discovery of time, from finite to infinite, from birth to death, regarding both the individual and the society. And if the idea can be identified through a series of definitions, like those produced by Joseph Kosuth, the modes of visual deciphering of time and its passage are always difficult, since time's existence is fluid and mobile. The Japanese artist On Kawara (1932-2014) concentrated on its visual configuration, seeking since 1965 to demonstrate the 'presence' of time in artistic research, making it a perceptible material. To make it visible he 'took over' the calendar, as a physical tool of control exerted over his life and the society around him. His reflections on time coincided with the immanence of his everyday existence, like waking up in the morning, relations with the outside world, encounters, paths through the city. On these banal, repeated events, the artist built systems of representation, typewritten and printed, bringing out objectivity and the impersonal, painted or traced on maps to define chronological and mobile vectors. The investigation on the presence in art of an abstract entity like time and place finds, in On Kawara, since 1965, the first responses in a series of paintings, black monochromes, with an English word at the center, such as Cipher, Art, Untitled and Moonstone. Linguistic terms that because they are visual become artistic terms. They bear witness to his initial relationship with the temporal context in which he moves, from both an operative standpoint, in Art and Untitled, and a historical standpoint, that of space travel, in Moonstone. These are initial attempts to address the problem of the present and the contemporary as the subjects of his doing. He immediately took stock of this in a work composed of three red monochromes with the words One Thing, 1965, Vietnam, which refers to the military escalation of the United States in that Asian country, calling to mind the artist's experience as a child of bombings in Japan. Together with the later Lat.31°25'N Long.8°41'E, which indicates a faraway but real location, these works point to the intention to work on the 'particular moment' that defines the position of the artist in time: his presence in front of others, those who look at the work. A procedure whose subject is the maximum of the contemporary of existence, for a future history. In 1966 the Today series begins, the 'date paintings' that inscribe themselves in the specific history of the day in which the artist makes them, but are connected, by means of their back, by the presence of a newspaper clipping, to the external and contextual history of an era. Each date painting is made following a

specific procedure. The painting has to be sketched out and completed on the same day as its date. If the result is not satisfying, or not completed by midnight, the work is destroyed. It is made using a standard canvas, of different sizes, whose surface is covered with a single color, ranging from dark gray to red, inside which space is left for the inscription of the date, written with letters, numbers and periods, corresponding to the date of making. For each painting On Kawara makes a cardboard box, with a label bearing the title. Starting on 3 February 1967 the artist inserted a clipping from the local newspaper in the box, taking care to include the title and the date of publication. Across 50 years of his career, it is estimated that he made about 3000 date paintings. This production corresponds to a collection of Journals in which all the individual Today pieces are gathered, followed by indications of time, color, location and chronological order of making. It is a way of measuring the infinitesimal aspect of art with respect to the enormous, infinite dimension of time, measured in light years. With respect to its acceleration, On Kawara tries to stop an instant, putting its rapid and uncontrollable transience into relation with his human individuality, as passenger and passer-by in the territory of living. From 1968-69 he sends postcards of places he has visited to friends and colleagues, printing on the back of the image the address and the inscription I Got Up, followed by the hour and minutes of his awakening in the morning. This set runs in parallel to I Met, where on sheets of paper he records, with a typewriter, the names of the people with whom he has spoken, during an encounter in the street. Both I Got Up and I Met have to do with the coincidence between present and voyage: an overlap between temporal and spatial language. The works thus become mediated forms of questioning of one's own presence with respect to the era. Screens of a reality that weds the dimension of the territory, as in I Went, in which On Kawara traced urban paths on maps, with the point of departure and the destination. The perception of the present is renewed in I Am Still Alive, which since 1970 consists of telegrams sent to art historians and collectors all over the world. These are single works that express one moment of life, which is apparently local and limited to the person, but introduces a planetary value of time, since they are conducted through global media: fragments of life that channel the persistence of a simple fact, that of being alive. Life takes form in a temporal interval that is impossible to imagine, that cannot be given boundaries except after the fact. Therefore its length cannot be defined, if not by hypothesizing a void that is concrete in the past but abstract in the future. This is what happens, since 1970, with One Million Years. It consists of a group of 24 files, whose typewritten dates cover the 12 past millennia, while 12 others contain 12 future millennia. These are documents of the impossibility of controlling and knowing history, and of its aesthetic perception. An inaccessible presence that goes beyond the object, though dematerialized.

CAPTIONS: pag. 10 On Kawara, MAR 30, 2001, 2001, from Today series, 1966-, acrylic on canvas, 25.4 x 33 cm. **pag. 11** On Kawara, EVERYDAY MEDITATION, 1970. **pag. 12** On Kawara, I GOT UP, 1968 - 1979, stamped ink on postcards, various dimensions. On Kawara, I AM STILL ALIVE, 1970-2000, various print media and dimensions. **pag. 13** On Kawara, ONE MILLION YEARS, 1970 - 1998, sets of leatherbound post binders in individual slipcases with plastic sleeves and inserted printed matter. Photo: Kris McKay © The Solomon R. Guggenheim Foundation, New York.

INSIGHTS VIEWPOINT

P14. WHERE THEY CREATE

text by Chiara Alessi
photos by Paul Barbera - edited by Carolina Trabattoni

PAUL BARBERA, AN AUSTRALIAN PHOTOGRAPHER AND REPORTER BASED IN NEW YORK, EXPLORES THE STUDIOS OF JAPANESE CREATORS IN THE NEW BOOK "WHERE THEY CREATE" FOR THE DUTCH PUBLISHING HOUSE FRAME. FOR THE PLEASURE OF CURIOSITY, LEARNING, IMAGINING

Photographs of the studios of designers are a bit like pictures of the bookcases of writers, the dinners of models, the homes of celebrities, the anonymous pieces of collectors: they respond to a combined pleasure shared by those who take the pictures and those who observe them, the pleasure of curiosity, learning, imagining. The book Where They Create holds all these aspects together and shuffles the cards a bit, almost treating architects as intellectuals, studios as desks, objects as artworks, spaces as models. After an initial edition on the world, Paul Barbera, the Australian photographer and reporter based in New York, explores Japanese studios in this new publication for Frame (www.wheretheycreate.com). Light, nature, rarefaction, rigor. These images do not only show us how designers work, but also reveal what

they see while they work. We imagine rituals made of gazes, solemn moments steeped in basic, traditional simplicity, glimpses of nature that make room for themselves amidst concrete, isolated silences in interiors, metropolitan noises outside. When it seems as if the representation corresponds to our idea of Japan, Barbera introduces a leap forward, unexpected, interrupting the continuity of the associations that come to mind to more or less all of us when we think about Japan, taking the studios into a universal atmosphere that is closer to a Platonic ideal of a transcontinental workshop: models in the studio of Torafu; details in the Japanese book stand by Kenya Hara; the bookcase of Tadao Ando; the disorderly order that alternates high and low, anonymous tradition and signature design, image and understatement in all the studios visited. But then the writings, the plants, the finishes, the exteriors are also there, which could only be Japanese, kilometers away from our world. The studios of architects in Europe have long been places of image, serving to broadcast their image rather than for any intimate, domestic orientation. In the studios of Japan, the impression is that the public and private dimensions blend, almost as if the work responds to a demand that comes from intimate depths, and returns there to find its ultimate, convincing justification. Paul Barbera asks every architect, graphic designer, stylist, product designer or art director whose studios are shown the same simple questions, revealing surprises that have more to do with what one is than with what one does, and always have to do with the space in which one lives, or lives while working: What might surprise me in your space? Does this studio have a particular history? Describe your ideal workplace in three words, etc. Reading the answers first and then looking at the images creates a special, disorienting effect, as if photography, in the end, could demonstrate that it is the most effective tool of the interviewer.

CAPTIONS: pag. 14 The story in images told by Paul Barbera, from the book slated for release in October "Where They Create / Japan," offers a curious and unexpected look at the workspaces of Japanese creators: architects, designers, fashion designers, graphic artists, artists... On this page, the creative order of the studio **Tadao Ando Architects and Associates** in Osaka. **pag. 15** Details of the studio of **Torafu Architects** in Tokyo with Koichi Suzuno and Shinya Kamuro at work. Below, the prototype of a desk cabinet with stool. **pag. 16** On this page, the Hara Design Institute in Tokyo helmed by **Kenya Hara**, co-author with Andrea Branzi of the exhibition "Neo-Prehistory" at the Milan Triennale. **pag. 17** On this page, **Jo Nagasaka** of the studio **Schemata Architects** at the workbench in the creative space in Ginza.

P18. TO BE AND NOT TO BE

by Stefano Caggiano

WHILE WESTERN AESTHETICS FOCUSES ABOVE ALL ON FORM, ORIENTAL AESTHETICS TRIES TO DEPICT THE 'FORMATION' OF THINGS, INSERTING THE ACT OF DESIGN IN AN OPEN DIALOGUE BETWEEN PRESENCE AND ABSENCE

Design culture has always had a philosophical foundation. To design, in fact, means to 'make something be,' something that did not exist before. Coming to be, things take on a form that separates them from a previous state of indetermination, and the more stable the form is, the more it will seem to be 'true,' based on the premise that the essence remains while the appearance changes. So if already for the Greeks the form (morphé) was what gives determination to things, the Renaissance painters developed a visual technology to define objects according to geometric laws. Western aesthetics is the narrative of this long struggle (heroically embodied by the failure of Cézanne) between the human eye that sees things change depending on the vantage point, and the determinacy of forms conceived to be stable. The oriental approach is completely different, where being is not something fixed, but a process in a state of becoming. In the Japanese tradition, in fact (and already before that in China) the form is a momentaneous 'figure' that is manifested on the crest of a wave of a continuous flow: what makes things be is a 'breath' (ki) that inflates the form just as ripening fills out fruit, directing it towards its own disappearance. This is why Japanese art has always favored representation of shadow, the moment of dusk when contours get blurred. While western aesthetic has chosen to draw by the light of an immobile sun, all the way to the dazzling extreme of Metaphysical painting, the oriental aesthetic has made its territory that of presence shaded by absence, a being mixed with the void. The two sides of the Taijitu (one white, one black) each containing the principle of the other express this dialectic (rather than the naive opposition between good and evil). The western project erases the void and puts a full being in its place, compact, total. The oriental project limits itself to 'shifting' the void to make room for the things that are born, without dissipating the void as such, even respecting its 'mass' as the presence of an absence, represented by the long pauses in the tea ceremony or the space between the rocks in a Zen garden. The plastic shaping of the void permits the manifestation of

forms inside the eternal flow of the indeterminate. The being is not something stable, but a momentaneous aesthetic ripple of the void.

CAPTION: pag. 18 Clockwise from top: Antonio Marchetti Lamera, *Raggi ombrosi 9, 2015, mixed media on canvas, 150X150* (courtesy Galleria Gagliardi & Domke); Antonio Marchetti Lamera, *Raggi ombrosi 4, 2015, mixed media on canvas, 150X150* (courtesy Galleria Gagliardi & Domke); Antonio Marchetti Lamera, *Raggi ombrosi 3, 2015, mixed media on canvas, 150X150* (courtesy Galleria Gagliardi & Domke).

INsights EXHIBITIONS

P20. ACROSS THE CONSTELLATION

by Guido Musante

AN EXHIBITION AT MOMA SHOWS HOW THE LEADING FIGURES IN JAPANESE CONTEMPORARY ARCHITECTURE SHARE AN ALTERNATIVE MODEL OF PRACTICE WITH RESPECT TO THE INDIVIDUALISM OF THE 'STARCHITECTS.' WE TALKED IT OVER WITH PEDRO GADANHO, CURATOR OF THE SHOW ALONG WITH PHOEBE SPRINGSTUBB

At MoMA, the exhibition *A Japanese Constellation: Toyo Ito, SANAA, and Beyond* narrates some of the leading figures of the contemporary Japanese architecture scene as a multiple "subject," an alternative model to the collection of individualities commonly defined as the "starchitects." We asked Pedro Gadanho, curator of the exhibition, formerly the director of Contemporary Architecture at MoMA and now Director of the MAAT in Lisbon and Phoebe Springstubb, Curatorial Assistant of the Department of Architecture and Design at MoMA to tell us about it.

■ A JAPANESE CONSTELLATION GROUPS, IN A RADICAL MODEL, THE PRACTICES OF A SPECIFIC GROUP OF CONTEMPORARY JAPANESE ARCHITECTS. WHAT ARE THE PARAMETERS OF THIS IDEA OF RADICALISM?

A Japanese Constellation is one of MoMA's first exhibitions in ten years to focus on architecture from a particular country, and the first dedicated solely to Japanese architects. The exhibition is unique in its focus on the close professional relationships and shared innovations that link a group of contemporary Japanese architects: Toyo Ito, Kazuyo Sejima, Ryue Nishizawa, Sou Fujimoto, Akihisa Hirata, Junya Ishigami. With its idea of a network of luminaries at work, the exhibition is intended as a reflection on the transmission of an architectural sensibility. It puts forth an alternative model of practice to what has been described as an individuality-focused "star-system" in contemporary architecture. The parameters of this model are a radical aesthetic, which is notable for the influential use of material lightness and transparency, bold structural invention, and nonhierarchical spatial thinking. At the same time, these architects featured are notable for their refreshing commitment to the social lives of their buildings, reviving a social conscience that characterized earlier avant-gardes.

■ TOYO ITO IS AN IDEAL STARTING POINT FOR THE STORY: WHICH FEATURES OF HIS WORK HAVE MOST INFLUENCED THE YOUNGER DESIGNERS?

Many aspects of Ito's influence can be traced to the Sendai Mediatheque (2001), which is the starting point of the exhibition. Many of its features carry throughout his practice: a preoccupation with structural experimentation as a way of reinventing the spatial experiences of the architecture; the use of nature and the organic as both spatial metaphor and dynamic structural force; the distortion of the modernist grid as a way to create more intuitive, vital interior spaces. Across his long-spanning career, each project has been approached through a fresh conceptual framework rather than in pursuit of refining a single form or style. In this way, he is not just a mentor to but a close observer and avid conversationalist with the younger generation of designers. A further critical component of Ito's influence has been his call for renewed social responsibility in architecture.

■ WE ARE ACCUSTOMED TO ASSOCIATING KAZUYO SEJIMA AND RYUE NISHIZAWA, THROUGH THE PROJECTS OF SANAA. WHAT, INSTEAD, ARE THE MAIN DIFFERENCES BETWEEN THE TWO?

Sejima's and Nishizawa's independent practices allow them each to test their own intensely experimental ideas. These projects are often designed for the more intimate scales of community and domestic spaces and for a local context (Japan). One could pinpoint differences between specific projects. For instance, both have created richly experimental alternative typologies for the single-family house—Sejima's House in a Plum Grove (2004) creates an intensely insular experience of the house, dividing the interior into many varied private spaces, while Nishizawa's Moriyama House (2005) breaks apart the envelope of the house to create a series of hybrid, communal spaces. In many ways, though, their individual practices might be seen

as part of a broader continuum with the work realized under the heading SANAA—aspects of individual projects feed into the collaborative work. Likewise, the projects of SANAA often act as catalysts for further exploration in the individual practices.

■ OBSERVING CERTAIN PROJECTS, IT WOULD APPEAR THAT THE INNOVATION DOES NOT HAVE TO DO WITH LANGUAGE IN THE STRICT SENSE OF THE TERM, BUT WITH A RADICAL RETHINKING OF THE IDEA OF SPACE...

Yes, Fujimoto for instance, has often described the garden as "the initial state of architecture." These natural metaphors—from the garden to clouds and forests—form the starting points for many of his projects, due to their potential to establish ambiguous, nearly formless spatial conditions that can dynamically relate multiple, disparate elements.

■ THE CONCEPT OF THE LIMIT IS INTRINSIC TO JAPANESE CULTURE. JUNYA ISHIGAMI MANAGES TO EXPLORE IT IN A PERVASIVE WAY...

Ishigami's work is recognized for its evocative explorations of the physical limits of what can constitute architecture—he explores how extraordinarily thin a structure can be without losing its integrity, or how vast an interior space can be while maintaining the sense of enclosure. A project like his proposed Kanagawa Institute of Technology (2009), in which the interior appears to expand infinitely, approaches an architecture that is much closer to notions of landscape. This idea of the "limit," or extreme condition, informs the work of all of the architects in the exhibition to varying degrees. It could be described more generally as an interest in returning to the perceptual or phenomenal experiences of architectural space—creating designs that emphasize the changing relationships between people and spaces, and that reimagine daily routines and ways of living over the "object-ness" of the architecture.

■ WHICH STARS DO NOT APPEAR HERE, BUT COULD BE PART OF A FUTURE CONSTELLATION?

A future *Constellation* could be expanded to include the many young architects who have passed through Ito's and Sejima's studios, for instance, Maki Onishi of o+h, a protégé of Ito's, and Florian Idenburg of SO-IL, who worked for many years in SANAA's office. A parallel lineage in such a constellation might be dedicated to the innovative structural engineers—from Mutsuro Sasaki to Masato Araya—who have worked closely with the architects in realizing their radical aesthetics.

CAPTIONS: pag. 20 The roof of the Meiso no Mori Municipal Funeral Hall in Gifu, Japan, created by Toyo Ito in 2004-06 (photo courtesy Toyo Ito & Associates, Architects) **pag. 23** Above: Ryue Nishizawa, Teshima Art Museum in Kagawa, Japan, 2004-10 (photo courtesy Office of Ryue Nishizawa). Facing page: Akihisa Hirata, Showroom H Masuya at Niigata, Japan, 2006-07 (photo courtesy Nacása & Partners Inc.).

P24. SECRET JAPAN

by Andrea Branzi

Toyo Ito, Kazuyo Sejima and Ryue Nishizawa, protagonists of the exhibition at MoMA, are three important representatives of that generation we might call 'post-Kobe': as we know, in 1995 the city of Kobe was struck by a terrible earthquake that caused 6434 deaths and the destruction of most of the city, which in that moment was a model of functional quality and elegance. Japan is a country historically subject to earthquakes, tidal waves, typhoons and fires, but unlike the Western tradition that sees natural catastrophes as events pertaining to the unpredictability of nature, in Japan natural disasters are considered meaningful parts of the 'cultural history' of the country, and opportunities for critical reflection on the anthropological strategies put into practice there. In 1995 Japan was developing according to the American post-modern model, heavy and congested, but substantially rigid and fragile; the Kobe earthquake was an opportunity for a radical breakthrough, towards lighter, more elastic and, we might say, more Asian architecture; the 'post-Kobe' generation thus interpreted the disaster to experiment with new, decongested, light, elegant design. In a certain sense, a new architecture that built on older roots, a design culture that did not come from theoretical or ideological premises, but from the age-old capacity of Japan to rethink itself, triggering the new with the ancient, without prejudice and without rigid polarities. It is no coincidence that modern Japan was born without cultural or political avant-gardes, but by incorporating everything that might be useful to improve life, especially in the home, without sacrificing old local traditions. This gentle strategy, so different from our Catholic and rationalist approach, for which every choice has to be definitive according to the Hegelian (and mechanical) logic according to which a thesis is countered by an antithesis and, therefore, a synthesis. In Japan even the various religions coexist without conflict: Shintoism, Buddhism and the Catholic religion are a set of ceremonies that can be selected de-

pending on necessity. Space and time are not Kantian categories, but are both indicated with the word *ma*, which means interval, without pointing to determined perimeters or schedules. In this sense, in Japan everything is temporary and reversible, ancient and modern are interchangeable: Shinto temples are made with interlocking parts, without glue, welding, nails or bolts; every part can be dismantled and separately restored. The generation 'after Kobe' does not identify with a new compositional code, but with a delicate, semi-liquid *gluten*, where interior spaces generate white films of vibrant volumes, in keeping with the very ancient Japanese tradition where what predominates is not the power of the external image, but the noble quality of the internal furnishings that determine the central nucleus of the habitat: bonsai, painted silks, tatami mats, the *tokonoma*, jade, porcelain, paper lanterns, miniatures of the dead or of the Buddha. The exterior walls are made of woven canes, wooden panels, ceramic tiles. The Imperial Palace does not stand in the center of Tokyo, but is concealed in a flower garden, composed of low pavilions that contain the treasures of the divine origin of the kingdom. In the Western tradition man moves from one object to another, while in the Japanese tradition man is seated at the center of the space, surrounded by small things that constitute the most important virtue of domestic space, which is not luxury or functionalism, but simply hospitality, representing the central quality of that civilization. Rather than the grand landscapes of nature, the Japanese prefer small private gardens, where a fountain and large stones simulate a private, poetic, reserved nature. In the exhibition at MoMA urban utopias do not emerge, as in the days of Kenzo Tange, but delicate buildings, like simple white vibrations. For this reason, we can admire the freshness of the white models of Kazuyo Sejima or the intelligent elegance of Toyo Ito, but we cannot grasp the long path behind them, the sense of the transience and eternal transition that forms the basis for these masterpieces; shifted into our cities, rigid and congested with compositional messages, they immediately lose the grace and mystery from which they were born. The very urban order of our settlements is extraneous to them: in Tokyo, in ancient Edo, in Kyoto, the streets have no names because those capitals were built on rice fields and swamps, amidst cultivated fields, not based on layout diagrams. From these origins and these mobile horizons, our law of perspective reveals its metaphysical, abstract, ideological nature. Everything is contaminated and overlaps. Until a few years ago there were no galleries of modern art in Japan, and exhibitions were held in department stores; there was no room for abstract reflections, but only for examples of applied arts, crafts, religious symbols. In this sense, Japan is a profoundly atheist country, because it does not possess a metaphysics if not that of the morality of doing the things of the world properly. Political ideologies do not belong to its DNA, and the only stable point of reference has remained the emperor; everything else is floating, temporary. Life is a game, a set of norms, fashions and mysteries.

CAPTION: pag. 24 Sou Fujimoto, House N, Oita, Japan, 2006-08 (photo courtesy Iwan Baan).

INSIDE ARCHITECTURE

P26. TIMELY BAROQUE

project by **TOYO ITO ARCHITECTS**

photos by Federico Bautista - text by Matteo Vercelloni

THE **MUSEO INTERNACIONAL DEL BARROCO** STANDS IN THE METROPOLITAN PARK NEAR **PUEBLA** IN MEXICO. TOYO ITO HAS DESIGNED IT AS A **GATHERING PLACE** OF REFERENCE FOR THE TERRITORY, AS WELL AS A **MUSEUM** THAT CONTAINS AND NARRATES THE COMPLEX EPISODES OF THE STYLE OF AN ERA; VERY FREE ARTISTIC EXPERIMENTATION THAT IS THE RESULT OF DISCIPLINARY CONTAMINATIONS AND INFINITE HYPOTHESES

In the light of the developments of the design scene in the new millennium, of the objective condition of pluralist expression and the collapse of ideological tenets, the term "Baroque" used as an adjective, already in the 18th century, to negatively identify characteristics of formal complexity and decorative redundancy in architecture, can now be seen in its historical sense, with the value of a positive and timely message. The pursuit of 'movement', a leaning towards the infinite, the antidogmatic use of the Greek-Roman classical language, light as 'material' of architecture, the capacity to reflect the rise of a "new vision of the world of its time, revealing in its perceptive modes the meaning of the new positive and dynamic infinity being proposed by all of culture, and by the sciences" (Dino Formaggio, *Il Barocco* in Italia, Mondadori Editore, 1960): all this can be rediscovered in the complex, dynamic pe-

riod of the Baroque. As Formaggio acutely observed in his famous book, "The Baroque also represents the discovery of an idea of artistic endeavor in the sense of contemporary culture; it is the first celebration of the most unfettered freedom of art, precisely as art and artistic technique, not as canonical revelation of ideal beauty. [...] Precisely in this taking of independence and specificity of unbridled freedom of an art capable of experimenting with its power to produce meaning, infinitely and in all directions, lies the true and extraordinary timeliness of the Baroque, as well as its precise historical character." Words that after half a century remain a reference point of surprising modernity with respect to the complexity of the dynamics of contemporary design, its interdisciplinary condition and the value of necessary experimentation conducted at multiple levels. All this is the field of reference of the project for the Museo Internacional del Barroco (MIB) that Toyo Ito has designed inside the Reserva Territorial Atlixçayotl, near Puebla, Mexico. A courtyard building on two levels that starts with an orthogonal grid of large interconnected exhibition spaces, then slightly distorts the layout, deploying a sum of partitions in movement able to form a sculptural figure that establishes a relationship with the theme of the museum itself, and its displays. In this sense, Ito reinterprets the meaning of the Baroque in a contemporary way; in the fluid dimension of the spaces and the facades, the strategic use of light called upon to shape the interiors and bring out the dynamism of the exteriors with the changing shadows throughout the day, and in the compositional experimentation of the whole. The museum, facing a reflecting pool on three sides, with a plaza that welcomes visitors after the entrance bridge, develops an itinerary of thematic rooms inside, after a two-story space with a helical staircase (another tribute to Baroque architecture) leading to the first floor, with the terrace and cafe-restaurant, offices and educational workshops. Each room is connected to the next by a spatial hinge that is transformed, at two points, into evocative light wells, projected towards the sky; effective and concealed internal towers that take part, like complete characters to be discovered, in the theatrical atmosphere of the exhibition spaces. The rooms on the ground floor, which besides the exhibition spaces also provide an auditorium, a conference room and a gift shop, border the large central patio with another pool of water at its center, echoing the water outside but transformed, in this case, into a protected zone, an open-air hall. Crossing the architecture, one discovers the architecture, history and forms of the Baroque: "The style of humanity in the 1600s, refined through the fundamental ideas of positive and dynamic infinity [...] an attempt to completely redeem the freedom of art and the natural, irrational passions of man" (D. Formaggio).

CAPTIONS: pag. 26 View of the side of the entrance with the access bridge from the pedestrian plaza and the custom benches. The sculptural concrete wings of the facades have been developed in collaboration with the Mexican company

DANSTEK, specializing in prefabricated concrete. **pag. 28** Above, the inner patio with the irregular reflecting pool that echoes the one outside. Furnishings by Kazuko Fujie Atelier. Right, the cafe on the roof terrace. Lower left, axonometric scheme of the volumetric composition and, to the side, the overall plan. **pag. 29** View of one of the two evocative internal full-height towers connecting the rooms of the museum. **pag. 31** To the side, the helical staircase leading to the first floor, in the large two-story lobby. Right, view of an exhibition space.

P32. HOUSE IN THE SKY

project by **TAKURO YAMAMOTO ARCHITECTS**

photos by Ken'ichi Suzuki Photo Office - text by Laura Ragazzola

IN KANAZAWA, THE ANCIENT CITY FACING **THE SEA OF JAPAN**, A VILLA GAZES AT THE SKY AND ESTABLISHES A DIALOGUE WITH THE CITYSCAPE THANKS TO A **GAME OF FULL AND EMPTY ZONES**. TURNING LIMITATIONS OF SITE AND **SPACE** TO ITS ADVANTAGE

Public and private, urban and domestic landscape, outside and inside. The White Cave House, a project by Takuro Yamamoto, reflects (and repairs) these schisms. An outstanding exponent of the under-50 generation of Japanese architecture, since the start of his career Yamamoto (who opened his practice in 2005 in Tokyo) has been an architect of 'relations', i.e. always designing and experimenting with spaces where individual everyday life opens to the world, and the defense of privacy – one of the most important and recurring concerns of Japanese contemporary architecture – never overshadows the desire to live with others. This is precisely what happens in this latest creation. Built on a 400-square-meter lot in the suburbs of the Japanese city of Kanazawa, a gem of feudal Japan, the house exploits the complexity of the site (a rather anonymous, densely inhabited peripheral area) and transforms defects into advantages thanks to unexpected solutions. Yamamoto, in fact, refrains from raising simple divider walls to banish external reality, working instead by subtraction, reducing surfaces or even eliminating them. The building is only ap-

parently solid and compact, because a series of visually interconnected 'voids' create a 'tunnel' (hence the name 'cave house') that opens the dwelling to the sky and the city. But this is not a linear path. It bends in an L-shape to form a large inner courtyard that provides maximum privacy. The whole living area faces this zone, with a large glass front that perfectly coincides with the facade of the ground floor, erasing the threshold between inside and outside. The internal space extends outward seamlessly, as demonstrated by a long cantilevered shelf that 'magically' continues its path from the living area, extending into the courtyard through the glass. On the side towards the street, the game of full and empty parts becomes functional to create a garage area, while at the same time providing a covered space to protect the entrance of the house (in the winter this city often experiences large snowstorms). The upper level is more intimate, entirely set aside for the bedroom zone. But here too Yamamoto manages to surprise us, covering the terrace with a thin veil of water that 'captures' the sky, bringing it inside the house. The clouds (and the stars) become the protagonists, shifting the gaze upward, away from the disorder and decorative noise of the surrounding cityscape. Finally, the choice of total white brings an airy sense of light to the volume of the house, making it into a sort of landmark. Except in the snow, when the landscape erases the architecture.

CAPTIONS: pag. 32 While from the outside the house looks like a compact solid (small photo on facing page), inside the perception of the space is shaped by the alternation of volumes, different in form and height, which allow natural light to flood in. As in the inner courtyard (on this page) or the roof of the terrace (to the side), where a veil of water magically reflects the sky. **pag. 35** A tunnel, almost a 'chimney' of light, projects the house towards the city (to the side) without sacrificing family privacy: the daytime area, in fact, faces only the inner courtyard, thanks to a large glass surface (above). The bedrooms are on the first floor (see section to the left) which also features a terrace (upper left). **pag. 37** Two striking nocturnal views of the house: to the side, the two solid fronts, facing the street (with only two small windows); on this page, the living area organized as a large open space where the kitchen, dining room and living area share the same territory. The minimal furnishings provide solutions of great impact, like the shelf that extends into the garden.

P38. AN OPEN LOOKOUT

project by **MOUNT FUJI ARCHITECTS STUDIO**
photos by Ken'ichi Suzuki - text by Antonella Boisi

IN JAPAN, CAMOUFLAGED IN THE HILLY GREEN LANDSCAPE OF THE MANAZURU PENINSULA, A HOUSE IN WOOD AND SLATE THAT EMBRACES THE HORIZON OF THE SEA, LIKE THE DECK OF A SHIP

Constructive logic, displayed as the distinctive trait of the project: since 2004 Masahiro Harada + MAO (principal) and Kazuyoshi Nomura (partner), brilliant young Japanese architects of the Mount Fuji studio based in Tokyo, have made this the earmark of architecture immune to ornamental concessions, always driven by a dialectical relationship with the site of intervention. In the design of this weekend guesthouse on the peninsula of Manazuru (a Japanese town in Kanagawa Prefecture), standing on a hilly site that follows the gentle slopes of the topography towards the south, the jointed composition of the architectural object is inspired by the greenery of a lush landscape of broadleaf trees that encounter the expanse of the Pacific Ocean on the horizon. "To build something in such a rich natural environment," says Masahiro Harada, "it seemed inappropriate to apply a rigorously self-contained order, like an urban lot densely developed on all sides, physiologically short on light and privacy. The large horizontal vistas, following the shape of the terrain, and the passion of the clients and their guests for beachcombing stimulated us to configure a type of open, dynamic order, flexible in the use of spaces, gradually regulated in relation to the surroundings." The typology of spatial reference became the very open configuration of overseas lofts, assembled in a clear geometric scheme: three linear volumes of different heights, two parallel to each other and a third placed diagonally that overlooks the other two, intersecting them and connecting them. One is for private spaces, one for a studio-atelier, and another is for the communal living-dining-kitchen zones, with the elements of vertical connection between the various parts. "The lower, intimate level was ideal for sleeping, to organize the spaces of the three bedrooms," Harada observes. "The luminous upper level was ideal for the dining and kitchen zone, the place of socializing par excellence, which extends outdoors with an absolute terrace, like a lookout point over the sea, not unlike the deck of a ship." The two-story living area in the central volume thus took on the role of the symbolic heart of the domestic landscape. It features a full-height glass facade marked by a checkerboard of metal and wood casements that frame the most beautiful views of nature with the placement of the windows. Inside, in a subtle figurative analogy, this surface corresponds to that of the wall with shelving that incorporates the

furnishings in the architectural structure: the ordering element of the space that functions as a spine of reference while at the same time taking on great expressive value. As Harada explains, "the standard pillar-beam construction system adapted to a section with a thickness of 38 mm, aligned in an arch of 830 mm, configures a series of L-shaped units in LVL (Laminated Veneer Lumber) to clad both the wall and the ceiling. These units - reinforced by a power beam and column made from a log of natural seasoned spruce with Douglas Fir treatment - and organized on three size scales (large, medium and small), have been positioned so that every part overlaps the others, giving rise to irregular spaces and corners that are not conceptually determined by an absolute geometry, but in relation to a range of specific coordinates, like the natural lines and position of the existing trees, the views towards the sea, the physical character of the materials in terms of volume, texture and density, or the balance between the fluidity and solidity of the parts. The process of regulation of these factors, in terms of mutual harmony and dialogue, is what determines the form. And since the order adopted for the structure of the house relates to the open character of the surrounding environment, this dialogue extends to the sea, the forest and the landscape." Little need be added. To outfit this serene habitat harmony only the essential is required: a large sofa in tones of gray, a fireplace-stove for the cold season, Tripolina chairs in fabric and metal with bright colors that stand out in the wooden enclosure and against the black slate tiles of the floor, a ladder and a suspended staircase in wood and steel with a graphic silhouette to respectively connect the two upper levels open to the living area and visually communicating with each other, like ideal galleries on a domestic stage.

CAPTIONS: pag. 38 Exterior view of the house. On the right, the two-story living area with, in the foreground, the sofa produced by BoConcept that stands out against the black slate floor. The glass wall paced by the checkerboard of casements in metal and wood frames landscape views with the placement of the windows, while the bookcase wall incorporates, with its shelves, the furnishings in the architectural structure, reinforced by a powerful beam and column made with a single log of seasoned spruce with Douglas Fir treatment. **pag. 41** Another view of the living area. On the facing page, the convivial kitchen-dining zone, on the upper level, in direct communication with the terrace overlooking the sea, thanks to glass walls featuring the recurring checkerboard pattern of the metal casements. In&Out, the deck and the floor are made with cypress planks. In the drawings: above, the plan of the house and, below, an exploded detail axonometric. **pag. 42** View from above of the volume that contains the studio-workshop spaces; above, a longitudinal section; on the right, the interior of a space set aside for guests, again ordered by the L-shaped wooden form of the enclosure. **pag. 43** Details of a private bedroom (with floor in oak) and bath on the ground floor.

P44. READY FOR TAKEOFF

project by **DGT Studio/ Dan Dorell, Lina Ghotmeh, Tsuyoshi Tane**
photos by Takuji Shimmura - text by Antonella Boisi

IN TARTU, ESTONIA, THE ESTONIAN NATIONAL MUSEUM WILL OPEN ITS DOORS IN OCTOBER, BUT IT HAS ALREADY 'LANDED' WITH ITS HIDDEN TREASURES ON INTERNATIONAL STAGES, FIRST OF ALL THAT OF THE VENICE BIENNALE. HERE'S A PREVIEW OF ITS **ZERO-IMPACT DESIGN** BY THREE YOUNG AWARD-WINNING ARCHITECTS

The architect is "a bricklayer who has learned Latin," Adolf Loos said. The concrete promenade stretching towards the horizon, a symbolic representation of Estonia's takeoff and openness to the world, corresponding to the aerial image of the Estonian National Museum of Tartu designed by Dan Dorell (Italian), Lina Ghotmeh (Lebanese) and Tsuyoshi Tane (Japanese), on a former Soviet air base, immediately tells us that in this case the 'bricklayer' is multilingual indeed. Trained under the likes of Jean Nouvel, David Adjaye, Norman Foster and Renzo Piano, these young architects who have worked together in Paris for ten years, ever since they founded the studio DGT in 2006, have made a philosophy based on principles of multiculturalism, experimentation and ecology their linguistic signature. Thanks to which, having brilliantly passed some tests - two will suffice: the worldwide display facilities of Renault and the competition won for "Reinventer Paris" (the innovative reinterpretation of the Gare Masséna site, transformed into an area of agricultural production and organic conversion) - they have been able to try their hand at designing this new museum in Estonia, slated to open to the public before the start of October (29 September, to be precise). "It is a building with low energy consumption, to reduce operating costs, as requested by the client, the Ministry of Culture of Estonia," says Dorell. "The museum bears witness to the culture of a country closed between Russia, Latvia and the Baltic Sea, a place that is now in the avant-garde on a technological level, but has been involved in complex historical developments

that led to the recognition of its rights only after the collapse of the Soviet Union. (Independent since 1991, Estonia became part of the European Union in 2004, ed.). The museum will also function as a center for research and creation of a national identity projected into the future." Quite a challenge, given the fact that the museum is located on a former Soviet air base camouflaged in a landscape covered with snow for many months each year, with temperatures ranging from -20 to +30°C. The designers have approached the situation with a good dose of realism. "First of all, we thought about a building with low environmental impact, in dialogue with the context, which was seen as a resource to be utilized and enhanced," Dorell continues. "The operation took ten years: there were a pool of lake water, the ruins of a mansion that was the home of the first Estonian museum, an old vodka distillery, and traces of runways on the terrain, extending for 1.5 kilometers. All to recover, reclaim, reorganize in dynamic relation to the area set aside for the compact volume of the new museum. The latter has facades in triple layered glass with a screen-printed outer skin that wraps it like a shell, offering glimpses, in a game of visual transparencies and veils, of the internal spatial landscape: the exhibition spaces, the library, the cinema-auditorium, the study halls, the archives, offices and storerooms, the restaurant and cafe zone. A total area of 34,000 square meters." The element that guides the entire visitor experience is the roof line of the building, slightly inclined, overhanging the main entrance: 360 meters of extension with a thickness of over one meter, conceived as the ideal continuation of the former runway, transformed into an outdoor exhibition space for large-scale installations, concerts, dance or traditional Estonian choir performances. In the design, this roof line gradually decreases in height from 12 meters at the entrance space to 3 meters at the opposite end, where it meets a second entrance directly communicating with the runway-promenade. "The first corresponds to the daily use of the building and its encounter with the exhibition spaces, the library, the shops," Dorell explains, "while the second is used in the evening, organizing the route from the runway to the indoor restaurants, and the hall for concerts and theater performances. Other entrances, for the researchers and staff, for trucks and technical equipment, are placed at the sides. One is also at a lower level to permit connection to the accessorized areas around the revitalized lake, to be used for boating in the summer and ice skating in the winter. The auditorium is also below ground level and establishes continuous visual contact with the lake and the nature of the place, thanks to the glass facades. Those facing north have been studied to avoid direct light on the exhibits; those to the south, on the other hand, for the offices and research center, are designed to 'harness' the largest possible quantity of natural light. As a percentage, in any case, we have tried to reduce the glass portions and extend the roof, measures that together with the overall insulation of the volume reflect the need to limit energy consumption. The same intent lies behind the radical choice of placing the 10,000 square meters of the national archives below ground, which contain about 140,000 objects: here the space truly works on passive energy, thanks to the use of special materials for the walls, from Denmark, that absorb humidity and release it when required, keeping temperature variation below one degree over the course of the day." The technical lighting has been done with products by iGuzzini, while the use of local materials roots the architecture in the place, reflecting its original colors. Polished concrete has been used for the floors (with oak in the library only), pale gray plaster for the walls, stainless steel for the grille-panels of the suspended ceilings. The custom furnishings in all the spaces, from the offices to the exhibit areas, have been made by Estonian manufacturers (with the exception of the permanent exhibition rooms, assigned to local partners). The facility will be fully completed in a few months' time. Meanwhile, for those interesting in knowing more, there is the Pavilion of the Baltic Countries at the Venice Architecture Biennale (until 27 November), where on 26 May the project of the Estonian National Museum won the Grand Prix Afex 2016 de l'architecture française dans le monde.

CAPTIONS: pag. 45 View of the southern facade of the museum, lit up at dusk, with the evocative effects of visual transparency and veiling produced by the triple glazing. On the facing page, portrait of the designers: from left, Dan Dorell, Lina Ghotmeh and Tsuyoshi Tane. In the drawing, a longitudinal section. **pag. 46** Right, view of the main entrance, under the overhanging roof that introduces, in a space 15 meters in height, the dynamic torsion of the volumetric composition. Below, view of the second entrance on the opposite side (where the height decreases to 3 meters), in direct visual communication with the former runway of the Soviet air base, transformed into an outdoor exhibition area (in the drawing). Below, overall aerial view of the site. In the drawing on the facing page, the southern facade. **pag. 49** Interior views of the new Estonian National Museum, now being completed. Note the screen-printed Rainscreen produced by Saint-Gobain that forms the outermost layer of the building, with triple glazings on a metal framework, suspended ceilings of stainless steel panels, floors in polished concrete and walls finished in pale gray plaster. Technical lighting fixtures by iGuzzini

DesignING TALKING ABOUT

P50. MINI & ZEN

by Laura Ragazzola

THE WEEKEND HOME CREATED BY MUJI, WHICH IN JAPAN HAS JUST DEVELOPED **THREE PROTOTYPES FOR PREFABRICATED HOUSES**, DESTINED TO FIND THEIR WAY TO EUROPE AS WELL. DESIGNED BY **FUKASAWA, MORRISON** AND **GRCIC** WHO IN AN INTERNI EXCLUSIVE OFFER A PREVIEW OF THEIR 'HUTS'

NAOTO FUKASAWA: HUT N. 1

How did the idea for 'your' Muji Hut get started? From the need to simplify our lives. If we concentrate on the idea of using the house as a small refuge only on weekends, far from the chaos of the city, our way of living can become 'easier'... and this is already enough to make life more serene! The Muji Hut was conceived as a sort of second home: it is a bit larger than a camper, but much smaller than a classic house. That's the concept.

Do you think it could become a form of emergency shelter? Of course. In difficult situations, dramatic events, it could be an excellent solution. Not just for its functional quality and quick construction methods. Its characteristics of essential, pure, almost primitive space make it a place where people feel better. The aesthetic aspects are put into the background, let's say, to focus on the essence of the spaces. I think that can make people happy.

What are the main characteristics (materials, finishes, construction modes) of your mini-house? We should first say that three designers took part in this project: me, Konstantin Grcic and Jasper Morrison (on the following pages, ed.). by chance we used three different materials: Jasper has cork, Konstantin aluminium, and I have wood.

What does the Muji Hut represent, in your view? In Japan I own a small home, in a very beautiful place, on the slopes of a mountain, where I (happily) spend my weekends: since I am very well aware of what it means to live (well) in a small shelter, I wanted to share this experience with others... that is the very simple reason behind my project.

CAPTION: pag. 51 On these pages, the 'wooden hut' designed by Naoto Fukasawa (portrait above) for **MUJI**. The Japanese designer chose wood as the main material for his prefabricated module. The furnishings (top) are minimal.

JASPER MORRISON: HUT N. 2

How did this mini-project get started? Muji had already formed a partnership, in Japan, with a company that makes prefabricated modular homes: so the idea of developing a mini-house for weekends was a natural extension of a project already in progress.

What are the main characteristics (materials, finishes, construction modes) of your mini-house? I have thought of 'my' Muji Hut as a place to spend weekends in full comfort. The layout calls for a single space, apart from the bathroom. The walls are made with wooden panels and most of the floor is in maxi-tatami mats, with the exception of the kitchen, where for practical reasons I chose concrete. The exterior of the prototype is in cork, a material with good insulating properties, but there is also the option of using wooden boards or panels.

What function do you imagine for your Muji Hut? Why? I imagined it for my family, and I was fascinated by the (democratic) idea that a person could purchase a small piece of land and build a micro-house there at a reasonable cost.

The project was born in Japan, where people pay close attention to the use of space: how do you think it will be received in Europe? I believe it will definitely be more difficult for us Europeans: we are not used to putting the bed into the cupboard every morning! But there's always time to learn...

CAPTION: pag. 52 Jasper Morrison (portrait below) chose cork for his hut. A maxi-tatami mat on the floor unites the daytime and nighttime zones, while a 'strip' of concrete defines the dining area.

KONSTANTIN GRIC: HUT N. 3

What uses have you imagined for your Muji Hut? Why? I wanted to create simple spaces and to offer a valid alternative to the classic house: after all, in Japan apartments are very expensive. I think the Muji Hut can be a good solution precisely for people who want to buy a small plot of land in the country and make their getaway. My hut is not necessarily a normal dwelling: for me it represents an 'extra' space: for example, you could add a guestroom to an 'official' house. Or it could become an extra space to live in a different location, transformed into a study, an office, a music room...

Could the Muji Huts become emergency housing units? Of course. The huts are built by a company that makes emergency spaces: the same con-

struction technology has been applied.

What are the main characteristics (materials, finishes, construction modes) of your mini-house? It is easy to build and to transport (it can be delivered by truck): an aluminium module with polystyrene panels, made with a 'sandwich' system, which has been utilized successfully in difficult situations (natural disasters, conflicts).

CAPTION: pag. 53 A double skin for the project by Konstantin Grcic (portrait below): aluminium on the outside, wood on the inside, in the hut by the German designer, a module that extends upward with a roof-loft (left).

DesignING JAPANESE PROJECTS

P54. THE IMPORTANCE OF BEING THERE

by Maddalena Padovani

DESIGN WEEK IN MILAN IS THE **MOST IMPORTANT EVENT** FOR THE WORLD OF **JAPANESE DESIGN**. AN OPPORTUNITY TO COME TO TERMS WITH THE THINKING BEHIND THE **ITALIAN HABITAT**, REVEALING HISTORICAL DIFFERENCES AND MUTUAL ATTRACTIONS

We think of Design Week in Milan as the Olympics of design, the most important appointment of the year, with the participation of designers and companies from all over the world. In the rankings of foreign presences at the 2016 edition, Japan would certainly take first place, thanks to the ranks of designers, artists, associations, companies and brands, who made an impression this year even on the less expert part of the audience. Putting aside the giants of electronics and the auto industry, which have sophisticated technologies and abundant resources to make very striking installations, we can instead focus on the 'humble' sector of home furnishings: here the brands and designers from Japan have to come to terms with the West, where the culture of furniture design has historical roots and has been developed by companies with a vocation for the contemporary. The confrontation is fascinating, because what Japan displayed once again in Milan was a vision of 'slow' living that is very different from ours, made of quality not quantity, of great craftsmanship instead of industrial know-how, with a few concise words instead of noisy, bombastic phrases. Out of about 20 Japanese events organized this year on the FuoriSalone circuit, at least half focused on crafts or semi-artisan products, presented in terms of a contemporary design that aims to update image and expand the possibilities of consumption. "In Japan," says Tomoko Mizu, a Japanese designer living in Italy, co-curator of the exhibition Densan organized by the Association for the Promotion of Traditional Crafts, "there are 222 traditional crafts recognized by the Ministry of Economics and Industry, working techniques that have been developed and passed down through countless generations, and still prosper in various regions. They include Imari and Arita porcelain, Nambu iron utensils and Nishijin fabrics, famous all over the world. Just as has happened with food, which over the last few years has seen a major boom, so Japanese handicrafts have begun to attract attention and admiration on the part of an international clientele." The exhibition presented 60 products selected for their appeal for contemporary tastes and an occidental lifestyle. "They are the new expression of the Japanese aesthetic," Mizu concludes, "whose leitmotif is always craftsmanship." The projects and collections born of the grafting of western design culture and the age-old know-how of the various regions of Japan were even more interesting. The collaboration between Atelier Oi and the Gifu Prefecture, for example, led to Casa Gifu: a very colorful installation featuring a series of furnishings and lamps developed by the Swiss studio in tune with the various crafts traditions of the region. Some of the most fascinating products were the Gifoi series of tables, chairs and stools in cedar, and the Fusion lamp, both produced by Danese; the latter was developed in collaboration with Ozeki & Co., which for over a century has produced traditional paper lanterns and, since 1951, the iconic Akari light sculptures by Isamu Noguchi. Led by the Dutch duo Scholten & Baijings and the Japanese designer Teruhiro Yanagihara, 16 international designers provided creativity for the Arita 2016 collection. As many as 300 pieces, the result of two and a half years of work, to celebrate the 400th anniversary of the porcelain brand that takes its name from the city on Mt. Izumiyama, where the first center of porcelain production in all Japan was founded in 1616. The result is an enchanting collection thanks to the fine material and the ability to interpret, in an avant-garde tone, a product that is a symbol of a faraway world, and a different way of life. The clear prevalence of exhibitions on Japanese traditional crafts was explained by Sergio Calatroni, an Italian designer and artist who after having lived in both the East and the

West, has chosen Japan as his place of residence, where he develops his artistic works in ceramics and photography: "In Japan there are no furniture companies like the ones in Italy. The tradition and style of living found in Italy do not exist there. The Japanese live in very small spaces and usually have anonymous, simple and above all economical furnishings. Instead, they focus on other items, small crafted objects, like pottery, which achieves very high levels of quality. The design industry has never grown, at least not at the levels reached in the West. This is why furniture companies working with international designers are few and far between: you can count them on the fingers of one hand. In exchange, the Japanese can boast of peerless craftsmanship – especially in textiles and ceramics. Their efforts now focus on updating this production that has been passed down with a very traditional images, perhaps a bit too local. The government assigns large sums to these efforts, precisely to trigger an evolution of the tradition in a contemporary direction. Many of the projects and exhibitions seen at the FuoriSalone came from this sort of initiative." While for Japanese manufacturers Design Week in Milan represents a unique opportunity for international visibility, for Japanese designers it is a fundamental launching pad. "Being on hand in Milan," Calatroni continues, "allows Japanese designers to gain great credibility in their own country. For these professionals, Italy is the unchallenged homeland of beauty, the land of design where everyone wants to be present, first of all to learn but also to add an experience to their resumé that is worth a great deal in Japan. For them, every attempt to grasp Italian creativity is an exercise of ability. But if you are hungry for something, there is no such thing as impossible." The rule applies above all to young designers. For example, those who show their wares every year at the Salone Satellite and catch the eye of visitors with white, ethereal, poetic projects that stand out from the others and make us dream, though in most cases, unfortunately, they are destined to remain prototypes. Is this the proof that a Japanese way of doing design, as opposed to the Italian way, really does exist? "Absolutely," Calatroni concludes. "They are two very different approaches. The Italian way comes from a great, highly stratified artistic tradition, where exuberance and color are expressive features. All our projects convey an emotional range and a compositional process that treat the useful object as if it were a work of art. Japanese design is also based on an ancient history, but it has a much more detached attitude, cerebral and deep at the same time, focusing on maniacal attention to detail. A lifestyle I have chosen for myself: no desire to accumulate things, starting with thoughts and words. The informality of not being faced with no substance, the rule of silence of the tailor, perfect to get away from the abominations of so-called good taste."

CAPTIONS: pag. 55 To the left, the **Arita 2016** collection: 300 everyday useful objects designed by 16 international designers, to celebrate the 400th anniversary of the Japanese porcelain brand (photo Scheltens & Abbenes). The project was coordinated by Scholten & Baijings and Teruhiro Yanagihara. Above, phases of the crafting of products, in the city of Arita on Mt. Izumiyama (photo Kenta Hasegawa). **pag. 56** Upper left, the seat and coffee table added to the Relational collection by Omi Tahara for **Yamakawa Rattan** (photo Giacomo Giannini). Above and to the side, new products from **Maruni**: the T&O chair by Jasper Morrison and the Hiroshima chair by Naoto Fukasawa. **pag. 57** Above, the installation by Chung Eun Mo for **Karimoku New Standard**. Among the new items, the Colour Wood chair by Scholten & Baijings (in the background) and the Angle coat rack by Lucien Gummy. To the side, *The Genealogy of our Design*, a show of 20 chairs for 16 years of activity of the **Miyazaki Chair Factory** (photo Giacomo Giannini). Among the models on display, the UU chair by Koizumi Makoto (right). **pag. 58** A large series of products designed by Atelier Oi demonstrated the skills of the artisans of Gifu Prefecture, in the heart of Japan. Above, Honminoshi Garden, a poetic installation in handmade Honminoshi paper. To the side, view of **Casa Gifu**, set up in April in Milan on Via delle Erbe. **pag. 59** With the exhibition **Densan Products 2016 – the Best 60**, the Association for the Promotion of Traditional Crafts presented a selection of everyday useful objects that express the spirit of Japanese workmanship, passed down from ancient times to the present day.

DesignING INTERACTION

P60. HANDS ON DESIGN

by Laura Ragazzola

A **CREATIVE COUPLE** (SHE'S JAPANESE, HE'S ITALIAN) HAS INVENTED A BRAND WHERE THE **KNOW-HOW OF CRAFTSMEN** MINGLES WITH THE EXPERIMENTATION OF **CONTEMPORARY DESIGN**. IN A VOYAGE LEADING FROM MILAN TO TOKYO AND BACK

"What do the Italians and the Japanese have in common? The sense of beauty and the passion for well-made things." So says Kaori Shiina, a Japanese designer who has lived in Milan for 20 years (she took her first career

steps in the historic studio of De Pas, D'Urbino, Lomazzi), who together with Riccardo Nardi, her companion in life and work, has invented a brand that mixes the world of crafts with that of design. Where Italy and Japan share knowledge and values. "It was not difficult. The Japanese are in love with Italy. I'm a good example: when I came to Europe at the age of 22, to learn about its culture and treasures, when I got to Rome I understood I was at home, and that I would have to return to Italy. To live and to work." Kaori smiles at the memory, but only with her eyes, with that Japanese knack for measured emotional expression. Then she adds, choosing her words carefully: "Italy and Japan are very similar countries. They share beauty, poetry, refinement: of course there are different aesthetic approaches, but they are complementary. In short, the fascination is mutual, above all in the area of unique, timeless products." "This is why we decided to create Hands on Design, our new business venture," says Nardi. "For some time we were feeling a bit constrained by the design profession. We wanted to shift into action, to directly discover (and rediscover) the finest masters and the finest skills, putting Italy and Japan together." How? Thanks to a new alliance between artistic crafts and design. The idea is simple: from Tokyo to Milan, the designer-entrepreneur couple began to patiently search the territory to find the best artisans and match them with designers open to interaction. "We wanted to create a different, innovative formula that would put craftsmen and designers on the same plane. Above all, we wanted to give the world of crafts a new dignity, creating market opportunities. In other words, the idea was to bring out the excellence of know-how, often relegated to a 'little antique world' with no future." So 20 designers have worked in close contact with 20 master craftspeople to create a collection of timeless objects for the home. Timeless, because they have been imagined starting with the ability of the hands and the creative force of materials. Which know no boundaries.

CAPTIONS: pag. 60 The 'forge' in Valtellina Haute Material crafts wood with the most traditional techniques of Made in Italy. The artisan Ercole Moretti in his workshop in Venice where he creates renowned glass murrines. The Japanese craftsman Kanaami Tsuji making his creations in copper wire, based on a very old working technique. Shuji Nakagawa (above) and Risogama (below) respectively work with wood and porcelain: two historic names of the Japanese crafts tradition. **pag. 61** The designer-entrepreneurs Shiina+Nardi in the courtyard of a historic building in Milan where they have opened the showroom of their new brand Hands on Design. The Ovarin stool is by Giulio Iacchetti, who worked with Haute Material + Tumar (photo David Zanardi). Dervish vases and porcelain budiment set by Kan Architeti, produced (in order) by Soffieria and Risogama, the Bugatti lamp by Shiina+Nardi 'woven' in copper by the artisan Kanaami Tsuji.

P62. WHEN THE SUN RISES IN THE WEST

by Valentina Croci

THE FIRST WERE KAZUHIDE TAKAHAMA, TOSHIYUKI KITA, MAKIO HASUIKE AND ISAO HOSOE, WHO BECAME FAMOUS IN OUR COUNTRY TOWARDS THE END OF THE 1960S. TODAY, AS IN THE PAST, IMPORTANT **ITALIAN FURNITURE COMPANIES CHOOSE JAPANESE DESIGNERS** TO INTERPRET THEIR IDENTITY, IN PURSUIT OF UNUSUAL VANTAGE POINTS. HERE ARE THE **CONTEMPORARY STARS**, NARRATING A CONNECTION THAT CANNOT BE FOUND IN OTHER PARTS OF THE WORLD

TOKUJIN YOSHIOKA

After having founded his studio in 2000, Tokujin Yoshioka became well-known in Italy thanks to furnishings that experimented with materials, like the folding chair entirely in paper, Honey-Pop, and the Pane seat, baked in the oven like bread. In 2004 his first product for Driade was released. "In Italy," Yoshioka says, "I arrived for the first time twenty years ago, when I was doing a project in Paris for Issey Miyake. The first encounter with an Italian design brand happened later, in 2000, and it opened up more opportunities. I work above all with companies in the Milan area; together, we approach the worldwide scene with innovative ideas and techniques. And we share this joy. Italy is the only country where it is possible to discuss and develop innovation directly with the managing directors of companies. The quality of the products is very high, rooted in experimental processes. I think these creations, always major efforts, are very stimulating. What is expected of me is expressive simplicity, a clear method. What I appreciate most when designing for companies is freedom. And something new always happens when I have a chance to apply my personal approach in collaboration with companies." Yoshioka's design has something magical, capturing vitality in inanimate objects, like the new Planet collection of lamps for Kartell, that seem to immobilize the energy of light, or the Prism partition system for Glas Italia that transforms our perception of the surrounding environment. His work

represents a precise trait of Japanese design: that of not having a form, but expressing a change. "This year I have presented projects that are not only free in spirit but also functional. Art requires being open in the idea and the creation, and great energy in both phases. Design can make the impossible possible, even with its limitations. With these objects I have tried to get beyond the limit I had reached in my professional career," Yoshioka concludes.

CAPTION: pag. 63 Below, the Honey-Pop paper chair, the first product presented in Italy by Tokujin Yoshioka (2002). Below and on the facing page, the Planet lamp for **Kartell**, a sphere that comes alive with refractions (2016).

SETSU & SHINOBU ITO

Setsu Ito came to Milan for a chance to work with masters of Italian design, first with Studio Alchimia in 1989, then with Angelo Mangiarotti. In 1995 he opened his studio, joined by partner Shinobu. Today they work with over 70 Italian companies in different fields. One crucial encounter was with Domenico Guzzini of Fratelli Guzzini in 1998. In general, Setsu & Shinobu Ito appreciate the human side, a unique part of working with companies in our country. On the other hand, they say, "what is most in demand is attunement and sincerity, the pragmatism of the Italian way of doing things and the sobriety and precision of the Japanese way. In design terms, in Italy you can find brilliant producers, technicians and artisans, who help us a lot in the implementation. In Japan there are also very good technicians and craftsmen, but they stick to their role and don't swap ideas with designers." Is there an Italian way of doing design, and a Japanese way? "The Italian way," the designers say, "is expressed in the marvelous and sporadic ideas of individuals, while in the Japanese way there is collective work with clear role divisions and a planned program. The first is certainly better for finding new solutions." The features of Japanese culture most vivid in their work are "the concepts of nature and the universe. Nature, which develops its own processes of creation and cannot be controlled by the force of man, expresses the universal, repetition, fate. Works conceived on this basis evoke completeness and necessity. Seasons, climate, environment also converge in the project, along with the concept of relations between people and nature." This year Setsu & Shinobu Ito presented a table for Riva 1920, reinforcing a collaboration that has lasted for decades. For the brand Désirée of the Euromobil Group, where they have been working for three years now, they showed a bed, a series of tables and a small table. New collaborations include Adrenalina and Staygreen in Venice.

CAPTION: pag. 64 The Ku'ki table for **Riva 1920** has a top in solid wood and a structure in very light metal (hence the name, which means 'air'). The Maji modular system for **Adrenalina** has been designed for the office and waiting areas.

NENDO

Born in 1977, Oki Sato is one of the most famous and prolific designers on the international scene. Shortly after taking his degree, in 2002, in Tokyo he founded the studio Nendo, opening an office in Milan in 2005. He came to Italy almost by chance, taking part in the Salone Satellite in 2003 and finding immediate acclaim for projects that combine pragmatism and a dreamy dimension. Giulio Cappellini and Maddalena De Padova immediately asked him to collaborate with them, and as Oki Sato says, they "taught me what design means. This led me to working relationships with Italian companies, a situation of personal, family ties." The first project with Italian entrepreneurs was the Ribbon stool for Cappellini in 2007, featuring a steel ribbon similar to the laces of ballet slippers. What do Italian companies want from Nendo? "They want a reinterpretation of their unique traits and personalities, from my perspective. A sort of 'typically Nendo' vision of the intrinsic values of the brand," Sato explains. "To design in the 'Japanese style' means designing by subtraction. Imagine you have a small hollow. Instead of patching it with stucco or even making it come to the surface, you can carefully slim the whole area, filing it down so that the hollow is no longer visible. The Japanese touch that can be seen in my work is the pursuit of the invisible. In design terms, Japanese culture is by nature aimed at visualizing the invisible as the passage of time, emotion, memory. It is hard to explain this attitude, but it is definitely an aspect I focus on in my projects." The collaboration with Cappellini continues, this year with the Tangle table, with a curling leg that can wrap the leg of another table. Movement is also a key term for the Sag stool designed for MDF Italia, whose base has the fluidity of fabric in the air, and for the collection in Carrara marble for Marsotto Edizioni, where the stone seems to come alive.

CAPTION: pag. 65 The Tangle table for **Cappellini** has a twisted leg that winds around that of an adjacent table, like the legs of dancers in a tango. Photo: Akihiro Yoshida. The Sag stool for **MdfItalia** has a hollow support structure, like a piece of cloth suspended in the air.

MIST-O

Based on a mixture of East and West, this year the duo Mist-o presented a collection of carpets and a bench for Living Divani that make direct reference

to the tradition of the kimono and Shinto temples. Demonstrating that hybrid signs, aware of the cultural references they narrate, constitute an experiment that is full of surprises. Trained at IED in Milan, after experience with Chipperfield Architects, in the case of Noa Ikeuchi, and with Palomba Serafini Associati in that of Tommaso Nani, the two designers founded their studio in Milan in 2010. In a relatively short time they have gained many clients, including AgustaWestland, Antolini, Cappellini, Frag (with which they made a debut this year with the Atelier table), Living Divani, Oluce and Tod's. "We work only with companies and people with whom we can have a profound dialogue, since we are very interested in the human aspect, of mutual exchange," they say. "Our counterparts seem to appreciate the fact that we have a 360-degree perspective on the contemporary, and our own personal character. We manage to connect very distant realities, with the goal of reaching an unexpected vision. Italian and Japanese character mix in our work, so the results are never banal. One of us has become a bit Japanese, the other a bit Italian. Tommaso lives in Japan for much of the year, while Noa has lived in Italy for eleven years now." The collaboration began during their studies in Milan, starting first as a matter of friendship. On a professional level, they share curiosity and interest regarding a worldview different from their own. Mist-o work with both Italian and Japanese companies: "With the Italian companies the working process is very organic, and also unpredictable. You reach a result that can be very different from what was hypothesized at the outset. With Japanese firms, on the other hand, you have to prepare things at the beginning, and calculate any unexpected factors as early as possible. And you have to have a clear idea of what you want to achieve. In both cases, one experiments and invents, but the Italians usually tend to create the path as they go along, while the Japanese plan it. Fortunately, in Italy there are still many companies with a high level of design quality and a cultural depth that would be hard to find elsewhere, and they are willing to listen to designers, including young talents."

CAPTION: pag. 66 From left: the Inari bench for **Living Divani** is composed of curved metal sheets, like the Torii gates of Japanese Shinto temples; part of the Atelier collection for **Frag**, the table with top in concrete or stone, resting on metal trestles with a geometric profile.

NAOTO FUKASAWA

To give form to the values people share and desire – this is the basic idea in the design of Naoto Fukasawa. It is perhaps the universal pursuit of the essential that has made him internationally famous and much in demand in many design sectors. He came to Italy in 2005 and unexpectedly, though he was still unknown in our country, he began to work with five major companies, including B&B Italia and Driade. "Quality companies in Italy are always looking for people who can adapt to their identity and design for their brands," Fukasawa says. "Given the size of the industry, word of mouth is probably what indicates the new designer of the moment. I'm not sure, but I think that happened to me, because I was contacted by many companies in the same moment. Evidently my work jibed with their expectations, because we have continued to work together. I try to establish lasting relationships that are not based on a single product, but on ongoing projects at the highest level. What I appreciate about Italian brands is their devotion, their obsession, the principles that are not only applied to design but also to everyday life." Today Fukasawa collaborates with Aboutwater, Alessi, Artemide, B&B Italia, Boffi, Danese, De Padova, Driade, Glas Italia, Magis and Plank. What characteristics of Japanese design can be seen in his projects? "The high quality of the product. In general, I pay more attention to people and nature as integral parts of the environment, rather than the cultural aspects of the project. Japanese design is honest, above all: it does not try to make works of art, the expression of a single personality, but looks for constant refinement of products, trying to solve problems to make life better." This year Fukasawa has continued his lasting collaborations: for B&B Italia he developed the Papilio Shell seats, with their shell-like form; with Glas Italia he created the Narcissus glass table; for Driade he has designed the Ten chair and the Ci table; and with Magis he has developed the Substance chairs in wood and polypropylene.

CAPTION: pag. 67 From the top: conceived for the home but also for contract, Papilio Shell is a seat that expands the collection designed for **B&B Italia** in 2015; the Ten armchair (Ten means sky in Japanese) for **Driade** stands out for its enveloping form and timeless design.

P68. FORMS AND SHADOWS

by Maddalena Padovani

A **GRAND SOLO DEBUT**, ON THE PART OF KENSAKU OSHIRO. WHO AS A **JAPANESE** WHO HAS BECOME HALF **ITALIAN**, EXPRESSES HIS OWN ORIGINAL POETICS

Born in Okinawa, Japan, Milanese by choice since the age of 19, Kensaku Oshiro seems to search for an answer when you ask him if he feels more Japanese or more Italian. He admits that he has an innate tendency to subtract and to simplify, inherited from his culture of origin. But his attitude of constant research in pursuit of innovation, he says, is intrinsically, typically Italian. The meeting with our country came in 1996, not by chance but by choice: Kensaku wanted to be a designer and wanted to do it as they do in Italy, so he signed up for the "Scuola Politecnica di Design" in Milan, with the idea of returning to Japan after a couple of years. After graduating, he decided to hang around, to gain experience, and then he wanted to learn more. Oshiro gradually realized that design was a true passion for him. He understood this first in the studio of Giovanni Levanti; then he collaborated with other designers, including a decisive stint with Piero Lissoni, with whom he worked for eight years. Then Edward Barber and Jay Osgerby convinced him to move to London, in 2012. Finally, in 2015, came the big decision to set out on his own. He returned to Milan, and in a few months he completed, for Salone del Mobile 2016, a series of projects that can stand up to the works of the most famous designers: a collection of seats for Poltrona Frau, a table for Kristalia, a family of small tables for De Padova, an upholstered armchair for Gan. Quite a debut, revealing a mature design personality that combines the rational precision of the Italian school with the poetic sensitivity to form of Japan. One example is the Hole table for Kristalia, characterized by an original base in sheet metal that contains a large oval opening. "The idea," the designer explains, "was to bring sensations and elements usually found in nature into the home. I was inspired by the sculptural, almost monumental forms of rocks shaped by the wind. To bring out their beauty, I worked on the contrast between clear, rigorous lines and soft, sinuous organic shapes." In the case of the Lepli upholstered furnishings (a stool, a bench and an ottoman), the inspiration was more anthropomorphic. "I imagined Poltrona Frau as a very elegant lady, dressed in white, with a small belt accenting her waist." Hence the flexing lines, especially in the stool, with the reminder of a feminine silhouette, intentionally presented in a single color to bring out the folds, stitching and tailored details that enhance the leather cover. "I like the idea of the shadow that draws, silently, discreetly. This is why I always think about monochrome objects and play with small details that can enrich the surface. I think this is very Japanese." "In 2015," Oshiro continues, "I made my first professional return to Tokyo, organizing a solo show during the Design Week. It met with success, and I have received many offers to work in Japan. The pay was good, but I would inevitably have had to make compromises in the research I had developed thus far. In the end I said no and came back to Italy, because I understood that the design I love is Italian design." Above all, he likes the relationship of ongoing dialogue with companies, each marked by a different history and identity. "Italian design companies," Kensaku concludes, "are the entrepreneurs themselves, people ready to take risks and to invest in projects because they believe in innovation. This situation is not found in Japan, or in many other countries in the world."

CAPTION: pag. 69 Four new products designed by Kensaku Oshiro for Salone del Mobile 2016. From the top: Sen tables for **De Padova**, Lepli stool, bench and ottoman for **Poltrona Frau**, Grapy armchair for **Gan by Gandia Blasco**. On the facing page, the designer with the Hole table for **Kristalia**.

DesignING COVER STORY

P70. A LUMINOUS FUTURE

by Andrea Pirruccio

FROM PADUA, WITH A SUCCESSFUL **BUSINESS CAREER** BEHIND HIM, **RICCARDO CANDOTTI** HAS BEEN THE PRESIDENT OF **LEUCOS** SINCE 2015, AN EXCELLENT ITALIAN FIRM IN THE **GLASS LIGHTING** SECTOR. WE MET HIM TO TALK ABOUT HIS REASONS FOR TAKING ON THIS NEW **PROJECT**, AND THE **STRATEGIES** HE INTENDS TO APPLY TO ENHANCE THIS HISTORIC **COMPANY**

A precocious talent, that of Riccardo Candotti, from Padua: in 1977, when he was just 22 years old, with his father he founded the company COBRA (an acronym for Capsule Occhielli Bottoni Rivetti & Affini), specializing in the production of molds and the molding of snaps and metal accessories for sportswear. Over time the firm developed and patented many new products. With a passion for design, he also created the office block of the new factory, furnishing it with the help of Marc Sadler. Thanks to the Cobra experience, Candotti has come into contact with the finest fashion designers and worked with the main fashion brands in the world of sportswear, taking part in over 30 years in the development of more than 20,000

custom items for leading brands in the clothing and footwear sectors (including Louis Vuitton, Gucci, Hermès, Chanel and many others). By nature reluctant to rest on his laurels, Candotti sold the company to an investment fund in 2006 and changed his activity in 2009, when he began to work as a strategic consultant for manufacturers in areas connected with the business of Cobra. He thus began to work with Okinawa (clothing labels) and then returned to more familiar ground, becoming a strategic consultant for Finma and managing the startup Sincro, a company in the field of small metal components for clothing and leather goods. Today, his latest entrepreneurial challenge has to do with the new launch of Leucos – the historic company founded in 1962 at Scorzè, Venice, famous for its decorative glass lighting products – which Candotti acquired in 2015 through Rara Res, the holding company he helms. We met with him in the guise of president of Leucos, to talk about strategies, possible paths of growth and his personal inclinations.

'Leucos Refresh 2016' is the title of the new Leucos catalogue, and seems to mark a turning point with respect to the past. Is this the message you want to convey? "The title refers, in part, to an ideal way of starting over, because 'Leucos Refresh' contains catalogues that were previously divided into three generic brands (Modo, Studio and Idea) that took the place of the historic brands (iTre, MuranodueGallery), which instead I wanted to revive. So 'Refresh' for me means, above all, picking up, improving and renewing those brands that had great value with our clientele and in our history."

Before 2015, the year in which you acquired Leucos, you were at the helm of a company that operated in the fashion sector. How did this new entrepreneurial challenge get started? "The fashion sector is very lively, full of stimuli, a constant revolution. It is an area in which creativity and speed are indispensable, together with communication. We might say that the speed typical of that sector is what enabled me to immediately seize this opportunity, passing from the world of fashion accessories to that of lighting. The opportunity arose by chance: in November 2014 the Italian holding company Rara Res, where I am the president, sold the last 30% of the shares owned by the Swiss group Riri (previously Cobra, ed.). Precisely on that occasion, the accountant who accompanied me to sign the papers told me about the possibility of acquiring Leucos, and I immediately took this coincidence as a sign of fate."

What are the historical values of Leucos you would like to shift into the near future? "Undoubtedly the fine craftsmanship of decorative blown glass, and the creativity of the Venetian master glassblowers. These are unique and thrilling qualities we will attempt to revalue and bring to the fore, because what can be done with glass, lights, colors and transparency, with the various undulations and forms of the material, is truly something magical, a tribute to the love of beauty."

From an industrial and commercial viewpoint, what are the strategies you intend to develop to nurture the brand on a national and international level? "First of all, I want to focus on zero-kilometer production. My intention is to produce the best of our collection here, a few kilometers from Venice, to make the company much more flexible, innovative and independent than in the past, when Leucos had become a commercial firm more than an industrial firm. We want to develop the contract sector, a channel that is rapidly growing. Our brand has made special projects for over 40 years, in fact, but without publicizing this and taking advantage of these skills. From now on, I have decided that major projects have to be clearly communicated to decision makers and the public. The contract market already accounts for over half of our sales in Europe, and an even larger percentage in America. Therefore we are reorganizing and improving our affiliate Leucos USA, which celebrates its 25th anniversary this year, opening a new showroom with a big party at the headquarters in Edison, New Jersey, this coming October."

What are the specificities of the other three brands of Leucos: iTre, MuranodueGallery and JJ? "I have decided to concentrate, under the Leucos trademark, all the contemporary decorative glass products, while MuranodueGallery covers all the projects with a classic approach, based on the Venetian tradition of finely crafted chandeliers. Under the brand iTre, on the other hand, I have gathered all the products made with materials other than glass: aluminium, wood, polymers, carbon and much more... these are very versatile, timely pieces, more architectural than decorative, perhaps. Then there is the section for JJ, which includes the universe of all the possible interpretations of the milestone, the L1 by Jac Jacobsen with its spring-balanced arm, for which we have also just produced two very fascinating sizes for the suspension lamp, in white and colored blown glass, crafted by hand."

Tell us about the Aella lamp designed by Toso & Massari in 1968, which Leucos now offers in a new technological version. Is it the forerunner of

the new Leucos approach? "When I saw the Leucos catalogue for the first time I realized that most of the iconic pieces offered by the company bore the signature of Renato Toso and Noti Massari. So I wanted to meet them, and I discovered a pair of exceptional people, erudite, inspired. With them, we decided it was time to reissue some of their classics, redesigned in an LED version. In particular, the very powerful lighting circuit we have installed inside Aella enhances the glass in an unexpected way and generates, in the central part of the lamp, an extraordinary holographic effect in the form of a cone, white, impalpable: a sort of luminous eddy where the reflection of the LED disk is concentrated. The result amazed everyone, especially the two designers, who had given the name Aella to the lamp precisely because it means 'tornado' in Greek. Among the upcoming new proposals of Leucos, there will also be an Aella in the suspension version: we have hung it with cables that are so slender that the lamp seems to float in the air."

Are you already working on projects for the next edition of Euro luce? Are you planning to get designers involved? "I have always had a very precise idea on this theme, and I believe companies should wager on the best designers, but also on the idea and the essence of design itself. This means that in the projects of Leucos there is undoubtedly the intention to continue to work with the professionals who have collaborated with us in the past (whom I am recontacting and meeting, personally), but also to invest in the most promising students from design schools, like the IUAV in Venice and the Milan Polytechnic, with the aim of creating new opportunities for work, to help these young talents emerge and gain the visibility they deserve. The success of a project depends on the idea, that original intuition that allows a designer to create something unique and inimitable, that appeals to the public thanks to looks, but also thanks to functional quality... only in this way can you make timeless objects, ready to become design icons, known and coveted all over the world. I believe a brilliant idea can come from a big name, but also from young 'unknown' talents... this is why I want Leucos to act as a talent scout capable of offering interns or designers making their debut an opportunity to make a good idea a real product."

In the collective imaginary Leucos represents light combined with the magic of glass and the skills of Venetian craftsmen. Will this still be the case in the near future? "Absolutely. I want anyone who buys a Leucos lamp to consider it an investment, and a source of pride. We are now also producing limited editions that will become collectors' items of great value: the first will be Fiola, a lamp designed for Leucos by the famous designer Tobia Scarpa. There will be 99 certified pieces, signed one by one. We are also about to produce some small objects, not more than one per year. We will start by reissuing Rin: an old glass designed by Toso & Massari in the 1960s. We will do it not so much to increase sales volume as to promote and pay tribute to the art of blown glass."

The slogan of the new Leucos ad campaign is 'Adorable lamps.' What do you want to communicate? "I have observed the expression of the master glassmakers at work, and I have noticed that when they remove the object they have blown from the mold, or as they are crafting the item, they put into it such loving care, such expertise in touch and handling that glass, that they seem to be removing a creature from a crucible or an oven, like a doctor delivering a baby. That respect, that intense smile, reminded me of the word 'adorable,' because it is precisely as if they are adoring the results of their creative work. The slogan comes precisely from this impression."

As a design lover, it would be interesting to know which designers you prefer, which styles you prefer for your homes, and which lamps from the Leucos catalogue are your favorites. "I have had the honor of working with many architects and designers, including Philippe Starck, many years ago. I spent time in his studio and he even invited me to his home, because he also likes to work there, even in the bedroom. I think all his creations are fabulous, surprising, brilliant. I have collected many of his objects from the 1980s and 1990s. I also love the futuristic design of Tom Wright, Jean Nouvel, the sculptural force of Antonio Citterio, and of my friend from Bologna, Massimo Iosa Ghini. I love the dreamy works of Alessandro Mendini, without overlooking the wit of Karim Rashid and the brilliance of Patricia Urquiola, with whom I would like to work, sooner or later. Where architecture and furnishings are concerned, I have very versatile tastes: basically, I think I am something of a minimalist, and a perfectionist. The homes I live in reflect my style, diversified for the various needs connected with places of ways of living in different geographical contexts. I like to use white lime wash, natural stones, glass, stainless steel, pale oak. Considering my passion for things well made, both in my house in the city and in my homes by the sea and in the mountains, I have not only always personally supervised all the phases of renovation, but I have also

designed some of the furnishings and architectural details, working together with designers and craftsmen. My homes share a close dialogue between the beauty of the interiors and that of the external views, a real priority for me. And when the sun goes down, the light inside becomes the protagonist, enhancing every space! Among the glass lamps in the Leucos catalogue, my favorites are Nia by Roberto Paoli (like a sort of Brazil nut, with which it is possible to create multiple configurations), Aella by Toso & Massari (above all in the latest suspension version) and Trigona by Danilo De Rossi (composed of three diffusers in blown borosilicate glass with triple LED circuit). Among those not in glass, I like Volta, the aluminium LED lamp designed by From (Tobias Nitsche, Cesare Bizzotto and Manuel Amaral Netto), a very beautiful minimal object that after a slight delay caused by the filing of a couple of patents is now finally ready for its market launch."

CAPTIONS: pag. 72 Riccardo Candotti, president of **Leucos** since 2015, with the new Aella lamp, reissue of a historic product of the company (designed by Toso & Massari in 1968), now in a new suspension version with LEDs. **pag. 74** Below, one of the lamps from the Leucos catalogue preferred by Riccardo Candotti: the Trigona model designed by Danilo De Rossi. Lower left, the new suspension version in handcrafted blown glass of the L1 by Jac Jacobsen. On the facing page, another favorite of the president of the brand, the Nia model by Roberto Paoli. **pag. 75** Right, Leva table lamp in beech with diffuser in PMMA, designed by Massimo Iosa Ghini. Below, the Volta aluminium suspension, created by From. On the facing page, installation made with a series of Reed lamps by Patrick Jouin for the Beefbar restaurants in Mexico City and Munich, based on a project by Studio Humbert & Poyet. Above, Fiola, the historic lamp designed by Tobia Scarpa, which Leucos will produce in a limited edition of 99 certified pieces, signed by the designer.

DesignING SHOOTING

P76. INSPIRATIONS FROM THE LAND OF THE RISING SUN

by Nadia Lionello - photos by Simone Barberis

TO PURSUE WHAT IS NECESSARY, TO WORK ON EMPTINESS, TO PURIFY, REMOVING DETAILS: OBJECTS WITH CHARACTER, **ESSENTIAL** DESIGN, INNOVATIVE FOR THEIR FLEXIBILITY AND **ADAPTABILITY** TO ANY CONTEXT, RESPONDING TO THE RITUAL NEEDS OF **EVERYDAY LIFE**

CAPTIONS: pag. 76 MHC.2 bookcase with structure in iroko wood staves and double layers of poplar, shaped and veneered outside in teak, with matte transparent varnish. Designed in 1959 by Yasuhiko Itoh and produced by **Molteni&C** in a limited and numbered edition of 100 pieces. Flowering branches by Mada Events. **pag. 77** Hanami LED suspension lamp with support structure in painted steel and polycarbonate, with 40 hand-pleated flowers made in Lentiflex®. Designed by Adriano Rachele for **Slamp**. Make-up by Marta Calegari. **pag. 78** Prism Partition, a screen in extra-light curved glass with silver finish, vertical borders and beveled transparent tops. Available in two sizes. Designed by Tokujin Yoshioka for **Glas Italia**. Geta, wooden sandals from Cinius Milano. **pag. 79** Superloon floor lamp with flat diffuser disk in translucent white composite material, lit by LEDs placed along the perimeter, 360° direction adjustment with tripod base and housing in black, white or chrome-finish metal. Designed by Jasper Morrison for **Flos**. **pag. 80** S-object, cabinet with structure in painted extruded aluminium, doors and drawer fronts in painted MDF. Various configurations with doors and drawers of different heights. Designed by (a+b) Annalisa Dominoni and Benedetto Quaquaro for **Baleri Italia** by Hub Design. **pag. 81** Tee-Table, rectangular table, 300x90 cm, top with inner panel in aluminium honeycomb, border in shaped aluminium clad in white laminate; legs in painted steel, directly screwed into the top. Adjustable feet. Designed by Tomoya Tabuchi for **De Padova**. **pag. 82** Inari bench with seat in sheet steel, supports in curved sheet steel with crossbar in steel tubing painted with black ANODIK epoxy powder. Designed by Mist-o for **Living Divani**. **pag. 83** Bistrotstuhl, chair in curved beech, seat in plywood or with padding; lacquer finish in the colors of the collection. Designed by Nigel Coates for **Gebrüder Thonet Vienna**.

P84. FLOWER POWER

by Carolina Trabattoni - image processing by Paolo Rialzi

DESIGN DRAWS ON NATURE IN WOVEN WICKER CREATIONS, LAMPS THAT REFLECT SUNLIGHT, FABRICS PRINTED WITH **LUSH VEGETATION**... AGAINST THE BACKDROP OF A PHOTOGRAPHIC VOYAGE INTO THE SKY

CAPTIONS: pag. 84 Juju polyethylene table, designed by Garth Roberts, also with internal LED lighting, from **Serralunga**. Lido high stool in fiberglass resin with perforated seat and back, batch-dyed with matte finish, stackable; designed by Raffaella Galiotto for **Nardi**. In the background, photo by Carolina Trabattoni, The Glimpse: Hydrangea. **pag. 85** Clockwise from left, Senso outdoor chair covered in

Omega 3D fabric, **Expormim**. Mondrian table with marble top, designed by Jean-Marie Massaud for **Poliform**. Ghianda from the Vegetable Collection, table in oak by Vito Nesta, **Cadriano**. Background, photo by Carolina Trabattoni, The Glimpse: Angelica Sylvestris. **pag. 86** Indiana outdoor chair longue by Rodolfo Dordoni for **Minotti**, with base in solid iroko wood, handwoven back in polypropylene ribbon, waterproof cushioning with removable cover. Trotter chair with wheel for kids, in painted steel rod; designed by Rogier Martens for **Magis**. Background, photo by Carolina Trabattoni, The Glimpse: Coreopsis Grandiflora. **pag. 87** Airplane pin in metal and resin, SS 2016, **Chanel**. Gordon Deep Wood table with base in steel rod, top with irregular borders in solid Canaletto walnut, from **Cattelan Italia**. Background, photo by Carolina Trabattoni, The Glimpse: Narcissus. **pag. 88** Clockwise from left, Embroidery Chair by Johan Lindstén with solid ash chassis and embroidered back, from **Cappellini**. Bagatelle fabric by Christian Lacroix in digital-print cotton, **Designers Guild**. Imba woven chair made in Africa, designed by Federica Capitani for **Moroso**. Background, photo by Carolina Trabattoni, The Glimpse: Forsythia. **pag. 89** Greeky ceramic centerpiece with ironic patterns that represent the epic gestures of the gods; designed by Analogia Project for **Driade**. Baille Scott chair in yellow painted wood with leather inlays, part of the Marquetry in Leather project by Jonathan Anderson, **Loewe**. Background, photo by Carolina Trabattoni, The Glimpse: Narcissus. **pag. 90** Concentric wall lamp by Rob Zinn for **Marset**, with colored concentric rings. Marni Ballhaus floor lamp in metal and woven PVC, made by hand in Colombia. Part of the charity project of **Marni**. Background, photo by Carolina Trabattoni, The Glimpse: Fiori di Campo. **pag. 91** Clockwise from left, Next 27 chair woven in natural wicker, base in white painted metal, by Paola Navone for **Gervasoni**. Oria, a chair created in the 1960s by Rafael Moneo, with oak structure, seat in woven straw and leather back, from **Hermès**. Ease by Gareth Neal, in cowhide with structure in solid natural oak, from **Amura**. Background, photo by Carolina Trabattoni, The Glimpse: Foeniculum Vulgare.

DesignING REVIEW

P92. ORIENTALISMS

by Katrin Cosseta

DESIGN FALLS PREY TO THE CHARMS OF THE FAR EAST, REWORKING ITS **FORMS** AND **IMAGERY**. FROM THE **ARCHETYPE** OF THE CHINESE CHAIR TO THE SYMBOLIC RED LACQUER HUE. FROM POETIC **MINIMALISM** TO GRAPHIC **EXUBERANCE**. BETWEEN MING AND MANGA

CAPTIONS: pag. 92 From the top: Fusion suspension lamp by Atelier Oi for **Danese**, made in collaboration with the Japanese firm **Ozeki**, which produces traditional paper lanterns. Support in painted aluminium, double shade in washi paper. Mingx chair by Konstantin Grcic for **Driade**, a low armchair with cowhide seat, revising the archetype of the ancient Chinese chair; with structure in painted metal tubing. In the background: Nouveau Geisha by Ctrlzak for **Wall&Deco**, wallpaper made to measure in vinyl. **pag. 94** In the background: Chinoiserie by Carlo Dal Bianco for **Bisazza**, decoration with figures in 24k 10x10mm gold mosaic tile, made with crafts technique, standing out against a backdrop of white mosaic made with digital technology. Composed of six panels, 129.1 x 290.5 cm. Below: bench from the Nara collection by Louis Benech, landscape designer, for **Royal Botania**, crafted by hand in teak. **pag. 95** From left: Majordomo by Nathan Yong for **Gebrüder Thonet Vienna**, seat-caddie in wood with Vienna straw shelves. Commune coffee table by Neri&Hu for **De La Espada**, in walnut, oak or ash, finished with oil, or in different brushed and painted finishes. Arke chair by Franco Poli for **Morelato**, in ash wood, personalized with a range of finishes. **pag. 96** Right: Formakami suspension lamp by Jaime Hayon for **&Tradition**, made by hand in rice paper, in three different models. Below: Black and Gold high cabinet by Luca Scacchetti for **Paolo Castelli**, in glossy painted MDF with metal inserts in matte sunburst brass finish, and glossy red lacquer interior. From left: Ray chair, self-produced by **Lera Moiseeva**, with five legs, structure in steel tubing painted in a range of colors. Mark chair by Sebastian Herkner for **Linteloo** in solid painted wood. **pag. 97** In the background: from the Exotic Flow line by **Wallpepper**, The Kakeshi D Doll wallpaper with base in cellulose and textile fibers, made without PVC. Below: Rack by Marco Viola Studio for **Potocco**, bookcase formed by three hinged modules for linear, semi-open or closed compositions, forming a sort of screen. **pag. 99** In the background: Yuugen by **Glamora**, custom-sized decor wallpaper on vinyl support. Below: (Re)covered coffee table by Analogia Project for **Frag**, with a metal core entirely covered in cowhide. Leek coat rack by Mentsen for **Zilio A&C**, in natural or stained ash. On the facing page, from top: Satellite suspension lamp by **Gubi**, reissue of a model designed by Mathieu Matégot in 1953. Diffuser in perforated metal, in a range of colors. Levante screen by **Armani Casa**, with panels decorated by a Japanese landscape motif taken from a fabric by **Rubelli**. Oriental cabinet by Giuseppe Bavuso for **Alivar**, with external structure in vitreous ceramic-effect glossy lacquered MDF and rosewood interior, customized with various accessories and LED lights. Maru table by Doshi Levien for **B&B Italia**, available in 16 colors, combining a thick glossy painted top with a structure in satin-finish painted die-cast aluminium. Petit X folding stool by Romeo Sozzi for Promemoria, with structure in stained mahogany, details in bronze, leather seat.

ADRENALINA DOMINGO SALOTTI

Strada della Romagna 285, 61121 PESARO
Tel. 0721208372, www.adrenalina.it
pressoffice@adrenalina.it

ALINARI ARCHIVES

Largo Fratelli Alinari 15, 50123 FIRENZE, Tel. 05523951
www.alinariarchives.it, fototeca@alinari.it

ALIVAR srl

Via Leonardo da Vinci 118/14, 50028 TAVARNELLE
VAL DI PESA FI, Tel. 0558070115, www.alivar.com
alivar@alivar.com

AMURA N.E.W.S. srl

S.S. 96 km 96+800, 70025 GRUMO APPULA BA
Tel. 0806180101, www.amuralab.com
info@amuralab.com

ARITA 2016

Naoko Takegata, Daily Press, 1F, 3-5-33 Aobadai,
Meguro-ku, J Tokyo 153-0042, Tel. +81 364163201
www.2016arita.com, naotakegata@dailypress.org

ARMANI CASA

Via Sant'Andrea 9, 20121 MILANO
Tel. 0276260230, www.armanicasa.com
armanicasa.stan.store@giorgioarmani.it

B&B ITALIA spa

Strada Provinciale 32 n.15, 22060 NOVEDRATE CO
Tel. 031795111, www.bebitalia.com, info@bebitalia.com

BALERI ITALIA HUB DESIGN srl

Via G. Verdi 42, 24060 TELGATE BG, Tel. 0358365111
www.baleri-italia.com, info@hub-design.eu

BISAZZA spa

V.le Milano 56, 36075 ALTE DI MONTECCHIO
MAGGIORE VI, Tel. 0444707511, www.bisazza.com
info@bisazza.com

BOCONCEPT A/S

Mørupvej 16, DK 7400 Herning, Tel. +4570131366
www.boconcept.com

CADRIANO HOME

Via XXV Aprile 19, 40057 Granarolo Emilia
Tel. 051765658, www.cadriano.com, info@cadriano.com

CAPPELLINI CAP DESIGN spa

Via Busnelli 5, 20821 MEDA MB
Tel. 03623721, www.cappellini.it
cappellini@cappellini.it

CASA GIFU by ATELIER OI

Route de Bienne 31, CH 2520 La Neuveville
Tel. +41 32 7515666, www.atelier-oi.ch
contact@atelier-oi.ch

CATTELAN ITALIA spa

Via Pilastrì 19, 36010 CARRÈ VI, Tel. 0445318711
www.cattelanitalia.com, info@cattelanitalia.com

CHANEL

Via Montebello 39/a, 20121 MILANO
Tel. 02290891, www.chanel.com

DANESE ARTEMIDE spa

Via Canova 34, 20145 MILANO, Tel. 02349611
www.danesemilano.com, info@danesemilano.com

DANSTEK

Alfredo del Mazo, México Nuevo, Atizapán Estado de
México, Tel. + 525516686076, www.danstek.com
hello@danstek.com

DE LA ESPADA

www.delaespada.com, www.autoban212.com

DE PADOVA srl

Strada Padana Superiore 280, 20090 VIMODRONE MI
Tel. 022777201, www.depadova.it, info@depadova.it

DESIGN MIAMI

3841 NE 2nd Avenue, Suite 400, USA MIAMI, FL 33137
Tel. +1 3055720866, www.designmiami.com
basel2016.designmiami.com, info@designmiami.com

DESIGNERS GUILD

3 Latimer Place, UK LONDON W10 6QT
Tel. +44 20 7893 7400, www.designersguild.com
info@designersguild.com

DRIADE spa

Via Padana Inferiore 12, 29012 FOSSADELLO
DI CAORSO PC, Tel. 0523818618
www.driade.com, comit@driade.com

EXPORMIM

Pol. Ind. Jaime 1, E 46640 MOIXENT, VALENCIA
Tel. +34962295035, www.expormim.es

FLOS spa

Via Angelo Faini 2, 25073 BOVEZZO BS, Tel. 03024381
www.flos.com, info@flos.com

FONDAZIONE LUCIANA MATALON

Foro Buonaparte 67, 20121 MILANO
Tel. 02878781, www.fondazionematalon.org
fineart@fondazionematalon.org

FRAG srl

Via dei Boschi 2, 33040 PRADAMANO UD
Tel. 0432671375, www.frag.it, frag@frag.it
GAN by GANDIA BLASCO sa
c/Músico Vert 4, E 46870 ONTINYENT-VALENCIA
Tel. +34962911320, www.gandiablasco.com

GEBRÜDER THONET VIENNA

Via Torino 550/l, 10032 BRANDIZZO TO
Tel. 0110133330, www.gebruederthonetvienna.com

GERVASONI spa

V.le del Lavoro 88, 33050 PAVIA DI UDINE UD
Tel. 0432656611, www.gervasoni1882.com
info@gervasoni1882.com

GLAMORA srl

Via Radici in Monte 109, 42014 ROTEGLIA RE
Tel. 0536076403, www.glamora.itm.commerciale@glamora.it

GLAS ITALIA

Via Cavour 29, 20846 MACHERIO MB, Tel. 0392323202
www.glasitalia.com, glas@glasitalia.com

GUBI INTERNATIONAL A/S

Frihavn, Klubiensvej 7-9, Pakhus 53
DK 2100 Copenhagen, Tel. +45 3332 6368
info@gubi.dk, gubi@gubi.dk

HERMÈS ITALIE spa

Via G. Pisoni 2, 20121 MILANO, Tel. 02890871
www.hermes.com, reception@hermes.it

IGUZZINI ILLUMINAZIONE spa

Via Mariano Guzzini 37, 62019 RECANATI MC
Tel. 07175881, www.iguzzini.com, iguzzini@iguzzini.it

KARIMOKU FURNITURE Inc.

108 Kaieicho Fujie Higashuracho
J 470-2191 Chitagun, AICHI, Tel. +81 569 834116
www.karimoku-newstandard.jp
ns-contact@karimoku.co.jp

KARTELL spa

Via delle Industrie 1, 20082 NOVIGLIO MI
Tel. 02900121, www.kartell.it, kartell@kartell.it

KENGO KUMA & ASSOCIATES

2-24-8 By-Cube 2F Minamiaoyama, Minato-Ku
J TOKYO 107 0062, Tel. +81 3 34017721
www.kkaa.co.jp, kuma@ba2.so-net.ne.jp

KRISTALIA srl

Via A. Durante 28, 33080 PRATA DI PORDENONE PN
Tel. 0434623678, www.kristalia.it, info@kristalia.it

LERA MOISEEVA

www.leramoiseeva.com, lera@leramoiseeva.com

LEUCOS spa

Via delle Industrie 16/b, 30030 SALZANO VE
Tel. 0415741111, www.leucos.com, info@leucos.com

LIVING DIVANI srl

Strada del Cavolto 15/17, 22040 ANZANO DEL PARCO CO
Tel. 031630954, www.livingdivani.it, info@livingdivani.it

LOEWE ITALIANA

Largo del Perlar 12, 37135 VERONA, Tel. 0458251611
www.loewe.it, info@loewe.it

MAGIS spa

Via Triestina Accesso e - Z.I. Ponte Tezze
30020 TORRE DI MOSTO VE, Tel. 0421319600
www.magisdesign.com, info@magisdesign.com

MARNI

Via Sismondi 70/B, 20133 MILANO, Tel. 0271005479
www.marni.com, info@marni.it
boutique: Via della Spiga 50 - 20121 Milano
Tel. 0276317327

MARSET ILLUMINACIÓN

Alfonso XII 429-431, E 08912 BADALONA
(BARCELONA), Tel. +34 93 4602067
www.marset.com, info@marset.com

MARUNI WOOD INDUSTRY INC.

3-6-13 Higashinohbashi, J CHUO-KU TOKYO 103-0004
Tel. +81 3 5614 6598, www.maruni.com

MDF ITALIA spa

Via F.lli Cervi 4/a, 22066 MARUNO COMENSE CO
Tel. 0317570301, www.mdfitalia.it, info@mdfitalia.it

MINOTTI spa

Via Indipendenza 152, 20821 MEDA MB
Tel. 0362343499, www.minotti.com, info@minotti.it

MISAWA DESIGN INSTITUTE

Ginza 4-chome Tower 4-9-13, Ginza, Chuo-ku,
J Tokyo, 104-0061, Tel. +81 3 62640405
www.misawa.ndc.co.jp, misawa-info-ml@ndc.co.jp

MIYAZAKI CHAIR FACTORY CO., Ltd.

710, Nakasuji, Kawasaky, J 779-0223 Oasa-cho,
Naruto-city Tokushima, Tel. +81 88 6412185
www.miyazakaisu.co.jp, info@miyazakaisu.co.jp

MOLTENI & C spa

Via Rossini 50, 20833 GIUSSANO MB

Tel. 03623591, www.molteni.it
customer.service@molteni.it

MORELATO srl

Loc. Valmorsel 540, 37056 SALIZZOLE VR
Tel. 0456954001, www.morelato.it
morelato@morelato.it

MOROSO spa

Via Nazionale 60, 33010 CAVALICCO UD
Tel. 0432577111, www.moroso.it, info@moroso.it

MUJI - RYOHIN KEIKAKU CO. Ltd

4-26-3, Higashi-Ikebukuro, Toshima-ku
J TOKYO 170-8424, Tel. +81 3 39895361
www.muji.co.jp, kanai@muji.co.jp

NARDI spa

Via Arso 4, 36072 CHIAMPO VI, Tel. 0444422100
www.nardigarden.it, info@nardigarden.it

OZEKI & CO LTD

1-18 Oguma-Cho, Gifu-shi, GIFU 500-8061
Tel. +81-58-263-0111, www.ozeki-lantern.co.jp
info@ozeki-lantern.co.jp

PANASONIC CORPORATION

1-5-1, Higashi-Shimbashi, Minato Ku J 105-8301 TOKYO
Tel. +81 3 3574-5729, www.panasonic.com/global
www.panasonic.co.jp/es/
presscontact@ml.jp.panasonic.com

PAOLO CASTELLI spa

Via I Maggio 93, 40064 OZZANO DELL'EMILIA BO
Tel. 05146955511, www.paolocastelli.com
info@paolocastelli.com

POLIFORM spa

Via Montesanto 28, 22044 INVERIGO CO, Tel. 0316951
www.poliform.it, info@poliform.it

POLTRONA FRAU spa

Via Sandro Pertini 22, 62029 TOLENTINO MC
Tel. 07339091, www.poltronafrau.it
info@poltronafrau.it

POTOCO spa

Via Indipendenza 4, 33044 MANZANO UD
Tel. 0432745111, www.potocospa.com
info@potocco.it

PROMEMORIA - SOZZI ARREDAMENTI srl

Via per Como 84/a, 23868 VALMADRERA LC
Tel. 0341581021, www.promemoria.com
info@promemoria.com

RIVA 1920 INDUSTRIA MOBILI spa

Via Milano 137, 22063 CANTÙ CO
Tel. 031733094, www.riva1920.it, info@riva1920.it

ROYAL BOTANIA

Elzendonkstraat 146, B NIJLEN 2560
Tel. +32 34112285, www.royalbotania.com
info@royalbotania.com

Distr. in Italia: 2M GARDEN, Via Statale 133
23807 MERATE LC, Tel. 039508731

www.duemmegarden.it, info@duemmegarden.it

SAINT-GOBAIN GLASS ITALIA spa

Via E. Romagnoli 6, 20146 MILANO
Tel. 0242431, www.saint-gobain-glass.com

SERRALUNGA srl

Via Serralunga 9, 13900 BIELLA, Tel. 0152435711
www.serralunga.com, info@serralunga.com

SLAMP spa

Via Tre Cannelle 3, 00071 POMEZIA RM
Tel. 069162391, www.slamp.com, press.office@slamp.it

TAKEO PAPER SHOW

www.takeopapershow.com

& TRADITION A/S

TRANGRAVSVJEJ 24, DK 1436 COPENHAGEN
Tel. +45 3920 0233, www.andtradition.com
info@andtradition.dk

WALL&DECO

Via Santerno 9, 48015 CERVIA RA, Tel. 0544918012 www.
wallanddeco.com, info@wallanddeco.com

WALLPEPPER

Via Forcella 7/13, 20144 MILANO, Tel. 0292885406
www.wallpepper.it, www.wallpeppertrend.it
info@wallpepper.it

YAMAKAWA RATTAN

3F 2-15 Hachiyama-cho, J Shibuya-ku, Tokyo
Tel. +81 3 6416-9133, www.yamakawa-rattan.com
info@yamakawa-rattan.jp



Nell'immagine: il progetto di Gabinete de Arquitectura, vincitore del Leone d'Oro per il miglior partecipante alla 15. Mostra Internazionale di Architettura. La motivazione ufficiale recita: "aver messo insieme materiali primari, semplicità strutturale e lavoro non qualificato per portare la qualità architettonica a comunità che ne erano escluse".
 In the image: the project by Gabinete de Arquitectura (Solano Benítez, Gloria Cabral, Solano Benítez), winner of the Leone d'Oro for the best participant at the 15th International Architecture Exhibition of the Venice Biennale. The official report of the jury explained: "the work puts together basic materials, structural simplicity and non-expert labor to bring architectural quality to previously excluded communities."

NEL PROSSIMO NUMERO 664

IN THE NEXT ISSUE

Insights

**MILANO DESIGN 2016
SEGNALI DAL FUTURO
SIGNALS FROM THE FUTURE**

Inside

**PROGETTI BY PROJECTS BY
CAMPANA BROTHERS,
KENGU KUMA, PIERO LISSONI,
MVRDV, SEILERN ARCHITECTS,
CLAUDIO SILVESTRIN,
TAM ASSOCIATI, ZHANG KE**

FocusING

**15. MOSTRA INTERNAZIONALE
DI ARCHITETTURA, BIENNALE
DI VENEZIA
15. INTERNATIONAL
ARCHITECTURE EXHIBITION
VENICE BIENNALE**

Shooting

**ARRING OPEN BORDERS
FURNISHINGS FOR OPEN BORDERS
DESIGN & DESIGNERS**

INTERNI

on line www.internimagazine.it

direttore responsabile/editor

GILDA BOJARDI
bojardi@mondadori.it

art director

CLAUDIO DELL'OLIO

caporedattore centrale

central editor-in-chief
SIMONETTA FIORIO
simonetta.fiorio@mondadori.it

comitato scientifico/board of experts

ANDREA BRANZI
ANTONIO CITTERIO
MICHELE DE LUCCHI

consulenti/consultants

CRISTINA MOROZZI
MATTEO VERCELLONI
RUDI VON WEDEL

redazione/editorial staff

MADDALENA PADOVANI
mpadovan@mondadori.it
(caporedattore/editor-in-chief)
OLIVIA CREMASCOLI
cremasc@mondadori.it
(caposervizio/senior editor)
LAURA RAGAZZOLA
laura.ragazzola@mondadori.it
(caposervizio/senior editor ad personam)
DANILO SIGNORELLO
signorel@mondadori.it
(caposervizio/senior editor ad personam)
ANTONELLA BOISI
boisi@mondadori.it
(vice caposervizio architetture
architectural vice-editor)
CAROLINA TRABATTONI
carolina.trabattoni@mondadori.it
(vice caposervizio/vice-editor ad personam)
produzione e sala posa
production and photo studio
KATRIN COSSETA
internik@mondadori.it
produzione e news/production and news
NADIA LIONELLO
internin@mondadori.it
produzione e sala posa
production and photo studio
GUJA VISIGALLI
guja.visigalli@mondadori.it
rubriche/news

rubriche/features
VIRGINIO BRIATORE
giovani designer/young designers
GERMANO CELANT
arte/art
ANDREA PIRRUCCIO
produzione e/production and news
TRANSLATING@MAC.COM
traduzioni/translations

grafica/layout
MAURA SOLIMAN
soliman@mondadori.it
SIMONE CASTAGNINI
simonec@mondadori.it
STEFANIA MONTECCHI
stefania.montecchi@consulenti.mondadori.it

segreteria di redazione
editorial secretariat
ALESSANDRA FOSSATI
alessandra.fossati@mondadori.it
responsabile/head
ADALISA UBOLDI
adalisa.uboldi@mondadori.it
assistente del direttore/assistant to the editor
MIRKA PULGA
internir@mondadori.it

contributi di/contributors
CHIARA ALESSI
STEFANO CAGGIANO
PATRIZIA CATALANO
VALENTINA CROCI
GUIDO MUSANTE
ROBERTO VALDEN

fotografi/photographs
FILIPPO BAMBERGHI
PAUL BARBERA
SIMONE BARBERIS
FEDERICO BAUTISTA
PAOLO ROLZI
KENICHI SUZUKI
TAKUJI SHIMMURA
DAVID ZANARDI

progetti speciali ed eventi

special projects and events
MICHELANGELO GIOMBINI
(collaboratore/collaborator)
ANTONELLA GALLI
(collaboratore/collaborator)

SISTEMA INTERNI

Interni Annual monographs
Annual Cucina, Annual Bagno,
Annual Contract
Design Index
The Design addressbook

Interni Panorama - special issue

Due inserti all'anno/ twice yearly
Guida FuoriSalone
Milano Design Week itinerary
Interni King Size
Milano Design Week new products

GRUPPO MONDADORI

GRUPPO MONDADORI EDITORE
20090 SEGRATE - MILANO

INTERNI

The magazine of interiors
and contemporary design
via Mondadori 1 - Cascina Tregarezzo
20090 Segrate MI
Tel. +39 02 75421
Fax +39 02 75423900
interni@mondadori.it

Publicazione mensile/monthly review.
Registrata al Tribunale
di Milano al n° 5 del 10 gennaio 1967.

PREZZO DI COPERTINA/COVER PRICE
INTERNI € 8,00 in Italia



PUBBLICITÀ/ADVERTISING

MEDIAMOND S.P.A.
Palazzo Cellini - Milano 2
20090 Segrate (MI)
Tel. 02 21025259
E-mail: contatti@mediamond.it
Vice Direttore Generale Living: Flora Ribera
Coordinamento: Silvia Bianchi
Agenti: Stefano Ciccone, Alessandra
Capponi, Luca Chinaglia, Mauro Zanella

Sedi Esterne/External Offices:
EMILIA ROMAGNA/TOSCANA
Mediaconnect srl
Via di Corticella 181/4, Bologna
Tel. 051 2757011
info@mediaconnectadv.com
PIEMONTE/LIGURIA/VALLE D'AOSTA
Full Time srl
Corso Quintino Sella 12, Torino
Tel. 011 2387111, info@fulltimesrl.com
LAZIO
Mediamond spa, Centro Elios Titanus
Via Tiburtina 1361, 00131 Roma
Tel 06 36171707
TRIVENETO
(tutti i settori, escluso settore Living)
Full Time srl
Via Cà di Cozzi 10, Verona, Tel. 045 915399
info@fulltimesrl.com
TRIVENETO (solo settore Living)
Paola Zuin - cell. 335 6218012
paola.zuin@mediamond.it
UMBRIA/MARCHE/ABRUZZO/SAN MARINO
Idea Media srl, Via Soardi 6, Rimini (RN)
Tel. 0541 25666, segreteria@ideamedia.com
CAMPANIA
Crossmediaitalia 14 srl, via G. Boccaccio 2
Napoli, Tel. 081 5758835
PUGLIA
Crossmediaitalia 14 srl, via Diomede Fresa 2
Bari, Tel. 080 5461169
SICILIA/SARDEGNA/CALABRIA
GAP Srl - Giuseppe Amato
via Riccardo Wagner 5, Palermo
Tel. 091 6121416, segreteria@gapmedia.it

ABBONAMENTI/SUBSCRIPTIONS

Italia annuale/Italy, one year:
10 numeri/issues + 3 Annual
+ Design Index A 64,80
(prezzo comprensivo del contributo
per le spese di spedizione).
Inviare l'importo tramite c/c postale
n. 77003101 a: Press-Di srl - Ufficio
Abbonamenti. » possibile pagare
con carta di credito o paypal sul sito:
www.abbonamenti.it
L'abbonamento può avere inizio
in qualsiasi periodo dell'anno.

Worldwide subscriptions, one year:
10 issues + 3 Annual + Design Index A 59,90
+ shipping rates. For more information
on region-specific shipping rates visit:
www.abbonamenti.it/internisubscription.
Payment may be made in Italy through any
Post Office, order account no. 77003101,
addressed to: Press-Di srl - Ufficio
Abbonamenti. You may also pay with credit
card or paypal through the website:
www.abbonamenti.it/internisubscription
Tel. +39 041 5099049, Fax +39 030 7772387

Per contattare il servizio abbonamenti:

Inquiries should be addressed to:
Press-Di srl - Ufficio Abbonamenti
c/o CMP Brescia - 25126 Brescia (BS)
Dall'Italia/from Italy Tel. 199 111 999,
costo massimo della chiamata da tutta
Italia per telefoni fissi: 0,12 € + iva
al minuto senza scatto alla risposta.
Per i cellulari costo in funzione
dell'operatore.
Dall'estero/from abroad
Tel. + 39 041 5099049
Fax + 39 0307772387
abbonamenti@mondadori.it
www.abbonamenti.it/interni

NUMERI ARRETRATI/BACK ISSUES

Interni € 10, Interni + Design Index € 14
Interni + Annual € 14.
Pagamento: c/c postale n. 77270387
intestato a Press-Di srl "Collezionisti"
(Tel. 045 888 44 00). Indicare indirizzo
e numeri richiesti inviando l'ordine via Fax
(Fax 045 888 43 78) o via e-mail
(collez@mondadori.it/arretrati@mondadori.it).
Per spedizioni all'estero, maggiorare
l'importo di un contributo fisso di € 5,70
per spese postali. La disponibilità di copie
arretrate è limitata, salvo esauriti,
agli ultimi 18 mesi. Non si accettano
spedizioni in contrassegno.
Please send payment to Press-Di srl
"Collezionisti" (Tel. + 39 045 888 44 00),
postal money order acct. no. 77270387,
indicating your address and the back issues
requested. Send the order
by Fax (Fax + 39 045 888 43 78) or e-mail
(collez@mondadori.it/arretrati@mondadori.it).
For foreign deliveries, add a fixed payment
of € 5,70 for postage and handling.
Availability of back issues is limited, while
supplies last, to the last 18 months.
No COD orders are accepted.

DISTRIBUZIONE/DISTRIBUTION
per l'Italia e per l'estero/for Italy and abroad
Distribuzione a cura di Press-Di srl

L'editore non accetta pubblicità in sede
redazionale. I nomi e le aziende pubblicati
sono citati senza responsabilità.
The publisher cannot directly process
advertising orders at the editorial offices
and assumes no responsibility for the names
and companies mentioned.

Stampato da/printed by
ELCOGRAF S.p.A.
Via Mondadori, 15 - Verona
Stabilimento di Verona
nel mese di giugno/in June 2016



Questo periodico è iscritto alla FIEG
This magazine is member of FIEG
Federazione Italiana Editori Giornali

© Copyright 2016 Arnoldo Mondadori Editore
S.p.A. - Milano. Tutti i diritti di proprietà
letteraria e artistica riservati. Manoscritti e foto
anche se non pubblicati non si restituiscono.

HAUTE NATURE



© 2016 Antolini Luigi. All Rights reserved.

Bianco Lasa | Covelano "Vena Oro" (Marmo)

per gentile concessione di EUROPA MARMI

Antolini crede nel potere di ciò che è autentico. La maestosa forza di madre natura racchiusa in sorprendenti creazioni. Creato dalla natura, perfezionato in Italia.

antolini.com

Antolini[®]
ITALY

Caimi Brevetti S.p.A. • 20834 Nova Milanese • MB • Italy • T +39 0362 49101 • F +39 0362 491060 • info@caimi.com • www.caimi.com

Caimi
BREVETTI

SNOWSOUND® TECHNOLOGY
ACOUSTIC SOLUTIONS



Premio XXIV
Compasso d'Oro

FLAP Design Alberto Meda, Francesco Meda