

Rassegna del 16/09/2009

ITALIA OGGI - L'arredamento riscopre la strada - Sottilaro Francesca	1
ITALIA OGGI - Intervista a Luisa Bocchietto - Cosa fa bene al sistema? Meno progetti virtuali - ...	2
FINANZA & MERCATI - Domo360, il mobile si mette in vetrina - ...	3

• **DESIGN**, l'arredamento riscopre la strada

Gli organizzatori di Zona Tortona lanciano Design in the city. Si comincia il 22 ottobre

L'arredamento riscopre la strada

Circuito showroom a Milano. Meno effetto Salone, più consumer

PAGINA A CURA
DI **FRANCESCA SOTTILARO**

Le vie milanesi dell'arredamento si mettono a fare marketing, sulla falsariga di quanto già fa la settimana del Salone, ma con un occhio più attento ai non operatori, ovvero a chi sogna le grandi firme, ma poi fugge da Ikea.

A firmare «Milano design in the city», l'evento «guidato» in calendario dal 22 al 25 ottobre, sono i soci di Design partners, già ideatori del fuori salone di Zona Tortona che intravedono nuove potenzialità in questo percorso cittadino alternativo, là dove gli showroom già esistono. «Ad aprile con il Salone i prototipi e le nuove creazioni sono soprattutto dedicate a progettisti e architetti», spiega **Luca Fois**, presidente di Design Partners, «ora gli stessi prodotti parleranno ai consumatori».

Sessanta le grandi firme

dell'interior, italiane e non, che hanno aderito all'iniziativa, da Driade a Cappellini a De Padova; otto i percorsi merceologici in cui la città si plasmerà; due i workshop su progettazione e iniziative bilaterali con la Franca capitale della distribuzione, mentre tutte le strade parleranno dell'evento: le fioriere diventeranno indicazioni per gli showroom, le metropolitane saranno addobbate di segnaletica. Non mancherà nemmeno l'angolo relax sponsorizzato Technogym (presso Poltrona Frau e Boffi) o la pausa caffè dello sponsor Saeco negli infopoint.

«Milano ha la fortuna di avere già una trama urbana con luoghi del design», sottolinea **Maurizio Ribotti**, a.d. di Design Partners, «il tutto sta nel creare un sistema città, sull'esempio di quanto già fanno molte istituzioni governative straniere che mettono l'interior e la sua industria alla base della propria economia locale».

Il comune di Milano ha dato il suo placet all'iniziativa, sostenuta anche dall'Adi, l'associazione per il disegno industriale presieduta da **Luisa Bocchietto** (si veda l'articolo a fianco), che per l'evento lavorerà a braccetto dell'Airc (Associazione italiana per la ricerca sul cancro) riproponendo *Love design*, mostra mercato a prezzi democratici al Padiglione d'arte contemporanea di Milano.

—riproduzione riservata—

Luca Fois e Maurizio Ribotti



LUISA BOCCHIETTO (ADI)

**Cosa fa bene al sistema?
Meno progetti virtuali**

Più realtà, meno prodotti immaginari. Al di là dei progetti e delle iniziative cittadine «che fanno bene al design italiano», la formula di Luisa Bocchietto, presidente dell'Adi (Associazione per il disegno industriale), perché il sistema funzioni davvero è quella «della selezione e della semplicità dei lavori».

Domanda. Presidente, tempo fa su questo giornale il provocatore Oliviero Toscani disse della Milano del design che è «roba da ricchi in quattro vie da ricchi». Qualcosa è cambiato?

R. L'idea che sia un lusso è stata spinta negli anni '90. Fare design oggi significa dare la maggior bellezza progettuale alla più grande quantità di persone.

D. Però non tutto è a portata di mano..

R. È vero e infatti esiste Ikea o anche aziende come Kartell che hanno portato la creatività su un piano ragionevole. Ma le creazioni, in generale, sono la nostra arte contemporanea. È giusto

investire anche a prezzi più alti.

D. Cosa fa male al design in Italia?

R. Io sono molto dura a riguardo. Penso, per esempio, che negli ultimi anni c'è stato contrabbandato come design ciò che non esisteva. I rendering di non-prodotti che non sono mai entrati in produzione. C'è un affollamento che crea confusione.

D. Come Adi smistate i progetti del Compasso d'oro e anche l'Adi index sembra un po' affollato...

R. Sì, ma è ogni tre anni e su oltre 3mila prodotti solo 15 alla fine hanno una menzione. Comunque, quest'anno anche avere tre poltrone al Compasso forse è stato troppo, ser-

ve un ridimensionamento generale. Come ai Saloni, non si può pensare che ci sia una sedia nuova ogni anno, così si banalizza il design. La crisi però sta rimescolando bene le carte.

D. Dove sta la giusta via di mezzo in questo settore?

R. Dipende dalla visione che si vuole avere: alla maniera anglosassone il design è anche marketing; alla maniera italiana è una scommessa. Ma basta vedere ciò che è nelle case degli italiani e molto spesso sono cose fatte 50anni fa e sempre attuali.



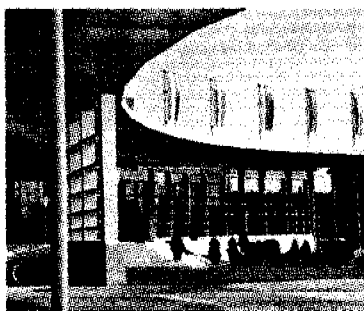
riproduzione

riservata



Domo360, il mobile si mette in vetrina

Con 140 aziende espositrici e 800 buyer attesi, dal 24 al 27 settembre prossimi, torna Domo360, il Salone del mobile di Pesaro. Le Marche confermano una presenza significativa: 60 aziende, delle quali 4.0 dalla provincia di Pesaro e Urbino, tra i poli produttivi leader a livello nazionale. Ma Domo360 sarà una vetrina del made in Italy, potendo contare sulla presenza di im-



prese, piccole e grandi, provenienti da Veneto, Friuli, Abruzzo, Puglia e Brianza. Sarà rappresentata l'intera filiera produttiva, con una sezione speciale dedicata alle cucine e al total living. «Abbiamo coperto tutti gli spazi e, soprattutto, siamo straordinariamente contenti di poter ospitare brand di assoluto valore» ha detto Ugo Calzoni, amministratore di Fiera di Pesaro.

IMPRUSE Calzoni ed il mobile per due salotti in un'atmosfera di stile e raffinatezza

Segnali di ottimismo dall'Europa Il mercato azionario europeo registra un recupero

La guida operativa per i tuoi investimenti

OGNI SABATO IN EDICOLA