

IL GIORNALE DEL Design



IL GIORNALE DELL'ARCHITETTURA

- Tema del mese Il Salone del Mobile di Milano 1968-2008 ■ Focus Il mercato del mobile in Cile ■ Proprietà intellettuale Novità per la normativa italiana
- Professioni Eletto il nuovo presidente dell'ADI ■ Formazione Summer School 2008
- Mostre I campionari al Cooper-Hewitt di New York ■ Libri Marco Zanuso

1968/2008 Gusti mutanti

Contrariamente a una diffusa convinzione, i tempi del cambiamento delle mentalità e delle abitudini da un lato, e quelli della politica, della cronaca (e della moda) dall'altro, non sono totalmente sfalsati e sfasati: non è vero, in particolare, che i primi si muovano solo sui tempi lunghi, con il ritmo dei decenni o addirittura dei secoli, mentre i secondi si consumano nelle settimane o nei giorni. Anche le mentalità e i costumi hanno conosciuto nel corso della storia momenti di svolta intensi e precipitosi, mentre ci sono eventi che possiamo capire (e sono in generale i più importanti, i più «epocali») che magari sembrano collassare in tempi rapidissimi, ma sono comprensibili solo tenendo conto dei lunghi percorsi nei quali sono maturati. «Millenovecentosessantotto» è, in questo senso, già come parola, una sorta di punto

□ **Peppino Ortoleva**
CONTINUA A PAG. 2

TEMPLI DEL DESIGN Dal Bar Jamaica a Superstudio

Soffia un vento tiepido di nostalgia su Milano. La mostra che la Triennale ha dedicato agli anni settanta ha reso più vivide la memoria e la consapevolezza che i fasti di quella straordinaria stagione che ha vissuto la città prima del Sessantotto sono ormai irrimediabilmente passati, consumati nell'austerità dei settanta, poi nell'abbuffata degli ottanta e infine nello smarrimento dei novanta. Come dice Edmondo Berselli nel suo libro *Adulti con riserva*, «C'è stata un'epoca meravigliosa, fra la metà degli anni cinquanta e il Sessantotto, in cui

□ **Alba Cappellieri**
CONTINUA A PAG. 5



Manifesti del Salone del Mobile di Milano, 1968-2007

DESIGN E TUTELA

L'Italia a rischio contraffazione

Vitra ha incaricato i propri legali di portare la questione davanti alla Corte Costituzionale italiana e alla Corte di Giustizia delle Comunità europee

Mentre all'estero si afferma l'eccellenza estetica dei prodotti italiani, il legislatore mette mano alla normativa sulla tutela autoriale dell'industrial design e azzerla la protezione del diritto d'autore per la stragrande maggioranza delle opere create

prima del 19 aprile 2001. Così, l'arredamento di alto design, fiore all'occhiello della nostra economia, rimane sprovvisto di una fondamentale forma di protezione giuridica di fronte alle copie, e l'Italia diventa tra i paesi più esposti del mondo al-

la contraffazione. Ma c'è chi non rimane a guardare: Vitra, azienda svizzera leader nella produzione e sviluppo di arredamento di alto design, ha incaricato i propri legali Trevisan

□ **Elena Martini**
CONTINUA A PAG. 9

CAMBIO AL VERTICE DELL'ADI

Una sfida femminile

Luisa Bocchietto preferita a Maria Grazia Mazzocchi di Domus Academy

Il 22 febbraio presso la sede della Federazione delle Associazioni Scientifiche e Tecniche (FAST) di Milano si sono tenute le elezioni per la nuova gestione dell'Associazione per il Disegno industriale (ADI). Un risultato numericamente schiacciante ha

consegnato l'istituzione nelle mani della lista formata da Giovanni Cutolo, Giovanna Talloci, Roberto Marcatti e Alessandro Sarfatti. È stata eletta presidente Luisa

□ **Flaviano Celaschi**
CONTINUA A PAG. 10

CILE Rapporto sul sistema del mobile

L'attuale rapporto tra design e sistema del mobile cileno può essere letto attraverso due fenomeni emergenti: il potere dei cosiddetti «megastores» e la diffusione crescente di piccoli ed esclusivi show-room, che definiamo «design points». Quattro catene di «megastores», in grado di offrire tutto ciò che il cliente medio può desiderare, detengono il monopolio quasi totale della distribuzione di mobili in Cile. Data l'incredibile crescita delle importazioni, che alimentano i «giganti» della distribuzione, non esiste una vera competizione. In assenza di minacce, l'esigenza d'innovazione nelle tipologie merceologiche offerte o nei modelli espositivi è scarsamente sentita. Gli stores seguono più o meno indistintamente le tendenze internazionali, senza lasciare spazio alla creazione di un'identità specifica, di un'atmosfera o di uno scenario caratteristico del singolo punto vendita. I prodotti distribuiti sono omogenei per forme e materiali in tutte le catene distributive: abbinamenti di legno e cuoio o legno e vetro sono ampiamente diffusi in mobili caratterizzati dalle forme geometriche semplici e largamente consolidate.

□ **Francesca Rossi Pantoja**
CONTINUA A PAG. 6

INTERVISTA A FERNANDO CONTRERAS

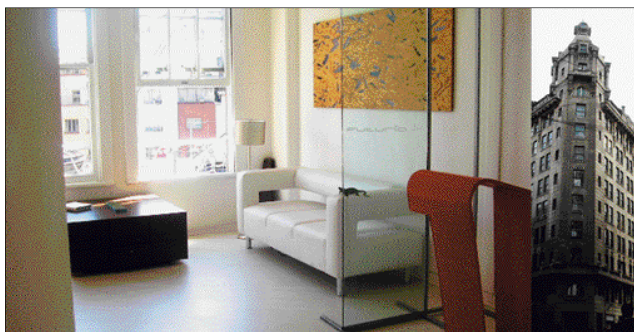
Il Cile è la Svizzera dell'America Latina

Una realtà nella quale la cultura del design ha ampi margini di crescita, seppure, per il momento, sia caratterizzata da una produzione manierista e veicolata da modelli europei

Nella percezione europea, il Cile rappresenta una sorta di «Svizzera» dell'America Latina, in termini di efficienza e organizzazione. Che rapporto c'è tra il Cile e il resto del continente rispetto alla cultura del design? In Cile, come in tutta l'America Latina, i diversi settori del design non agiscono in maniera integrata e le relazioni interne sono esclusivamente di tipo commerciale. I rapporti tra le università e tra queste e le aziende sono fenomeni isolati ed effimeri, che dipendono dalla lungimiranza di singole figure di manager illuminati. Quanto al Cile, direi che è un luogo fantastico per i fondi d'investimento, dove gli elementi dell'identità culturale si delineano attraverso i rapporti commerciali per una sorta di accumulo continuo, di assimilazione socio-culturale attraverso l'acquisto di prodotti dall'estero. Alcuni di questi fattori ci rendono, in qualche modo, una sorta di «Svizzera» latinoamericana. Il design vive nell'accademia, mentre il mercato è saturo di prodotti esteri e le aziende locali progettano spesso «alla maniera» italiana, svizzera o tedesca. Ma il tema dell'identità cilena scivola ben oltre l'ambito disciplinare del design: sappiamo più dell'Argentina o del Brasile che di noi stessi.

Che relazione c'è, invece, tra cultura del design cilena ed europea, in particolare italiana?

Sappiamo che una sedia di un architetto cileno di 68 anni è giunta a Parigi: è l'unico caso che si è verificato in quarant'anni di formazione universitaria al design. La tensione culturale del paese, come dicevo, è risolta verso l'esterno, e in particolare verso l'Europa. Anche in questo caso, però, si registrano pochi casi di confronto reale e diretto, cioè non mediato dall'editoria. Dieci anni fa, insieme a Matteo Ragni, fondammo una società chiamata Sofar, un sogno di vicinanza bi-oceánica che rendesse possibile il rapporto culturale tra singoli progettisti; un rapporto fatto di brevi corsi valutati tramite mail, Skype e altri strumenti di comunicazione a distanza e progetti comuni (in particolare una collezione di oggetti in ceramica morfologicamente derivati da culture lontane). La nostra sfida di osmosi tra design italiano e cileno continua a essere un sogno. Devo dire, però, che in Cile abbiamo imparato dall'Italia la possibilità di una sottile pelle d'ironia dei prodotti; le iniziative design driven in ambiti insoliti, come musei o piccole e



La sede dello studio di marketing e design strategico Futuria

piccolissime imprese; il modello produttivo distribuito sul territorio. D'altra parte, ci aspettiamo di aver trasmesso qualcosa soprattutto attraverso la mediazione di linguaggi potenti e maturi in Cile, come la poesia.

Qual è il ruolo dei designer cileni nel sistema del mobile locale?

Il settore del mobile cileno è composto prevalentemente da aziende che commercializzano mobili cinesi ed europei. Poche sono le aziende di produzione. I designer, pertanto, sono prevalentemente manager o venditori. Lo spazio maggiore è offerto dalle aziende che operano nel campo della distribuzione, soprattutto nel settore uffici.

Quali prospettive vede per il design in Cile?

Ho visto piccoli gruppi di designer cileni che sfidano tutto quanto detto prima, una generazione che non imita l'Europa, ma tenta una strada diversa, ricca d'incursioni dal mondo artigianale. A Valparaíso o nel centro di Santiago incominciano ad apparire studi che hanno una piccola vetrina dove vendono quello che producono. Sono marchi in potenza, ancora imperfetti e numericamente esigui, ma se si

moltiplicassero potrebbero produrre una fantastica prospettiva di produzione in dieci anni. Inoltre, prospettive positive vengono dallo stesso tessuto sociale cileno. La nostra è una società folle, fatta di docenti con cinque lauree all'estero, di manager convinti che il design sia immagine coordinata, di designer che fanno qualsiasi cosa meno ciò che è stato loro insegnato e promesso. È però una società giovane, in pieno sviluppo e progressivamente meno timida e ingenua. Questo non può che lasciare ben sperare per il futuro di chi progetta.

□ Intervista di
Angela De Marco

Fernando Contreras si è laureato in Product design presso l'Università di Valparaíso. Dopo due anni di collaborazione con lo studio ONDisegno di Santiago, si trasferisce in Italia, dove consegue un master in Industrial design e bionica al Centro ricerche dello IED. Rientrato in Cile, insieme a Matteo Ragni fonda Sofar, società per lo sviluppo della cultura di progetto fra Italia e Cile. Con Italo Rossi fonda Futuria, studio di marketing e design strategico. Oggi è docente di Industrial design presso l'Università Adolfo Ibañez di Viña del Mar.

Rapporto sul Cile

SEGUE DA PAG. 1

Sono prodotti d'importazione, fabbricati in maniera economica per poter essere venduti a prezzi bassi. Tra i modelli più richiesti, grazie a prezzi ormai accessibili alla maggior parte della popolazione, sono le copie di storici oggetti di design, tutte importate direttamente dalla Cina: le imitazioni della sedia «Barcelona», creazione di Mies van der Rohe, l'immortale «Chaise longue» di Le Corbusier, la sedia «Swan» di Jacobsen, sono tra i prodotti più venduti. Potremmo dire che in tutti i «megastores» del Cile, l'apprezzamento per il «buon progetto» va di pari passo con l'attenzione al basso prezzo.

Esistono, però, alcuni luoghi in cui il progetto del nuovo riveste importanza e valore. Una piccola, ma crescente percentuale del mercato del mobile cileno si rivolge a prodotti di elevata funzionalità, di alta qualità delle materie prime e della realizzazione, la cui produzione può definirsi design driven. Luoghi di distribuzione specifici per tali tipi di produzione, destinati principalmente a una clientela di settore e a pochi appassionati, sono nati e si sono sviluppati prevalentemente negli ultimi dieci anni. I prodotti distribuiti afferiscono al segmento del lusso, economicamente accessibile a un gruppo ristretto e specifico della società cilena, ma il cui ruolo trainante nell'innovazione «culturale» non è trascurabile. I «design points» si trovano prevalentemente nella capitale (che ospita quasi un quarto della popolazione del paese) e sono quasi esclusivamente locali (tranne Antaix, azienda spagnola). Tra i più noti possiamo citare Muebles Sur, Sur Diseño, Interdesign o i più recenti Mondo e Nu-

vo o il neonato CasaMia. Questi punti d'incontro tra design e utenti hanno il merito di aver promosso «a valle» importanti sviluppi nella cultura del mobile cileno. Essi hanno contribuito a diffondere e valorizzare un materiale ancora oggetto, fino a pochi anni fa, di pregiudizi da parte degli acquirenti cileni: la plastica. Attraverso i prodotti di marchi internazionalmente noti (come Kartell o Vitra) e di designer di fama mondiale (come i fratelli Campana e Karim Rashid), i «design points» hanno mostrato le potenzialità insite nei prodotti sintetici a base di resina e acrilico, evidenziandone la flessibilità in termini di gamma cromatica, forme e accostamenti. Si potrebbe dire che essi hanno trasformato la percezione della materia plastica in Cile «from trashy to classy», esibendone e celebrandone il valore aggiunto. L'idea di un prezzo di prodotto connesso essenzialmente al costo di produzione, ancora forte in un paese in cui gran parte della produzione è di tipo artigianale, si è in tal modo ribaltata, e il mercato cileno ammette oggi l'esistenza di prodotti il cui valore finale è determinato da qualità e innovazione del design.

Oggi, il veloce sviluppo economico del paese sta agendo parallelamente nella direzione dell'incremento del desiderio di qualità della vita e di un habitat confortevole, generando una spinta progressiva verso gli acquirenti per la casa. Se la cultura del design nel consumo di prodotti del sistema del mobile continuerà a svilupparsi, il Cile si preannuncia un mercato di notevole importanza per i designer.

□ **Francesca Rossi Pantoja**

Il parere di Italo Rossi

In Italia il settore del mobile è stato tra i primi campi d'interesse per il design e ha avuto un ruolo trainante nella spinta dell'innovazione verso altri settori, come dimostra ancora oggi il crescente successo del Salone di Milano. Possiamo riscontrare un fenomeno simile in Cile?

L'industria del mobile in Cile ha dimensioni assai ridotte e non è particolarmente evoluta. Il primo settore ad aver sviluppato uno stretto rapporto con il design è stato quello grafico, seguito dall'industria degli elettrodomestici. Attualmente, l'ambito professionale che impiega il maggior numero di designer cileni è quello commerciale: molti professionisti gestiscono negozi nei quali si fanno promotori della cultura del design.

Tornando al settore del mobile, quali paesi costituiscono, in positivo o in negativo, un riferimento per il sistema cileno?

Il made in Italy rappresenta senza dubbio un riferimento positivo. Un esempio negativo, molto penetrante, è offerto invece dai mobili «ready to assemble» («fai da te») importati fondamentalmente dall'Asia. La scarsa qualità progettuale ed esecutiva passa in secondo piano agli occhi del consumatore di fronte all'accessibilità dei prezzi. Infine, l'industria del mobile brasiliana, che ha raggiunto uno sviluppo significativo sia dal punto di vista industriale che del progetto, rappresenta un riferimento positivo a noi vicino, in grado di sollecitare il sistema industriale locale.

Ritiene che i designer cileni siano maturi per un rapporto professionale con le imprese del paese?

Assolutamente sì. La formazione del designer in Cile è molto sviluppata (esistono ben 53 enti formativi) e di buon livello. Il problema del difficile incontro tra designer e imprese è di tipo culturale e risiede fondamentalmente nella mentalità della maggior parte degli industriali. Intervista di **F. R. P.**

Direttore generale di Fernando Mayer, tra le principali imprese cilene del settore dei mobili per ufficio, Italo Rossi opera attivamente nella promozione del design in Cile e America Latina.



Fernando Contreras

1983-2008: Umberto Allemandi & C. Venticinquesimo anniversario

Ci vediamo
a Torino
alla Fiera del Libro

Torino, dall'8 al 12 maggio.
Siete attesi nello stand Allemandi
nel padiglione 2, stand F 79.
Un dono attende i visitatori e i clienti



www.allemandi.com

Altri saloni del mobile...



Si è conclusa a fine marzo la decima edizione di **Movelsul Brasil**, il principale salone del mobile latinoamericano organizzato dal Sindacato delle Industrie di Bento Gonçalves-Sindmóveis che si è svolto a **Bento Gonçalves con 430 espositori locali**. L'evento ha ospitato anche il premio internazionale

Salão Design Movelsul: dei 940 progetti iscritti alla prima fase, 69, presentati in forma di prototipi in dimensioni naturali, sono passati alla seconda, che ha implicato una presentazione, e relativa premiazione, durante la fiera (nella foto «Ayty Espreguicadeira e Tata» di Roque Frizzo, 1° premio professionisti). L'edizione 2008 del premio è stata segnata dall'apertura ad alcuni paesi dell'Unione Europea (Francia, Italia, Spagna) che hanno partecipato accanto al Brasile, ai paesi dell'America Latina e dei Caraibi. La commissione giudicatrice era composta dall'italiano **Gabriele Adriano**, dall'italo-argentino **Paolo Bergomi**, presidente dell'Associazione Latinoamericana di Disegno (ALADI) di Buenos Aires, da **Renato Sólito**, architetto di Caxias do Sul, dalla giornalista **Maria Helena Estrada**, direttrice di «Arc Design» (Spagna), e dall'imprenditore **Ademir Bueno**, direttore della rete di negozi Tok Stok (Spagna). I criteri che hanno guidato la scelta sono stati ergonomia, forma, funzionalità, impatto ambientale, innovazione, prospettiva di mercato, relazione costo/beneficio e possibilità di produzione.