BRAND NEWS

SPECIALE TREND MILANO DESIGN WEEK 2018

www.brand-news.it

NEW DESIGN, NEW POSSIBILITIES. 10 TREND DALLA MILANO DESIGN WEEK

Case e città in movimento creano nuovi bisogni e stili di vita

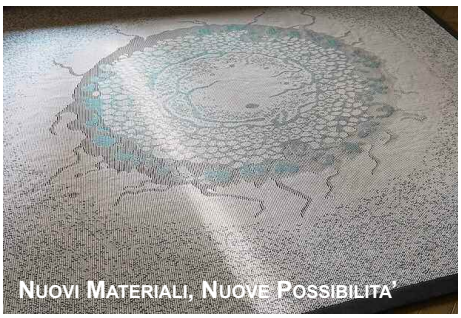
Sostenibilità smart

Audio come Arredo

Souvenir d'autore

Trasformazione digitale per tutti

Auto, progettare l'innovazione


Nuovi Materiali, Nuove Possibilita'

Concept retail

Tecniche tradizionali reinventate

New design, new possibilities. 10 trend dalla Milano Design Week 2018 che segnano i nuovi modi dell'abitare

Al di là del desiderio compulsivo scatenato dai migliori brand di arredamento italiani e internazionali, la Milano Design Week pullula di idee e nuovi modi di rappresentare la realtà e di vivere la casa e la città. Nuovi bisogni, stili di vita, modi d'uso e consumo emergono dalle mostre, installazioni e prodotti. E insieme valori come la mobilità, la sostenibilità, l'umanesimo tecnologico si presentano integrati all'inizio della progettazione, non appiccicati a posteriori. Seguendo queste linee guida abbiamo selezionato 10 temi in cui il design schiude nuove possibilità

CASE E CITTÀ IN MOVIMENTO CREANO NUOVI BISOGNI E STILI DI VITA

Interni - House in motion

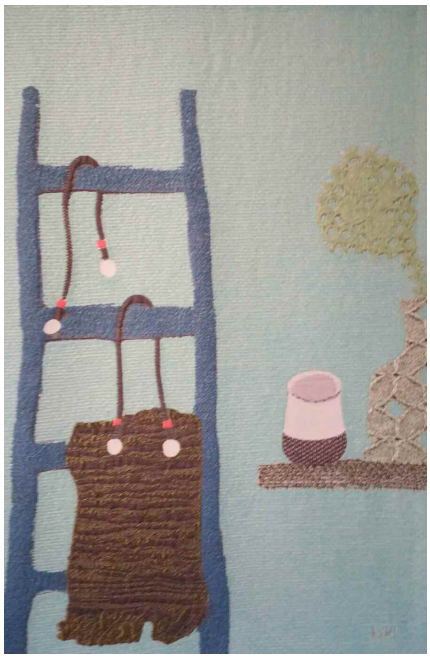
Mentre la Design Week si amplia con nuove zone d'attrazione, il cuore del Fuorisalone rimane l'Università Statale con la mostra-evento di Interni e Mondadori che cerca ogni anno di interpretare lo spirito del tempo. Intitolata "House in Motion", rappresenta con 32 tra installazioni, oggetti e architetture site-specific i temi dell'abitare e della mobilità - apparentemente contrapposti - che si contaminano e si influenzano, generando nuovi stili di vita.
La casa diviene il luogo che recepisce le esigenze dei propri abitanti e si modella sulle loro evoluzioni; i luoghi di transito, di sosta e di lavoro, così come i mezzi di trasporto, mutuano delle abitazioni lo spirito friendly e informale, in cui la tecnologia ha un ruolo sempre più determinante. Abbiamo così la casa di Italcer Group che diventa condivisa e sociale grazie alla tecnologia, quella trasportabile di Ikea, quella che ricorda seno materno di Nurus (nella foto).

Cozy/Flat

All'interno della mostra 'City making, trouble making - Who's making the city?' (Base Milano) l'installazione Cozy/Flat a cura di Calibro, Donato Ricci e Òbelo analizza come si riflette sulla città la bolla di filtraggio creata dagli algoritmi che governano le piattaforme digitali. Prendendo in esame 230 appartamenti milanesi su Airbnb i tre hanno analizzato su base statistica e sistematica il fenomeno dell'AirSpace della città isolando i criteri che rendono le case più appetibili e quindi più redditizie, ma che anche le omologano per soddisfare le aspettative del potenziale cliente. La logica dell'interfaccia viene così rivelata, attraverso l'abbinamento dei consigli di Airbnb alle rispettive fasce di prezzo e attraverso la comparazione delle immagini di copertina e il censimento degli oggetti e dei mobili che vi compaiono, rilevando ricorrenze e abbinamenti fissi.

Google Softwear - lavoro da casa, comodo e smart

Nel presente e nell'immediato futuro la casa sarà sempre più spesso anche un luogo di lavoro, e ci si veste di conseguenza con capi morbidi e confortevoli. Lo scenario che la trend forecaster Lidewji Edelkoort aveva anticipato nel 1998 viene aggiornato nell'installazione realizzata da Google presso gli spazi di Rossana Orlandi, in collaborazione con la designer Kiki van Eijk, per mostrare la gamma completa di prodotti hardware. Gli speaker Google Home, visori VR, smartphone e tablet Pixel sono collocati in un constesto ovattato a fianco di oggetti domestici, estensioni smart che rendono la vita degli abitanti della casa sempre più 'softwear'.



Material Connexion

Smart City – che resta aperta fino al 12 maggio grazie alla collaborazione con Seeds&Chips - racconta in 6 aree tematiche curate da Material Connexion il futuro dei cittadini digitali, come preservare l'ecosistema, come ci nutriremo attraverso una selezione di materiali e tecnologie e la partecipazione, tra gli altri, di Cefriel, Piquadro, Politecnico di Milano, Suez, Tesla, Unilever. Piquadro ha portato i trolley aumentati dall'IoT, connessi via Bluetooth grazie all'app Connequ: ricaricano lo smartphone con il semplice contatto, allertano in caso di furto o smarrimento, hanno una maniglia che pesa il trolley e segnala quali compagnie aeree lo ammettono in cabina e un lucchetto che si apre e si chiude con l'impronta digitale.

Conai

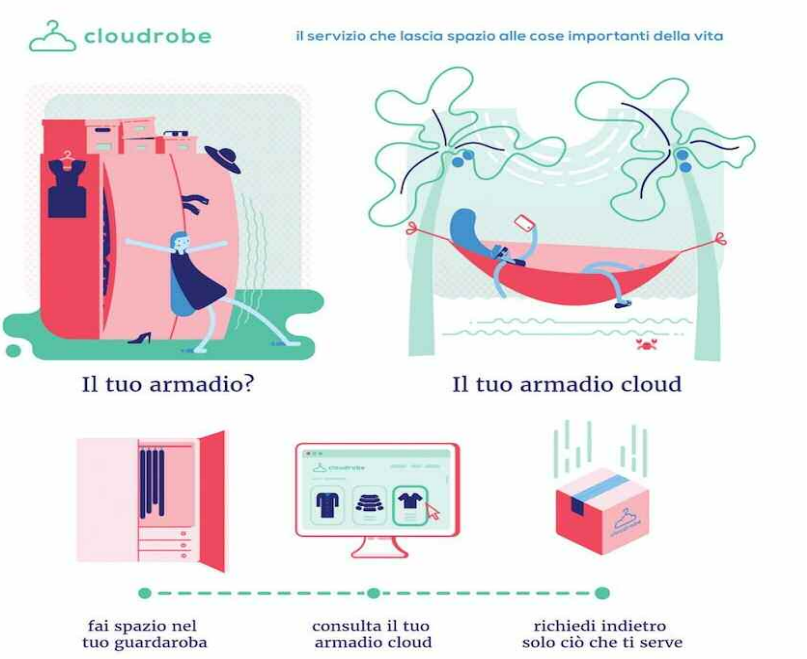
Sul tema dell'economia circolare 'Meubles Plus', istallazione per CONAI e i Consorzi per il riciclo dei rifiuti di imballaggio realizzata dall'architetto utopista Yona Friedman, mentre Trash2Cash riunisce un consorzio di 18 partner sostenuto dai fondi Horizon 2020 della UE per realizzare nuove fibre dai rifiuti e come mezzo di disseminazione ha scelto di comunicare attraverso il podcast.

Banale.com

Nata nel 2016, la startup Banale.com - 100% italiana - "progetta prodotti utili ed innovativi per soddisfare i bisogni di una vita in movimento". Al Base ha mostrato la gamma completa di prodotti per chi si muove nelle città: mascherine che filtrano polveri e pollini, zaini, kit e cuscini da viaggio, spazzolini portatili anche un'installazione di futon/materassini portatili.

Cloudrobe, l'armadio in cloud

Che bello sarebbe stivare sulla 'nuvola' il cambio di stagione e gli oggetti che ingombrano casa, tenendoli d'occhio sullo smartphone e attraverso questo prenotare la riconsegna quando servono. A questo bisogno risponde la startup Cloudrobe, che proprio al Fuorisalone Zona Sant'Ambrogio ha presentato in anteprima il suo servizio, disponibile per ora solo a Milano e comuni limitrofi. Cloudrobe ritira capi e accessori che si vogliono archiviare, anche solo temporaneamente, e li conserva in un posto sicuro ma a portata di click. Alla funzione di magazzino smart si affiancherà in futuro quella di ecommerce 'second hand', per vendere, affittare, prestare o donare gli articoli stivati.



Utility di design

Eni Gas e Luce ha presentato la partnership di 5 anni con la britannica Centrica Hive, che porterà sullo store del gestore i suoi prodotti smart, attraverso l'installazione smarTown all'Orto Botanico di Brera a cura dell'architetto Mario Cucinella.

Edison è invece main sponsor dell'Innovation Design District creato in zona Volta/Garibaldi da Mediamond e Gruppo Mondadori, per posizionarsi come interlocutore negli ambiti della progettazione, architettura e soluzioni di smart living. In piazza Gae Aulenti ha realizzato l'installazione Edison LightHenge, curata da Stefano Boeri, il cui nome deriva da Stonehenge e rappresenta una piccola metafora urbana in miniatura, un'anticipazione astratta della città del futuro."LightHenge è un'installazione di luce e suoni che rende scenografica e condivisibile l'idea di energia urbana. Di notte la piattaforma LightHenge diventa un accogliente satellite, che proietta nel cielo i suoi raggi di luce" dichiara l'architetto Stefano Boeri.

Sempre per tenere sott'occhio i consumi energetici, al Superstudiopiù ABenergie ha presentato DiCE, un oggetto di design disegnato da Marco Acerbis che visualizza i consumi energetici tramite segnali luminosi e un'app. Si controlla con un gesto e tra le varie funzioni ha anche quella di luce d'emergenza in caso di blackout, lampada d'ambiente anche una per giocare con le luci.

SOSTENIBILITÀ SMART

Al verde

Carlo Ratti ha progettato il padiglione che in 10 minuti e 100 mq permette di attraversare 4 stagioni collocato davanti a Palazzo Reale con le piante posizionate sotto una membrana responsive che filtra luce e calore.
Vanity Fair ha fatto la sua Green House in zona Tortona con tanti partner per offrire brevi conversazioni e uno spazio relax.

All'Orto Botanico di Brera un percorso olfattivo ha ricostruito la storia della profumeria e 8 fragranze perdute per avviare un circolo virtuoso tra produttori di materie prime, nasi e brand di profumeria.
In piazza XXV Aprile un orto condiviso, davanti a Eataly, per riflettere sul rapporto tra agricoltura e città.

Kengo Kuma x Dassault Systemes

La sostenibilità smart è protagonista del Manifesto del Salone del Mobile e al Superstudio+, la mega istallazione 'Breath/ng' di Dassault Systemes che prima ti fa attraversare due corridoi di aria inquinata secondo i parametri di Milano, poi offre un'alternativa con una mega istallazione firmata dall'archistar Kengo Kuma realizzata con il tessuto Made in Italy The Breath che assorbe l'inquinamento.

Moooi - The Museum of Extinct Animals

Al massimalismo tipico di Moooi, brand olandese creato da Marcel Wanders e Casper Vissers, si aggiunge quest'anno un implicito memento alla salvaguardia degli animali. Nel grandioso spazio in via Savona ha allestito il Museo degli Animali Estinti, con 10 illustrazioni scovate negli archivi dei musei raffiguranti uccelli del paradiso, cavallucci marini, il dodo, il rinoceronte pigmeo, il quagga, il cinghiale di Giava le cui pelli e piume hanno ispirato la nuova collezione di tappeti e tappezzerie di lusso. Insieme una celebrazione delle meraviglie della natura, dei tesori del passato e dell'inaspettata diversità della bellezza.

SEDILI DI LUSSO PER LA MOBILITA' SOSTENIBILE

L'aziende tedesca Bader e l'olandese Stahl, attive nella creazione materiali e di allestimenti interni per l'automotive, hanno presentato un nuovo tipo di pelle per ottenere sedili di lusso ma allo stesso tempo sostenibili, come richiede l'evoluzione del settore. Presentata a bordo del concept di navetta smart Rinspeed Snap, la pelle sostenibile viene realizzata con materiali innovativi e su misura per le esigenze dei clienti.

NAPAPIJRI ZE-KNIT, INNOVAZIONE E RISPETTO PER L'AMBIENTE

Presentati in via Tortona 31, i 19 capi per uomo e donna della nuova linea Napapijri Ze-Knit nascono da processo produttivi con un impatto ambientale sempre minore, frutto di una ricerca di una manifattura alternativa e sostenibile che può generare nuove possibilità del design. Ze-Knit è stata tessuta digitalmente, con risparmio di tessuto di scarto e riduzione del numero di cuciture necessarie alla costruzione del capo. Pantaloni, giacche e felpe presentano funzionalità multiple, intrecciate al design. Ze-Knit sarà disponibile in una selezione di negozi Napapijri e multimarca in tutta Europa, a partire da settembre. Per presentarla il brand ha creato il progetto online Futurehood Atlas, mappa digitale delle relazioni tra progetti e persone online sul sito zeknit.com, e l'installazione Murmur Wall, a cura del collettivo Future Cities Lab di San Francisco, che raccoglie frammenti e interazioni social per visualizzare il respiro della città.

ECOBIRDY

La plastica recuperata dagli oceani is the new black. Così con l'installazione "Sea of Plastic" il nuovo marchio ecoBirdy ha presentato la prima collezione di arredamento di design per bambini prodotto con plastica riciclata.I designer, con sede ad Anversa in Belgio, non hanno solo ideato i mobili, ma un intero sistema che va dalla raccolta e riciclaggio dei giocatoli di plastica al design e alla produzione dei pezzi di arredamento. ecoBirdy è un progetto co-finanziato dal programma COSME dell'UE.

IL DESIGN VEGANO DI EREZ NEVI PANA

Il designer israeliano Erez Nevi Pana ha portato al Garage Sanremo il suo Vegan Design che elimina tutti i componenti che hanno origine animale. Facile, verrebbe da pensare, invece no: perché non si tratta solo di usare legno (meglio se di recupero), cotone, carta, metalli o pietra, ma anche delle colle che non contengano derivati animali. E sale, veganissimo, visto che il pezzo forte della collezione sono gli sgabelli incrostati di sale del Mar Morto, nel quale hanno vegetato una settimana. Al di là della moda, un'interessante ricerca sui processi produttivi.

AUDIO COME ARREDO

L'occupazione di Google Home

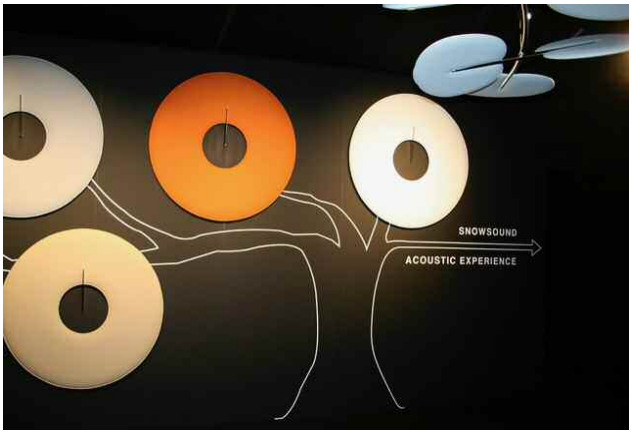
Con i suoi smart speaker lanciati un mese fa in Italia, Google ha colonizzato la città con installazioni per dimostrare funzioni, spirito ed estetica dei device connessi. Testa di ponte per capire come funzionano i prodotti è il design store della Rinascente, il cui bar è stato completamente brandizzato e dotato di Smart Tables, spazi interattivi che consentiranno di interagire con i dispositivi intelligenti di Google e scoprirne tutte le caratteristiche, a disposizione del pubblico della Rinascente di Piazza Duomo per tutto il 2018.
Altre due mostre dimostrano attitudine, spirito ed estetica dell'hardware Google. Come main sponsor della mostra 'Onlife Millennials at Home' ideata da Elle Decor, vediamo smart speaker e device audio che permettono di fare zapping in tv, danno il benvenuto e, grazie alle soluzioni di interaction design a cura di AKQA, permettono di trascrivere le parole dei visitatori su un soffitto stellato. Da Rossana Orlandi li vediamo invece completamente integrati nelle tonalità morbide dell'ambiente domestico e intessuti negli arazzi disegnati da Kiki van Eijk, funzionali a rappresentare la visione dell'azienda della fusione tra tecnologia e lifestyle (vedi anche alla voce 'nuovi stili di vita')

AGC - vetro ad alta fedeltà

Spettacolare l'istallazione del gruppo giapponese AGC che ha realizzato un vetro con una tecnologia stratificata per diffondere il suono ad alta fedeltà: una lastra di vetro dissolta nello spazio in frammenti fluttuanti riverbera il suoni di pioggia, vento, onde. Il vetro che genera il suono è ancora in fase di sviluppo, ma AGC ha portato in Ventura Centrale un'applicazione per gli interni di casa: 3 sottili lastre collegate con un cavo funzionano da amplificatori per TV e impianti audio.

Caimi Snowsound

Al Superstudio + il gruppo Caimi ha esposto la tecnologia Snowsound che assorbe selettivamente le diverse frequenze permettendo di ridurre il riverbero e migliorare l'acustica degli ambienti nonostante lo spessore molto contenuto dei pannelli.



Pelty / YOY

100% italiano è invece Pelty, innovativo dispositivo di riproduzione audio wireless unico al mondo: l'energia termica del fuoco viene trasformata in energia elettrica, alimentando il dispositivo e consentendogli di riprodurre musica ad alta qualità solo grazie alla fiamma di una semplice candela.
Dal Giappone viene invece Cotodama Lyric Speaker, altoparlante che visualizza su uno schermo i testi della canzone, idea dello studio di design YOY.

SOUVENIR D'AUTORE

Souvenir Milano / Olimpia Zagnoli

Tra merce improbabile e di gusto infimo probabilmente non mancheranno a nessuno i Milano Official Shop, i negozi di merchandising ufficiali ai quali non è stata rinnovata la licenza a causa della scarsa redditività. Ma dal Fuorisalone vengono fuori souvenir d'autore, all'altezza della fama della città: al Brera Design Apartment 12 designer sono stati invitati da Raffaella Guidobono a progettare souvenir che rappresentano il loro amore per Milano. Souvenir Milano offre la visione di nuove icone cittadine firmate da Stories_of_Italy, Maddalena Selvini, Cynthia Vilchez Castiglioni, Agustina Bottoni, Astrid Luglio, Sara Ricciardi, Giulio Ceppi, Giovanna Carboni, Sour per Bottega Nove, Leftover per StudioF, Giulio Iacchetti e Gio Tirotto.
Il concept store Wait and See in zona 5 Vie ha invece invitato l'illustratrice Olimpia Zagnoli, nata a Milano e con un curriculum di prestigio tra New York Times, New Yorker, Repubblica e Taschen, a disegnare una linea di gadget con l'icona di The Queen of Milano, una donna con indosso una tiara a forma di Duomo.

TRASFORMAZIONE DIGITALE PER TUTTI

Le PMI artigiane al fuorisalone
In mostra i servizi di Dassault Systemes

Al Base la Confederazione Nazionale dell'Artigianato e della Piccola e Media Impresa ha portato al Fuorisalone 10 aziende artigianali italiane, tutte orientate ai mercati esteri, scelte tra quelle che stanno avviando un percorso di trasformazione digitale. Presenti alla mostra [Re]design la siciliana Artema con un monoblocco da cucina (nella foto), Avola Stone Design attiva dagli anni '40, Baroni Porcellane, Beo con i suoi rivestimenti in sughero, e poi i tessuti di Busatti, nata nel 1842, le opere di graphic design di Mademoiselle O, gli arredi in tondino della svizzera Kindof, la milanese Manifattura Macchine Soffici, lo speaker bluetooth Pelty, Arte Serramenti. Tra gli ospiti speciali BIMobject, attraverso cui CNA vuole raccontare la trasformazione digitale nel settore delle costruzioni e dell'arredo rappresentata dal Building Information Modeling (BIM), il cui utilizzo diventerà obbligatorio per legge per tutte le aziende entro il 2025. Il BIM è una rappresentazione digitale delle caratteristiche fisiche e funzionali di una struttura o di un oggetto, che costituisce una base affidabile e sempre aggiornata durante tutto il suo ciclo di vita.
Main sponsor del SuperStudio è stato anche Dassault Systemes, con un enorme spazio in cui - oltre all'installazione di Kengo Kuma, vedi alla voce sostenibilità - ha presentato tutta la gamma di servizi per il design e la progettazione dei prodotti.

AUTOMOTIVE, PROGETTARE L'INNOVAZIONE

Audi

Audi ha portato in anteprima alla Design Week la nuova Audi A6, ad alto tasso di digitalizzazione, dal concept di azionamento al costante collegamento in rete, e per la prima volta in Italia l'Audi Alcon concept che raccoglie il futuro della mobilità secondo Audi. Tre i touchpoint scelti – corso Venezia, via Montenapoleone e Università Statale, dove si sono succeduti il talk multidisciplinare con Carlo Ratti e Yasemin Kologu sul lusso tecnologico, l'istallazione Fifth Ring a cura di Mad Architets e Artemide e la cena curata dalla designer Paola Navone e dallo chef Giancarlo Morelli per festeggiare i 20 anni della mostra di Interni per il FuoriSalone.

Volkswagen

Volkswagen T-Roc ha partecipato alla Design Week di Milano insieme ad Archiproducts, grande community di architettura e design internazionale, grazie a una speciale partnership firmata PHD. Il progetto, sviluppato a 4 mani con Talks Content, ha visto la presenza di T-Roc all'interno e all'esterno dello spazio di coworking di Archiproducts.

Seat

SEAT, altro brand del gruppo, ha fatto il suo debutto alla Design Week con Condé Nast accompagnando le redazioni e gli ospiti con i crossover Arona, mentre nel cortile delle location che hanno ospitato gli eventi era esposta una versione speciale creata ad hoc per la Design Week. L'iniziativa era accompagnata dall'hashtag #LiveTheCarDriveTheArt per invitare i giovani designer a condividere proposte creative per la personalizzazione degli esterni e dei rivestimenti dei sedili.

Mini

Mini ha invece collaborato con il magazine di architettura e design Dezeen dando vita a Mini Living, uno spazio dove immaginare come vivremo in futuro, come risponderemo alle sfide che devono affrontare le città e come architettura e design possono contribuire a migliorare la scena urbana. Attraverso una serie di video online, l'iniziativa ha documentato progetti avveniristici e soluzioni di architettura, smart technology, co-living e co-working e ha offerto ogni giorno un talk nello spazio di via Tortona parzialmente avvolto da un'istallazione battezzata 'Breathe' e in streaming su Facebook.

Land Rover

Land Rover si è appoggiata ad Access, unit di GroupM specializzata in Live Communication, Noesis e Studio Castrignano per aprire nel Brera Design District uno spazio ispirato ai concetti di 'bespoke' (su misura) e 'peerless' (eccellenza), un'esperienza multisensoriale attraverso un percorso per un bosco virtuale.

Hyundai

Hyundai ha partecipato al FuoriSalone in collaborazione con lo IED presentando l'istallazione di luci e fibre ottiche ideata dall'artista Carlo Bernardoni per raccontare il legame tra design ed energia e presentare la Kona Electric, il primo SUV sub-compatto esclusivamente elettrico, e Kite, concept car elettrica progettata dagli studenti del master in design della mobilità dello IED di Torino con il supporto dello Hyundai Design Centre Europe di Rüsselsheinm in Germania.

Lexus

Lexus, uno dei primi brand automotive a 'esporsi' in occasione del Salone del Mobile, era allo spazio delle Cavallerizze del Museo della Scienza e della Tecnologia con l'istallazione dell'architetto giapponese Sota Ichikawa: 12.000 fili appesi illuminati da un'unica fonte di luce a rappresentare l'idea che ogni essere umano è idealmente il centro del mondo. Accanto a questa il prototipo della Lexus LF-1 Limitless e i progetti dei 12 finalisti del Lexus Design Award 2018 vinto dal progetto 'Testing Hypotheticals' di Extrapolation Factory per sperimentare le relazioni ipotetiche tra società, tecnologia e ambiente.

Renault

Renault ha portato alla Design Week la concept car Symbioz, elettrica, connessa e a guida autonoma, progetto che guarda all'automobile inserita nell'ecosistema di cui fa parte, realizzato in collaborazione con progettisti, designer, ingegneri e architetti per esplorare i nuovi confini dell'esperienza cliente, della tecnologia, dell'utilizzo di energia e dell'armonia nel design. La creatrice di tessuti Alexandra Gaca ha ideato un tessuto in materiali 3D per rivestire i sedili della Symbioz come un'estensione del living di casa.

Citroën

Citroën e i progettisti di Bertone Design hanno istallato a BASE la collezione di sedute della Nuova C4 Cactus pensate intorno al concetto di comfort, così come l'allestimento degli spazi.

Volvo

Volvo ha proposto due incontri presso il Volvo Studio Milano in partnership con il progetto Innovation Design District dedicato a innovazione e pensiero avanzato, per un futuro condiviso sostenibile. Tema degli incontri le 'Forme innovative per la città di domani', declinato sia nella versione 'prodotto' su come cambia la forma dell'auto, che in quella 'servizio', ovvero come car sharing e servizi digitali stanno cambiando la relazione degli utenti con le auto e la relazione tra auto e ambiente.

TECNOLOGIA MIMETICA, TECNOLOGIA UMANA

Sony Hidden Senses

Una tra le migliori mostre in assoluto è stata Hidden Senses di Sony, che torna al Salone del Mobile dopo 8 anni con un progetto visionario frutto di molti anni di ricerca. La mostra coinvolge il pubblico con esperienze sensoriali nelle quali la tecnologia - sensori e schermi ultra HD - è completamente intessuta nel prodotto e nelle superfici, impalpabile quanto utile al benessere quotidiano. Nelle cinque stanze vengono sviluppati altrettanti case study che sfidano il modo in cui percepiamo i materiali e gli stimoli visivi, uditivi e tattili. Abbiamo pareti luminose che reagiscono al movimento, oggetti che svolgono il ruolo di interfacce intuitive, in grado di fornire informazioni senza tastiere o schermi, e oggetti d'arredo multifunzione: il mobile con lo schienale in legno, almeno così ci appare, diventa uno schermo tv o per vedere fotografie non appena gli si appoggia sopra una cornice, salvo poi mutare forma e diventare in tutto e per tutto simile a marmo spostando un soprammobile. C'è poi tutta una serie di complementi d'arredo 'magici': il fiore in vaso la cui ombra fiorisce, lo specchio che in pochi istanti trasporta il ritratto in una cornice poco più un là con effetti grafici, la candela che diffonde una luce calda, la sedia a dondolo modernissima che cigola come quella antica e la finestra che quando viene fatta girare fa filtrare gradualmente il suono delle campane o degli uccellini.
«È la nostra applicazione dell'intelligenza artificiale non invasiva», racconta a ItaliaOggi Yutaka Hasegawa, vice president e senior general manager del Creative Center di Sony a Tokyo. «Sono prototipi che immaginiamo in spazi aperti al pubblico, alberghi, ma possono aiutare anche l'industria dell'advertising, per poi arrivare in casa».

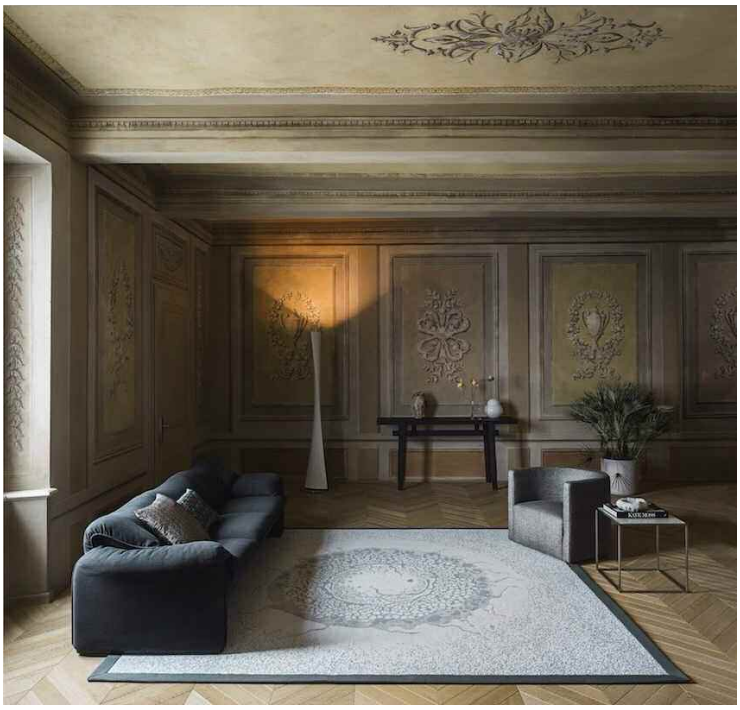
Artemide Gople Lamp fa bene all'uomo e alle piante

Gople Lamp è una delle ultime creazioni di Artemide che, dietro le apparenze di una normale lampada, in vetro soffiato a mano secondo un'antica tecnica veneziana, nasconde una tecnologia brevettata di luce RWB che aiuta la crescita delle piante e può creare un ambiente ottimale per l'uomo dal punto di vista emotivo, fisiologico e percettivo. Il sistema RWB (red-white-blue), brevettato nel 2011, è un cambio di paradigma, un diverso modo di interpretare la luce colorata, per una luce attenta al benessere dell'uomo ma anche all'ambiente. Gople Lamp RWB calibra le sue emissioni sui valori di PPFD (Photosynthetic Photon Flux Density), necessario alle piante in due fasi in cui l'apporto della corretta luce è essenziale: la fase vegetativa viene accompagnata da una radiazione di colore blu, la fase di fioritura da una radiazione rossa. Unisce all'emissione diretta e controllata RWB una luce bianca indiretta diffusa controllabile separatamente.

NUOVI MATERIALI, NUOVE POSSIBILITA'

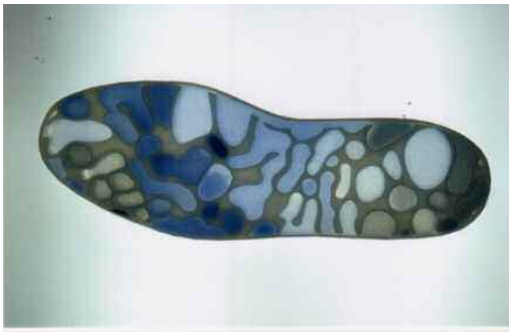
Filomaestro

Ha debuttato proprio durante la Design Week il nuovo marchio di tappeti Filomaestro, prodotto dall'azienda italiana Bibielle, attiva nel settore surface conditioning e materiali abrasivi tridimensionali. Campo distante anni luce da quello dell'arredo ma nel quale l'azienda sta entrando grazie al suo know how e all'intuizione di usare anche per il tessile la Fibra Bibielle, un filo continuo multi-filamento "BCF" prodotto in poliammide 6.6. La collezione di tappeti In&Outdoor - 4 linee più la capsule Via della Spiga creata in occasione dell'apertura dello showroom nel quadrilatero della moda - è firmata da Caterina Bilabini, artistic&design director del brand, e grazie alle caratteristiche della fibra può vantare standard altissimi in termini di resilienza, elasticità, durata e impermeabilità. La comunicazione del brand è seguita dal direttore creativo Fabio Palombo e dall'art director Sergio Stenco.



Puma + MIT Design Lab

Al Materials Village c'era anche Puma con il progetto Biodesign realizzato insieme con MIT Design Lab su una nuova generazione di wearable 'viventi'. Biodesign è la pratica di utilizzare alghe o batteri per creare prodotti: Puma esplora come scarpe e abbigliamento sportivo possano migliorare le performance con una scarpa che respira, una suola potenziata dal Deep Learning che trasmette biofeedback in tempo reale e un packaging adattivo e programmato per autodistruggersi (senza inquinare).



Chromashine - Haru - Trashplast

E' un colore non colore quello sviluppato dalla giapponese Toyo Aluminium KK, un pigmento realizzato da una lamina di alluminio con uno speciale trattamento sulle superficie che gli dona effetti cangianti senza usare alcun tipo di colorante organico.
Ventura Projects – tra i primi a riscoprire Lambrate – cambia spazi, ma non la prospettiva di "offrire una piattaforma per tutto quello che riguarda il processo dietro gli oggetti", ricorda Margriet Vollenberg, founder e art director. In Ventura Centrale si è concentrata l'attenzione a spreco, riciclo e responsabilità, di aziende e individui, con molti designer impegnati nell'esplorazione del potenziale offerto dai materiali riciclati.

Tra le soluzioni, il giapponese Nitto Group ha portato Haru un adesivo flessibile (foto sopra), in molti formati e colori, che si applica e si toglie trasformando oggetti e spazi senza danneggiarli, mentre il designer Kodai Iwawoto ha messo in mostra i suoi vasi realizzati con Trashplast (foto sotto), ricavato da plastica e carta riciclata, Eileen Fisher era protagonista di 'Waste No More' con un modello circolare per il tessile e l'abbigliamento.

TECNICHE TRADIZIONALI REINVENTATE

Sono opere d'alto artigianato quelle portate negli spazi di Rossana Orlandi da brand che delle tecniche tradizionali hanno fatto il loro marchio di fabbrica.
Alvaro Catalan de Ocon, già famoso per le sue Pet Lamp create a partire da bottiglie di plastica, amplia la serie con un grande lampadario realizzato insieme ad artisti indigeni australiani.
Debutta a Milano la designer libanese Nada Debs che crea mobili e complementi d'arredo moderni usando tecniche artigianali come l'intarsio: "è tutta una questione di reinventare una tecnica tradizionale con un approccio moderno, quasi ribelle" dice.
Il brand Yamakawa utilizza il migliore rattan possibile, proveniente dalla foreste del Kalimantan, Sulawesi e Sumatra, combinando le strutture 'senz'anima', ovvero senza strutture portanti, con ceramica, metallo e laminato reinventando la tradizione giapponese.
Al Superstudio torna invece Indonesian Contemporary Art & Design by Artura con la mostra "Java Blues", esposizione di arredi, oggetti d'arte, tessuti e ceramiche per esplorare l'intreccio tra l'arte e l'artigianato tradizionale, da un lato, e il design e la grafica, evidenziando la ricchezza del patrimonio indonesiano in chiave contemporanea.

CONCEPT RETAIL

Il marchio di orologeria Rado ha presentato il suo, vincitore del concorso in collaborazione con l'Istituto Marangoni, all'interno del Superdesign Show: un dispositivo progettato per rilevare l'inquinamento invisibile nell'aria e rendere visibile l'invisibile cambiando colore.

Carrefour ha chiesto invece agli studenti IED di definire nuovi lay-out espositivi e sistemi di retail per il punto vendita di via Bezzecca a Milano. Durante il Fuori Salone, il negozio Urban Life di corso Garibaldi ha invece ospitato oggetti legati all'area food e kitchen disegnati da alumni IED.

Intesa Sanpaolo Casa, società di mediazione e intermediazione immobiliare del Gruppo Intesa Sanpaolo che anche quest'anno è partner istituzionale del Salone del Mobile, ha aperto la filiale di piazza Cordusio, ridisegnata con il nuovo lay-out, alle 'Istallazioni luminose' del designer Luca Trazzi e alla musica jazz.

istitutomarangoni the school of fashion, art & design | RADO SWITZERLAND

Allegato a Brand News
Direttore responsabile: Nicola Zonca.
Redazione: Francesca Bernardi, Armida Cuzzocrea, Luca Orma,

Testata registrata presso il Tribunale di Milano n° 563 del 25/11/2011
La riproduzione anche parziale è vietata senza l'autorizzazione scritta dell'editore

partita iva 07599810962; ISSN 2499-8095

Per i comunicati: redazione@brand-news.it
Per la pubblicità: admin@brand-news.it

Editrice: Brand News Media Group S.r.l.
Piazza Tommaseo 2/a, Milano. Tel: 334/9481654