

|| MATALI CRASSET | Sperimentare e condividere | Experimenting and Sharing || 607



ABITARE

SETTEMBRE / SEPTEMBER 2021 Mensile / Monthly magazine € 10,00 - € 5,00

FEARON HAY

Un rifugio tra le vette
A Hut high in the Mountains

BERLINO

L'ufficio-agorà firmato OMA
The Agora-office by OMA

MILANO DESIGN WEEK

Novità 2021
New Ideas 2021

RCS Mediagroup spa - Poste Italiane spa - Spedizioni in Abbonamento Postale - Periodico in L. 2702/2004 (4-09) art.1 comma 1, DCB Milano Printed in Italy



MILANO DESIGN WEEK 2021

Press office - 14 Settembre Milano



MILANO

IL SALONE È SUPER THE SALONE IS SUPER

txt Chiara Maranzana
Illustrations
Diego Fabbri for Abitare

IL DESIGN MADE IN ITALY ancora una volta fa scuola. Dopo 18 mesi di fermo, la sua manifestazione più rappresentativa è la prima a riaprire a livello internazionale. E, nonostante 60 anni di formula consolidata, non sarà Salone del Mobile, ma 'supersalone', a marcare l'eccezionalità dell'evento. In attesa dell'edizione celebrativa prevista ad aprile 2022, a Rho fiera Milano va in scena dal 5 al 10 settembre un'operazione di taglio culturale affidata a Stefano Boeri, presidente della Triennale di Milano. «Non c'erano le condizioni per un appuntamento tradizionale – dice Maria Porro, neopresidente di Salone del Mobile.Milano – ma la fiamma andava tenuta accesa nel caso di una manifestazione così importante per il settore e per Milano. Stiamo vivendo una fase di profondi cambiamenti, così ci è sembrato opportuno condividere novità e ricerche anche con il grande pubblico per tutta la durata dell'esposizione». Al posto degli stand curati dalle singole aziende, i visitatori troveranno nei quattro padiglioni dedicati una vera e propria mostra, allestita con lunghi setti paralleli a disposizione delle aziende per esporre i nuovi prodotti, illustrare concept, condividere riflessioni. Il team internazionale di progetto (insieme a Boeri, Andrea Caputo,

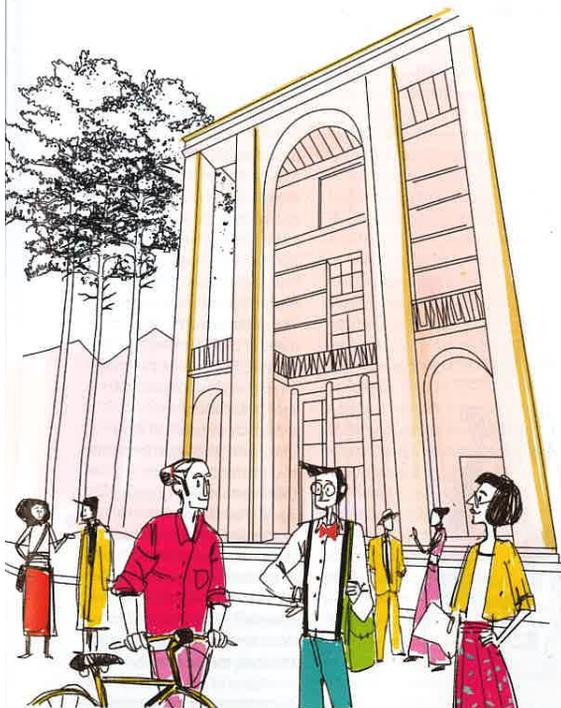
Maria Cristina Didero, Anniina Koivu, Lukas Wegwerth, Marco Ferrari ed Elisa Pasqual di Studio Folder) ha anche predisposto aree per incontri B2B, talks, ristoro e perfino concerti musicali. «Grazie allo sforzo corale di migliaia di produttori, operatori, rivenditori, tecnici, operai, addetti agli allestimenti, progettisti e appassionati – racconta soddisfatto Boeri – per sei giorni la Fiera di Rho tornerà a essere l'epicentro del design internazionale». E se qualcuno non dovesse riuscire a raggiungere Milano – i grandi assenti saranno presumibilmente i rappresentanti del Sudest asiatico e della Cina – Salone del Mobile.Milano ha varato una piattaforma digitale che valorizzerà, attraverso contenuti originali e linguaggi specifici del mezzo, il design in mostra anche dal punto di vista commerciale. L'hub cittadino della fiera è alla Triennale, dove una mostra rilegge il rapporto tra Milano e la sua fiera più importante. «Si tratta di una restituzione poetica e visiva della relazione tra il Salone e la città – spiega il curatore Mario Piazza – da 60 anni teatro di iniziative culturali e di comunicazione. Sono nati qui i linguaggi dell'arredo, molte idee sui modi dell'abitare e il Made in Italy, figlio di questo particolare genius loci».

DESIGN MADE IN ITALY is setting the trend once again. After 18 months of standstill, its most representative event is the first to reopen at an international level. And, notwithstanding 60 years of an established formula, it will not be a Salone del Mobile, but a 'supersalone' to mark the exceptional nature of the occasion. While we wait for the celebratory edition planned for April 2022, an operation of a cultural character entrusted to Stefano Boeri, president of the Milan Triennale, will be staged from 5 to 10 September at Rho Fiera Milano. "The conditions were not right for a traditional event," says Maria Porro, newly appointed president of the Salone del Mobile.Milano, "but the flame had to be kept alight in the case of a fair so important for the sector and for Milan. We are living through a period of profound changes, so it seemed opportune to share new developments and research with the general public as well for the entire duration of the exposition." Instead of stands mounted by individual companies, visitors will find a proper exhibition in the four dedicated pavilions, fitted with long parallel partitions placed at the disposal of companies to display new products, illustrate concepts and share reflections. The interna-

tional team in charge of the project (alongside Boeri, Andrea Caputo, Maria Cristina Didero, Anniina Koivu, Lukas Wegwerth and Marco Ferrari and Elisa Pasqual of Studio Folder) has also prepared areas for B2B meetings, talks, refreshment and even music concerts. "Thanks to the concerted efforts of thousands of manufacturers, operators, retailers, technicians, experts, riggers, designers and enthusiasts," says Boeri with satisfaction, "for six days the Rho Fairground will once again be at the centre of international design." And if some are not able to come to Milan – the main absences will presumably be the representatives of South-East Asia and China – Salone del Mobile.Milan has launched a digital platform that will promote, through original contents and the specific languages of the medium, the design on show from the commercial point of view as well. The hub of the event in the city is at the Triennale, where an exhibition re-examines the relationship between Milan and its most important trade fair. "It is a poetical and visual presentation of the relationship between the Salone and the city," explains the curator Mario Piazza, "for 60 years a theatre of cultural and communication initiatives. It is the birthplace of the language of furniture, many ideas regarding the way of living and Made in Italy, the fruit of this particular genius loci."

Il Palazzo dell'Arte di Giovanni Muzio è l'hub cittadino di 'supersalone' previsto a Milano Rho Fiera, nella pagina accanto.

The Palazzo dell'Arte by Giovanni Muzio is the hub of 'supersalone', staged at Milano Rho Fiera, opposite page.



© ALL RIGHTS RESERVED

MILANO DESIGN WEEK

LA KERMESSA DEL PROGETTO

CI SIAMO. Il messaggio scelto dalla comunità del design è semplice e chiaro. E per non tralasciare nessuno è stato tradotto in una decina di lingue. La campagna di avvicinamento alla Design Week milanese è agli sgoccioli: dal 4 al 10 settembre la città riprende il suo ruolo di capitale internazionale della creatività e tutti i distretti hanno messo a punto programmi ricchi di eventi, espositori, novità. Le piattaforme digitali varate durante gli scorsi 18 mesi condividono e rilanciano le attività, in una formula mista che promette continuità tutto l'anno, nuovi linguaggi e un pubblico sempre più ampio. Ma ora è il momento di reincontrarsi, e l'entusiasmo per un ritorno alla normalità si tocca con mano. Le proposte affrontano temi di attualità un po' ovunque. Punta sul recupero della socialità **5 Vie**, con installazioni ed esposizioni-evento dal carattere performativo, per sottolineare con forza la volontà di rimettersi in moto dopo il periodo di stasi, enfatizzando la dimensione fondamentale del qui ed ora. Come dimostra l'installazione site-specific di Studio Aires Mateus *Una Spiaggia nel Barocco* allestita nel Cortile d'Onore di Palazzo Litta, che celebra l'incontro tra le persone. Spazio anche alla sostenibilità, con progetti di riuso in un'ottica di economia circolare (*Marmissima* di Milano Makers sul recupero del materiale di scarto della lavorazione del marmo) e di alternative all'usa e getta (*NoPlà, facciamo esercizio contro la plastica monouso e NoPlà AGain, riutilizzare è un vantaggio per tutti* di Giacimenti Urbani). Il tema dello spreco e del riciclo è protagonista dell'iniziativa di *Rossana Orlandi*, che per l'edizione 2021 del progetto *RoGuiltlessPlastic* ha coinvolto architetti e industrial designer,

da Mario Cucinella a Barreca & La Varra, nella creazione del *TrashFormation Village*, con installazioni site-specific nei giardini dei chiostri del Museo nazionale della scienza e della tecnologia Leonardo da Vinci. Nel villaggio, una scuola, un ospedale, una casa intelligente, un ufficio, tutti progettati all'insegna dell'impiego responsabile delle risorse. Altro tema ben indagato, diretta conseguenza delle restrizioni imposte dalla pandemia, è *Forme dell'abitare*, scelto come filo conduttore da *Brera Design District*, che invita al confronto sulle rinnovate esigenze abitative e sugli spazi domestici. L'emergenza sanitaria ha messo in discussione l'identità delle nostre città: architetti e urbanisti sono chiamati alla ricerca di nuove soluzioni per uno sviluppo sostenibile che punti a migliorare la qualità sociale, ambientale e territoriale. In campo i migliori brand del design italiano e internazionale. Segnaliamo tra le altre, le soluzioni progettate da Federica Biasi Studio per Manerba per le nuove esigenze di home-office, l'intramontabile collezione di Angelo Mangiarotti per Agapecasa, mentre 'Abitare l'innovazione' è il titolo dell'allestimento di Xiaomi che approfondisce le nuove tecnologie come parte integrante, quasi invisibile, del nostro quotidiano. I nuovi stili di vita sono al centro anche della riflessione dei partner di *Tortona Rocks. Future Habit(at)* di Archiproduct presenta le proposte di 60 brand internazionali alle prese con l'ibridazione tra casa e ambiente lavorativo, in una nuova logica di condivisione degli spazi, grazie alla tecnologia sempre più silenziosa e dematerializzata e ad ambienti cocoon come occasioni di intimità nelle aree comuni. Un viaggio nell'abitare del futuro tra cucine che si trasformano in tavoli

607 ABITARE 33