

### La Lego cambia casa

Il management della Lego ha indicato, come unica via per salvare il gruppo dai crescenti costi di produzione, l'intenzione di spostare progressivamente tutte le attività produttive dalla cittadina danese di Billund verso la Repubblica Ceca e il Messico. Ma l'azienda chiuderà la produzione anche nello stabilimento di Enfield (Usa), per trasferirla alla fabbrica della Electronics in Messico. L'operazione avverrà nel primo trimestre del 2007, con una perdita di almeno 300 posti di lavoro. Il trasferimento nei paesi dell'Est avverrà invece fra 2007 e 2010: uno smantellamento progressivo per attutire le ripercussioni sulla cittadina dove, cinque anni fa, 4.000 persone (su un totale di 30.000 abitanti) lavoravano nella fabbrica di giocattoli. Lego apre così la seconda fase di una profonda ristrutturazione dovuta alla grave crisi dei mattoncini da costruzione, che da qualche anno deve fronteggiare la perdita di quote di mercato a favore dei produttori di giochi elettronici.

### Oasi in giardino

Stipare all'interno del «portare la natura nella vita delle persone» il concorso «Oasi in giardino», nato su iniziativa di Pircher, azienda di prodotti in legno, è rivolto a designer, architetti, studenti e creativi di qualsiasi età e nazionalità, chiamati a interpretare in chiave innovativa il legno e le sue svariate possibilità di utilizzo per prodotti di design dedicati all'arredo esterno. Scadenza 15 marzo. Montepremi totale 10.000 euro, assegnato a due categorie: professionisti e studenti.

### Italian Renaissance

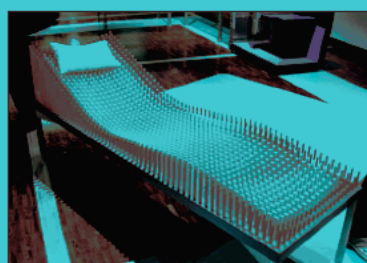
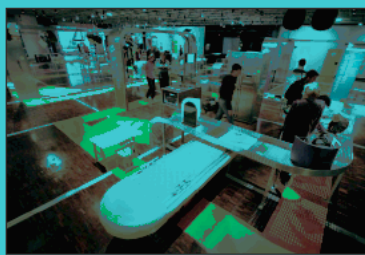
A partire dal volume «Italian Renaissance», selezione di lavori di graphic designer italiani, nasce l'idea di realizzare un progetto espositivo i lavori pubblicati su carta troveranno spazio presso l'ex Fondazione Lombardini di Reggio Emilia a partire dal 3 febbraio. L'intento è quello di promuovere la comunicazione tra media e linguaggi artistici per dare maggiore visibilità e, in un certo senso, istituzionalizzare, la figura del graphic design italiano.

La mostra si presenterà attraverso diversi strumenti di lettura: da un lato l'allestimento prevede la realizzazione dei lavori stampati su teloni di grandi dimensioni dall'altro video-proiezioni e installazioni faranno da cornice all'intero evento. Il progetto si propone come itinerario a itinerario, partendo dalla città emiliana per arrivare a Bologna, Milano, Verona, Roma, Firenze, Berlino, Atina, Francoforte, Birmingham e Seattle.



## Vota il design!

SEGUÈ DA PAG. 35, V. COL. tarer una messa in scena che in passato è apparsa un po' forzata e ci propone invece un «cammino» lungo un intreccio di cavi attraverso le sfide del design, dove le realizzazioni sembrano «mobilitarsi attorno ai vari slogan dell'esposizione». Per il primo motto, «Per il comfort e il piacere», è il settore dello sport e tempo libero a distinguersi maggiormente. I prodotti di Decathlon, distributore e creatore, eccellono per prezzi contenuti, ingegnosità e prestazioni: la calzatura da barca a vela «S1700 Race Tribord», ad esempio, è dotata di puntini microscopici sui lati per eliminare l'acqua, merletta la suola piatto e fine e realizzata in gomma striata per evitare di scivolare e di lasciare impronte sul ponte. Nel settore dell'innovazione dei materiali e dei processi un vero progresso è quello rappresentato dal «Lens Case», il contenitore per lena di Abulcabe di Essilor. Parlando invece della nuova sfida per integrare lo sviluppo sostenibile, Laifina propone lo zaino di scuderia «ECO 40» venduto allo stesso prezzo della concorrenza, questo zaino in canapa e polietilene riciclato è stato pensato per ridurre al minimo l'impatto ambientale, dalla produzione al riciclaggio; una strategia che ha portato a scegliere tecniche meno inquinanti per la sua impermeabilizzazione. Citiamo anche, per la qualità delle prestazioni, la stampante portatile «P110» di Sageam che, utilizzando



Vista d'insieme dell'esposizione «Olympia» di Jean-Marc Gellie

la tecnica della sublimazione, fa a meno dei cavi e persino della cartuccia.

Merite visitiamo l'esposizione, la commissione giudicatrice sa deliberare; ma l'arrepinima del palmarès si fa attendere. Tra i giudici ci sono alcuni designer, una

filosofa, i responsabili di diverse istituzioni, il Patrimoine e infine vari giornalisti di riviste specializzate. La loro scelta si basa su una decina di criteri tra cui l'innovazione, l'argomento del comfort, la riduzione dei costi, la qualità e l'originalità dell'approccio e l'attuazione di una strategia globale d'impresa. Poco prima del genereoso rinfresco, dove designer e industriali si congratulano. Fun fatto, 33 nuove «stelle» dell'«Olympia» di De-

sign 07» brillano attorno alla Bouan sul podio della Cité des Sciences et de l'Industrie. Tra i vincitori ricordiamo: la bombola del gas di «Butagaz» (menzione DPM), gli occhiali da vista e il casco da sci di «Cebe», le scarpe da vela e lo zaino di Decathlon, il servizio lavabile e portatile «Lux by Starck» di Df, lo zaino «ECO 40» di Laifina (menzione A DFM), il Free Lounge di Stelae, ovvero la soluzione per gestire lo spazio nell'ambiente di lavoro, lo showroom «Rendez-Vous Toyota» di Oratio per Toyota e ancora la mensola rubinetto di «Axor Hanglobe», disegnata da Jean-Marie Masaud.

L'aspetto interessante di questo percorso, oltre al fatto di attirare l'attenzione del visitatore su questo quel valore, è soprattutto che mostra, al contrario di molte esposizioni di design, come gli oggetti non siano prodotti per il futuro, bensì artefatti per il presente, realizzati industrialmente e disponibili per tutti. Si tratta di una manifestazione che, al momento, ha l'instinto di ricollocare il termine «design» nel contesto della concezione industriale e non in quello del puro formalismo detto essenzialmente all'arredamento. Nonostante questo, tuttavia, sin dall'inaugurazione i media «stano» sui canali televisivi o le rubriche culturali delle riviste - tra tutti i prodotti si ricordano soltanto di «Olympia», la «chaise-longue» firmata da Jean-Marc Gellie, un giovane designer in cerca di editore. Fatto di design in PVC bicolore, più che per la comodità si distingue per il notevole effetto visivo, e per non essere disponibile da Ikea! No, il design non si limita ai pezzi unici d'arredo. E ricordarlo è una battaglia da combattere ogni giorno.

□ SANDRA BIAGGI

### ASTA ECCEZIONALE DI CHRISTIE'S A MIAMI

## Design solidale: il Puppylove

Marcel Wanders, Piero Lissoni, Herzog & De Meuron: ecco il podio dei creativi più graditi

MIAMI. Il dottor Donald Woods Winnicott è colui che ha dato lo scudo scientifico a tutti quegli oggetti (palline, orsacchietti, brändelli di giocattoli) che appartengono all'infanzia, anzi, sono l'infanzia. Li ha chiamati «oggetti transizionali» ed ha spiegato che non sono né feticci, né patologici, bensì gli oggetti che ci collegano al mondo esterno, il morbido amico dei primi momenti di solitudine e insicurezza. Ebbero, nel 1973 Enzo Arno ha interpretato l'oggetto transizionale in chiave di design, dandoci un cavallo di pezza. La forma di una sedia. Era il «Pony», poi restarono alle primissime forme e dimensioni di oggetto transizionale di Magis, che nel 2003 ha prodotto l'incisore di designer fiutalese in polietilene stampato, affettuosamente ribattezzato «Puppy». Il successo è stato immediato per la sua assenza ludica, per essere indirizzato a un consumatore (il bambino) e a una psicologia (il bambino) fino a quel momento pressoché ignorati dal design, per l'assenza di una vocazione funzionale, tecnologica, innovativa, e così via. Quando Nasir e Nargis Kasamali, i

Puppy di Marcel Wanders, Piero Lissoni, Giulio Cappellini e Herzog & de Meuron



fondatori di «Luminarie», hanno deciso di supportare la ricerca sul canino con una sponsorizzazione allo University of Miami Sylvester Comprehensive Cancer Center, non hanno avuto esitazioni nello scegliere il Puppy come emblema dell'operazione. A inizio 2006 è nato il progetto «Puppylove» è stato chiesto ad artisti e designer internazionali di contribuire alla causa disegnando il loro Puppy, poi mes-

colato all'asta di Christie's a Miami il 10 dicembre, in occasione dell'Art Basel Miami Beach. L'evento è significativo per ciò che rappresenta, più che per i risultati formali: sostiene valori profondamente diversi da quelli solitamente praticati dal design, anche nell'ultimo convegno londinese del BINA, «Making the Difference: Design Practice as Research»,

le fondere della beneficenza erano state timidamente introdotte nei nuovi scenari della ricerca design. Ma al di là del concetto, che cosa succede quando 36 tra i più famosi designer, architetti, artisti e stilisti si uniscono a creare un Puppy tridimensionale di plastica per aiutare la ricerca sul cancro? La natura dell'oggetto ha fatto sì che si esprimessero, liberi dai vincoli della forma o della funzione. Sono emersi linguaggi diversi, connessi da categorie analogiche: biomimetiche, superficiali, contenute, leggere e graziose, colorate e colorate.

Il martelletto della casa d'astelondinese è stato battuto per gli otto Puppy selezionati da una giuria composta da Craig Robins, Rossa e la Cruz, Gilda Bojardi, George Lindemann e Terence Riley: prezzo di partenza 5.000 dollari, ticket d'ingresso all'evento 300 dollari. La graduatoria di guadagno ha fatto primeggiare l'opera di Marcel Wanders (42.000 dollari), seguito da Piero Lissoni (30.000) e da Herzog & de Meuron (21.000). Il Puppy di Giulio Cappellini è stato venduto per 22.000 dollari, 16.000 per il lavoro dei giovani fratelli Bouroullec e Campana; 10.000 per il Puppy di Ingo Maurer e Konstantin Grcic.

□ ALBA CAPPELLINI

### Il made in Italy si compra online

Sinagura «The Sign of Design», il logo virtuale nato dalla collaborazione tra 700x.com e Design-Italia dove la tradizione del design italiano s'incontra con il nuovo canale tecnologico per acquistare in oltre cinquanta paesi del mondo, secondo un accesso semplice, diretto e sicuro ai prodotti The Sign of Design, si avvale della collaborazione di alcune importanti aziende tra cui Danese, Kartell, Lucieplan, Magis, Nava e Olivetti, proponendosi come la prima boutique online del design italiano. Dopo il primo mese emerge una risposta omogenea tra Gran Bretagna, Germania, Francia, Spagna e Belgio, oltre agli Stati Uniti. Anche l'Italia, inaspettatamente, sembra gradire l'iniziativa.

### A Parigi il «Salon du Mueble» 2007

Episodio, filiale del gruppo Unilab, ha acquistato il 45% della società organizzatrice del «Salon du Mueble», mettendo a disposizione la propria esperienza per l'edizione 2007 (20-25 gennaio), suddivisa nei settori «Classico», «Contemporaneo», «Sedute e Letti», e «Offerta generale». Novità di quest'anno il «Futur Intérieur», concepito come uno show room dedicato all'arredamento di alta gamma.

### Jugendstil e Art Déco all'asta

Il 27 novembre, nella sede viennese della casa d'aste Dorotheum il martelletto è stato battuto per oltre 400 oggetti in Jugendstil e Art Déco. A far da padrone un mobiletto di Jacques-Émile Ruhlmann, decorato con intarsi romboidali (la cui stima varia da 100 a 120.000 euro), è stato venduto a 90.000 euro. Anche due armadi di Josef Hoffmann costituivano oggetti di punta offerti dalla casa d'aste. I due mobili del 1912, costruiti per la stanza al primo piano del Poldihof di Vienna, sono stati venduti per 25.000 euro (prezzo di partenza 10-12.000 euro). Fortunato anche un pezzo di Otto Wagner, disegnato nel 1906 per la Postparlance di Vienna (stima 20-25.000 euro e aggiudicato a 30.000 euro), e cinque attaccapanni di Koloman Moser dei primi del Novecento e prodotti dalla Wiener Werkstätte (stimati 15-20.000 e venduti a 24.000 euro).

### Braun Prize 2007

Braun GmbH invita studenti di design e giovani professionisti a partecipare al concorso «Design a Real Future». L'entire dell'edizione 2007 del premio internazionale è di stimolare competenza e creatività per soluzioni tecniche e progettuali in grado di migliorare la qualità di vita. Scadenza 31 gennaio. Montepremi totale 36.000 euro (www.braunprize.com).