

Design

TENDENZE, PROTAGONISTI, PIACERI



ALL'INTERNO

IN PRIMO PIANO

I nuovi prodotti
Tutto bottega
e design (avanzato)

Nani, Taroni, Vinelli, pag. 4/5

LA MOSTRA

Otto architetti
svelano
le loro abitazioni

Sacchi, pag. 10/11

L'ECONOMIA

Il Salone in salute
e una filiera
che cerca riscatto

Chiesa e Di Vico, pag. 12

DALL'ESTERO

Le radici del Brasile
E i cinesi avanzano
a tutto campo

Roddolo e Scorrane, pag. 14 e 17

LA CITTA'

Nuovi quartieri

Energia creativa

Il designer francese tra le firme del nuovo marchio TOG: così un processo industriale si arricchisce con la mobilitazione degli artigiani di tutto il mondo

Maestro e allievo
Philippe Starck e Ambroise Maggiar. Maggiar regge lo sgabello contenitore Apolo Chapo, disegnato da Maggiar e personalizzato da Alison Vannucci con perle africane. In basso, la seduta Jono Pek, disegnata da Starck e dipinta a mano da Tommaso Cian con il motivo di un paesaggio (diorama). Sotto sfondo, appesi i tavolini Vodo Masko, disegnati da Ambroise Maggiar, lo sgabello personalizzato con corde africane e dipinto a mano da Maison Darre



A sinistra, lo sgabello Apolo Chapo e, sullo sfondo, il tavolino Vodo Masko nelle versioni non decorate (foto Nicole Marnati)

Versatile Misa Joy, sedia disegnata da Philippe Starck, si può personalizzare scegliendo i colori degli elastici da applicare sullo schienale

Plastica hand made

Starck: unici ma democratici

di Silvia Nani

Lo sgabello-contenitore effetto cappello, una sedia a elastici dai mille colori, il tavolino appeso che diventa una maschera, la seduta a guscio dipinta ad affresco. Philippe Starck e Ambroise Maggiar, lì, felici, tra i loro arredi: il guru e il discepolo, designer

entrambi — oggi — per il nuovo marchio TOG. Tre lettere, secche, immediate, per dire «together», uniti a creare mobili per tutti, liberi da regole e da ogni gerarchia. Rewind. Cambio di scena. San Paolo, Brasile, oltre 15 anni fa. «Allora avevo deciso che la via in cui credevo passava attraverso la plastica e la voglia di usarla per democratizzare gli arredi», racconta Philippe Starck. Un viaggio, ed ecco l'idea di una collezione di calzature da donna: «Per mesi lavorai, provai a proporre,

ma caddero nel nulla». Storie che si perdono e ne creano altre, così lui, tre anni fa, tornato in Brasile, conobbe per caso Alexandre Grendene. «Visionario, acuto, re di un marchio che in un anno, con milioni di scarpe di gomma, fa lavorare oltre 20.000 persone senza renderle schiave». Ed ecco l'idea di crearne una autonoma per loro: «Capace di risolvere un paradosso», rievoca Philippe e ha un lampo negli occhi, «qualità e produzione di massa, ovvero creatività spinta e prezzo accessibile». Dissolvenza.

4 Aprile 2014. Sedie, tavoli, poltroncine, oggetti «nudi» e «vestiti», disposti casualmente su un set fotografico, pronti per il lancio alla Design Week. «Plastica a iniezione, bella e durevole. Perfetta, certo, ma la fanno le macchine. Il plusvalore questa volta è la mano dell'uomo», Starck si entusiasma come un bambino mentre afferra una manciata di elastici

allegri: «Centinaia diversi, li combini a piacere e avrai la "tua" sedia. Se ami invece i paesaggi d'autore, puoi sceglierne uno e ritrovarlo qui», spiega, indicando la poltroncina. Artigiani da ogni parte del mondo, artisti, la propria foto, tutto va bene per personalizzare un arredo: «Comprati sul web o con una App, decidi l'intervento — per esempio un ricamo, applicazioni di stoffa, le perline cucite — e a chi farlo fare, attingendo a infinite possibilità. E se sei un artigiano, puoi proporti anche tu». Una community aperta dove chiunque può entrare, designer, artista o acquirente che sia. Dieci progettisti per la prima collezione, noti (Starck, Sebastian Bergne e — da oggi — Antonio Citterio) e meno noti (Maggiar, Dai Sugawara, Jonathan Bui Quang Da e altri ancora), manualità da ogni parte del mondo: «C'è la tribù Yawanawa, tessitori amazzonici, Ranica Giovanovica a Parigi intreccia nastri recuperati dalle videocassette, Alison Vannucci che cuce perle africane». No profit (il guadagno va all'artigiano), win-win (tutti beneficiano di un circuito virtuoso), open source: «La prima collezione solo in Italia — 6 milioni di euro investiti in un anno da Grendene ma qui ci sono le migliori tecnologie — con l'obiettivo di

replicare la linea produttiva in altre parti del mondo». Italia, Brasile («Grendene metterà a disposizione i suoi brevetti»), in Asia, e una rete di artigiani in tutti i paesi: «Saremo globali, per rimanere accessibili e veloci, mantenendo la qualità», sottolinea Starck. Tra San Paolo e Parigi, per ora, ci sono gli uffici finanza e comunicazione. Dissolvenza. 8 aprile 2014, Milano, piazza Gae Aulenti, Torre B, il negozio pop-up TOG: 21 «famiglie» con 47 prodotti, materiali diversi, una linea di arredi per bambini e molto di più. «Per sei giorni ci saranno gli artigiani al lavoro, performance, musica, uno spazio libero dove entrare, partecipare e non sentirsi in un mausoleo». A giugno il lancio della piattaforma e-commerce e le prime consegne, entro agosto un negozio da 3.000 metri quadrati a San Paolo, a fine anno l'analogo a Milano. «Finalmente ora posso dare il meglio di me, sentirmi libero e far sì che tutti lo siano, ciascuno partecipe del proprio progetto. Il sogno si avvera, il design democratico che ho sempre inseguito». Ed ecco Starck infilarsi gli elastici come dei braccialetti, Maggiar calzare lo sgabello come un cappello. Dissolvenza. The End. Anzi, forward.

©REPRODUCED BY PIRELLA

L'ASCESA DEL MARCHIO BRASILIANO GRENDENE

La plastica «gaucha» conquista il pianeta

di Rocco Cotroneo

Dalle intuizioni di due fratelli gemelli di origini venete, Pedro e Alexandre Grendene, nati a Farruopilha nel profondo Sud brasiliano, è sorto un colosso di quella moda semplice ma chic, con perenne sapore d'estate, che sta conquistando il mondo. Negli anni Settanta i due iniziarono a lavorare con la plastica e i suoi polimeri, hi-tech dell'epoca: fecero i primi soldi vendendo i rivestimenti dei bottiglioni di vino del Rio Grande do Sul, a loro volta prodotto da altri discendenti di italiani. Nel 1979 arriva

e a buon mercato. Nacquero così le prime Melissa, i sandali austeri coperti da quelli usati dai pescatori francesi per andare in acqua: niente tacco, corpo traforato e laccio grosso a chiudere sulla caviglia. La Grendene non abbandonò mai la prima intuizione: la plastica grezza si fa via più designata, colorata e persino profumata. Le Melissa odorano di tutti-frutti, una fragranza dolce aggiunta nella lavorazione che pervade gli scaffali. Invadono il Brasile, con modelli per tutte le tasche, seguendo la stessa filo-

dy, passare dai piedi di una adolescente sulla spiaggia a quelli di una top model sulla passerella. I Grendene capiscono tutto di marketing e trovano soci di prestigio per firmare i loro prodotti. Iniziano da stilisti veri e propri come il francese Jean-Paul Gaultier, per poi passare a designer come i fratelli

L'intuizione: materiale povero firme trendy, dalla

Campana, l'artista Romero Brito, l'architetta irachena Zaha Hadid, fino alla più recente partnership con Philippe Starck per i mobili. Le Melissa erano già ai piedi di Sonia Braga nell'indimenticabile Dancing Days, la telenovela brasiliana più famosa al mondo. Sono riapparsi molti anni dopo in quelli di Sarah Jessica Parker. Ma è solo grazie a un'altra celebrità brasiliana che la Grendene esplose nel mondo. Gisele Bündchen, altra «gaucha» del Sud, presta il suo nome alle infradito Inanema, nate con l'in-

milioni di pezzi all'anno e rappresentano il 60 per cento delle esportazioni del gruppo. Una seconda linea, più recente, porta solo il nome della top model. Alla bella conazionale, Alexandre Grendene (il fratello nel frattempo ha fondato un'altra azienda) deve l'entrata nella lista dei super ricchi di Forbes. Oggi il gruppo ha più di 50 marchi e 24.000 dipendenti, sei stabilimenti sparsi per il Brasile e produce un quinto di tutte le calzature brasiliane. La Melissa ha un negozio proprio a New York e si prepara ad aprirne

