

agenda

magis

December/Dicembre 2002

2



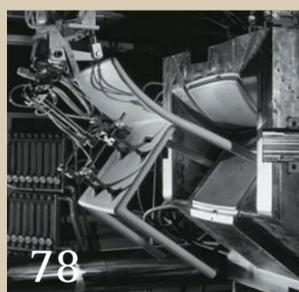
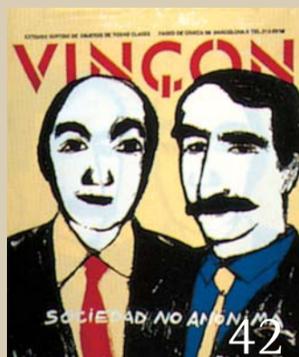
© ESTUDIO MARISCAL 2002



editorial by Patrizia Scarzella	04	editoriale di Patrizia Scarzella
Magis and Pierre Paulin by Marie-Laure Jausset	06	Magis e Pierre Paulin di Marie-Laure Jausset
Magis Is April 2002	10	Magis Is April 2002
Magis Stand Milan Furniture Fair 2002	16	Magis Stand al Salone del Mobile di Milano 2002
Joystick	18	Joystick
Jerszy Seymour by Patrizia Scarzella	20	Jerszy Seymour di Patrizia Scarzella
Magis Press&Movie	28	Magis nei film e nella stampa
Young Designers and the Salone Satellite by Andrea Branzi	32	Giovani designer e il Salone Satellite di Andrea Branzi
Enzo Mari, the Mariolina chair by Enrico Morteo	36	Enzo Mari, sedia Mariolina di Enrico Morteo

Vinçon by Patrizia Scarzella	42	Vinçon di Patrizia Scarzella
Design&Copyright by Maurizio Fusi	50	Design&Copyright by Maurizio Fusi
Gigi Sabadin by Patrizia Scarzella	54	Gigi Sabadin di Patrizia Scarzella
Getting the Products Certified by Barbara Minetto	60	Certificare i prodotti di Barbara Minetto
Eating at "Al Cacciatore" by Tony McCoy	68	Incontri "Al Cacciatore" di Tony McCoy
Royal College Open for Inspiration by Sebastian Bergne	72	Royal College Open for Inspiration di Sebastian Bergne
Behind the Scenes by Luca Scotti	78	Dietro le quinte di Luca Scotti
Where is Design Going?	80	Dove va il design?
News	88	News

contents sommario



Editorial project: Magis and P. Scarzella Editor in chief: Patrizia Scarzella General coordination: Barbara Minetto Editorial staff: Sara Gecchelin e Alessandra Genta / Studio SIGLA Art director: Cesare Fullone Graphic assistant: Ignazio Bennardo Executives: Virus Graphic - Milan Photographs: Alberto Bebi, Sebastian Bergne, Biason Studio, CS Foto Studio, Carlo Draisci, FABRICA-Stefano Beggiano, Riccardo Gusti, INDOOR, Carlo Lavatori, Ramak Fazel/©Domus836, Luciano Pascali, Alberto Perazza, Stephen Platt, Gerald Ratheser, Benoit Steenackers, ©Warner Bros and DreamWorks L.L.C. Contributors: Sebastian Bergne, Andrea Branzi, Maurizio Fusi, Marie-Laure Jausset, Xavier Mariscal, Enrico Morteo, Tony McCoy, Marianna Rossi, Luca Scotti Thanks to: Ferran Amat, Cosmit, Loles Duran, Maria e Gigi Sabadin, Jerszy Seymour, Angelo Speranza, Gareth Williams Translations: Wendy Wheatley Photolithograph: Dreossi & C. Printing: IPF - Industrie Poligrafiche SpA Cover Illustration by: Xavier Mariscal

MAGIS s.p.a. Via Magnadola 15 31045 Motta di Livenza TREVISO Italia phone +39 0422 862600 fax +39 0422 766395 info@magisdesign.com www.magisdesign.com





by/di Marie-Laure Jausset

I received the kind request from Magis to express my opinion of a certain design project that the company is working on with Pierre Paulin. However, Magis could not give me the slightest information about it, seeing it was all being kept top secret. Some request! This being the way it was, I was forced to make my imagination work on the construction of a possible scenario upon which to then base my critical judgement. I began by analyzing each of the two parties. Magis.

Magis is a company that in the past few years has become known for its quality products chock-full of technology and design. The company works with internationally famous designers, but is also in the habit of being open to collaboration with young novices of design. I know that Jean-Marie Massaud and Jerszy Seymour both debuted on the design stage thanks to opportunities Magis offered them.

Now Magis is discovering a new love of design's old glory, reactivating venerable design stars to work on new projects. This was the case with Charlotte Perriand, and now new chapters are being opened with Robin Day, genius of British design, Eero Aarnio, genius of Finnish design, and Pierre Paulin, genius of French design.

Pierre Paulin.

Pierre Paulin is the author of some extraordinarily beautiful design work produced in the '50s, '60s and '70s. I would like to call a few of his pieces to mind, the F598 armchair (1973), the Mushroom armchair (1963), the Tranche d'Orange armchair (1958/59), the Globeo armchair and coffee table (1956/57), the Tongue chair (1967), the plastic garden chair for Allibert (1975), the Ribbon chair (1965), the modular sofa Amphis (1970).

Twenty years ago, Paulin decided to abandon design and leave Paris, celebrating retirement in a secluded place in the country, Saint Romain de Codières, in the Cévennes mountain range of France.

He wanted to break his ties with the "French system" for lack of the kind of recognition he claimed to merit. That may be so, but it is a fact that Pierre Paulin has left many a trace of his talent in France, owing to commissions he received from the highest authorities of the République: the furnishing of both the Elysée Palace (1972/84) and the Louvre (1968). And what to say of his work for the French pavilion of the Osaka International Exposition in 1970, or the Grand Prix industrial design award he received in 1987?! Truthfully, though, Paulin's international fame was brought about by his collaboration with foreign manufacturers like Artifort and Thonet. And now he's back on the design stage – one that is specially constructed by Eugenio Perazza, Mr. Magis himself. Perazza succeeded in convincing the master to pick up his old trade once more,

Magis mi ha invitata ad esprimere un'opinione su un progetto di design che ha in corso di sviluppo con Pierre Paulin, senza fornirmi la benché minima informazione sull'argomento, perché tutto top secret. Bell'impresa! Così stando le cose, ho dovuto far lavorare la mia immaginazione per costruire una possibile realtà per poi da lì trarre il mio giudizio critico. Sono partita dall'analisi dei protagonisti. Magis.

Magis è azienda che in questi ultimi anni si è fatta notare per la qualità dei suoi prodotti, ricchi di tecnologia e design, lavorando con designer di elevata fama internazionale, ma si è dimostrata anche sempre aperta a collaborazioni con giovani designer alle prime armi. So che Jean-Marie Massaud e Jerszy Seymour hanno fatto il loro debutto sulla scena del design grazie ad opportunità offerte loro da Magis.

Ora Magis scopre nuovi amori e rincorre puntualmente vecchie glorie del design e le rimette in gioco su nuovi progetti. C'è stata la parentesi con Charlotte Perriand, ora capitoli nuovi di design si aprono con Robin Day, genio del design inglese, con Eero Aarnio, genio del design finlandese e con Pierre Paulin, genio del design francese.

Pierre Paulin.

Pierre Paulin è stato, negli anni '50, '60, '70 e inizi '80, autore di pezzi di design di straordinaria bellezza e ne voglio ricordare alcuni: la poltrona F598 (1973), la poltrona Mushroom (1963), la poltroncina Tranche d'orange (1958/59), la poltroncina e il tavolo basso Globeo (1956/57), la poltroncina Tongue (1967), la sedia in plastica da giardino per Allibert (1975), la poltroncina Ribbon (1965), il divano componibile Amphis (1970).

Vent'anni fa decideva di abbandonare il design e lasciare Parigi per fare il pensionato in un posto un po' fuori dal mondo: Saint Romain de Codières nelle Cévennes. Voleva chiudere con il 'sistema francese' che non gli dava il giusto credito che lui pensava di meritare. Sarà così, ma resta il fatto che Pierre Paulin su incarichi delle più alte autorità della Repubblica ha lasciato in Francia tanti segni del suo talento: i progetti degli arredi dell'Eliseo (1972/1984) e del Louvre (1968). Che dire poi della sua partecipazione, dentro il padiglione francese, all'esposizione internazionale di Osaka nel 1970 e del Grand Prix della creazione industriale ricevuto nel 1987?!!

E' però vero che la notorietà internazionale è venuta dalla collaborazione nel campo del design con produttori stranieri (Artifort e Thonet).

Ecco ora il ritorno di Pierre Paulin sulla scena del design progettato da Eugenio Perazza, il quale è riuscito a far riprendere al maestro il suo vecchio lavoro, convincendolo con l'argomento che non è tanto lui che ha bisogno di design,



Magis and Pierre Paulin



Magis e Pierre Paulin

Pierre Paulin at work today.
Low Chair, 1954, design Pierre Paulin,
production Thonet.
Pierre Paulin with Eugenio Perazza in his
home/studio.

Pierre Paulin oggi al lavoro.
Poltroncina, 1954, design Pierre Paulin,
produzione Thonet.
Pierre Paulin con Eugenio Perazza nella
casa/studio del designer.

arguing that it is not so much he, Paulin, who needs design, but design that still needs Paulin. That got him working on a new season of products. Now what would have been the 'cahier de charge' that Eugenio Perazza presented to him? Studying the Magis General Catalogue 2002 and the New Products Catalogue 2003, it becomes evident that even though the company works with many designers, it makes a point of assigning each one to a well-defined design path upon which to embark, meaning either the type of technology or the type of product. So what exactly might Perazza have asked of Pierre Paulin? My guess is that he asked him to design a small armchair, because that's one thing he's an expert at; he's designed many, one more beautiful than the other. It's also the thing that, above all else, made him well known and appreciated around the world. But it's also easy to believe Magis asked him to make a chair, a table, a bookcase, a whole family of projects, because after all, for quite some time now around here, I've been seeing the company ask its most affirmed designers to work on groups of coordinated objects, rather than isolated, single items here and there. And what about technology? I think Magis must have not offered Pierre Paulin a technological realm where other designers are already getting down to business, so that would exclude gas-assisted moulding, which is the territory where Jasper Morrison is cultivating his Air-Family collection with great success. It would also exclude the die-casting territory, where Konstantin Grcic is elaborating his One-Family collection, just as it would exclude an incursion in areas where Giovannoni, Mari, etc. are securely ensconced. Could it possibly be rotational moulding? I would categorically say no to that, due to its inflated status that is a result of low-cost moulds. And then it's a type of production that has high costs due to the long moulding cycles, so not ideal terrain for mass production - and it's clear to me that this is where Perazza wants to steer Paulin's project. The only remaining technique is blow-moulding, a truly original field, and I think this is where Pierre Paulin must be working. This is where my construction finishes. There is nothing else I can say, I can't go any further. The whole thing seems plausible to me, but who knows if it's all true? All will become clear soon.

Marie-Laure Jausset, Design Director of the Centre Georges Pompidou, Paris.

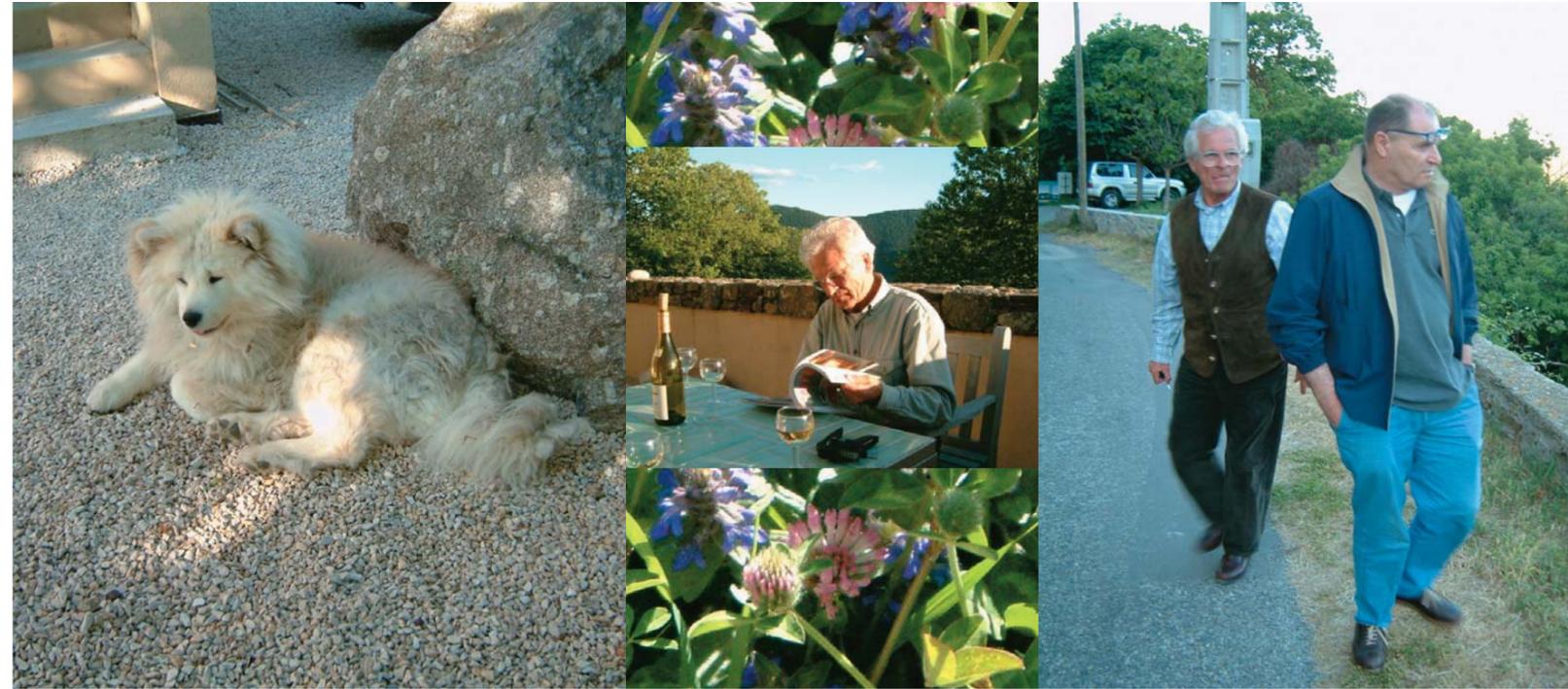


quanto piuttosto il design che ha ancora bisogno di lui. E così Pierre Paulin sta aprendo una nuova stagione di progetti. Quale sarà mai il 'cahier de charge' che Eugenio Perazza gli avrà consegnato? Studiando il suo catalogo generale 2002 e il suo catalogo novità 2003, esce fuori evidente che Magis, pur lavorando con tanti designer, sa assegnare ad ognuno di essi percorsi precisi ben delimitati o dall'ambito tecnologico o dall'ambito tipologico. Cosa mai, dunque, Eugenio Perazza potrebbe aver chiesto di preciso a Pierre Paulin? Mi viene fatto di pensare che gli ha chiesto il progetto di una poltroncina perché qui Paulin non ha mai sbagliato, ne ha disegnate tante, una più bella dell'altra ed è soprattutto grazie ad esse che, meglio di altro, si è fatto conoscere e ben apprezzare nel mondo. Ma è facile pensare che Magis gli abbia anche chiesto una sedia, un tavolo, una libreria, una famiglia di progetti alfine, perché da un po' di tempo a questa parte vedo che essa chiede normalmente ai suoi designer di maggior riferimento insieme coordinati di progetto, e non più progetti isolati e messi qua e là. E la tecnologia? Penso che Magis non ha offerto a Pierre Paulin ambiti tecnologici dentro ai quali già si muovono altri designer, per cui escludo il gas moulding che è territorio in cui Jasper Morrison coltiva con grandi risultati la sua collezione Air-Family, come escludo die-casting territorio che si accinge ad occupare Konstantin Grcic con la sua collezione One-Family, come escludo incursioni nelle aree saldamente tenute da Giovannoni, Mari, ecc... Potrebbe allora essere il rotational moulding? Lo escludo categoricamente perché ambito troppo inflazionato per il basso livello di costo dello stampo. Poi dopo ci sono lì dei costi di produzione che sono quelli che sono per via dei lunghi cicli di stampaggio, non dunque l'ideale terreno per la mass production, quando mi è chiaro che è proprio lì che Perazza vuole portare il progetto di Pierre Paulin. Resta quindi in gioco solo il blow moulding: ambito davvero originale ed io penso che è qui che Pierre Paulin stia lavorando. Qui finisce la mia costruzione, altro non so dire, oltre non so andare. Tutto mi sembra verosimile. Ma sarà poi tutto vero? Lo scopriremo tra un po'.

Marie-Laure Jausset, direttore settore Design del Centre Georges Pompidou di Parigi.



Mushroom (1963) and Tongue (1967), design Pierre Paulin, production ARTIFORT. Mushroom (1963) e Tongue (1967), design Pierre Paulin, produzione ARTIFORT.



Pierre Paulin's house in Saint Romain de Codières in the Cévennes.

La casa di Pierre Paulin a Saint Romain de Codières nelle Cévennes



Magis at Superstudio Più, April 2002



Magis al Superstudio Più, aprile 2002

Magis' new products on show at Superstudio+, Milan, during the Salone del Mobile, April 2002

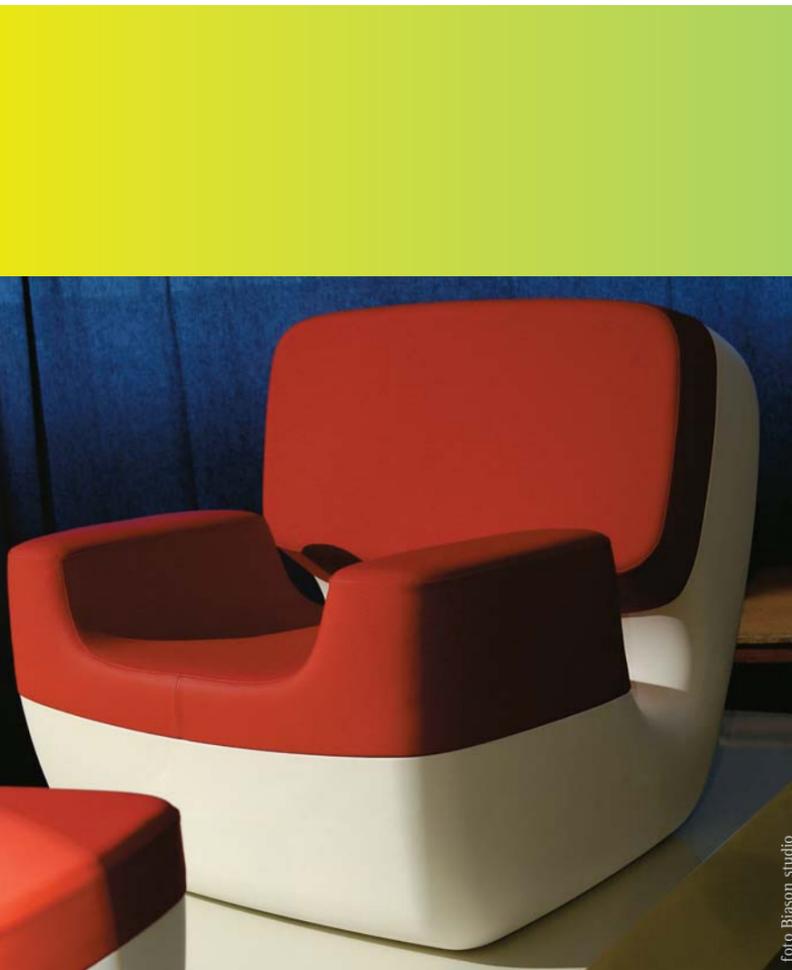
Right
Peteca, design Campana brothers - traditional brazilian game, a Magis Post Computer Game

I nuovi prodotti Magis al Superstudio+ a Milano durante il Salone del Mobile, Aprile 2002

A destra
Peteca, design Fratelli Campana - gioco tradizionale brasiliano, fa parte della collezione Magis Post Computer Games

foto Blasson studio





Nimrod, design Marc Newson – low chair, low armchair and foot-stool
One Family, design Konstantin Grcic – chair

Left
One Family, design Konstantin Grcic – chairs and table
Nic Chair, design Werner Aisslinger – chair
Magis Wagon, design Michael Young – trolley/small table on wheels
Folding Air-Chair, design Jasper Morrison – folding chair
Kick Box, design Platt&Young – system of stacking and adjoining container units. Available on feet or wheels

Nimrod, design Marc Newson – poltrona con e senza braccioli, poggiatesta
One Family, design Konstantin Grcic – sedia

A sinistra
One Family, design Konstantin Grcic – sedie e tavolo
Nic Chair, design Werner Aisslinger – sedia
Magis Wagon, design Michael Young – carrello/tavolino su ruote
Folding Air-Chair, design Jasper Morrison – sedia ripieghevole
Kick Box, design Platt&Young – mobiletto impilabile e accostabile con piedini o ruote



foto Biason studio



foto Biason studio

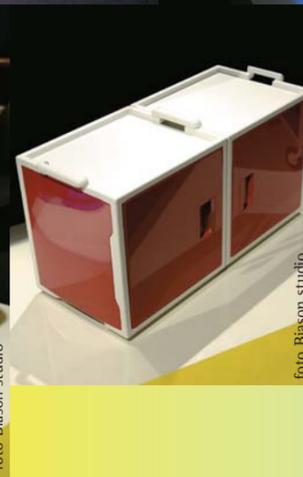


foto Biason studio

foto Biason studio

foto Biason studio

There were projects and prototypes from the designers: Enzo Mari, Werner Aisslinger, Jasper Morrison, Jean-Marie Massaud, Robin Day, Marc Newson, Konstantin Grcic, Stefano Giovannoni, Karim Rashid, Michael Young, Platt & Young, Joseph Forakis, Sebastian Bergne, Design Group Italia and Arne Vehovar.

The “Magis Post Computer Games” designed by Björn Dahlström, Jeffrey Bernett, the Campana brothers, Ross Lovegrove and Michael Young, for a new Magis adventure.

Energetic colour and strong graphics in Luca Dal Bo’s exhibition design. Behind the scenes, Magis’s magical orchestration.

In mostra progetti e prototipi dei designer: Enzo Mari, Werner Aisslinger, Jasper Morrison, Jean-Marie Massaud, Robin Day, Marc Newson, Konstantin Grcic, Stefano Giovannoni, Karim Rashid, Michael Young, Platt & Young, Joseph Forakis, Sebastian Bergne, Design Group Italia e Arne Vehovar.

I “Magis Post Computer Games”, i giochi di Björn Dahlström, Jeffrey Bernett, Fratelli Campana, Ross Lovegrove e Michael Young, per una nuova avventura Magis.

Energia del colore e grafica dai segni forti negli allestimenti di Luca Dal Bó. Dietro le quinte, magica regia di Magis.

People walking with Joystick by Magis



Gente a spasso con Joystick di Magis

Joystick: designed by Björn Dahlström, Joystick is a fiberglass-reinforced polypropylene walking stick made using the air-moulding technique. Reflector-studded handle guarantees nighttime safety.

Joystick: disegnato da Björn Dahlström, Joystick è un bastone da passeggio in polipropilene caricato di fibra di vetro realizzato con la tecnica dell' air-moulding. E' dotato di catadiottri.

Joystick

Photo Gerald Ratheyser



Outside and inside view of "House in a box"

Vista dell'esterno e dell'interno di "House in a box".

same. Bauhaus design is functionalist, Memphis design tended to be communicative, but today these definitions no longer have any meaning. Function is communication and communication is function and they are part and parcel of the same thing. Now the most important thing is to act with integrity and love. In my opinion, for example, the work of Jasper Morrison is communication, because the function is implicit in the project; he communicates through objects, like Stefano Giovannoni. Communication is very important today, even when the objects are humble ones. **What does your work communicate?**

Every object has a subject and it has to communicate that subject. I always try to put humor, love and intelligence into my subjects, which is what I tried to do in the series of glass vases I made where the lead character is Ken Kuts. Ken goes to Murano and like an artistic hooligan, engraves drawings about his life on the glass. The first vase is called Ken Kuts and depicts Ken with a knife. The second is called Cut and shows an X. The third is called Fuck Cut. The fourth is Ken Kuts Cuts, it's him cutting someone else, a good person, not bad like him. The fifth (Seven Cuts) has seven cuts which can mean the number of cuts he has made or the number of times he has done it with his girlfriend. The sixth is Ken Kuts + Katie and both of them have cutters. The seventh is called Love Cut and is a representation of love. For me a vase is a decorative object. Functionally speaking it's enough to have a cylinder but I was looking for a decoration that would tell a story with a message. There are no absolute an-



stinzioni non hanno più senso. La funzione è comunicazione e la comunicazione è funzione e sono parte di una stessa cosa. Adesso la cosa più importante è comportarsi con integrità e amore. Per me, per esempio, il lavoro di Jasper Morrison è comunicazione, perché la funzione è implicita nel progetto; lui comunica attraverso gli oggetti come fa Stefano Giovannoni. La comunicazione oggi è molto importante, anche se l'oggetto è di qualità modeste.

swers. The fragility of the material corresponds to the fragility of a life story and shows people that they don't need to be perfect to be positive. **The Bonnie&Clyde sofa-bed and the Foam House Installation: what was the point of these projects?** First of all, there's a material link: the polyurethane used for insulating buildings. 'Bonnie & Clyde' represents a new approach with which I made a reproduction of an objet trouvé, a 1985



Cosa comunica il tuo lavoro? Ogni oggetto ha il suo soggetto e deve saperlo comunicare. Cerco sempre di mettere dentro ai miei soggetti humour, amore ed intelligenza, così come ho cercato di fare nel progetto di una serie di vasi in vetro che ha come protagonista Tony Taglio. Tony va a Murano e come un hooligan artistico incide sul vetro i disegni della sua vita. Il primo vaso si chiama: 'Tony Taglio' e raffigura Tony con un coltello. Il secondo si chiama: 'Taglio' e rappresenta una X. Il terzo si chiama: 'Fuck Cut'. Il quarto si chiama: 'Tony Taglio Taglia' e raffigura Tony che taglia un altro, ma "buono", non "cattivo" come lui. Il quinto si chiama: 'Sette Tagli', reca sette tagli e può significare i tagli che Tony ha fatto da solo o quante volte lo ha fatto con la sua ragazza. Il sesto si chiama: 'Tony Taglio e Tania' e i due sono raffigurati con dei taglierini. Il settimo si chiama: 'Love Cut' e raffigura l'amore. Per me

un vaso è un oggetto decorativo. A livello funzionale basta un cilindro ma cercavo una decorazione che raccontasse una storia con un messaggio. Non ci sono risposte assolute. La fragilità del materiale corrisponde a una fragilità di racconto di vita e dimostra alla gente che non bisogna essere perfetti per essere positivi. **Il divano-letto 'Bonnie&Clyde' e l'installazione della casa schiumata: qual'è stato l'obiettivo di questi progetti?** Prima di tutto c'è un legame materiale: il poliuretano usato come isolante nell'edilizia. 'Bonnie&Clyde' rappresenta un nuovo approccio con cui ho realizzato la riproduzione di un "oggetto trovato", una Ford Escort 1985 coupé.

Ford Escort coupé. The car is both a micro-architectural space and a maxi object and the inside dimension was already perfect for a sofa-bed. That way I already had a counter-mould for the making of a mould. Then we used polyurethane because of its structural quality and lightness. 'Bonnie & Clyde' has a communicative value as well: no more white sofas representing the perfect life, a status symbol of which the

La macchina è sia uno spazio di microarchitettura sia un maxi oggetto e la sua dimensione interna è già perfetta per un divano-letto. Così avevo già un controstampo per creare uno stampo. Abbiamo poi usato il poliuretano per la sua qualità strutturale e di leggerezza. Bonnie&Clyde ha anche una valenza comunicativa: basta col divano bianco che rappresenta la vita perfetta, uno status symbol che il marketing ti fa

of a durable industrial design product. Because it's not about temporary installations, but ones that are designed to last like stable, permanent constructions, only cheaper. I try to follow a mass production process, not an artistic one. It's important for me, I still feel a link with Bauhaus. With Magis too the plan is to produce low-cost designs that will suit everyone. **So: good aesthetic quality, function-**

marketing people would have you believe that owning one is enough to be cool, whereas if you haven't got one you're a loser! Bonnie & Clyde also symbolizes life on the run in a car, robbing banks to survive. Even if at the end of the film the two of them get killed, I still think they led a quality life: full of passion, love, fun, tragedy... very intense. Now that's a real luxury in life! **And then you invented this polyurethane foam house.** Using polyurethane foam we developed a revolutionary house-building project. It only took us one day to get the structure ready, we squirted the polyurethane into inflatable moulds, PVC balloons, which we then removed, obtaining a body in a single piece. This project shows that you can put up a house wherever you like - you can build a house in the woods, but also in abandoned buildings which would be improved with prostheses made with this system. It's a rather radical proposal that fights against the idea of staying static,

credere ti basti avere per essere ok mentre se non ce l'hai sei out! Ma 'Bonnie&Clyde' simboleggia anche la vita in fuga su una macchina, rubando alla banca per vivere. Anche se alla fine del film Bonnie e Clyde vengono uccisi, resta il fatto che per me essi hanno vissuto una vita di qualità: piena di passione, di amore, a volte divertente, tragica...ma sempre intensa. Una vera vita di lusso la loro! **E poi hai pensato a quest'altro progetto della casa in poliuretano schiumato.** Utilizzando la tecnica del poliuretano schiumato ho sviluppato un progetto rivoluzionario per costruire le case. Per predisporre la struttura ci è voluto un solo giorno. Ho schiumato il poliuretano dentro stampi gonfiabili, palloni in PVC, che una volta rimossi hanno lasciato una struttura monoscocca. Il progetto ti permette di farti una casa dove vuoi, ti fai una casa in un bosco, ma anche in strutture in disuso che potrebbero essere migliorate da protesi fatte con questo sistema. E' una propo-



a sort of graffiti architecture, in which you can use the mould again and again and create a village. **It contains the concept of nomadic life, a temporary home that you can easily pack up and move to somewhere else.** Yes, exactly. The other meaning is that

sta un po' radicale che vuole andare contro il concetto di staticità, una specie di architettura a graffiti, in cui si può riusare lo stampo e creare un villaggio. **Si porta dietro il concetto di nomadismo, di abitazione provvisoria che puoi spostare o rifare in qualsiasi luogo in poco tempo.**

ality and low costs as the maximum goal of industrial design. I agree that industry has to take these things, this way of working, into account. But last year in London I saw the words "Good design makes your life better" on a shop window and I didn't like seeing it written in big bold characters, because I don't think that good design is the first thing to make your life better. **What does make your life better?** Being with friends, having experiences, understanding yourself and being

Left: Easy Chair - stacking chair, one piece injection moulded polypropylene - Magis 2002.

Here: Xylo - collapsable bag in rotational moulded flexible polyurethane - Magis 2000 Prototype.

A sinistra: Easy Chair - sedia impilabile in polipropilene stampato ad iniezione - Magis 2002.

In questa pagina: Xylo - borsa ripiegabile in poliuretano flessibile stampato a rotazione - Magis 2000 - Prototipo.



Sì, esatto. Ha anche un significato di prodotto di industrial design durevole. Perché non si tratta di installazioni provvisorie, ma pensate anche per durare come costruzioni stabili e permanenti, a costi bassi. Cerco di seguire un processo di produzione seriale, mai artistico. Per me è importante, c'è sempre un legame con il Bauhaus. Anche con Magis c'è l'intenzione di fare un design a basso costo, ma buono per tutti.

yourself. Then everything else follows. Being happy comes out of you. If you know your own mind you know how to make other people happy too and you'll be a good parent, you won't make war, you'll know how to cope with love, fun, everything. So good design is at the bottom of the list of important things? I believe that design is a consequence. For me it's like a therapy... at times it's a mania too! I start from myself and fol-

capire se stessi e essere se stesso. Poi tutto segue automaticamente. Essere felici viene fuori da te. Se conosci la tua mente sai anche come fare felici gli altri e sarai un buon genitore, non farai le guerre, saprai come affrontare l'amore, il divertimento, tutto. Quindi il good design sta in fondo alla lista delle cose importanti? Credo che il design sia una conseguenza. Per me è come una terapia... a volte anche una mania! Parto da una ri-

low a process that comes out as design. It makes me grow as a person, because I have to get to the bottom of things and understand what I want to say. "Gifts to save the world" is the title of one of the works you did with your students. Tell us about the aim of this project. I was invited to do a workshop on the subject of gifts. I thought about what gifts used to mean. Today, gifts are just commercial products that have lost all

cerca dentro me stesso e parte di questo processo sfocia nel design. Mi fa crescere personalmente, perché devo andare in fondo alle cose e capire chi sono e che cosa voglio dire. "Regali per salvare il mondo" è il titolo di un tuo lavoro fatto con gli studenti. Raccontaci l'obiettivo di questo progetto. Sono stato invitato a fare un workshop sul tema il dono. Ho pensato cos'era un tempo il dono. Dono che oggi è scadu-

charm and spirit. And I asked myself: how can gifts be requalified and regain their original significance? So I started the 'Gifts to save the world' project with a group of students. We chose the title because it depicts the gift as an almost iconic gesture. I got the idea from Thunderbirds, the TV serial where the 'International Rescue' puppets were always rushing around on rockets rescuing people. To save the world may be a naïve ideal, but I think it gets everybody involved. We thought about gift objects that could combat consumerism. So consumer items to stop consumerism.....!

All the objects were pink! We are living in a world with limited resources, and we have to radically reconsider how we consume.

What do you think about design and the demands of marketing?

All too often marketing reasons like this: if I sell it and the market wants it, it means the product is good, but now there's a limit to the world's resources and we can't carry on down this path any more.

So do you think marketing should be more ethical?

I'd like to produce a "Joy of Design" magazine. I'd like to do some articles in which we ask... let's say... the King (Elvis, of course) which oven is easiest to clean.. Do some tests, like having sex on different sofas to find out which is the best! I mean talk about real things, discover new things without fashion dictating what's trendy and without the dogma of 'good design'. So not only evaluating form and appearance, but going into the utilitarian value within the objects themselves. Getting down to what's really important. In fact what I like about Eugenio Perazza (and Magis) is that he's always telling me that quality is the most important thing of all. Maybe we can't save the world, but we can lead a life that lets us die smiling!

You mean bringing quality even to

to a prodotto puramente commerciale e che ha perso il fascino e lo spirito del regalo. Così mi sono chiesto: come si può riqualificare il dono e riportarlo al suo vero significato? E allora ho affrontato con un gruppo di studenti il progetto 'Regali per Salvare il Mondo'. Abbiamo scelto questo titolo perché rappresenta il dono nel suo gesto estremo. Mi sono ispirato a Thunderbirds, il serial TV in cui International Rescue sono sempre in giro su razzi per salvare la gente. Salvare il mondo potrebbe essere un ideale naïf, però credo dovrebbe coinvolgere tutti. Abbiamo pensato a oggetti da regalo che fossero in grado di contrastare il consumismo. Quindi oggetti di consumo per bloccare il consumo.....!

.....tutti gli oggetti erano colorati di rosa! Viviamo in un mondo con risorse limitate, quindi il consumo va radicalmente ripensato.

Qual è la tua opinione su design ed esigenze di marketing?

Troppe volte il marketing ragiona così: se vendo e il mercato lo vuole vuol dire che il prodotto è buono, ma adesso le risorse del mondo sono limitate e occorre quindi cambiare rotta.

Allora per te il marketing dovrebbe avere più senso etico.

Io vorrei fare un giornale chiamato: 'Joy of design', nel quale vorrei fare degli articoli in cui domandare... non so... al Re (Elvis, naturalmente) quale forno è più facile da pulire.. Fare delle prove: per esempio fare sesso sul divano per capire qual è il migliore! E così via... per scoprire del nuovo e sfuggire alla moda che ti dice quello che è trendy e ribellarsi al dogma del "good design".

Quindi non valutare solo la forma e l'apparenza, ma constatare l'utilità e il valore che sta dentro gli oggetti. Vedere i veri fatti. Infatti quello che mi piace di Eugenio Perazza (e della Magis) è che mi dice sempre che la qualità è più importante di tutto. Magari non possiamo salvare il mondo, però possiamo vivere una vita che ci

small everyday objects. Is there an ethical principle behind this approach?

Magis helps to do this with objects that aren't pretend articles but ones that actually help, like, to wash the dishes better and therefore improve the quality of life.

Tell me about your products for Magis. The first project was 'Captain Lovetray', a stackable plastic tray. I designed it thinking about someone taking their lover breakfast in the morning. The second project was the 'Pipe Dreams' watering can, a dream that sort of goes up in smoke.

I wanted to make an object that would invite people to hold it, use it and even play with it a bit. It's based on a blend of functionalism and ergonomics. The shower head becomes the handle and the handle the shower head, so you can use it on both sides, for different types of watering, one side sprays and the other pours.

My latest project is 'Easy Chair'. It's based on garden-type chairs, which I like because they're very straightforward. I use them in the house. As the project gradually developed, the name 'Easy' just came naturally, meaning a way of life, "take it easy", take life as it comes,

freely, with a smile on your face.

What other products is the Easy Family going to have?

This is the chair, then there's the armchair, various different-shaped tables. In any case, Easy Family represents a lifestyle, so in theory it has no limits.

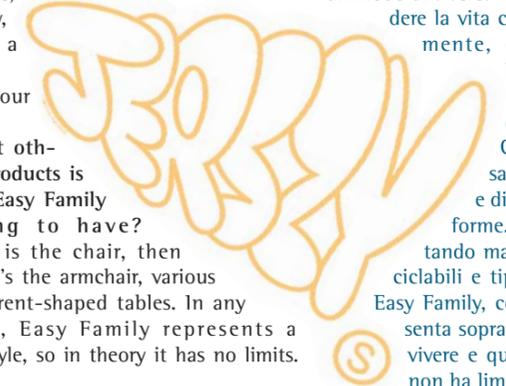
permetta di morire con un sorriso! Vuol dire fare bene anche i piccoli oggetti della quotidianità, farli con qualità. C'è un principio etico dietro questo atteggiamento?

Magis aiuta a fare questo con oggetti che non sono finti ma aiutano, non so, a lavare i piatti meglio e quindi a migliorare la qualità della vita.

Parlami dei tuoi prodotti per Magis. Il primo progetto è stato 'Captain Lovetray', un vassoio impilabile in plastica. L'ho progettato pensando a quando uno, al mattino, porta la colazione alla persona che ama. Il secondo progetto è stato l'annaffiatoio 'Pipe Dreams' che vuole dire sogno della pipa, un sogno che va un po' in fumo. Volevo fare un oggetto che invita la gente a tenerlo in mano, a usarlo e anche a giocarci un po'. E' un gioco fra funzionalità ed ergonomia. La doccia diventa il manico, e il manico la doccia, così si può usare da entrambe le parti con due diversi tipi di getto, uno spray e uno "jet".

Il mio ultimo progetto è la sedia 'Easy Chair'. Prende esempio dalle tipologie delle sedie da giardino che a me piacciono perché sono molto oneste. Io le uso in casa. Man mano che si sviluppava il progetto è venuto fuori anche il nome Easy che significa un modo di vivere: "take it easy", prendere la vita come viene, liberamente, con un sorriso.

La Easy Family quali altri prodotti avrà? C'è la sedia, poi ci saranno la poltrona e diversi tavoli di varie forme. Stiamo sperimentando materiali diversi e riciclabili e tipologie nuove. La Easy Family, comunque, rappresenta soprattutto un modo di vivere e quindi teoricamente non ha limiti.



Easy Table - Magis 2002 - Prototipo.

Easy Table - Magis 2002 - Prototipo.

Frame from Movie: A.I.: Artificial Intelligence, by Steven Spielberg, 2001
©Warner Bros, and Dreamworks L.L.C.

Immagini tratte dal film A.I.: Intelligenza Artificiale, di Steven Spielberg, 2001
©Warner Bros, and DreamWorks L.L.C.



Amleto, folding ironing board - Design Group Italia
Bridge, wallcoat hanger design Stefano Giovannoni
Amleto, asse da stiro - Design Group Italia
Bridge, appendiabiti design Stefano Giovannoni



Dove, stacking basket design Andries & Hiroko van Onck
Dove, cestino design Andries & Hiroko van Onck



Juggle, shelf unit design For Use & Sergio Suchomel
Juggle, libreria design For Use & Sergio Suchomel



Juggle, shelf unit design For Use & Sergio Suchomel
Juggle, libreria design For Use & Sergio Suchomel



Dove, stacking basket design Andries & Hiroko van Onck
Dove, cestino design Andries & Hiroko van Onck



Dove, stacking basket design Andries & Hiroko van Onck
Dove, cestino design Andries & Hiroko van Onck



Juggle, shelf unit design For Use & Sergio Suchomel
Juggle, libreria design For Use & Sergio Suchomel



Hercules, coat hanger - design Marc Newson
Hercules, gruccia - design Marc Newson



Juggle, shelf unit design For Use & Sergio Suchomel
Juggle, libreria design For Use & Sergio Suchomel

MAGIS PRESS&MOVIE

MAGIS NEI FILM E NELLA STAMPA

MAGIS

マジス
スタイリッシュなデザインで人気の高いマジスから登場したのは、何とあのマイケル・ヤングの犬小屋。赤と白のシンプルな色合い、踏み台を付けたお茶目なフォルム……やはりペットグッズも今やデザイナーがリードする時代？ お洒落好きにはたまらない逸品。



吉田レオ
スコティッシュ・テリア

吉田ジロー
スコティッシュ・テリア

吉田ラム
スコティッシュ・テリア

イギリスの人気インテリアデザイナー、マイケル・ヤングが起用したお洒落な犬小屋。樹脂にステンレスフレームのモダンな素材も今までになく新鮮。入口の金属製のプレートに愛犬の名前を刻める仕組み。ドッグハウス(縦75.5×横48.5×マチ89cm)各43,000円 / ともにマジス(ヤマギワリビナ本舗)

025

Dog House, by Michael Young from the magazine "DOG LOVERS" n.2 - MISS BOOKS Publisher/Japan
Courtesy, SEKAIBUNKA - SHA 2002

CUCCIA di Michael Young per la rivista CINO FILI n°2 - MISS BOOKS Edizioni per il Giappone
Per gentile concessione di SEKAIBUNKA - SHA 2002



PEBBLES: Stool container on wheels, design by Marcel Wanders from the magazine INTERNI, n°520, Aprile 2002
Photo by Carlo Lavatori
Courtesy Arnoldo Mondadori Editore

PEBBLES: pouf-contenitore su ruote, design di Marcel Wanders per la rivista INTERNI, n°520, Aprile 2002
Foto di Carlo lavatori
Per gentile concessione della Arnoldo Mondadori Editore

Young Designers and the Salone Satellite

by/di Andrea Branzi

To understand the Salone Satellite and Fuori Salone exhibitions held in Milan in April, I had to wait until June. That is until the magazines came out with their reviews of the products and new ideas presented.

When I actually attended these events, it was almost impossible to assess the phenomenon as a whole, due to continuous encounters and talks with fellow designer friends among the exhibitors.

In June, however, a series of magazine articles on the shows enabled me to appreciate the sheer scale of an extraordinary phenomenon: the greatest design festival ever staged.

My initial impression was of how surprising the technical and aesthetic quality of the designs was. By that I mean that I have never seen such a vast and wonderful repertoire of objects and signs. And most of these had been on display precisely in the Salone Satellite and in the Fuori Salone, out in the streets of Milan.

On show in this extraordinary, spontaneous youth festival was every possible type of trend: from minimalism to the new plastics, from rubber-like shapes to neo-modernism, not to mention neo-functionalism (like Magis) and the organic style of the great amoebae.

So, design is no longer moving in just one direction (and this is no surprise), but in all possible directions. It no longer seems to be the exclusive expression of a single profession, but rather the result of spontaneous and independent activity that produces objects and thereby obtains a sort of energy with which to transform the world around us in a positive way.

In this sense, I got the impression that this youth festival only partially deals with sofas, lamps or chairs, but that through these it expresses a kind of political energy within society, an evolutionary vision of the present in the direction of things beautiful.

It is in fact true that the demand for beautiful things is the great political problem of the future. And it is also true that the production of beautiful things is a political response to the present.

Imagining new, and even provisional and experimental products, brands and economies is the result of a widespread demand for anything new, different, more beautiful, that transcends the demand for sofas, and becomes a generational declaration of change. Change in favour of the

Per capire il Salone Satellite e il Fuori Salone di aprile a Milano, ho dovuto aspettare giugno. Quando cioè sono uscite le riviste con ampie rassegne di prodotti e di novità.

Durante la visita diretta era stato quasi impossibile valutare l'insieme del fenomeno, a causa dei continui incontri e colloqui con gli amici espositori. A giugno invece i lavori redazionali delle riviste hanno reso possibile vedere nella sua dimensione complessiva un fenomeno straordinario: il più grande festival del progetto che si sia mai immaginato.

La prima impressione che infatti ho avuto è stata quella di una imprevedibile qualità tecnica e estetica dell'insieme delle realizzazioni; e per essere più chiaro dirò che non ho mai visto un repertorio così vasto e così bello di oggetti e di segni. E gran parte di questi erano presentati proprio nel Salone Satellite e nel Fuori Salone, per le strade di Milano. E in questo straordinario festival spontaneo giovanile, tutte le tendenze possibili erano ampiamente rappresentate: dal minimalismo alle nuove plastiche, dai gommini al neo-moderno, e non mancava il neo-funzionalismo (tipo Magis) e lo stile organico delle grandi amebe.

Dunque il design non va più in una direzione (e questo si sapeva), ma in tutte le direzioni possibili. Esso non sembra essere più soltanto l'espressione di una professione, ma piuttosto il risultato di una attività spontanea e indipendente, che si impegna a realizzare attraverso gli oggetti una sorta di energia di trasformazione positiva dell'ambiente. In questo senso ho avuto l'impressione che questo festival giovanile riguarda solo parzialmente i divani, le lampade o le sedie, ma attraverso di questi esprime una sorta di energia politica della società, una visione evolutiva del presente in una direzione estetica.

E' infatti vero che la domanda estetica rappresenta il grande problema politico del futuro. Ed è vero anche che la produzione estetica rappresenta una risposta politica al presente.

Immaginare nuovi prodotti, nuovi marchi, nuove economie, anche provvisorie o sperimentali, è diventato il risultato di una diffusa domanda di nuovo, di diverso, di più bello, che trascende la domanda di divani, e diventa una dichiarazione generazionale di cambiamento. Cambiamento verso il bello, come segno visibile del migliore.

Questa domanda politica di cambiamento non passa più attraverso le istituzioni partitiche o della democrazia rappresentativa, ma si esprime

beautiful, as an outward expression of something better.

This political demand for change no longer passes through party institutions or representative democracy, but is expressed in a direct, practical manner, by the immediate design and physical production of objects, signs, functions; visible signs of a world that does not actually exist, but that could come into being any time now, starting from chairs.

in maniera diretta, operativa, realizzando subito e fisicamente oggetti, segni, funzioni; segni visibili di un mondo che non esiste, ma che potrebbe esistere già oggi, a partire dalle sedie.

A ben guardare infatti il risultato di questo festival milanese è duplice, di natura materiale e immateriale. In una società-mercato come la nostra, inventare prodotti significa cambiare la società, espandere l'offer-



In fact, on close examination, the result of this Milanese festival is twofold: material and immaterial. In a market-oriented society like ours, inventing products means changing society, extending supply, creating new real economy. Inventing objects or companies, in an object-minded and entrepreneurial civilization, means taking a material part in its transformation.

Along with this material energy there is another immaterial kind, which

ta, creare nuova economia reale. Inventare oggetti o imprese, in una civiltà oggettuale e imprenditoriale, significa partecipare materialmente alla sua trasformazione.

Insieme a questa energia materiale ne esiste un'altra immateriale, che il festival giovanile realizza spontaneamente. Essa consiste in una sorta di semiosfera fatta di segni, colori, riflessi, superfici, che come una grande nube rosa si coagula sopra Milano durante il Salone. Questa nube estetica,

the youth festival achieves spontaneously. It consists of a sort of semiosphere made up of signs, colours, reflections, surfaces, which, like a great pink cloud, hovers over Milan during the Salone. This aesthetic cloud, this constantly changing linguistic semiosphere, is the visible result of a particular level of the creative energy that radiates within society. It is media reality which magazines, television and markets broadcast round the world, and which represents the scenario of taste, current trends and forthcoming counter-trends.

This pleasurable, ever-moving galaxy, made up of a plankton of icons, is an immaterial reality, but one that defines a specific level of design (and furnishing) consumption. In fact, it spreads out in virtual spaces, it feeds society's visual culture, and in so doing creates information, and therefore freedom of choice. In this form, it reaches out to a much larger number of people than those physically present at the exhibition. In a strictly industrial sense, it may be that the actual figures involved in the Salone, outside and in, don't add up. And in fact, they can't. If you look at what can actually be produced, if you count the products that will effectively manage to get on to the market, you will probably see that there is a sort of dispersion of energy, an excess of innovation destined to vanish into thin air.

But if you focus on the two economies that modern design supplies, then things become clearer. The real market is, in fact, nothing more than an important but not exhaustive part of the unreal, political and aesthetic market that design produces. Many of the products exhibited in Milan will probably fail to gain access to the real market, because they are destined to fuel that other market, i.e. the media semiosphere. Rather than physically decorating people's homes, these objects will stimulate people's taste, which has always consisted of both real and unreal products.

Some designers, who still belong to the primitive stages of modernity, fail to understand or appreciate this new dimension. They shrink away from buzz design as it uncontrollably pours out of the nooks and crannies of public creativity in all directions, like a swarm unleashed.

And they don't really understand the question about theoretical physics,

questa semiosfera linguistica in continua evoluzione, è il risultato visibile di un livello particolare dell'energia creativa diffusa dentro alla società. Essa è la realtà mediatica che le riviste, la televisione e il mercato diffondono nel mondo, e che rappresenta lo scenario del gusto, delle tendenze in atto, delle contro-tendenze in arrivo.

Questa galassia mobile, godibile, tutta costituita da un plancton di icone, è una realtà immateriale, che definisce però uno specifico livello di consumo del design (e dell'arredamento). Essa infatti si diffonde negli spazi virtuali, alimenta la cultura visiva della società, e così facendo crea informazione, e quindi libertà di scelta. In questa forma essa giunge a toccare un numero di persone ben più grande di quello costituito dai visitatori diretti del Salone.

In senso industriale stretto i conti con la realtà del Salone, fuori e dentro, forse non tornano. E non possono tornare. Se si guarda infatti a ciò che realmente è producibile, se si contano i prodotti che effettivamente avranno la capacità di entrare nel mercato, forse si constaterà che esiste una sorta di dispersione energetica, una inflazione di innovazione destinata a disperdersi nell'aere.

Ma se si tiene presente le due economie che il design attuale alimenta, allora tutto sarà più chiaro. Il mercato reale non è infatti che una parte importante ma non esaustiva del mercato irreale, politico e estetico, che il progetto produce. Molti dei prodotti presenti a Milano forse non avranno accesso al mercato, perché sono destinati a muovere l'altro mercato, quello costituito dalla semiosfera mediatica, che andrà a fertilizzare non le case ma il gusto del pubblico, che è costituito (come sempre) da prodotti reali, e anche da prodotti irreali.

Alcuni designer, che appartengono ancora alla fase primitiva della modernità, non capiscono o non apprezzano questa nuova dimensione generale della nostra disciplina. Essi arretrano interdetti davanti al buzz design che come uno sciame incontrollabile emerge dagli interstizi della creatività pubblica, muovendosi in tutte le direzioni.

E non capiscono bene la questione dell'esistenza di una fisica teorica, diversa dalla fisica applicata. Ma se guardassero con attenzione un libro di storia del design, potrebbero constatare che quella storia è fatta di



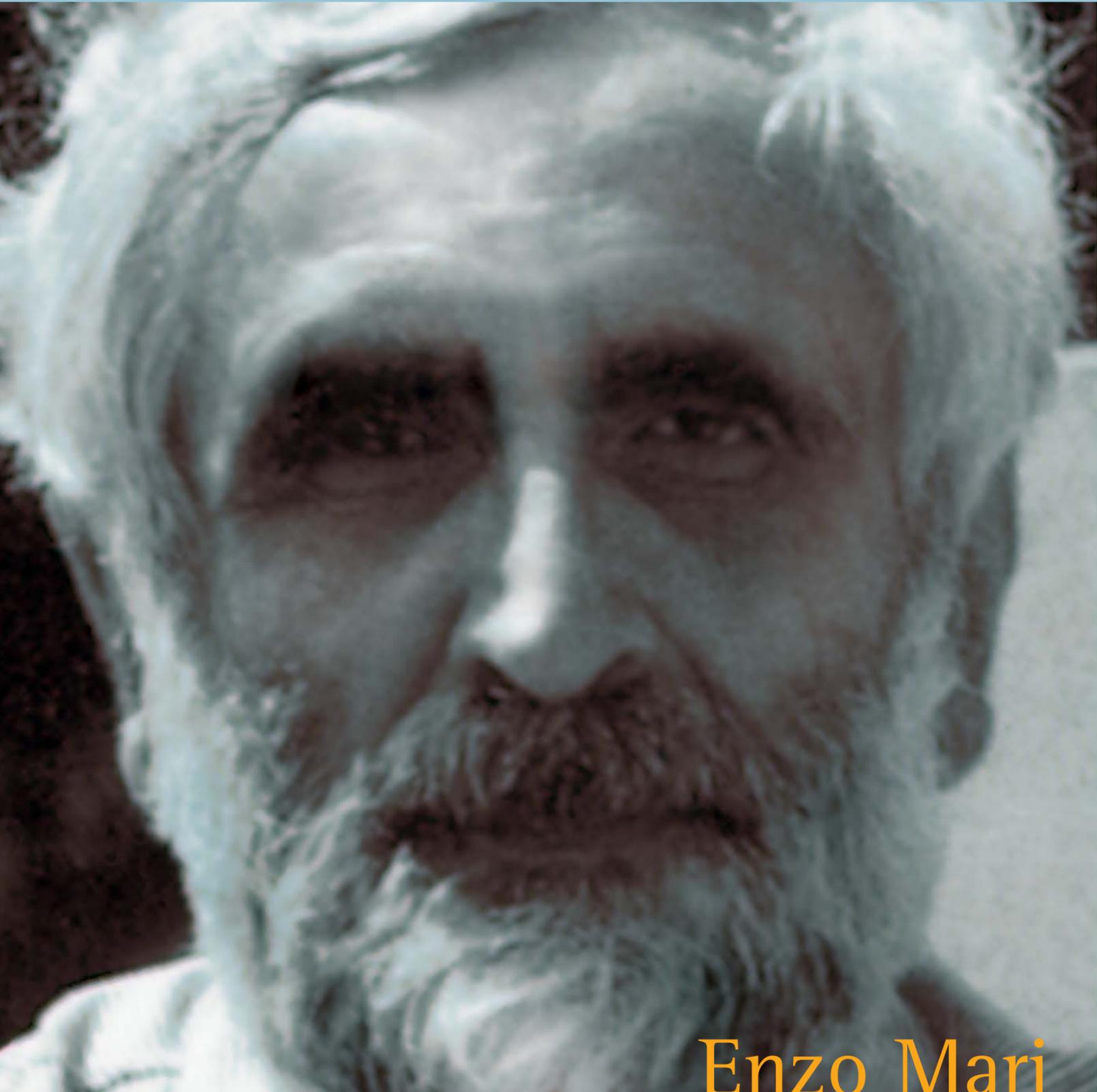
as opposed to applied physics either. But if they looked carefully at a book on the history of design, they would see that history is made up not only of best sellers, but also of countless products that never go beyond the prototype stage (Le Corbusier, the Bauhaus, Breuer, Munari, Gropius, Alchymia, Memphis, the Radicals). The 21st century has begun like this: with modernity in need of modernizing, so that it can achieve greater room for freedom and knowledge, and reach beyond itself.

Andrea Branzi, architect, designer, professor of Industrial Design at the Milan Polytechnic, and design theoretician of major repute.

multi best seller, ma anche di molti prodotti che non sono mai esistiti oltre la dimensione dei prototipi (Le Corbusier, il Bauhaus, Breuer, Munari, Gropius, Alchymia, Memphis, i Radicali). Il XXI secolo è cominciato così: con una modernità che deve modernizzare se stessa; per realizzare maggiori spazi di libertà e di conoscenza, per andare oltre se stessa.

Andrea Branzi, architetto, designer, docente di Disegno Industriale al Politecnico di Milano, è considerato uno dei maggiori teorici di design.





Enzo Mari

THE MARIOLINA CHAIR

by/di Enrico Morteo

Oh no, not another chair! For those of us who deal with objects, the advent of a new chair is always cause for concern. Four legs, a seat, a back. What will be new about it, what weird and wonderful ideas will the designer have thought up this time?

Chairs aren't easy things. They don't have the Olympian architectural structure of a table, or the comfy indeterminacy of a sofa. They don't have the inflated dimensions of a bed, or the magical possibilities of light. Chairs are everywhere and they have to respond to an extraordinary variety of situations, needs and tastes: in offices and in kitchens, in schools and in dining rooms. Chairs that can safely be forgotten out on the terrace and chairs for receiving guests. But it's not just their ubiquity that complicates matters: more than any other object, a chair has to take account of the shape, the movements and the different postures of the human body. We spend more time in contact with chairs than with any other object, and yet anthropologists tell us that sitting isn't natural at all – it's more of an evolutionary and cultural conquest, a symptom, you might say, of the emancipation of Homo sapiens. Other animals don't sit, they crouch.

Essays, handbooks, whole histories of design and civilization have been



Dio mio, un'altra sedia! Per chi si occupa di oggetti, l'uscita di una nuova seggiola è sempre una notizia preoccupante. Quattro gambe, un sedile, uno schienale. Cosa ci sarà di nuovo, quali stranezze o quali invenzioni questa volta.

La sedia è un oggetto difficile. Non ha l'olimpica struttura architettonica del tavolo, neppure l'indeterminazione accogliente dei divani. Non ha le dimensioni dilatate del letto, neppure le possibilità magiche della luce. Le sedie sono dappertutto e devono convivere con situazioni, esigenze e gusti i più diversi: in ufficio e in cucina, a scuola e in sala da pranzo. Sedie da dimenticare sul terrazzo e sedie per ricevere gli ospiti. Ma non è solo l'ubiquità della sedia a complicare la faccenda: più di ogni altro oggetto la sedia deve tener conto delle forme del corpo umano, dei suoi movimenti e delle sue posture. Passiamo più ore a contatto con sedie che con qualsiasi altro oggetto, eppure gli antropologi ci spiegano che stare seduti non è affatto un atto naturale ma una specie di conquista evolutiva e culturale, quasi un sintomo dell'emancipazione dell'homo sapiens. Gli altri animali non si siedono, si accovacciano.

Sulla sedia si sono scritti trattati, manuali, intere storie del design e della civiltà. Architetti e designer, che notoriamente prediligono i problemi

SEDIA MARIOLINA

written about chairs. For architects and designers, who are notorious for their predilection for complex problems, preferring to ignore simple ones, the chair provides a sort of ideal training ground on which they can experiment techniques, theories and ergonomic standards. Every material has its vocation, every vocation has its forms, every form has a function, every function can be recycled.

And so it goes on, through styles, fashions, needs real or presumed. The Brazilians describe someone who feels perfectly at ease as “fitting the mould”: with such a variety of chairs, every backside can find a “mould” to fit into. As someone may already have said, I suspect that there are many more chairs in the world than backsides, although many people still stand in line to find themselves a comfortable seat.

Compared to this myriad of possibilities, a chair designed by Enzo Mari is a breath of fresh air. Not that Mari is indifferent to comfort but, knowing his job the way he does, he is well aware that comfort is a relative concept, not a medical obsession to be tied down to set standards. Vacationers surely can't feel comfortable (ergonomically speaking), stretched out for hours on hard, irregular rocks. And yet all that sunbathing will be recalled, yearned for, re-lived for months through the digital images of their holiday videos. Comfort is not something that can be defined in simple physical parameters – it always and anyway involves experience and emotions.

Maybe this is why form, in Mari's designs, is more than just its immediate function, although this doesn't mean that he indulges in any superfluous flourishes. Form is always an opportunity for exploring a concept, stimulating thought.

Mari likes archetypal figures. It's not a question of rhetoric: Greek architecture, the I-beam, Renaissance painting are the essence of our culture, a common heritage that we can all dip into. In this sense, classicism is our ultimate common denominator. Starting off from an archetype thus means proceeding on common ground, addressing themes that are somehow familiar.

It is on this fertile ground that Mari grafts his ideas, his daring, his forward leap, his talent. Mariolina is no exception. At first sight, it looks like one of those 1950s' chairs, the sort you would find in doctors' waiting rooms, in kitchens illuminated by orange lampshades, in junior highschool classrooms. But something isn't quite right, there is some detail that does not coincide perfectly with my memory. Yes, I've got it: the line of the metal legs is slimmer, more precise. In fact, Mariolina rests on a much more solid steel tube than the iron or aluminium profiles that were used then.

complessi e trascurano quelli semplici, hanno trovato nelle seggiole una sorta di palestra ideale per sperimentare tecniche, teorie e standard ergonomici. Ogni materiale la sua vocazione, ogni vocazione le sue forme, ogni forma la sua funzione, ogni funzione il suo riciclaggio. E così via, attraverso stili, mode, bisogni veri o presunti. Per indicare chi sta perfettamente a proprio agio, un detto brasiliano recita “stare nello stampo”: in tanta varietà di sedie ogni sedere troverà il suo “stampo”. Come forse qualcuno ha già detto, ho il sospetto che al mondo esistano molte più sedie che sederi, anche se molti fanno ancora la fila per conquistarsi un posto comodo.

Rispetto a questa moltitudine di possibilità, una sedia disegnata da Enzo Mari rappresenta una salvifica pausa. Non che a Mari non interessi il comfort ma, da uomo intelligente, sa bene che si tratta di un concetto relativo, non di un'ossessione medica da rinchiudere in standard prescrittivi. Staranno mai comodi (in senso ergonomico) i corpi dei vacanzieri, distesi per ore su scogli sconnessi? Eppure quelle ore di sole saranno rievocate per mesi, rimpiante, rivissute nelle immagini digitali di videocamere amatoriali. Il comfort è qualcosa che non può risolversi in semplici parametri fisici ma coinvolge sempre e comunque esperienza ed emozione.

Sarà per questo che la forma nei disegni di Mari non si esaurisce nella sua immediata funzione, senza per questo abbandonarsi a futili svolazzi. La forma è sempre un'occasione per esplorare un concetto, per suggerire un pensiero.

Mari ama le figure archetipe. Non è questione di retorica: l'architettura greca, la sezione delle putrelle a doppio T, la pittura rinascimentale sono l'essenza della nostra cultura, un patrimonio comune a cui tutti possiamo accedere. In questo senso il classico rappresenta il nostro massimo comun denominatore. Muovere da un archetipo vuol dire dunque agire su una base condivisa, sollecitare un tema in qualche modo conosciuto. Su questo terreno fertile Mari innesta la sua elaborazione, la sua trasgressione, il suo scatto in avanti, il suo talento. Mariolina non fa eccezione. L'immagine è apparentemente quella di una seggiolina anni '50, una di quelle sedie che era facile incontrare nelle sale d'aspetto degli studi medici, nelle cucine rischiarate da paralumi arancioni, nelle aule delle scuole medie, ma qualcosa non torna, c'è un dettaglio che non collima perfettamente con il ricordo. Ecco, ci sono: la sezione delle gambe metalliche è più esile, più precisa. In effetti Mariolina si regge su di un tubo d'acciaio molto più solido dei profili in ferro o in alluminio che si usavano allora.

Così solida da essere già bella e omologata per l'uso in spazi pubblici ad



So solid, in fact, that it's already been officially approved for heavy-duty use in public places. But it's not only that, there's still something that doesn't quite fit. I keep looking at the little chair but somehow my gaze slides off without finding anything to cling to. I stroke the seat and the polypropylene back. Then I get it: there are no screws, rivets, nothing interrupting the surface of the plastic. The back seems to float in front of the two uprights and the round seat to hover above the four steel legs. A minor "coup de théâtre" is revealed when you look at Mariolina from behind and from underneath. There, you discover that the underside of the two plastic parts has some rhythmically perforated ribbing moulded in to it that embraces the metal frame. Pressed in between the polypropylene and the steel there is a suitably shaped nylon piece with tiny teeth that fit perfectly into the holes in the polypropylene.

Enzo Mari is a distiller. He extracts his intelligence from his materials. He ponders on how different things can be joined without losing their identity. He reflects on the joints. He exploits elasticity and resistance. He takes you by surprise and forces you to look. To think. If you want to. But that's precisely how a humble little chair turns into a smart object.

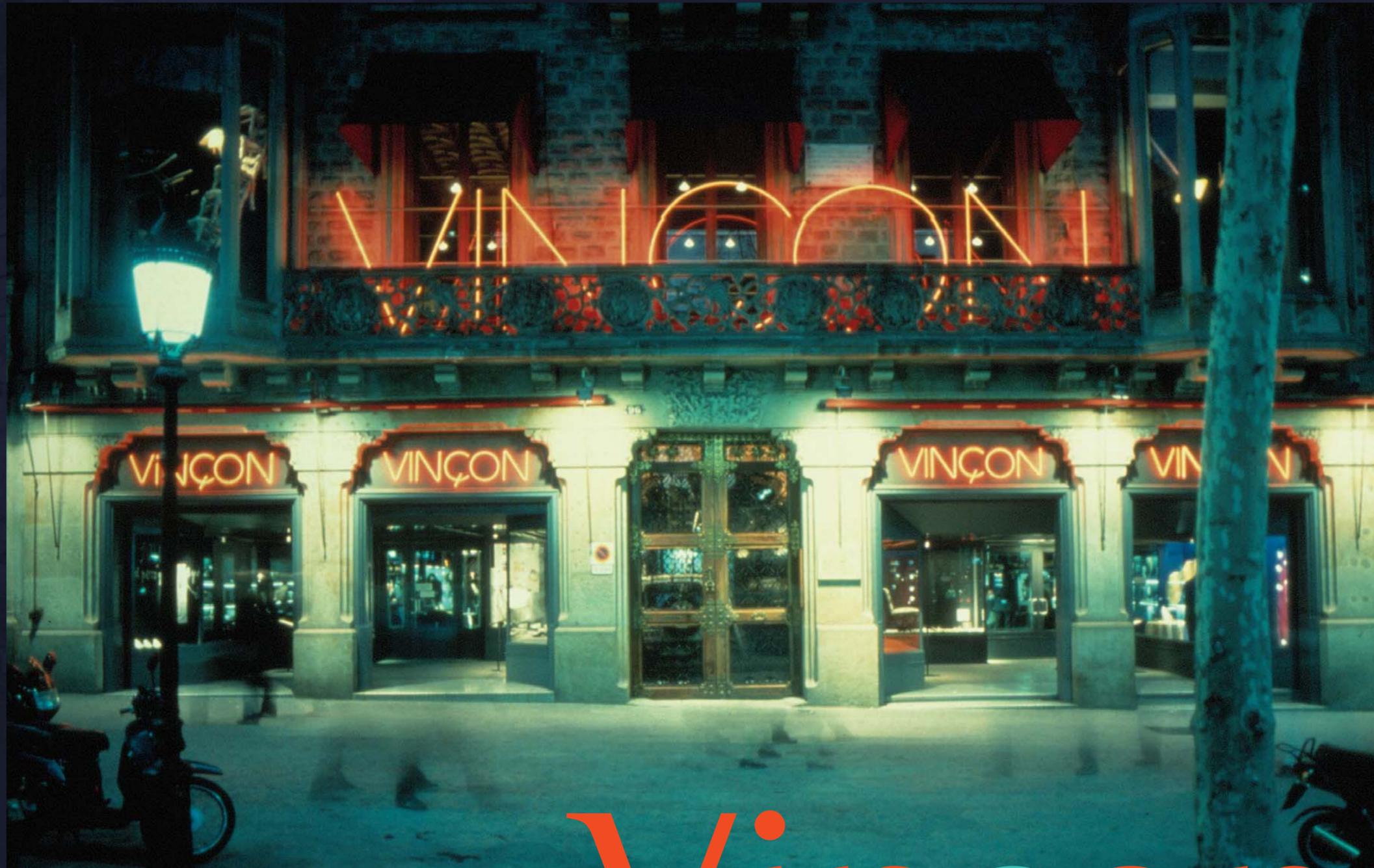
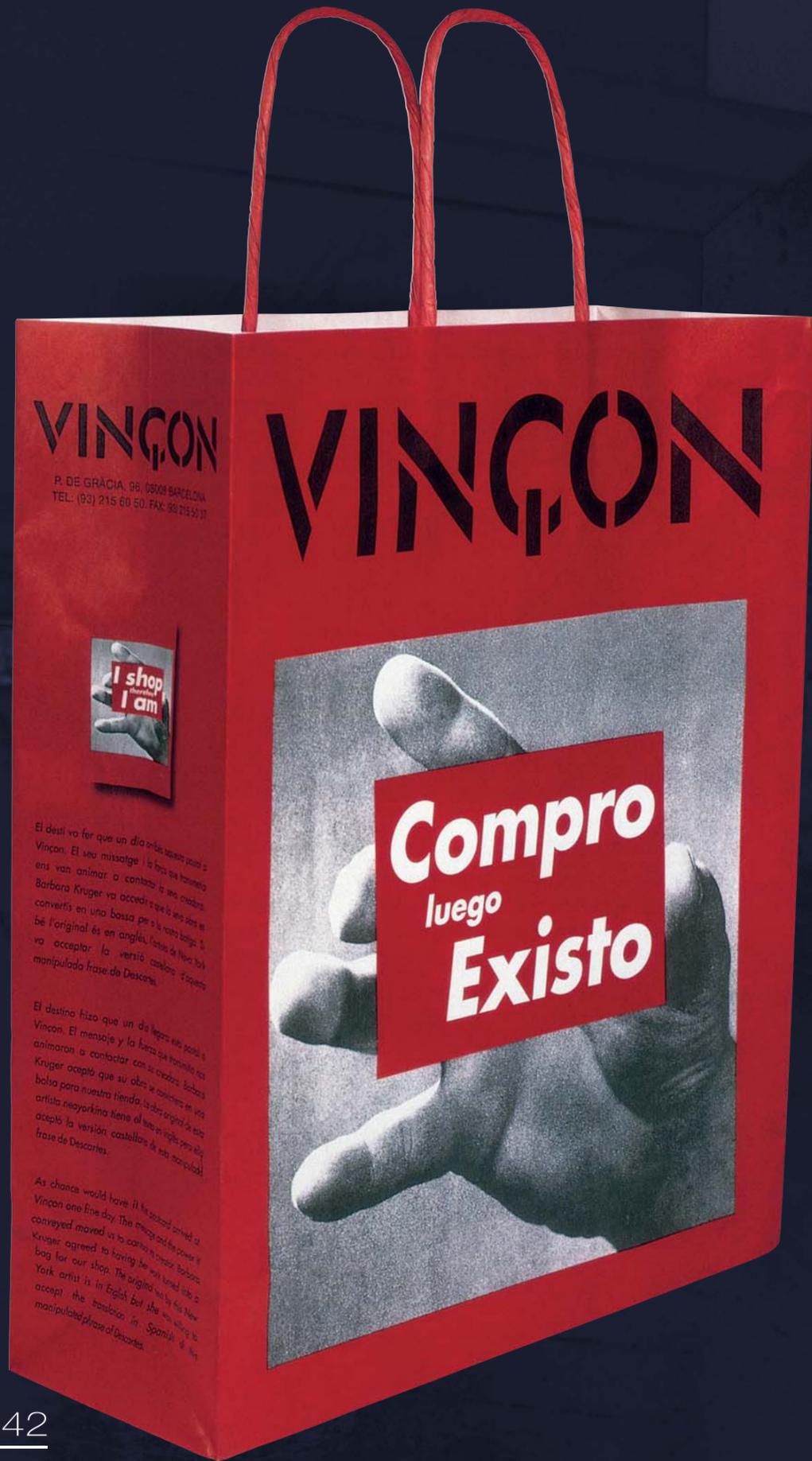
Enrico Morteo, architect, design critic, former professor at the Industrial Design faculty of Venice. He is editing director of the publishing house Editrice Abitare Segesta.

alta sollecitazione. Ma non basta, qualche cosa ancora non quadra. Continuo ad osservare la piccola seggiola ma è come se lo sguardo scivolasse via senza trovare un punto su cui aggrapparsi. Accarezzo la seduta e lo schienale in polipropilene. Poi capisco: non ci sono viti, rivetti, nulla che interrompa la superficie della plastica. Lo schienale sembra galleggiare davanti ai due montanti e il disco della seduta fluttua sulle quattro gambe d'acciaio. Un piccolo "coup de théâtre" che si svela solo guardando Mariolina di dietro e di sotto. Si scopre allora che sulla faccia nascosta delle due parti in plastica sono state stampate delle nervature, ritmicamente forate, che abbracciano la struttura metallica. Fra il polipropilene e l'acciaio è poi inserito a pressione un elemento in nylon opportunamente sagomato e fornito di piccoli dentini che si innestano perfettamente nei fori del polipropilene.

Enzo Mari distilla. Estrae dalla materia la sua intelligenza. Pensa a come le cose possono unirsi senza confondersi. Riflette sui giunti. Sfrutta elasticità e resistenza. Ci coglie di sorpresa e ci costringe a guardare. A pensare. Se vogliamo. Ma è così che si trasforma una umile sedia in un oggetto intelligente.

Enrico Morteo, architetto, critico di design, ha insegnato alla Facoltà di Disegno Industriale di Venezia. È Direttore Editoriale dell'Editrice Abitare Segesta.





Vinçon

in Barcelona

In Barcelona, a Conversation with Ferran Amat by Patrizia Scarzella

Patrizia Scarzella: Please tell us about the history of the Vinçon store. How did it start out?

Ferran Amat: Vinçon was founded in 1941 by three men: Vinçon, Levi and my father, Jacinto Amat. The store began in the very location it's in today. At the time, the exposition space was small, with a large stockroom in the back. It was a wholesale business in porcelain imported from Czechoslovakia. In the '50s, my father bought out Levi and Vinçon. In the early '60s, my brother Joan and I started giving our father a hand with the store, after having finished our mandatory years at school. In 1965, we decided it was time for a change. We stopped the wholesale business and started retail. The stockroom was added to the shop area. That made the store big – 3000 sq. meters on two floors. The size of the shop is still the same. We also started the rule we still go by today, which is that I select all merchandise based on my personal taste. That idea proved to be a winner. We got great response from the people of Barcelona.

Coming back to Vinçon after twenty years, I see a continuity of style in your selection.

Yes, some products never change and I am always delighted to find items that are ageless.

So one could say that you are directing this continuity of style.

It's simpler than that. I buy whatever strikes my fancy. I don't have a formula, I don't follow a strategy, I just follow my own taste. Once I do that, my selection is examined and filtered by the organization we have set up.

How has the popularity of the Vinçon products changed over the past twenty years?

In the '70s and '80s people bought a product because it was fashionable. Today people buy things according to specific needs, and sometimes they don't even realize they are buying design. I really enjoy that!

Barcelona has always been at the avant-garde with respect to design, just like Milan.

Milan is at the avant-garde for the production of design, while I consider Barcelona to be at the avant-garde for the consumption of design



A Barcellona, dialogo con Ferran Amat di Patrizia Scarzella a Barcellona

Patrizia Scarzella: Mi parli della storia, di come ha avuto origine il negozio Vinçon.

Ferran Amat: Vinçon è stata fondata nel 1941 da tre persone: Vinçon, Levi e da mio padre Jacinto Amat, allo stesso indirizzo in cui opera oggi il negozio. Allora c'era un piccolo spazio dedicato alla mostra e un grande spazio dedicato allo stock e si vendevano all'ingrosso porcellane importate dalla Cecoslovacchia.

Negli anni '50 mio padre rilevò le quote sia di Levi sia di Vinçon. Agli inizi degli anni '60 io e mio fratello Joan, finite le scuole dell'obbligo, entrammo nel negozio per dare una mano a nostro padre.

Nel '65 la grande svolta: il passaggio dalla vendita all'ingrosso a quella al pubblico e la trasformazione in area vendita dello spazio dello stock. Così il negozio divenne grande: 3.000 metri quadrati distribuiti su due piani.

Da allora la dimensione del negozio non è più cambiata. Da lì partì la regola, che è tuttora applicata, della selezione dei prodotti sulla base dei miei gusti personali. La cosa si dimostrò vincente. Il pubblico di Barcellona rispose bene.

Ritorno qui in Vinçon dopo vent'anni e riscontro una continuità di stile, di proposta. Sì, alcuni prodotti non cambiano e io sono contento quando vado a scoprire prodotti che sanno poi resistere nel tempo.

Quindi si può dire che dietro a questa continuità di stile, di proposta di prodotto c'è una grande regia: la sua. La cosa è più semplice. Io compro quello che mi piace. Non ho una formula, non seguo una strategia, seguo solo il mio

gusto ma poi c'è una struttura che filtra e soppesa la mia selezione.

Come è cambiata l'accettazione dei prodotti Vinçon da parte del pubblico in questi venti anni?

Negli anni '70 e '80 la gente comperava un prodotto perché di moda. Oggi sceglie in base a bisogni precisi e magari non si rende conto che sta comperando prodotti di design. Questo lo trovo fantastico!

Questo è un fenomeno caratteristico di pochi luoghi. Barcellona è sempre stata all'avanguardia sul fronte del design, come Milano.

Milano è all'avanguardia sul fronte della produzione di design, mentre penso che Barcellona sia all'avanguardia sul fronte del consumo di

products. There is not much production here, but people understand design perfectly. Milan doesn't have many design stores and there is nothing like Vinçon there.

There is a store in Rome called Spazio Sette that has a formula similar to that of Vinçon's. It sells objects, household items, home decoration, and furniture that are displayed on several floors, all chosen according to the owners' personal taste. As you do, they sell only what they like. There doesn't seem to be any marketing strategy. If I limited myself to follow only pure design, I would end up buying half of what I do now. Like I said before, I exclusively follow my own taste and usually end up being in perfect harmony with my clientele. Of course, there can always be mistakes. For example, I realize that I've made a mistake in the selection of an object when I see it staying in the shop for over a month. And it is also a mistake when I realize that I might have selected an item that is selling well, but that does not fit in

seamlessly with the rest of the collection. Then I decide to get rid of it. You see, that's what I mean when I say that my aim for the Vinçon collection is to make it large, varied, fun, unusual and in constant evolution. That's why mistakes are all part of the game and almost useful for my objectives. The important thing is to keep errors down to a minimum.

It's easy to see that there is direction in the governing of the product selection.

I have been selecting and buying products with my nephew for ten years now. He understands my criteria perfectly and has started operating alone. Maybe when I retire there will not be so many changes.

So you see your type of offer based on personal taste continuing into the future? And do you think your group of customers will continue to grow?

Yes, and that's why I opened another store in Madrid. I discovered it is easier to sell in Madrid than in Barcelona.

In Italy, people are talking about a crisis in the production and distribution of furniture. They speak of competition that is a hybrid of different kinds of consumption. The home is no longer the status symbol it used to be and consumers are spending more on other

prodotti di design. Qui da noi non c'è molta produzione, ma la gente capisce perfettamente il design. A Milano non ci sono tanti negozi di design e non ci sono realtà come Vinçon.

C'è un negozio a Roma – Spazio Sette – che ha una formula simile a Vinçon: oggetti, complementi, accessori, mobili esposti su più livelli che vengono scelti secondo il gusto dei proprietari. Vendono, come voi, quello che piace prima di tutto a loro. Non c'è o non sembra esserci una strategia di marketing.

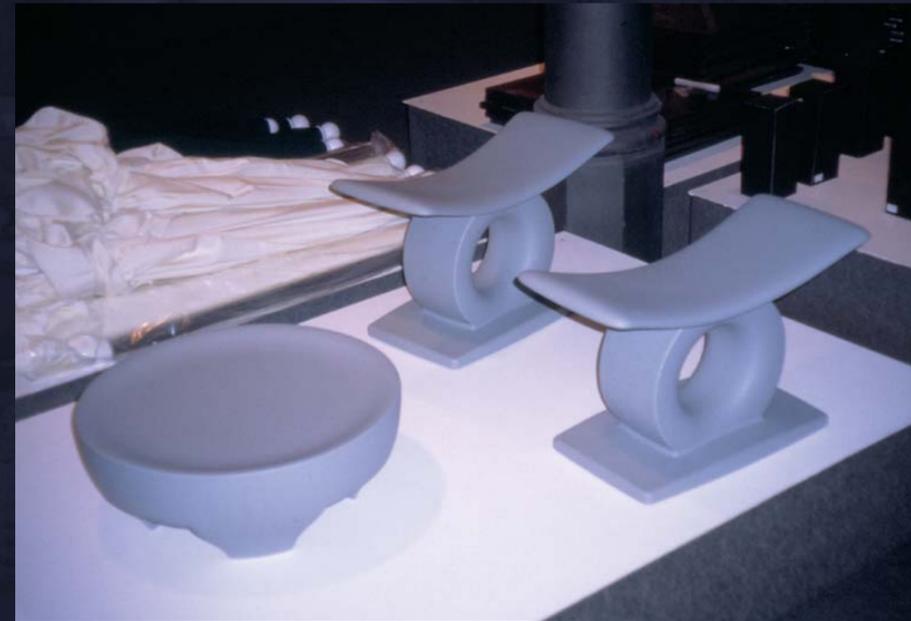
Se io dovessi farmi guidare dal puro design, sceglierei la metà di quello che scelgo. Mi faccio guidare, l'ho detto prima, solo dal mio gusto e mi ritrovo poi quasi in perfetta sintonia con la clientela che ruota attorno a Vinçon. Certo c'è sempre di mezzo l'errore. C'è errore, per esempio, quando un prodotto rimane invenduto in negozio per oltre un mese. Ma c'è errore anche quando ti rendi conto di aver selezionato un prodotto che, pur vendendo bene, non va però molto d'accordo con l'insieme complessivo della collezione, per cui decidi di espellerlo. Ecco....quello che intendo dire è che voglio che la collezione Vinçon sia ampia, varia, divertente, strana e sempre rinnovata, per cui l'errore è fisiologico, oserei direi funzionale all'obiettivo, importante è saperlo contenere entro limiti accettabili.

E' facilmente percepibile una regia che governa il negozio... Da dieci anni sto comprando e selezionando i prodotti con mio nipote che ha già esattamente capito il mio metodo di scelta e comincia a muoversi da solo. Forse, quando mi ritirerò, non

ci saranno grossi cambiamenti.

Quindi lei vede nel futuro una continuità di questo genere di scelte basate sul gusto personale e pensa che la risposta abbraccerà un pubblico sempre più ampio? Sì, e proprio per questa ragione ho aperto un punto vendita anche a Madrid e ho scoperto che è più facile vendere lì che a Barcellona.

In Italia si parla di crisi della produzione e della distribuzione di mobili. Si parla di concorrenza incrociata con altri generi di consumi. L'investimento, nella direzione della casa che era considerata in passato status symbol, cala, mentre crescono altri tipi di consumo. Com'è la situazione in Spagna? Il fenomeno di cui parli non è nuovo per noi, qui in Spagna è sempre





types of purchases. What is the situation in Spain?

Here in Spain it has always been more important to invest in the quality of daily life rather than in the home and the phenomenon you mention is not new for us. In retail, Ikea is exceptionally big, but it's hard to say if that's positive or negative. It is certainly making traditional furniture stores change their ways and the wares they sell. They're trying to emphasize their different stance by keeping a fair ideological distance from the Swedish giant.

Some manufacturers plan a reduction in the amount of new projects to be developed in the future, wanting to concentrate on their existing range and optimize it. In a word, innovation within

stato più importante investire nella vita piuttosto che nella casa. Sul versante della distribuzione il fenomeno da rilevare è Ikea. Un fenomeno enorme, non so se buono o cattivo, certo è che porta i negozi tradizionali ad assumere mutamenti di strategie, rinnovamenti delle proposte. In buona sostanza marcare differenziazioni e distanze dal colosso svedese.

Alcuni produttori annunciano che nel futuro andranno a ridurre il numero di nuovi progetti da sviluppare, concentrandosi sull'esistente e cercando di migliorarlo, innovazione quindi nella tradizione. Ciò però va in contrasto con le richieste del pubblico che desidera vedere sempre cose nuove.

Questo è il problema dei giornalisti. Le riviste vogliono sempre novità,



tradition. That's in contrast with the demands of consumers, who want constantly to see new things.

That's a problem for journalists. Magazines keep wanting new things, spoiled by the way things work in the fashion business.

Are there stores in the world that you find interesting?

There's a very interesting one in Groningen (The Netherlands) called Vos Maupertuus. It's very big and sells a bit of everything, even antiques.

Which are today's production locations that are most attractive for Vinçon?

Italy, for sure.

In your store there are also fascinating items that have an ethnic feel about them. They're from Indonesia and elsewhere in Asia. Do you travel much to these countries?

No. The best trade show for me is the one in Frankfurt, Germany (Ambiente and Tendence). We find all kinds of things there.

So it's no longer necessary to travel the world in search of the right objects? You just need to go to Frankfurt.

Our store is mostly supplied by products found in Frankfurt.

Let's talk about Magis: what do you think of the company and its products?

Magis was kind of a surprise for me, because I didn't expect to find such an amazing collection of products. In the beginning, I had a more simple idea of Magis, then there was an unexpected change. The latest surprise was the exhibition of prototypes I saw in Milan at the Fuori Salone (April 2002). I thought Magis was a small company, but it's really growing fast. Designers are important to Magis, but it is the quality of the projects that counts above all. The contrary would be terrible.

In the '80s, Vinçon had a strong image especially as a result of its bold graphics: the logo, the shopping bags and even in its choice of fabrics. This continues into the present, illustrating that Vinçon is not just about choosing from existing items, but about

viziati dalle abitudini della moda.

Ci sono dei negozi nel mondo che trova interessanti?

A Groningen ce ne è uno molto interessante, molto grande, Vos Maupertuus. Ha un po' di tutto, anche antichità.

Quali sono i luoghi di produzione oggi che lei ritiene più interessanti per Vinçon?

L'Italia, senza dubbio.

Nel suo negozio è interessante anche la proposta di oggetti che hanno una componente etnica. Provengono dall'Indonesia, da altri paesi asiatici. Lei va spesso in questi paesi?

No. Per me tutto è concentrato nella fiera di Francoforte (Ambiente e Tendence). Vi si trova di tutto.

Non è più necessario quindi girare il mondo per trovare oggetti. Basta andare a Francoforte?

Gran parte del nostro negozio viene fornito di prodotti scelti a Francoforte.

Parliamo di Magis: cosa pensa di questa azienda e dei suoi prodotti?

Magis per me è stata un po' una sorpresa perché non mi aspettavo questa collezione importante di prodotti. All'inizio pensavo a Magis in modo più semplice, poi c'è stato un cambio inaspettato. L'ultima sorpresa è stata la grande mostra di prototipi che ho visto a Milano al Fuori Salone (aprile 2002). Io pensavo che Magis fosse una ditta piccola. In realtà sta crescendo molto in fretta. Per Magis il designer è importante, ma quello che conta di più è la qualità del progetto. Sarebbe grave il contrario.

Vinçon, negli anni '80, ha avuto grande visibilità grazie soprattutto a un discorso grafico estremamente forte, si andava dal marchio alle shopping bags, alle scelte dei tessuti..., il che continua tuttora e non si tratta solo di scegliere fra ciò che esiste, ma anche di creare, inventare.

Nei grandi negozi è di regola una grafica sempre uguale, piatta, per noi invece vale la regola dell'incoerenza. Si cambia grafica due volte all'an-

creation and invention.

For big stores, the rule is always to keep the same old graphic image. We are an exception to the rule. We change our graphics twice a year. Two of our favourite graphic designers are Barbara Kruger and Xavier Mariscal.

Let's talk about the special exhibition space you have at Vinçon. What events are you planning for the near future?

We are talking to Marc Berthier about having a show of his work. We could talk about Magis having a show here, too. Ideally, it could be in June and July of 2003, bringing all Magis's new projects here after the Furniture Fair of April 2003.

What do you not like about Magis?

I have no criticism. Of my suppliers I only ask good merchandise, and Magis gives me what I want.

If Magis asked you to suggest a good Spanish designer and a project idea, what would you answer?

In the design process there is the idea, the development, the production, the selling and the use of the product. These are distinct chapters of the same story, which is the story of a project or product that has a 10 to 20-year life cycle, maybe more. The first step of the story – the idea – is taken within a 30-minute timeframe. That's crazy! How is it possible to decide in 30 minutes whether a designer will make a chair or an ash-tray? In the design world there is a taboo word called marketing. No one wants to hear it, because it is cursed as being a prison for creativity, but marketing counts. It is important and needs to be done in order to tackle projects properly. Either the manufacturer does it and it's written in the rules that he is responsible for this task, or, if need be, the designer does it. That, however, is a sketchy proposition, seeing that he or she usually has no competence in that direction. Many flops are put on the market due to lack of market analysis. There's a young man who is a special kind of designer with many great ideas that could be a good choice for Magis. His name is Marti Guixé and he's from Barcelona.

no. I nostri grafici di riferimento sono: Barbara Kruger e Xavier Mariscal.

Parliamo dello spazio Vinçon dedicato a incontri. Che mostre state progettando di coltivarvi nel breve?

Siamo in trattative con Marc Berthier per fare una mostra dedicata ai suoi lavori. Si potrebbe anche ipotizzare una mostra dedicata a Magis che idealmente potrebbe svolgersi a giugno/luglio 2003 per trasferire qui le novità Magis del Salone aprile 2003.

Che critiche muove a Magis?

Non ho critiche da fare. Ai miei fornitori domando solo buoni prodotti e Magis regolarmente me li dà.

Se Magis le chiedesse il nome di un bravo designer spagnolo e un'idea di progetto, cosa rispondereste?

Nel processo del design, c'è l'idea, lo sviluppo, la produzione, la vendita, l'uso del prodotto: capitoli distinti della stessa storia che è la storia del progetto/prodotto che dura 10-20 anni, forse più. Il primo passo della storia, che è l'idea, è talvolta racchiuso nello spazio di 30 minuti ed è una follia totale. Com'è possibile in 30 minuti decidere se un designer farà una sedia o un portacenere? Nel mondo del design c'è una parola tabù che si chiama marketing. Nessuno vuole sentirlo, perché è maledetta come fosse la prigionia della creatività, ma il marketing conta, è importante e deve essere svolto nell'affrontare il progetto. O se ne occupa il produttore o se ne occupa il designer. Qualcuno lo deve fare. Ci sono tanti flop sul mercato proprio perché i progetti hanno saltato l'analisi marketing. C'è un ragazzo, che è un designer speciale, ricco di buone idee, che potrebbe andar bene alla Magis. Si chiama Marti Guixé ed è di Barcellona.

Vinçon, shopping bags. Graphics projects by Barbara Krueger and Xavier Mariscal.

Shopping bags di Vinçon. Progetti grafici di Barbara Krueger e Xavier Mariscal.



DESIGN & COPYRIGHT

by/di Patrizia Scarzella

Patrizia Scarzella: In Italy, are copies made by industries or by craftsmen?

Maurizio Fusi: A good deal of the phenomenon is industrial. Going by my professional experience, the areas of Italy that have been most prolific in industrial copying are Naples, certain parts of Tuscany and the area around Bergamo and Brescia. The objects of imitation differ, however. In Bergamo and Brescia there is an amazing quantity of copied textile products, such as Bassetti's duvets.

Some years ago, production lines were discovered in Naples that were as impressive as the assembly lines in a Fiat factory. They were for the making of counterfeit Adidas products. When we went there we found production lines for LaCoste, Vuitton and many other labels right next door.

In Tuscany, copies are mostly of textile products and handcrafted leather goods, for which the area is famous. These are the areas that my profession has taken me to, but I have no intention of criminalizing any particular region of Italy. Probably the same problems exist from Piemonte to Emilia-Romagna, from Lazio to Basilicata. Italy is a country that is home to big creators and big counterfeiters alike. Recently I was in Paris at a conference on industrial design to talk about the directive for models. France has its own special way of looking at the matter – it is greatly protective of design, very unlike Italy, although France is our cousin over the Alps. When I was trying to explain how industrial design is protected in Italy, someone in the audience raised their hand and asked, "How ironic to hear you speak of these things! Don't you realize that Italians are the biggest counterfeiters and the Oscar-winning copycats of Europe?" Sadly, this is true. I tried to save myself with a joke, but what that person said is true beyond doubt.



Maurizio Fusi in his office

Patrizia Scarzella: In Italia la copia è un fenomeno del mondo industriale o artigianale?

Maurizio Fusi: In buona parte è un fenomeno industriale. I centri che nella mia esperienza professionale si sono rivelati più prolifici in tema di copiatura industriale sono: Napoli, certe zone della Toscana e l'area di Bergamo Brescia. Cambiano gli oggetti dell'imitazione. A Bergamo e Brescia c'è una vera e propria folla di prodotti tessili tipo il Piumone della Bassetti.

A Napoli anni fa trovammo delle linee di produzione come quelle della Fiat di articoli Adidas contraffatti. Andando lì trovammo anche linee di produzione di Lacoste, Vuitton e di molte altre marche. La Toscana copia prodotti tessili e copia anche quell'artigianato della pelletteria per cui la regione stessa è famosa nel mondo. Questi sono i luoghi in cui la mia attività professionale mi ha portato, ma non intendo criminalizzare nessuna regione in particolare: probabilmente in Piemonte come in Emilia Romagna, nel Lazio come in Basilicata, abbiamo gli stessi problemi. L'Italia è un paese di grossi creatori come di grossi copiatori. A Parigi in un convegno sul Disegno Industriale quando era in fieri la direttiva dei modelli – di cui la Francia ha una visione tutta sua, molto protettiva del design e quindi agli antipodi rispetto a noi pur essendo la nostra cugina d'oltralpe – io cercavo di spiegare come viene protetto l'Industrial Design in Italia e a un certo punto uno dal pubblico alzò il dito dicendo: "Ma lei che parla di tutte queste cose, si rende conto che voi italiani siete i maggiori copiatori, detenete l'Oscar in Europa della scopiazzatura?" Purtroppo è vero, io cercai di salvarmi con una battuta ma indubbiamente è vero.

Le contraffazioni vere e proprie sono sempre perseguibili?

La contraffazione è perseguibile sia penalmente, perché è considerata un reato, sia civilmente sotto il profilo dell'i-

PROJECTS AND INDUSTRIAL PRODUCTS: CAN THEY REALLY BE PROTECTED?

Maurizio Fusi, lawyer, international expert in industrial rights and intellectual property, gives us his advice

Can real counterfeiting always be prosecuted?

Counterfeiting can be prosecuted penalmente, because it is considered a crime, as well as under civil law, being considered slavish imitation, unfair competition and sometimes violation of patent. **Even with industrial design being protected by a copyright law, it seems to remain difficult to prosecute the making of copies.**

Yes, things are more difficult with copies, and that is mostly because of two factors: one is the current Italian law for models and copyright, which by the way has recently been modified (in 2001) and has not yet uncovered any cases that can constitute indicative precedents. But it is primarily difficult because it depends on who applies the law. I regret to say that Italian judges, in my opinion, have never had an adequate consideration of what industrial design really means and the creative contribution it represents, although I do hope that they will in the future. I trust that they will change their inclination with the new regulation, but I have my doubts because it is one thing to change the law but quite another to change the way of thinking of those who apply the law. What worries me most is the fact that even though the regulation of copyright has been changed by the inclusion of an industrial design category among the types of work that are protected, and even though the provision of the law was eliminated that dictated that the only pieces of industrial design that can be protected are those where the 'artistic content' can be considered separate from the 'industrial product' it was given to, the law continues to require that industrial design products, in order to be protected by copyright, possess creative character and artistic value "as such". My opinion is that this is just a different way of saying the same thing. Normally, inventive work does not nec-

mitazione servile e della concorrenza sleale, oltretutto, se esiste, della violazione di privativa.

Anche se oggi il disegno industriale è protetto dal diritto d'autore, è sempre difficile colpire la copia. Cosa mi dice? Quello che dice lei è esatto ma dipende in buona parte da due cose: anzitutto dall'attuale legge italiana sui modelli sia sul diritto d'autore che, tra parentesi, essendo stata modificata di recente, nel 2001, non ha ancora portato alla ribalta dei casi che possano costituire precedenti indicativi. Ma è dovuto anche e soprattutto, mi duole dirlo, da chi la legge è chiamato a applicarla cioè dai giudici italiani i quali non hanno secondo me, anche se mi auguro che l'abbiano in futuro, mai avuto una considerazione adeguata di quello che rappresenta l'Industrial Design e dell'apporto creativo che ci sta sotto. Io confido che queste persone con la nuova normativa cambino la loro inclinazione, ma ne dubito perché si può cambiare la legge ma è difficile cambiare la testa di chi la deve applicare. Il motivo forse che mi preoccupa di più è che, pur essendo stata modificata anche la normativa in tema di diritto d'autore, essendo stata inclusa la categoria delle opere del disegno industriale fra le opere protette, ed essendo stata eliminata la disposizione che dichiarava le opere del disegno industriale proteggibili solo se ci fosse stata una scindibilità fra 'l'opera dell'ingegno' e il 'prodotto industriale' cui veniva applicata, tuttavia la legge continua a richiedere che le opere di disegno industriale, per essere protette dal diritto d'autore, presentino 'di per sé' carattere creativo e valore artistico (il che secondo me è un modo diverso per dire le cose di prima). Normalmente qualsiasi opera dell'ingegno, per essere protetta col diritto d'autore, non deve necessariamente presentare valore artistico. Un quadro è protetto perché frutto dell'apporto creativo del pittore dipen-

essarily need to possess artistic value in order to be protected by copyright. A painting is protected because it is the product of the painter's creative input, without taking into consideration whether the work is a masterpiece or not. But that's not all: among the inventive work that is protected by the copyright law, there is some that has no artistic value at all. Does an anthology, for example, or a scientific piece of work have artistic value? No. Databanks, computer programs do not have artistic value either. These things leave artistic value out of consideration completely. It is not a prerequisite because all inventive work is protected by copyright. But for industrial design, and only for industrial design, the creative aspect is not enough for entitlement to protection by copyright, even if it is enough for all other types of work. 'Artistic value' is needed as well, and this value must subsist "as such". That means that if I design a pot, not only must the design be the product of my creative input, but my pot must also have autonomous creative value, besides being a pot in its own right. This is nothing other than a different description of the same requirement that the law had before, namely that the artistic value of a product must be separable from the function of its design. This is the main reason why I tend to think that in reality little will change, despite the modification of the law. The second reason has to do with the interpreters of the law, meaning the judges, who I don't think will resolve the problem in an innovative way, because the new law allows them to continue their old type of interpretation. **Does that mean that the new law will be quite useless for industrial products?** A great step forward has been made for industrial design products in the modification of the law for models. Models and industrial design now have the right to a kind of protection that is as-

dentamente dal fatto che tocchi o non tocchi le vette dell'arte. Ma c'è di più: fra le opere dell'ingegno protette dalla legge sul diritto d'autore ce ne sono alcune che col valore artistico non hanno niente a che fare. Per esempio le antologie, le opere scientifiche hanno valore artistico? No. Le banche dati, i programmi per elaboratore non hanno valore artistico. Sono tutte cose che prescindono completamente dal valore artistico, il quale non è uno dei requisiti richiesti perché un'opera dell'ingegno sia protetta col diritto d'autore. Invece solo ed esclusivamente per le opere del disegno industriale si richiede non solo il carattere creativo che è la condizione di ammissibilità alla tutela d'autore per qualsiasi tipo di opera, ma in più il 'valore artistico' e per giunta questo valore deve sussistere 'di per sé'. Questo vuol dire che se io ho disegnato una pentola, non solo questo disegno deve essere frutto del mio apporto creativo, ma questa pentola deve avere anche, a prescindere dal fatto di essere una pentola, un autonomo valore artistico. Questo altro non è se non con altre parole quello che diceva prima la legge che il valore artistico deve essere scindibile dalla funzione del prodotto al cui il design è applicato. Ecco il primo motivo per cui io ritengo che, nonostante la modifica della legge, in realtà poco cambierà. Il secondo motivo riguarda gli interpreti, i giudici, chi questa legge sarà chiamato ad applicare. I quali, anche perché la nuova legge mi sembra dia loro lo spunto per continuare nel vecchio tipo di interpretazione, non risolveranno, secondo me, in maniera innovativa questo problema. **Dunque per il prodotto industriale questa nuova legge servirà a ben poco?** Per il prodotto industriale c'è stato un enorme passo avanti con la modifica della legge modelli.

I modelli e disegni industriali hanno oggi, vuoi in termini di durata della protezione, vuoi in termini di valuta-

PROGETTO E PRODOTTO INDUSTRIALE: C'E' VERA TUTELA?

Il parere di Maurizio Fusi, avvocato, uno dei massimi esperti internazionali di diritto industriale e concorrenza

surely more efficient than that which they enjoyed in the past. The protection is now effective longer, the basic evaluation criteria have changed, and there is the possibility of obtaining protection independently of registration. With all this, industrial design has received a breath of fresh air, assuring it a decidedly superior kind of protection compared to that of the former law. What's more, the old regulation prohibited the accumulation of remedies, availing itself of the principle of airtight compartments: if an object was liable for protection as a model, it could not be liable for protection by copyright, and vice versa. The new law has done away with the exclusion of accumulation of the two types of remedies, theoretically meaning that an industrial design object, in the abstract, can be protected as a model (providing it qualifies) as well as by copyright. The biggest consequence is that once the duration of protection of a registered model has expired, the design in question can still be protected by copyright. This means that it is possible under current Italian law that a piece of industrial design is protected

zione dei criteri di base per la protezione, vuoli in termini di agevolazioni di qualsiasi genere per la registrazione, vuoli per la possibilità di ottenere una protezione anche indipendentemente dalla registrazione, una tutela sicuramente assai più efficace di quella di cui godevano in precedenza: per tutto questo il disegno industriale ha ricevuto una ventata innovativa che gli assicura una protezione decisamente assai superiore a quella della vecchia legge. Inoltre la vecchia normativa vietava il cumulo di protezione, utilizzando il criterio dei compartimenti stagni (se una cosa era proteggibile come modello non poteva essere proteggibile col diritto d'autore e viceversa). La nuova legge ha eliminato il divieto del cumulo delle due protezioni, per cui in teoria oggi una qualsiasi opera di disegno industriale è in astratto proteggibile sia come modello, sempre che ne abbia i requisiti, sia in base al diritto d'autore. La maggiore conseguenza di questo è che una volta spirato il termine di protezione derivante dalla registrazione come modello, si potrà continuare a proteggere quel design in base al diritto d'autore.

types, utilitarian and ornamental. The kind that was used for industrial design was the ornamental patent. The utilitarian patent was for small inventions that had less of a remedy compared to important industrial inventions. In order to protect both, one needed to have a patent. Nowadays for models, patenting doesn't exist anymore. Registration has taken its place and is comparable to it in most ways. As for remedies for the designer, the ADI started a project register a few years ago. Does the recording of a certain project, which certifies on which date a certain designer had a certain idea, constitute any remedy at all? It certainly does not substitute registration, and above all, it does not give any priority rights, seeing that an idea as such is not entitled to protection. What is entitled to protection is the result of the creative idea: the material result, the final product. So products that are industrially manufactured and commercialized are protected. What about prototypes? Usually, registration precedes industrial production, even though the new law gives producers one year's leeway

modello bisognava brevettarlo. Erano divisi in brevetti di utilità e ornamentali. Quelli che interessavano ai fini dell'industrial design erano i modelli ornamentali, quelli di utilità erano piccole invenzioni che avevano una tutela minore rispetto alle invenzioni industriali maggiori. Per proteggere entrambi bisognava ottenere un brevetto. Ora il brevetto non esiste più, bisogna fare una registrazione che avendo sostituito la brevettazione è, per grandi linee, assimilabile ad essa. Per quanto riguarda la tutela del progettista l'Associazione Disegno Industriale (ADI) ha da qualche anno un registro progetti: depositare un progetto per poter dimostrare che in quella data quell'idea era del tale designer garantisce, sul fronte della legge, un minimo di tutela o no? Non sostituisce sicuramente la registrazione e soprattutto non crea diritti di priorità, anche perché l'idea come tale non gode di protezione. Ciò che gode di protezione è il risultato dell'idea creativa, il risultato materiale, il prodotto finale. Quindi è tutelato un prodotto realizzato da un'industria e commercializzato. E il prototipo è tutelato? Normalmente la registrazione precede la produzione industriale anche se la nuova legge lascia un anno di tolleranza all'azienda per capire se le conviene o meno registrare il modello, mentre prima chi divulgava il prodotto mettendolo in commercio rischiava di perdere la tutela, perché non si poteva chiedere il brevetto se il prodotto era già stato reso noto al pubblico. La nuova norma è molto utile per chi venda prodotti di presumibile largo acquisto per stabilire, dal gradimento che in questo primo anno il prodotto incontra sul mercato, se sia conveniente o meno procedere alla registrazione. Dai casi di copie e contraffazioni che il suo studio segue, le sembra che in questi ultimi anni il fenomeno sia andato espandendosi o no? In particolare nel settore della moda? Il campo della moda è regolato dalla stagionalità quindi non fa a tempo a produrre copie. Altri prodotti dell'abbigliamento come ad esempio le magliette Lacoste o le borse Vuitton non si possono catalogare nel campo della moda, sono diventati degli status symbol più legati al marchio che alla

symbols that are connected to the market more than to form. In certain sectors I see frequent counterfeit litigation, but I couldn't say if these cases are increasing in a general way. This is definitely not a moment of large-scale initiatives, but there's a difference between initiatives that have to do with the launching of new products and those of copycat producers that operate independently of market growth. Most likely the copying phenomenon is less intense in times like these, with a slack market in the entire western world. Sometimes however, during quiet times,

forma. In certi settori vedo che continuiamo ad occuparci di casi di contraffazione, ma non saprei dire se in generale di questi casi c'è un aumento o meno. Non è sicuramente un momento di grandi iniziative, ma un conto sono le iniziative relative al lancio di nuovi prodotti, un conto quelle dei copiatori che possono esistere indipendentemente dal fatto che il mercato tiri o meno. Indubbiamente in un mercato che tira meno come in questi anni in tutto l'Occidente, probabilmente anche il fenomeno copiatura è meno intenso. Anche se, in momenti di magra, è facile

tween them from a certain perspective. There is, for example, an aspect that is indicative of the connection between those who make originals and those who make copies: the components. Nowadays, components are always the same. Take for example sport shoes. Components of the ones made by European companies are manufactured and probably also assembled in the Far East, where labour is extremely cheap. The same suppliers that make components for brand A also make them for brands B, C and D. The suppliers work with the big companies, but I think

to infondato. C'è ad esempio un aspetto indicativo della connessione tra chi fabbrica gli originali e chi fabbrica i falsi a proposito della componentistica che oggi è sempre la stessa. I componenti, ad esempio, delle scarpe sportive di aziende europee sono fabbricati e probabilmente anche assemblati in estremo oriente dove la manodopera costa pochissimo. Mi si dice che le aziende, che fanno componentistica per la marca A, fanno la stessa componentistica anche per la marca B, C e D. Tutte marche affermate, ma lo fanno anche, secondo me, per i falsi. Per cui

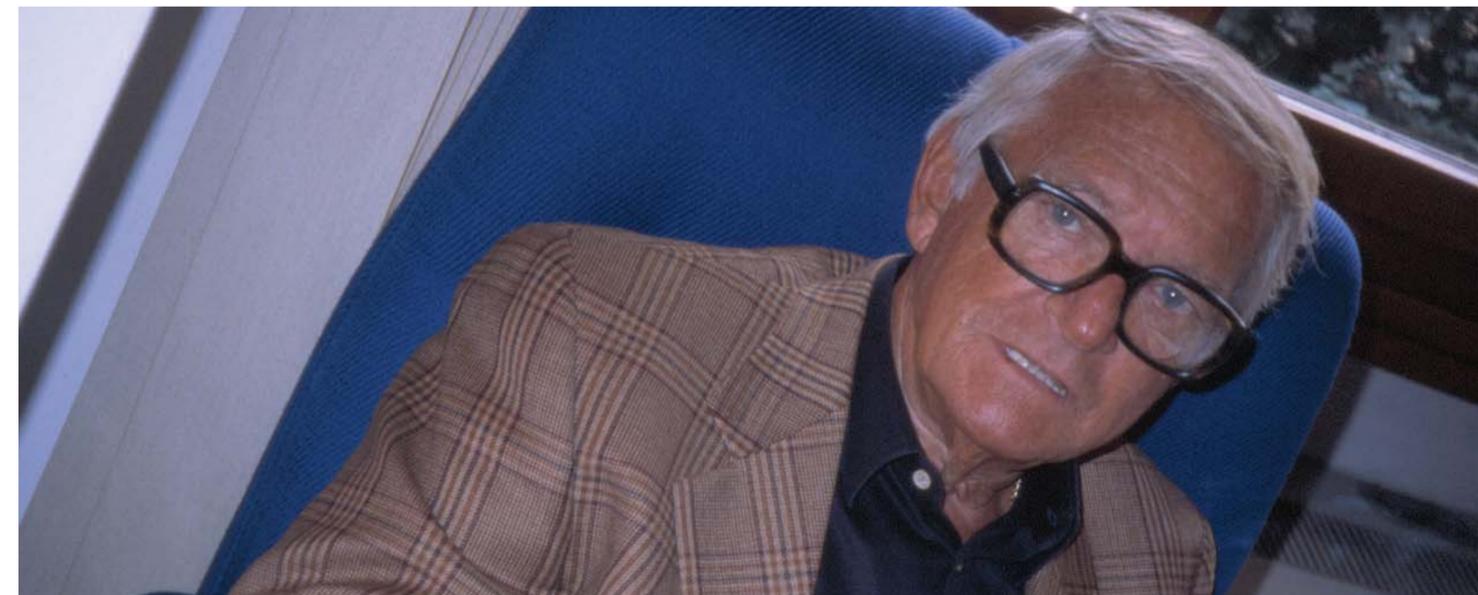
DESIGN & COPYRIGHT

contemporaneamente, invece di strettamente in alternativa il modo in cui era prima, dalle regolazioni per i modelli e per il copyright. Questo è senza dubbio un grande miglioramento. Tuttavia, come ho già accennato, siccome in pratica la nuova legge è cambiata ma in modo più formale e che di sostanza e chi la dovrà applicare non è invece cambiato e, questo è il mio timore, continuerà ad applicare gli orientamenti consolidati da cinquant'anni di giurisprudenza anteriore, secondo me la possibilità di cumulare le due tutele è più sulla carta che concreta, perché a mio avviso la mentalità degli interpreti è ancora ancorata alla vecchia concezione. **Modello equivale a brevetto o sono due cose separate?** Questa è un'altra innovazione che in realtà è forse più terminologica che altro. Una volta per avere la tutela di un

Quindi è possibile che un disegno industriale oggi, in base alla legge italiana, sia protetto contemporaneamente, e non solo alternativamente come era prima, tanto con le norme che tutelano il modello, quanto con il diritto d'autore; e questa è senza dubbio una notevole innovazione. Però, come ho già accennato, siccome in pratica la nuova legge è cambiata ma in modo più formale e che di sostanza e chi la dovrà applicare non è invece cambiato e, questo è il mio timore, continuerà ad applicare gli orientamenti consolidati da cinquant'anni di giurisprudenza anteriore, secondo me la possibilità di cumulare le due tutele è più sulla carta che concreta, perché a mio avviso la mentalità degli interpreti è ancora ancorata alla vecchia concezione. **Modello equivale a brevetto o sono due cose separate?** Questa è un'altra innovazione che in realtà è forse più terminologica che altro. Una volta per avere la tutela di un

to decide if it's worth their while to register the model. Before, if the product had been unveiled by putting it on the market, one was liable to lose any entitlement to protection, because applying for a patent pertaining to a product that was already publicly known was not allowed. The new regulation is very useful to those who sell products of presumably large consumption. By using the year's time to see a product's selling potential, they can judge the relevance of registration for that particular item. Going by the cases of copying and counterfeiting that your office handles, do you have the impression that this phenomenon has been expanding in recent years? Is the fashion sector particularly victimized? Fashion is guided by seasons, so there is no time to produce copies. Other apparel, like LaCoste polo shirts or Louis Vuitton bags, cannot be considered fashion – they have become status

Il campo della moda è regolato dalla stagionalità quindi non fa a tempo a produrre copie. Altri prodotti dell'abbigliamento come ad esempio le magliette Lacoste o le borse Vuitton non si possono catalogare nel campo della moda, sono diventati degli status symbol più legati al marchio che alla



counterfeiting proliferates because it offers consumers look-alike products for lower prices. But these are personal considerations and I realize they are very naive and, how shall I say, elementary. I don't think anyone measures the intensity of activity of the "fake" market, because it's too difficult to estimate. There are several inquiries like that of the Fondation Cartier, where an attempt has been made to analyze and quantify the phenomenon, and there were hypotheses of possible connivance between producers and counterfeiters. That sounds interesting, but is it probable? The assumption that producers of original articles consort with falsifiers seems out of the question to me, but maybe there could be connections be-

che la contraffazione proliferi proprio perché è in grado di offrire al pubblico dei prodotti simili agli originali a minor costo. Queste sono però considerazioni personali molto naïf e un po', come dire, elementari: non credo ci sia nessuno che misuri l'intensità di questi fenomeni anche perché sono difficili da valutare. Ci sono varie indagini come quella della Fondazione Cartier in cui si è cercato di analizzare e quantificare il fenomeno e alcuni hanno fatto delle ipotesi di possibile connivenza tra industrie e l'industria del falso. E' un'ipotesi interessante ma quanto attendibile? Che i produttori di articoli originali e i falsari facciano comunella è un'idea che mi pare davvero da escludere, ma forse, in una certa prospettiva, che possano esserci connessioni non è del tut-

they also work for falsifiers. So there is undoubtedly a connection between the people that make the real thing and people that make the fake thing, but it's hard to say to what extent there is awareness and complicity. Unfortunately, the source of the components is often the same for both. This, I fear, is one of the effects of globalization. If we think of the copying of computer programs or the systematic violation of copyright in the music field, this is an unstoppable phenomenon. It used to be that books could only be photocopied for personal use, but today, with the explosion of technology and the widening of markets, the imitation problem has become cosmic. Nowadays, to speak of the photocopied book is almost quaint.

c'è indubbiamente una connessione, non so fino a che punto consapevole e complice, fra chi fa gli originali e chi fa i falsi. Anche perché purtroppo la fonte di entrambi, per lo meno per quanto riguarda la componentistica, è spesso la stessa. Questo è uno degli effetti della globalizzazione, temo. Pensiamo ad esempio alla scopiazzatura dei programmi per computer, o alla sistematica violazione dei diritti d'autore in campo musicale. Sono tutti fenomeni incontrollabili. Una volta era il libro che non poteva essere fotocopiato se non per uso personale, ma oggi, con l'esplosione tecnologica e l'allargamento dei mercati, il problema dei falsi è diventato cosmico. Parlare ancora del libro fotocopiato fa quasi tenerezza.



Gigi Sabadin

by/di Patrizia Scarzella

Meet Gigi Sabadin and his daughter Maria on the morning of an ordinary day at the Magis headquarters. I know little about him; he is typically someone that little is known about. A few short biographies appear in only the most analytical books on the history of Italian design; a few articles were published in trade magazines in the early eighties. After that, Gigi Sabadin somewhat disappeared from sight – today's rule in the communications world dictates that images be stronger and more insolent than ever, snowing under those who use discreet visual language and have no desire or interest in entering the fray. We

Incontro Gigi Sabadin e sua figlia Maria la mattina di un giorno qualunque nella sede della Magis. Di lui so poco, di lui in generale si sa poco. Qualche breve biografia nelle più accurate storie del design italiano, qualche articolo sulle riviste di settore degli anni settanta e ottanta. Poi di Gigi Sabadin si perdono un po' le tracce, le regole dell'immagine e del mondo della comunicazione sempre più forti e insolenti travolgono a valanga chi usa linguaggi discreti e chi non ha interesse e voglia di gettarsi nella mischia. Abbiamo parlato spesso con Eugenio Perazza alla Magis di alcuni di questi designer di qualità, attivi nei de-

1+1 is the name of this 1967 table that extends twofold. Its two independent table tops slide apart and hinge open like books.

1+1 è il nome del tavolo sdoppiabile del 1967 i cui piani, una volta sfilati i due tavoli accoppiati indipendenti, si aprono a libro.

DESIGNER, ARTIST, CRAFTSMAN

DESIGNER, ARTISTA, ARTIGIANO



Almost invisible with its glass top and minimal structure, the Martino table is made up of two identical upside-down U shapes stabilized by interlocking horizontal elements.

Quasi invisibile per il suo piano di cristallo e la struttura essenziale, il tavolo Martino è formato da due U rovesciate identiche rese solidali da traversi autobloccanti ad incastro.

Basic shapes and warm materials: Gigi Sabadin's work has much in common with Scandinavian and Japanese design from the same years. The resulting products contain great aesthetic intensity, like the rocking cradle Ninine, designed in 1961.

Forma basic e materiale caldo: la ricerca progettuale di Gigi Sabadin ha molte affinità con quella del design scandinavo e giapponese degli stessi anni. Il risultato sono prodotti di estremo rigore estetico, come la culla Ninine del 1961.



The Arca chair, a 1974 project produced by Crassevig. Solid, curved ash with a cane seat. Made up of three parts - an upside-down arch, back legs with the same curve, and the cane seat.

La sedia Arca, progetto del 1974, in massello di frassino curvato con sedile in paglia di Vienna. Prodotta da Crassevig, è formata da tre parti: un arco rovesciato, una gamba posteriore ricavata da elementi con il medesimo raggio di curvatura e un sedile.



have often spoken with Eugenio Perazza at Magis of several of these quality designers, who were prolific in past decades and who now live (sometimes of their own accord) in a sort of shadow-zone. Among them is Frenchman Pierre Paulin, the official designer of the Elysée, first under Pompidou and then Mitterand. Italy has Gigi Sabadin.

Eugenio Perazza, with projects that stand before his mind's eye clearly, rediscovers them one by one, his heart set on calling them into play on new projects. Enter Gigi Sabadin, born in 1930, with a portfolio of drawings under his arm. He is the designer from Cittadella, Padua, who created a series of objects that are emblematic in the history of design. He is a reserved man and an unusual designer, among the most multifaceted experts on wood and a prime interpreter of its possibilities. Originally a metalworker, Sabadin is passionate about making things and is gifted with great manual skill. In his workshop, he produces objects of modern simplicity that are based on ingenious technical and formal inventions. His projects are a balanced mix of technical virtuosity, familiarity with his material and elaboration of form. More than being products for selling and mass-producing, his are creative statements, and this is implied by his productions under the names Sabadin, Stilwood and others. Yet Sabadin is greatly concerned with usability, ergonomic quality and cost-effectiveness. His work continues to be extraordinarily relevant today, both in concept and in use. Attractive as all great men are, Gigi Sabadin's light, lively eyes observe the world with a wise look. His tale comes across in an easy way, as pure and simple as his projects do. And Maria smiles, remembering how the cradle was designed especially for her, when she was born.

cenni passati, che oggi vivono, talvolta per propria scelta, in una sorta di zona d'ombra. Tra questi, ad esempio, c'è il francese Pierre Paulin, designer ufficiale all'Eliseo all'epoca di Pompidou e poi di Mitterand e tra gli italiani Gigi Sabadin.

Con un progetto che ha ben chiaro in mente, Eugenio Perazza li riscopre uno a uno, col desiderio di rimetterli in gioco su nuovi progetti. Arriva Gigi Sabadin, classe 1930, con una cartella di progetti sotto il braccio. Nato a Cittadella, Padova, è stato l'autore di pezzi emblematici della storia del design. E' un personaggio schivo e un progettista anomalo. E' uno tra i più sensibili conoscitori e interpreti del legno e delle sue possibilità di lavorazione. Metalmeccanico di professione con la passione del fare e grande abilità manuale, nel suo laboratorio ha creato oggetti essenziali e moderni basati su intelligenti invenzioni tecniche e formali. I suoi progetti sono un perfetto mix di sapienza tecnica, conoscenza del materiale, elaborazione della forma. Atti creativi puri, prima ancora che prodotti da vendere e moltiplicare, come di fatto è stato e ancora è sotto il marchio Sabadin o altri. Ma con tutte le cure e le attenzioni alla fruibilità, alle qualità ergonomiche, ai problemi del costo. Ancora oggi straordinariamente attuali, come concetto e uso.

Uomo fascinioso come tutti i grandi, Gigi Sabadin ha occhi chiari e mobilissimi e uno sguardo saggio che si posa sulle cose del mondo. Il suo racconto è apparentemente semplice, come semplici e assoluti appaiono i suoi prodotti. E Maria sorride, ricordando che la culla è stata espressamente disegnata per lei, quando è venuta al mondo.

GETTING THE PRODUCTS CERTIFIED

A talk with engineer Angelo Speranza, head of Catas, Italian institute for the testing of industrial products.

Intervista a Angelo Speranza, ingegnere, direttore del Catas, l'istituto che testa i prodotti industriali.



by/di Barbara Minetto



CERTIFICARE I PRODOTTI



Barbara Minetto: How many people work at Catas?
Currently Catas employs 27 people: eight are engineers, the others are technicians. The headquarters in San Giovanni al Natisone (Italy) are run by 24 staff members, and the three other employees operate our Lissone office.

You have been with Catas for quite some time!
I've been here since 1969, when Catas was founded. I was all by myself back then!

So the history of Catas is really part of your personal history...
The idea to open a test-centre for chair manufacturers was not mine. In 1969 I was commissioned to set up the centre and that is how the Catas

Barbara Minetto: Quanti siete qui al Catas?
L'organico attuale è formato da 27 persone: otto laureate e le altre diplomate, 24 lavorano nella sede di San Giovanni al Natisone e le altre 3 nella filiale di Lissone.

Lei è qui da tantissimo tempo...
Dal 1969, da quando il Catas è nato. Allora ero solo!

La storia del Catas è un po' la sua storia...
Devo dire che l'idea di un centro di assistenza al servizio dei seggiolai non è stata mia. Nel 1969 mi fu affidato l'incarico di organizzare il centro e così il Catas cominciò la sua avventura. Da allora molta strada è stata fatta.
Strada ne avete fatta da allora e credo che in Italia, quando si

adventure started. We have come a long way since then.

In Italy, when people talk about certification, I think Catas comes to mind first. There are other institutions, but you must be the most famous reference here.

We have become well-known abroad, too. The important issue is to do things seriously. That is what we have been doing up until now, and it's assuredly what we will continue to do in the future. The initial phase was long and difficult. It was not easy to convince chair manufacturers of the necessity and importance of testing. Since the early eighties, annual testing has been increasing by an average of 10-15%. Since those years we have stopped using public funds and have been running on our own

parla di certificazione, viene subito in mente il Catas, ci sono altri istituti è vero, ma voi siete il riferimento più noto. Non è così? Ormai ci conoscono anche all'estero. Il problema importante è quello di fare le cose seriamente e noi sinora le abbiamo fatte e sicuramente continueremo a farle nel futuro.

La prima fase fu lunga e difficile, non fu facile convincere i seggiolai della necessità e importanza delle prove.
Dagli inizi anni '80 le prove crescono con incrementi medi annui del 10-15% e da allora non abbiamo più contributi pubblici. Ci manteniamo da soli. Negli ultimi 6/7 anni abbiamo investito 300.000 Euro all'anno in attrezzature, macchinari ed impianti.



steam. In the past 6 or 7 years we have invested over Euro 300.000,00 annually in machinery, equipment and the installation of technical systems.

Do you construct your own testing equipment?

Yes, but only the equipment needed for the testing of furniture. The other machinery we buy commercially.

What about the equipment for the testing of chairs?

We make it ourselves. We actively participate in Italian, European and international commissions, taking part in the institution of new standards. This gives us knowledge of norms that are still in the process of being drafted, which is an advantage in the construction of prototypes of the machinery that will be used for testing.

Could you give us an oversight of the tests Catas carries out in the furniture category?

Over 90% of what Catas does is in the wood and furniture category. We are possibly the only test centre in the world that covers 360° of company requirements, which means that we check the raw materials both mechanically and chemically, and verify the performance of the finished pieces, including their reaction to fire. Some specific products are eligible for our Catas Quality Award seal. We also now have a microbiological laboratory, giving us the possibility to evaluate the efficiency of antiseptic treatments on wood and to track down the presence of microbes in products such as mattresses.

Could you tell us in short what types of tests Catas performs on chairs?

Essentially, there are three types of tests:

- Safety tests
- Strength tests
- Durability tests

The safety tests include, among other things, verification of stability, verification of correct design and manufacturing with regards to construction details that can cause pinching, cuts or other injury. Strength tests evaluate the static strength of the chair by applying static weight to the backrest, the seat, the armrests and the legs. Durability tests are fatigue tests where alternating stresses are applied, simulating in a short time frame the conditions of what will happen to the chair over a prolonged period of use. The interesting thing about Catas is that it can also execute these tests according to standards that have been adopted by different countries – USA, Japan, etc.

What difference is there between your lab tests and the real use of a chair?

It is difficult to make an evaluation of this type, because it depends on what materials the chair is made of. Also, the tests do not take the materials' natural aging process or possible environmental stress factors into consideration. If one really wanted to, one could take everything into account, but the duration and cost of the tests would be over the top. However, we conduct separate testing on specific materials pertaining to how they age and react to environmental elements like hot versus cold



Le attrezzature le costruite voi?

Sì, però solo quelle che riguardano le prove sui mobili, le altre le troviamo sul mercato e quindi le acquistiamo.

E le attrezzature che riguardano i test sulle sedie?

Anche queste sono realizzate da noi. Prendendo parte attiva alle commissioni italiane, europee ed internazionali, partecipiamo alla stesura della norma, per cui veniamo a conoscenza di qualcosa che

va più in là rispetto a quanto poi verrà scritto sui documenti ufficiali e ciò ci favorisce enormemente nella realizzazione dei prototipi delle attrezzature di prova.

Potrebbe elencare una serie di prove che il Catas effettua, prove naturalmente riguardanti il settore arredo?

Oltre il 90% di quello che Catas fa è dedicato al settore del legno e dell'arredamento. Siamo forse l'unico laboratorio nel mondo che copre a 360° le esigenze delle aziende del settore, nel senso che siamo in grado di verificare le materie prime sia dal punto di vista meccanico sia chimico, di controllare le prestazioni dei mobili finiti, anche per ciò che concerne la loro reazione al fuoco. Inoltre rilasciamo su alcuni prodotti una certificazione di qualità con il marchio Catas Quality Award. E' ora operativo anche il laboratorio microbiologico per valutare in particolare l'efficacia dei prodotti antisettici sul legno e per valutare la presenza di microrganismi in alcuni prodotti quali, ad esempio, i materassi.

Parlando specificatamente delle sedute potrebbe in poche parole spiegare quali tipi di prove si possono fare qui al Catas?

Sostanzialmente le tipologie di prove sono tre:

- Prove di sicurezza
- Prove di resistenza
- Prove di durata

Le prove di sicurezza comprendono, ad esempio, la stabilità e le verifiche della correttezza progettuale ed esecutiva in merito a particolari costruttivi che possano creare problemi di schiacciamento, taglio o danni analoghi all'utilizzatore.

Le prove di resistenza sono prove che tendono a valutare la solidità statica della sedia mediante l'applicazione di carichi statici sullo schienale, sul sedile, sui braccioli o sulle gambe della sedia.

Le prove di durata sono prove in cui le sollecitazioni sono applicate ripetutamente (prove di fatica) e tendono a simulare, nel breve, ciò che avviene durante l'uso prolungato della sedia. Quello che è interessante è che da noi si possono fare queste prove anche secondo le normative adottate da Paesi diversi (USA, Giappone, ecc...).

Che scostamento c'è tra la vostra prova di laboratorio e il reale uso della sedia?

E' difficile fare una valutazione di questo genere, perché dipende soprattutto dai materiali con cui è realizzata la sedia e poi dal fatto che le prove non tengono mai conto dell'invecchiamento naturale del materiale e delle eventuali sollecitazioni ambientali. Volendo si può far tutto, ma i tempi ed i costi diventano improponibili. Si possono invece condurre prove sepa-



and wet versus dry.

Is it part of your job to suggest specific modifications your clients could make to their product?

Often our clients don't know what to look for in checking their products for flaws. We then analyze the problem, and if no standards exist, we try to design a method of inspection. Results are always evaluated critically, and based on our experience, potential remedies are suggested.

Have the European Union's standards (EN) already come into effect?

Yes, they are in effect, but they do not yet fully cover all different kinds of furniture. As for chairs, the full range of norms is complete.

Does that mean that the UNI standards no longer exist?

The UNI standards, just like the German DIN standards and the British BS and the French Afnor standards, are gradually being substituted by the European ones (EN). The EN are a great advantage for companies, because when exporting to different markets, they will only have one set of European standards regulating their production. Companies used to have to worry about testing in different ways according to which country they exported to.

Was there one country in particular that was important for the definition of the European standards?

I think the country that had the most importance for the definition of testing methods must have been Germany. Often, however, the international ISO standards were referred to as well.

Were you among the companies that developed the new European standards?

Yes. One of the activities that we are particularly proud of is the fact that in the beginning we participated in Italy and then throughout Europe in the defining of the European standards. This experience lent us the knowledge to develop and construct our own testing machines, which we then also commercialized.

Are the American standards stricter than the European ones?

One must specify which standards are being considered. In the United States, not many standards have been issued for furniture. If I am not wrong, the ASTM, which is the main certification office, has only issued standards for cribs and plastic outdoor chairs. The other two offices, ANSI and BIFMA, have set up standards for office furniture and -chairs. The ANSI and BIFMA standards are quite different from the European ones because they are based on other principles. Therefore, the term "stricter" is very relative. The foremost difference is that the ANSI/BIFMA standards consider two particular requirements: safety and functionality. From the safety angle, functional flaws are allowed, as long as unexpected breakage of the item does not cause injury. From the functionality angle, small flaws are acceptable as long as they do not compromise the efficiency of the object.

A chair, for example, can be employed in a church, in a café, in a house, in a discotheque, in military barracks, in a penitentiary, etc. and it's clear that, according to its destination, the same chair will be prone to different stresses and usage. Does that mean the



rate sui materiali, che considerano l'invecchiamento o le sollecitazioni ambientali (caldo/freddo e/o umido/secco).

Rientra nei vostri compiti suggerire al cliente modifiche da apportare al prodotto?

Molto spesso capita che il nostro Cliente non sappia che verifiche fare sul suo prodotto. In questi casi analizziamo il problema e, qualora non esistano norme ufficiali, mettiamo a punto, se possibile, metodi specifici. I risultati sono comunque valutati criticamente e, in base alla nostra esperienza, possono essere suggeriti i possibili rimedi.

Le EN, le norme europee, sono già in vigore?

Sì, sono già in vigore anche se ancora non coprono completamente tutti i settori d'arredo. Per quanto riguarda le sedie la gamma è invece completa.

Questo vuol dire che praticamente le norme UNI non esistono più?

Le norme Uni, come le norme Din (D) o le BS (UK) o le Afnor (F) stanno gradualmente per essere sostituite dalle norme europee (EN). Ciò è un grosso vantaggio per le imprese, perché se un'azienda esporta in mercati diversi ha come riferimento un'unica norma europea EN. Prima invece doveva far eseguire tante prove quanti erano i Paesi europei in cui esportava.

Nella definizione delle norme europee quale Paese ha avuto più peso?

Il Paese che credo abbia avuto più peso, nella definizione dei metodi di prova, è stata certamente la Germania. Spesso però si è fatto anche riferimento alle norme internazionali ISO.

Fra coloro che hanno sviluppato il progetto normativo europeo, c'eravate anche voi?

Sì. Una delle attività di cui siamo orgogliosi è proprio quella di aver partecipato prima in Italia e poi in Europa alla formazione e definizione di queste norme e ciò ci ha permesso di acquisire un bagaglio di conoscenza che ci è tornato estremamente utile nell'impostazione e sviluppo delle macchine di prova, che oggi costruiamo non solo per nostre necessità interne ma anche per la vendita ad altri istituti.

Le norme americane sono più severe rispetto alle norme europee?

Intanto è necessario specificare di quali norme si tratta. Gli enti di normazione statunitensi non hanno pubblicato molte norme riguardanti i mobili. Il principale ente normatore, l'ASTM, se non ricordo male, ha pubblicato solo le norme su lettini per bambini e sulle sedie in plastica per esterni. Gli altri due enti, l'ANSI e BIFMA, si sono invece dedicati alle norme relative ai mobili e sedie d'ufficio. Le norme ANSI/BIFMA sono sensibilmente diverse da quelle europee, in quanto si basano su altri principi. Non si può parlare pertanto di minore o maggiore severità. La grande differenza sta nel fatto che le norme ANSI/BIFMA considerano due requisiti: uno di sicurezza e l'altro di funzionalità. Sull'aspetto sicurezza sono ammessi difetti funzionali purché non avvenga la rottura improvvisa del prodotto tale da creare danni all'utente; sull'aspetto funzionalità sono ammessi piccoli difetti purché non venga meno l'efficienza dell'oggetto.

Una sedia, per esempio, può essere impiegata in un luogo di culto, in un bar, in una casa, in una discoteca, in una caserma per mi-

tests are different?

Generally, the methods of testing are the same or very similar. (Only office-use has a different type of testing.) It is the test result that must meet different standards depending on the type of chair and its intended use. It is up to the manufacturers to inform clients of the recommended use of their chair and how it meets the requirements.

Plastic is today's popular material in the development of chair design. But plastic ages under temperature changes, so do you test that too?

With plastic it's easy to apply thermal shock -on certain parts or on the whole chair- before proceeding with structural testing. The same standard tests can be influenced by variations in temperature of more than 5 degrees Celsius. At the end of this past spring, we did some in-house testing on plastic outdoor furniture. The next step is to confront the results of laboratory experiments with those obtained in real outdoor conditions. We are leaving the chair outside for a certain period of time and registering its condition. We will be able to compare the two sets of results in another two years.

Who are your competitors on the European market?

They are not exactly competitors. We have ongoing collaborations with other institutes like our own, operating in Europe and the rest of the world. We are a member of the EURIFI, which is an association of research institutes for furniture, with one institute in each country. For Great Britain there is the FIRA from Stevenage, for Germany there is the LGA of Nuremberg, for France there is the CTBA of Paris, etc. There is no competition between these institutes; they work together quite smoothly. Tests done by, say, LGA are considered valid here in Italy if, of course, they're done according to prevailing norms in Italy. The LGA for its part considers Catas testing to be valid as long as it is done according to its national standards. We also organize staff-exchanges for brief internships. We lend out testing machines that we engineer ourselves. Recently, Catas sold testing machinery to the French CTBA.

Do you compete with the TÜV in any way?

No. Catas has a good working relationship with the Italian headquarters of the TÜV Product Service and TÜV Rheinland. Both, I think, operate in all types of goods. Probably, their furniture and furnishings department is marginal for them, compared with their other market categories. They are mainly certification bureaus, but in Germany they also have fully-equipped centers for furniture testing. For the market segment that we are involved in, they issue safety certifications for some furniture types using the GS (Geprüft Sicherheit) warranty and other product certifications using their TÜV trademark. We have partnership agreements with both. In particular, the TÜV Product Service has commissioned us to carry out the testing necessary for the conferral of their certifications of quality and safety.

litari, in un carcere ed è chiaro che, in rapporto a queste diverse destinazioni, subisce degli stress e delle fatiche diverse, quindi le prove sono differenti?

I metodi con cui si eseguono le prove sono generalmente gli stessi o comunque molto simili (solo l'ufficio si discosta sensibilmente), sono invece diversi i requisiti di prova che dipendono dal tipo di sedia e dalla sua destinazione d'uso. Sta quindi al produttore informare il cliente qual è l'ambito "testato" della sedia e il suo valore prestazionale.

La plastica oggi è un grande materiale di riferimento nello sviluppo di progetti di sedie. La plastica ha il problema che soffre dell'escursione termica e voi quando testate delle sedie verificate anche questo aspetto?

Nel caso della plastica possono essere facilmente eseguiti, anche sulla sedia intera, shock termici prima delle prove strutturali. Le stesse prove normali possono essere influenzate da variazioni di temperatura eccedenti i cinque gradi. Alla fine della primavera abbiamo condotto in laboratorio delle prove specifiche di shock termici su sedie per esterni realizzate in materiale plastico. I risultati che abbiamo ottenuto andranno più avanti misurati con i risultati della prova sul 'campo' che è in corso e che consiste nel lasciare le sedie per un dato periodo di tempo all'esterno, i cui parametri sono da noi registrati. Avremo i dati del confronto fra due anni.

Quali sono i Vostri concorrenti sul piano europeo?

Non sono esattamente dei concorrenti, abbiamo ormai rapporti di collaborazione abbastanza continuativi con gli altri Istituti che fanno il nostro stesso lavoro, operanti in Europa e nel mondo intero. Facciamo parte di EURIFI, che è una associazione tra gli istituti di ricerca nel settore del mobile, ce n'è uno in ogni Paese. In Gran Bretagna è presente il FIRA di Stevenage, in Germania LGA di Norimberga, in Francia il CTBA di Parigi, ecc....

Non c'è concorrenza tra questi istituti, ci sono piuttosto buoni rapporti di collaborazione. Per esempio le prove fatte a LGA noi le consideriamo valide in Italia, purché condotte secondo le norme vigenti nel nostro Paese. Da parte sua LGA considera valide in Germania le prove effettuate dal CATAS purché condotte secondo le norme vigenti nel loro Paese. Di più ci si scambia fra istituti il personale per brevi stage di approfondimento o cediamo le macchine di prova che realizziamo in proprio. Recentemente abbiamo venduto delle macchine al CTBA.

Il TÜV è in un certo senso un vostro concorrente?

Noi abbiamo anche in questo caso buoni rapporti di collaborazione con le sedi operative italiane del TÜV Product Service e del TÜV Rheinland. Entrambi, credo, operano in tutti i settori merceologici. Probabilmente la parte dedicata all'arredamento ed al mobile è per loro marginale rispetto agli altri settori. Sono sostanzialmente organismi di certificazione, anche se in Germania hanno laboratori attrezzati per le prove sui mobili. Nel campo che ci riguarda da vicino, rilasciano la certificazione sulla si-

Magis referred to the TÜV for the testing of some ladders.

The European standard EN 131 was issued in 1993 for the evaluation of the safety of portable ladders. That must have been the norm your ladder was measured against and Magis might have added additional requirements of its own.

For future certifications, there are the EN. Does that mean Catas will be connected to a different seal of approval or will the current Catas seal remain?

There is a difference between product certification and test reports. A certification implies a certain battery of tests that our company carries out, which are not necessarily procedures that are required for a test report. For the certification there is the need to assert, within all probability, the conformity over time of the production of the sample, which is regularly checked and must be guaranteed by a third institution. There are no standard European requisites for products, seeing that the certifying offices define the requirements themselves.

Test reports, on the other hand, are the written results of tests on a cer-

Getting the Products Certified

tain sample that has been delivered to us by the company requiring the testing. Here, it is the manufacturer that must guarantee (to whomever inquires) that its production corresponds with the obtained results that were asserted in the test report. Last year we executed over 19.600 test reports. Catas is undoubtedly the bureau that does the highest number of tests in the furniture field worldwide.

In the test reports we supply, we naturally use the Catas seal, which means our bureau did the tests. There is a referral to the existing standard and the results we obtained. Catas is an institution with credits based on UNI CEI EN ISO/IEC 17025/2000, which are general requirements referring to the competence of the institution's testing and the precision of its calibration. Acknowledgment of testing institutes can be compared to the ISO 9000 certification for manufacturers.

The agency that oversees bureau acknowledgment in Italy, SINAL, maintains mutual certification procedures with its counterparts in other European- and non-European countries. Hence, the test reports we issue for certified tests are also acknowledged in those nations. Taking this into account, I see no need to unite with other bureaus for the test reports. Our institute is already sufficiently known and respected. For the certification of products that we issue, the story is different. With other European institutes we are looking into a unified way of product certification that would result in new seals of approval.

curezza di alcune tipologie di mobili con il marchio GS (geprüft-sicherheit) e altre certificazioni di prodotto con il loro marchio. Noi abbiamo un accordo di collaborazione con entrambi. In particolare il TÜV Product Service ci ha accreditati per eseguire le prove di laboratorio necessarie a rilasciare le loro certificazioni di qualità e di sicurezza.

Noi come Magis ci siamo riferiti al TÜV per fare delle prove sulle scalette....

Dal 1993 è stata pubblicata la norma europea EN 131 cui si può fare riferimento per valutare la sicurezza delle scale portatili. Ritengo che anche per la vostra scaletta sia stata presa a riferimento questa norma eventualmente implementandola con requisiti supplementari.

Per le certificazioni future, ora che ci sono le certificazioni europee, ci sarà Catas unita ad un'altra sigla o rimarrà l'attuale sigla CATAS? Bisogna distinguere le certificazioni di prodotto dai rapporti di prova. La certificazione implica tutta una serie di procedure che l'azienda deve attivare, procedure che non sono invece richieste per ottenere un rapporto di prova. Nella certificazione si deve poter assicurare, in termini probabilistici, la conformità nel tempo della produzione al campione/i sottoposto a verifiche, e ciò deve essere certificato da un ente terzo. Non esistono requisiti standard europei di certificazione di prodotto e l'organo di certificazione ha facoltà di definire lui stesso i requisiti da richiedere.

I rapporti di prova sono, invece, il resoconto dei risultati ottenuti su un esemplare che è stato consegnato al laboratorio da chi ha richiesto la prova. E' il produttore che dovrà assicurare, a chi eventualmente lo richieda, che la sua produzione è conforme ai risultati ottenuti e dichiarati nel rapporto di prova. L'anno scorso abbiamo fatto più di 19.600 prove (il Catas è sicuramente l'istituto, nel mondo, che fa più prove nel settore). Nel rapporto di prova è riportato naturalmente il marchio del Catas, come esecutore della prova, il riferimento alla norma ed i risultati ottenuti. Catas è un laboratorio accreditato in base alla norma UNI CEI EN ISO/IEC 17025/2000 - requisiti generali per la competenza dei laboratori di prova e di taratura. L'accREDITAMENTO dei laboratori di prova può essere paragonato, per capirci, alla certificazione ISO 9000 delle aziende.

L'organismo che soprassedie all'accREDITAMENTO, in Italia si chiama SINAL, ha rapporti di mutuo riconoscimento con i suoi omologhi in tutti i Paesi europei ed in alcuni extra europei, per cui i rapporti che rilasciamo a fronte di prove accreditate sono riconosciuti anche in queste nazioni. Per questo motivo attualmente non vedo la necessità, per i rapporti di prova, di collegarci con altri istituti essendo il nostro già sufficientemente conosciuto ed apprezzato. Per le certificazioni di prodotto, che già rilasciamo, il discorso è diverso. Stiamo studiando con altri istituti europei un progetto comune di certificazione di prodotto, il che sicuramente sarà contraddistinto da nuovi segni distintivi.

Type of Venue: Restaurant.
Name: "Al Cacciatore".
Subtitle: Seafood Specialties.

Locality: San Giorgio di Livenza, in the hamlet of Caorle.

In the Kitchen: the Diego and Donatello Vian twins assisted by Flaviano Savian.

In the Dining Room: Franco Vian assisted by Giovanna, Marisa, Elda, Enrico, Alessandra and Francesca.

You won't find them in the Michelin Guide, the Gambero Rosso Guide, or in any other guide, for that matter. But they are in the hearts and agendas of the Magis people and all their designers, Italian and foreign alike.

This is where the food is sublime. Their fish is always extremely fresh, from the best waters, and its flavour comes out full and intact in all their dishes. The cuisine is genuine, balanced, spontaneous – never overwrought, like the type of dishes guides sometimes erroneously describe as sophisticated, and often encountered in restaurants of fine reputation.

Well, to each his own, but if one thing is sure, it's that "Al Cacciatore" is a true culinary summit, an example of excellence in Magis's imaginary gastronomic guide.

The designers that come to visit Magis have got used to the happy habit of closing project meetings with a meal at Al Cacciatore. Many, especially the most enthusiastic gourmets among them (with Stefano Giovannoni leading the pack), make sure to not make their appointments with Magis on Wednesdays (the only day the restaurant is closed).

As Charles Lam wrote in "Saggi di Elia", "I can't stand a man who swallows down his food without knowing what he's eating. It makes me distrust his taste in more important things."

And that is why Eugenio Perazza only selects designers that are trueborn gourmets for the Magis team!

Eating at "Al Cacciatore"



Incontri "Al Cacciatore"

by/di Tony McCoy

Tipologia: Ristorante.
Nome: Al Cacciatore.
Sottotitolo: specialità marinare.

Luogo: San Giorgio di Livenza, frazione di Caorle.

In cucina: Diego e Donatello Vian (gemelli) con Flaviano Savian.

In sala: Franco Vian assistito da Giovanna, Marisa, Elda, Enrico, Alessandra e Francesca.

Non si trova sulla guida Michelin, né sulla guida del Gambero Rosso, né su altre.

Ma è nell'agenda e nel cuore della Magis e di tutti i suoi designer italiani e stranieri.

Qui si mangia benissimo. Il pesce è sempre molto fresco di ottima provenienza e il suo gusto esce pieno ed intatto dal piatto. Cucina schietta, equilibrata, spontanea, mai costruita su astruserie ...quelle che le guide talvolta scambiano per raffinatezze e che spesso ci capita di incontrare in tanti ristoranti titolati.

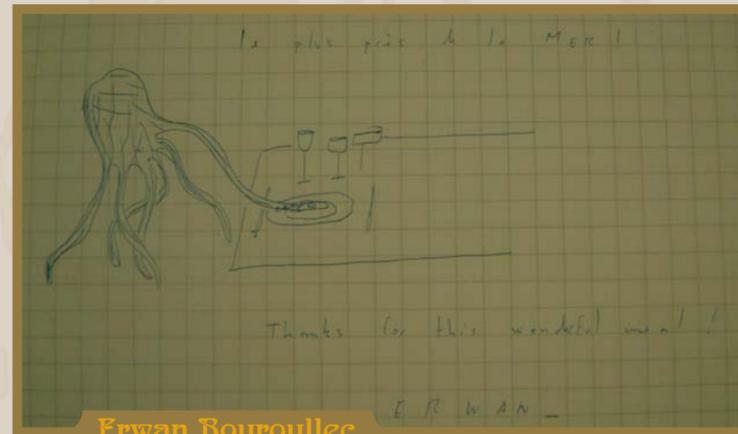
Beh, ognuno è padrone dei propri gusti, ma è certo che, in una immaginata guida gastronomica Magis, Al Cacciatore tocca la vetta più alta, l'eccellenza.

I designer, in visita alla Magis, sanno bene che è consuetudine chiudere la riunione di lavoro con un salto Al Cacciatore e molti di loro, specialmente i più golosi (in testa a tutti Stefano Giovannoni), fanno attenzione a non concordare incontri alla Magis il mercoledì (giorno di chiusura del ristorante).

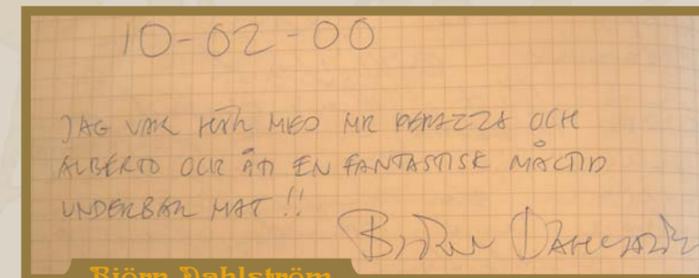
Scrivete Charles Lam (Saggi di Elia):

"Detesto l'uomo che manda giù il cibo senza sapere che cosa mangia. Dubito del suo gusto in cose più importanti".

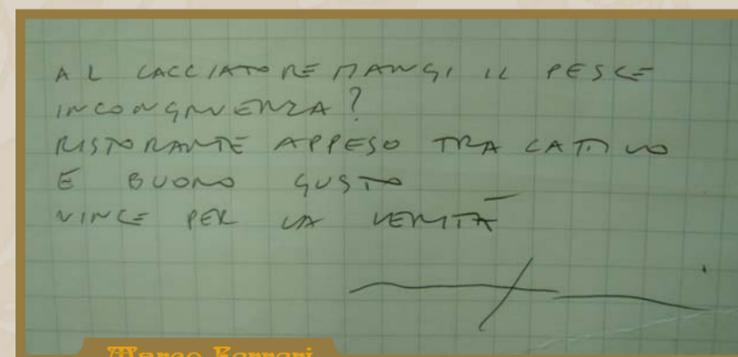
Ecco spiegato perché Eugenio Perazza seleziona per la squadra Magis solo designer che siano veri, veri buongustai!



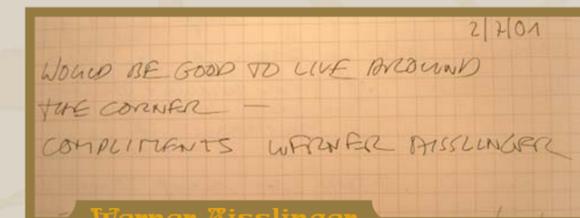
Erwan Bouroullec



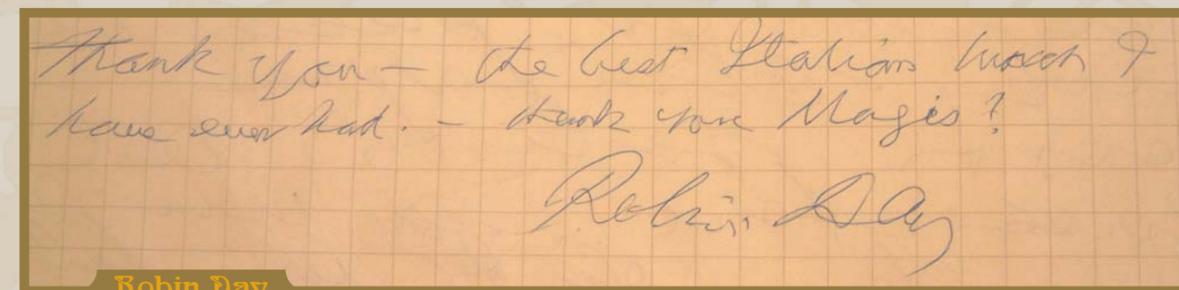
Björn Dahlström



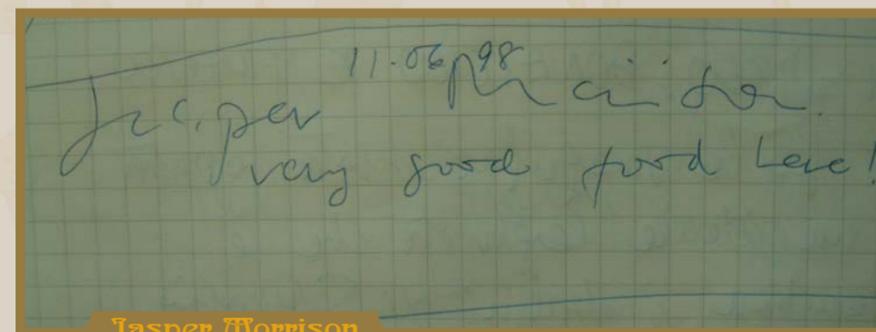
Marco Ferreri



Werner Kisslinger



Robin Day



Jasper Morrison

SOME COMMENTS BY MAGIS DESIGNERS ON "AL CACCIATORE"
(Excerpts from the restaurant's guest book)

Björn Dahlström, Favourite dish: Deep-fried scampi and squid.
 Robin Day, Favourite dish: Mixed seafood grill (scampi, cuttlefish, squid, sole).
 Sebastian Bergne, Favourite dish: Charbroiled scallops.
 Tom Haas, Favourite dish: Seafood risotto.
 Jean-Marie Massaud, Favourite dish: Stewed cuttlefish with white cornmeal polenta.
 Ross Lovegrove, Favourite dish: Charbroiled Livenza eel.
 Jerszy Seymour, Favourite dish: Charbroiled sardines.
 Florence Dorléac, Favourite dish: Charbroiled mackerel.
 Robert Stadler, Favourite dish: Seafood antipasti from the trolley (often including pickled mackerel, steamed octopus, marinated anchovies).
 Werner Aisslinger, Favourite dish: Fish soup à la Caorle.
 Karim Rashid, Favourite dish: Small charbroiled scallops.
 Michael Young, Favourite dish: Spaghetti with cuttlefish ink and a "sgroppino" to round off the meal.
 Ronan Bouroullec, Favourite dish: Charbroiled mullet.
 Erwan Bouroullec, Favourite dish: Stewed John Dory.
 Konstantin Grcic, Favourite dish: Raw scampi.
 Marco Ferreri, Favourite dish: Oven-baked stargazer.
 Jasper Morrison, Favourite dish: Charbroiled sea bass.
 James Irvine, Favourite dish: Charbroiled scallops.
 Alberto Meda, Favourite dish: Sea perch carpaccio.
 Stefano Giovannoni, Favourite dish: Oven-baked turbot with potatoes and vegetables.

ECCO I COMMENTI DEI DESIGNER SU "AL CACCIATORE"
(Estratti dal libro degli ospiti del ristorante)

Björn Dahlström, piatto preferito: fritto di scampi e calamari.
 Robin Day, piatto preferito: grigliata mista (scampi, seppie, calamari, sogliola).
 Sebastian Bergne, piatto preferito: cappe sante alla brace.
 Tom Haas, piatto preferito: risotto ai frutti di mare.
 Jean-Marie Massaud, piatto preferito: seppie in umido con polenta bianca.
 Ross Lovegrove, piatto preferito: anguilla del Livenza alla brace.
 Jerszy Seymour, piatto preferito: sarde alla brace.
 Florence Dorléac, piatto preferito: sgombri alla brace.
 Robert Stadler, piatto preferito: antipasti del carrello (si trova spesso sarde in saor, polipi bolliti, alici marinate).
 Werner Aisslinger, piatto preferito: zuppa di pesce "alla caorlota".
 Karim Rashid, piatto preferito: canestrelli alla brace.
 Michael Young, piatto preferito: spaghetti al nero di seppia e per chiusura "sgroppino".
 Ronan Bouroullec, piatto preferito: cefali alla brace.
 Erwan Bouroullec, piatto preferito: San Pietro in umido.
 Konstantin Grcic, piatto preferito: scampi crudi.
 Marco Ferreri, piatto preferito: lucerna al forno.
 Jasper Morrison, piatto preferito: branzino selvaggio alla brace.
 James Irvine, piatto preferito: cappe sante alla brace.
 Alberto Meda, piatto preferito: carpaccio di ombrina.
 Stefano Giovannoni, piatto preferito: rombo chiodato al forno con patate e verdure.

Ross Lovegrove

A Fine combination of fish & plasma!
 VIVA IL PESCE
 Jerszy Seymour

Sebastian Bergne

ごちそうさまでした。 武田 仁子 2002.4.19
 明日、サシメ - 2 に 降り ます。
 昨日の料理! 素晴らしい。 美味しいレストランに 行って きてくれて、 すごく 楽しかったです。
 Costers and "Cappasante" - my heaven!
 Till the next encounter...
 Sebastian Bergne

James Irvine

UNA VOLTA C'ERA UNA GARA! PER ME AVETE VINTO VOI MA NON DITECLO A NESSUNO.
 James Irvine 25.02.00.

20.01.2002
 KONSTANTIN GRČIĆ
 THANK YOU MAGIS FOR A WONDERFUL MEAL WITH POWER-BEN AND ENRICO-THE-WIG
 THANK YOU "AL CACCIATORE" FOR THE BEST FISH!

Konstantin Grcic

Alberto Meda

Il capiteo subito dall' "attrazione" di la "cucina" è fantastica!
 Alberto Meda
 Al mio preferito
 Kristiina Lassus

Stefano Giovannoni

Kristiina Lassus

29th June 2001
 This is the first day of a long lasting relationship. We start to learn each other through the wonderful food and inspiring conversation.
 I am longing for more
 Tom Haas
 29th June 2001
 What can I say or write more after all those words written before me

Tom Haas

Karim Rashid

From the Spoon to the City. Magis's future in America. The best company in the world. The best food in the world. Love from New York!
 Karim Rashid
 An Olive tree or a Lexus?

29.06.98.

Mais je pense tout comme Jasper. Mais je pense aussi beaucoup avec mon estomac, et je confirme c'est excellent.
 Jean-Marie Massaud

Jean-Marie Massaud

Florence Dorléac

27 Mar 2002
 Me ricordo di questo pranzo Magistico!
 No era buono. Era delizioso.
 Florence Dorléac
 Lunedì - giorno eccezionale per il "pesce angelo"
 1 / TOC!
 Robert Stadler
 SARAPPINO FOREVER!
 Grcic!

Robert Stadler

16.5.2002
 The Sgropino
 It's making me fat + hairy.
 M. Michael Young
 Lemon Sobie
 Prosecco
 Lem. Vodka.

Michael Young

Royal College

OPEN FOR INSPIRATION

“Open for inspiration” was the title of this year's student graduation exhibition at the Royal College of Art in London. Inspiration is something we are reliably informed exists; indeed we might even have experienced it ourselves. The trouble is the more you think about it the less tangible it becomes. It cannot be taught or learned and it is rarely found when looked for. What is sure though is that this year as every year there were students graduating from the RCA that are truly inspired.

Again we see that the RCA deserves its big reputation. But, what is it about the design courses there over the years that have consistently produced such good designers. A look behind the scenes at the current “design products” course headed by Ron Arad, together with comments from now successful ex RCA designers reveals something more about teaching design.

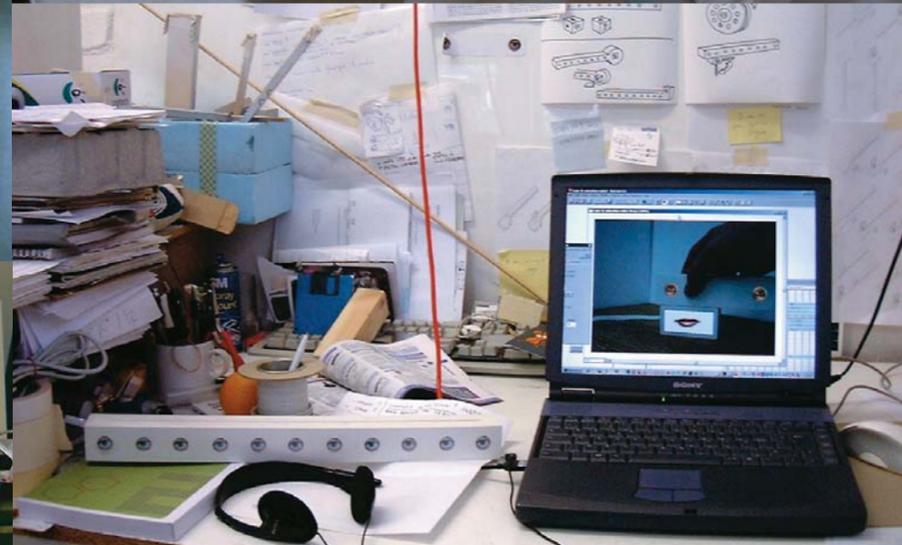
For the professional viewpoint we jump to the Veneto region of Italy, home of the Innovative Italian manufacturer Magis. Eugenio Perazza, director of Magis chooses the world-class designers he works with because of their talent and abilities not their education. However, a closer look at the background of the Magis designers reveals that a lot are ex students of the RCA. More interesting is that these designers were students at very different times in RCA history. They range from Robin Day who graduated in 1937, before a 3-d design course had even been established, to most recently Arne Vehovar who graduated in Industrial design in 1995. Intuitive comments from a handful of these Magis designers tell of enjoyable but not easy student days. Thanks, dissatisfaction, hopes and dreams are all there...

Back at the RCA today, space in the Design Products department is loosely divided into three types, flexible meeting areas, individual work spaces in a chaotic open plan arrangement and workshop facilities that range from traditional wood, metal and plastics to the latest computer controlled rapid prototyping. As for tutorial guidance, respected designers from all facets of the design world lead “Platforms” within the course, each with its own project structure and character. Students select the platform of their choice at the beginning of each year and work begins... This combination of excellent facilities and broad tuto-

“Open for Inspiration” è il titolo della mostra di fine corso del ‘Royal College of Art’ di Londra. L'ispirazione, è confermato, esiste; al punto che ognuno di noi potrebbe già averla provata. Il problema è che più ci si riflette più il concetto d'ispirazione diventa astratto. L'ispirazione non può essere insegnata né imparata e, quando viene ricercata, raramente si fa riconoscere. La cosa certa, però, è che quest'anno, come ogni anno, i laureandi del RCA sono stati veramente ispirati. Ancora una volta si è avuta la riprova dell'ottima reputazione del RCA. Ma che cos'è che fa sì che durante gli anni i suoi corsi di design producono continuamente dei designer così bravi? Ecco uno sguardo dietro le quinte del corso attuale di “product design” diretto da Ron Arad, assieme a dei commenti di designer di successo ex studenti del RCA: abbiamo così costruito un quadro di come si insegna e si è insegnato il design. Per avere un punto di vista professionale, facciamo un salto in Italia, in Veneto, a casa di Eugenio Perazza, il capo della Magis. Perazza sceglie fra i suoi designer quelli di fama mondiale: per il loro talento e le loro capacità, non certo per la loro formazione. Indagando, però, si scopre che molti designer che collaborano con Magis sono degli ex studenti del RCA, che vi hanno studiato in epoche molto diverse. Si va da Robin Day, laureatosi nel 1937, prima ancora che nascesse un qualsiasi corso di design tridimensionale, a Arne Vehovar, che del gruppo di Magis si è laureato in Industrial Design per ultimo, nel 1995. I commenti penetranti di un gruppetto di designer Magis rivelano un periodo studentesco piacevole ma non facile. Gratitudine, disincanto, speranze e sogni fanno parte dei loro ricordi... Al RCA, oggi, lo spazio del dipartimento Design Products è suddiviso in modo informale in tre parti. Ci sono delle aree versatili per riunioni, posti per il lavoro individuale collocati liberamente nello spazio, e un laboratorio che permette di lavorare legno, metallo e plastica (e che include una stazione di nuova generazione per la prototipazione rapida, guidata dal computer). Per quanto riguarda il corpo dei tutor, i “platform” che compongono il corso sono guidati da designer importanti, provenienti da tutte le parti del mondo e da differenti settori del design; ogni tutor dà una sua struttura e un suo carattere personale ai progetti. Gli studenti selezionano il “platform” all'inizio di ogni anno e ... il lavoro parte.

by/di Sebastian Bergne

Photographs by Sebastian Bergne





rial input is ideal, but in itself not necessarily enough to Inspire. There are many other contributing factors. Don't forget that the RCA is a post-graduate school of design. All students already have finished a first degree and want nothing more than to study two more years at a prestigious school. The result is an essential motivation and desire to learn. There is another reality often hidden by the smokescreen of success. For each bright story of a students' achievements there are those that have a normal career and even some that become disillusioned and fall by the wayside. The backdrop of a famous institution with a reputation for excellence stimulates some enormously and crushes others. The overall effect though, is that the pressures and competitive spirit drive a largely very positive desire to succeed.

Tutto ciò è ideale, ma non sufficiente per l'ispirazione. Ci sono tanti altri fattori che contribuiscono al successo del RCA. Non dimentichiamo che è un master, una scuola postuniversitaria di design. Tutti gli studenti sono molto desiderosi di applicarsi altri due anni in una scuola prestigiosa, per perfezionare le loro conoscenze e migliorarsi. Ma c'è un'altra realtà spesso nascosta dietro le luci del successo. A storie di studenti di successo, fanno da contrappunto storie che raccontano di carriere normalissime e di studenti disillusi che si arrendono. Frequentare un istituto famoso con una reputazione eccellente crea sempre stimoli ad alcuni e frustrazioni ad altri. In generale, comunque, la voglia di fare e lo spirito competitivo spingono a desiderare intensamente e positivamente il successo. E' compito dell'istituto fornire le migliori opportunità di sostegno e inserimento dei suoi studenti. Ed è anche suo compito selezionare i migliori studenti cui dedicare speciali attenzioni. E questo il RCA lo ha sempre fatto. Poi è soprattutto responsabilità dello studente prendere ciò che più gli interessa dagli input che riceve, ricercare la propria strada e, una volta trovata, perseguirla con la determinazione e la forza necessarie. Questa situazione dell' "annegare o nuotare" spinge gli studenti a pensare in modo indipendente, a formulare i propri giudizi e a agire con convinzione. Perciò non penso che l'esperienza generale di studio al RCA sia di apprendimento nel senso tradizionale del termine. E' una specie di processo chimico tra lo studente, il corso, il mondo esterno, i suoi pari, e se stesso. Il risultato è confusione totale per pochi, un'esperienza straordinaria per tanti e per alcuni è ispirazione pura.

Citazioni di designer in merito alle loro esperienze al RCA.

Ross Lovegrove
Il RCA mi ha insegnato a pensare in modo indipendente.

Robin Day
La mia esperienza al RCA è stata una grande disillusione dal punto di vista dell'apprendimento. Nel 1934, dopo aver lavorato in una fabbrica di mobili a High

Quotes from designers about their experience of the RCA.

Ross Lovegrove
The RCA taught me to think for myself.

Robin Day
My experience of the Royal College of Art was totally disappointing in terms of "learning". After working in a High Wycombe furniture factory, in 1934 I won a scholarship to the RCA where I had hoped to study industrial design and interior design. The college at this time had no staff or facilities for these subjects, but had only schools for painting, sculpture and some crafts such as pottery, fabric painting etc. There were no workshops or tutors for furniture and 3D products. The Principal was a painter. I spent most of my time in the libraries of the Royal Institute of British Architects and the V&A.

I was at the RCA from 1934 to 1937 and it was after I left that Robin Darwin became principal and introduced full 3-D design courses and facilities and it then became a great centre for design training. Sadly, I was there too early for this. In a sense I am largely self-educated and it is great to be designing for Magis parallel with young designers who enjoyed the full advantages of the RCA.

Jerszy Seymour
What I really appreciated about the art bar was the great variety of beer and parties... seriously though what I really appreciated about the RCA was the variety of subjects and facilities that were available to everyone (the old printing presses, textile machines, photography studios etc. etc.) and all the great people who cared about what they were doing.

Jasper Morrison
James Irvine was a year ahead of me at Kingston Polytechnic, and I followed him to the RCA. When he got a job at Olivetti and went to live in Milan I remember thinking how great it would be to work with Italian manufacturers who at that time, even more than today, were alone in working with designers. It was a dream, and most of my wine soaked evenings in Milan with James were spent discussing it. It's still incredible to me that we actually managed it and that to-

Wycombe, ho vinto una borsa di studio per frequentare il RCA, dove speravo di studiare industrial design e architettura d'interni. A quell'epoca, il college non aveva né il personale né l'infrastruttura per insegnare questi mestieri. Avevano solo corsi di pittura, di scultura e di qualche professione artigianale, come il ceramista e il decoratore di tessuti. Non c'erano laboratori o tutor di disegno di mobili e altri oggetti tridimensionali. Il direttore era un pittore. Passavo gran parte del mio tempo nelle biblioteche del Royal Institute of British Architects e del Victoria & Albert Museum. Sono stato al RCA dal 1934 al 1937 e solo dopo la mia partenza Robin Darwin è diventato direttore; lui ha introdotto i corsi di design tridimensionale e le attrezzature specifiche, facendo diventare il college un ottimo centro di formazione. Purtroppo io ci sono arrivato troppo presto. In un certo senso sono più che altro un autodidatta e sono contento di lavorare per Magis fianco a fianco di giovani designer che si sono avvalsi pienamente dei vantaggi che offre oggi il RCA.

Jerszy Seymour
Quello che ho davvero apprezzato del "bar dell'arte" è stata la grande varietà di birra e di feste...seriamente parlando le cose che ho veramente apprezzato del RCA sono state: la varietà dei soggetti di studio, le attrezzature a disposizione di tutti (vecchie macchine da stampa, macchinari per la tessitura, studi fotografici ecc.) e le persone fantastiche così dedite e attente al loro lavoro.

Jasper Morrison
James Irvine era un anno avanti rispetto a me al Kingston Polytechnic e l'ho seguito al RCA. Quando lui ha avuto un lavoro dalla Olivetti ed è andato a vivere a Milano, mi ricordo di aver pensato come sarebbe stato bello lavorare con dei produttori italiani, allora, ancora più di oggi, i soli aperti a collaborare con dei designer. Era un sogno e la maggior parte delle mie serate a Milano con James, tra un bicchiere e l'altro di vino, trascorrevano discutendo di questo. Per me è ancora incredibile che ci siamo riusciti davvero e che oggi disegniamo delle sedie di plastica di grande serie industriale. Mi sembra che abbiamo fatto un bel po' di strada dai tempi del RCA!



In the end, it is the role of the institution to provide the best possible opportunities, support and environment for their students. And indeed to select the students that they feel will benefit most. This, the RCA has always done. It is then largely up to the student to take what they want from the input they receive, find their own way and have the confidence to pursue it. This "sink or swim" situation pushes the students to think for themselves, make their own judgments and to do it with conviction. In fact, the overall experience of studying at the RCA is not what I would call learning in the traditional sense. It is a kind of chemistry between the student, the course, the outside design world, his peers and himself. The result is confusion for a few; a great experience for many and for some it is pure inspiration.

day we design plastic chairs for mass production. It seems we've come a very long way from the RCA workshops of our early attempts!

Konstantin Grcic

In principle I wasn't taught anything at the RCA ... but this is in principle what I was taught. There is no method, no rule ... studying design is about discovering one's own way of doing things.

Arne Vehovar

Coming to RCA after a couple of years of architectural work, from a country with a practically non-existent design education was an exciting experience. Being

Konstantin Grcic

Studiare design sta nello scoprire il proprio modo di fare le cose: questo mi ha insegnato il RCA.

Arne Vehovar

Arrivare al RCA, da un paese praticamente senza formazione nel campo del design, dopo un paio d'anni di lavoro in architettura, è stata un'esperienza eccitante. La possibilità di incontrare persone di così tanti settori dell'arte e del design e avere l'opportunità di imparare e applicare le varie tecnologie a disposizione nei numerosi dipartimenti è stato molto stimolante. Anche se non molto

development of a project is so much easier. One can always find a right person to answer one's question, one immediately receives a competent reaction to one's work and one can very easily try out one's ideas in the workshops.

James Irvine

I spent three years at the RCA and they were the happiest and also some of the most miserable of my life. The happiness of feeling that one day one might become a designer and the agony of falling in love with girls who you never had the guts to speak to. I would spend hours and hours looking at the girls and hours and hours drawing the same chair again and again waiting for it to be-

voro svolto e si ha la possibilità di sperimentare le proprie idee con molta facilità nei vari laboratori.

James Irvine

Ho passato al Royal College of Art tre anni che sono stati i più felici e al tempo stesso i più miserandi della mia vita. Felici perché godevo del fatto che anch'io un giorno sarei potuto diventare designer, e miserandi perché prendevo delle cotte per ragazze cui non avevo il coraggio di rivolgere la parola. Passavo ore e ore a guardare le ragazze e poi ancora ore e ore a disegnare la stessa sedia, nella speranza che prima o poi diventasse un oggetto bellissimo. La parola stessa



able to meet people from so many different fields of art and design while having the opportunity to learn and use the various technologies available through numerous departments was very stimulating. Even though I was not too happy about the department's educational philosophy the school still gave me a wider look at things and a strong belief in the importance of the quality of design. RCA is a kind of place one could make a good use of even as a trained professional. Because of its interdisciplinary concentrated inside one institution the

contento della filosofia didattica del dipartimento, la scuola mi ha comunque dato una visione più ampia delle cose e una forte convinzione dell'importanza della qualità del design. Il RCA è il tipo di posto dove si può fare buona esperienza formativa come professionista. Grazie al suo aspetto interdisciplinare, tutto concentrato all'interno di un unico istituto, lo sviluppo progettuale diventa molto più facile. Si riesce sempre a trovare la persona giusta per avere risposta a una domanda, si riceve immediatamente un riscontro competente al la-

come brilliant. There was something about this "Royal" title which made you feel you had to do things which were really really good. Have you ever tried that? It's a nightmare. The RCA is a wonderful institution. Lots of people taking themselves terribly seriously but in fact just having the chance to grow up before going out into the world. Now that is a great privilege in life.

Sebastian Bergne - designer

"Royal" mi faceva sentire obbligato a fare delle cose davvero eccezionali. Avete mai provato qualcosa del genere? Vi assicuro è un incubo. Il RCA è un istituto meraviglioso. C'era un sacco di studenti che prendevano terribilmente sul serio quello che facevano, giusto così, volevano sfruttare al meglio l'occasione di crescere prima di buttarsi nel mondo del lavoro. Un vero privilegio nella vita!

Sebastian Bergne - designer

BEHIND THE SCENES

by/di Luca Scotti

When I first saw the sketch of this chair (which then became the Air Chair by Jasper Morrison), it was accompanied by the kind request to find the technical solutions for its production in plastic, using gas-assisted injection moulding. My immediate reaction was: Impossible. I had never heard of such a rash proposition. But soon my mind, attracted as it is to all things difficult, started to get to work. Slowly but surely, a possible way of transforming this project into a finished product became apparent to me. I saw how it could be manufactured with the technology that had upset all the rules of plastic moulding in recent years, even the most deeply rooted ones.

Indeed, as a result of gas moulding, all basic concepts had been turned inside-out: rib sections that are thicker than wall sections, presses that are tiny, pressure that has disappeared like magic, making way for miniature interconnecting channels where the gas penetrates, sometimes invisibly.

Now, four years after I saw the chair's first sketches, the Air Chair is here, right in front of me, all finished, moving down long conveyor belts in all its different colours. It all seems so normal, so simple. It is a technological victory that has opened new roads for Magis to travel down, towards ever new and ambitious horizons.

Plastics and their applications are in continuous developmental ferment. There is really no way to define their limits - every day, materials are invented with mechanical and chemical characteristics that allow for extreme applications, even substituting metals. Plastics today are no longer synonymous with "cheap", but with "chic" and "high-tech". It has become difficult to say just what would be impossible to make in plastic.

Today's new frontiers of moulding are about gas-assisted injection; semi-expanded materials with micro-cell structures; water-assisted injection moulding and others still. These all seem extremely far-fetched techniques, but it will not be long before we will all be able to see products that have spawned from this new technology... and maybe we will even be tricked into thinking that they are made from steel or aluminium.

Luca Scotti, plastics technology expert.

Quando vidi per la prima volta lo schizzo della sedia (quella che poi è diventata l'Air-Chair di Jasper Morrison), con l'invito a trovare le soluzioni tecniche per realizzarla e a produrla in plastica con iniezione a gas, la mia immediata reazione fu: impossibile, mai è stato osato tanto.

Ma di lì a poco la mia testa, che è sempre attratta dalle cose difficili, cominciò a lavorare e intravidi piano piano la possibilità di trasformare quel progetto in prodotto finito attraverso quella tecnologia che negli ultimi anni aveva sconvolto tutte le regole, anche le più radicate, dello stampaggio delle materie plastiche. Grazie per l'appunto al "gas moulding" tutti i concetti di base erano stati capovolti: nervature più grosse degli spessori esterni, presse sottodimensionate, pressioni che d'incanto sparivano per far posto a minuscoli canali dove il gas penetrava a volte in modo invisibile. Oggi, dopo quattro anni dacché vidi il primo schizzo della sedia, l'Air-Chair è lì bella e finita davanti a me e scorre in tutti i suoi colori su lunghi nastri trasportatori e tutto ora sembra così normale, così semplice. Una vittoria tecnica che ha aperto nuove strade in Magis per andare sempre più in là verso altri ambiziosi traguardi.

Le materie plastiche e le loro applicazioni sono in continuo fermento, non si riesce realmente a definire dei limiti veri e propri, ogni giorno vengono proposti materiali con caratteristiche meccaniche e chimiche che permettono applicazioni estreme anche in sostituzione di materiali metallici. Oggi plastica non è più sinonimo di 'cheap', bensì di 'chic' e di 'high tech'. E' difficile oggi stabilire cosa non è possibile fare in plastica. Le nuove frontiere dello stampaggio oggi parlano di iniezioni a gas esterno, di materiale semiespanso con strutture a microcelle, di iniezioni assistite ad acqua ed altro ancora. Sembrano tutte applicazioni estremamente lontane nel tempo, ma non ne trascorrerà molto prima che ognuno di noi potrà vedere dei prodotti figli di queste tecnologie... e magari inciamberemo nell'errore di scambiare per prodotti d'acciaio o d'alluminio.

Luca Scotti, tecnico specialista delle materie plastiche.

DIETRO LE QUINTE



Not being a fortune-teller myself, I took the opportunity to have my hand read... The outlook appears to be this: there will be a move from symptoms to desires, from projects to randomness, from ethics to aesthetics, from paranoia to schizophrenia, from production to re-

production, from political activism to political charisma, from synthesis to antithesis, from the principal codes being phallic to androgynous idiolects, from meta-theories to linguistic games, from the narrative to the visual, from depth to superficiality, from utopia to ectopias, from redeeming arts to entertainment, from avant-gardism to commercialism, from government housing to the homeless, from function to fiction...

Alessandro Guerriero

Non essendo io chiaroveggente, ho colto l'occasione e mi sono fatto leggere la mano...Sembra che ne esca questo: si passerà dal sintomo al desiderio, dal progetto al caso, dall'etica all'estetica, dalla paranoia alla schizofrenia, dalla produzione alla riproduzione, dalla politica dei gruppi di interesse alla politica carismatica, dalla sintesi all'antitesi, dal codice principale fallico all'idioletto androgino, dalla meta-teoria ai giochi linguistici, dalla narrazione all'immagine, dalla profondità alla superficie, dall'utopia alle eterotopie, dall'arte che redime allo spettacolo, dall'avanguardismo al commercialismo, dall'edilizia popolare ai senzatetto, dalla funzione alla finzione...

Design. I can see it going in the direction of optimism, playfulness, experimentation and a constant readiness for challenges. In the end, it will make daily life more pleasant and varied.

Mario Mazzer

Il design. Lo vedo andare nella direzione dell'ottimismo, della voglia di giocare, di sperimentare, di rimettersi continuamente in discussione, per rendere alla fine più piacevole e variegata la vita di tutti i giorni.

Basing themselves on technological achievements and new discoveries that have not yet found industrial application, designers must be able to imagine future scenarios and connect their projects to that context. It will be the concept of lightness that will permeate the projects of the third millennium. Lightness in the sense of freedom, mobility, technology, economy, ecology. A lightness that also means aiming for the essential and constantly upgrading performance.

Marc Berthier

Dalle conquiste tecnologiche e dalle nuove scoperte, che ancora non hanno trovato applicazioni industriali, il designer dovrà saper immaginare gli scenari del futuro e a quel contesto legare il proprio lavoro di progettazione. Sarà il concetto di leggerezza che permeerà i progetti del terzo millennio. Leggerezza intesa nel senso di libertà, mobilità, tecnologia, economia, ecologia. Leggerezza che vuol dire anche andare verso l'essenziale e saper migliorare costantemente la performance.

Globalization, transferred from economy to culture, is responsible for leveling formal differences in artistic expression. But artists and designers that work in the third world will travel down personal and original paths that lead to high-quality design results. This is because of the economical and sociocultural context in which they operate and because globalization is less noticeable there. The high quality will consist in the way they are different and they way they create differences.

The Campana Brothers

La globalizzazione, trasferita dall'economia alla cultura, si manifesta con un livellamento delle differenze formali nelle espressioni artistiche. Ma gli artisti e i designer che vivono e operano nel terzo mondo, per il contesto economico e socio culturale in cui si muovono, per una globalizzazione meno avvertita, percorreranno strade proprie e originali per coltivare progetti di alta qualità. Alta qualità che sta nel modo di essere differenza e creare differenza.

Satyendra

Pakhalé

By the water, deep within the forest, we will find traces.

Leaving fragrant grasses behind, we will study the signs.

Following the traces, we will enter endless mountains.

Distance sky - how can the tip of its nose be hidden elsewhere?

Design will evolve into a truly 'universal poetry'.

Reminding us - "through lasting merit alone can happiness be achieved."

Spring will have hundreds of flowers.

Autumn will have clear moon.

Summer will bring cool winds.

Winter will have snow.

If business doesn't take your mind, that's your chance...

Where will design be going in the near future? Let's hope design goes the way we all succeed in taking it. Let's hope that the prophesy, or should we say utopia, expressed by Giulio Carlo Argan in the 1950s, will shortly come true: design as the real popular art of the new millennium. This is what we believe in: a world in which design as such no longer exists because "non-design" no longer exists either; production guaranteed not only by quality controls but by aesthetic standards, and thus morally correct. In other words, let's hope for a world in which it no longer makes

sense to wonder "where design is going", because we

will finally have stopped thinking about design as something élitist, different from

life, from mankind's hopes and ideas.

We would like all the hundreds of

thousands of things produced to

qualify as what we today call

design objects, instead of just

a tiny percentage of them.

Marta Laudani

e

Marco Romanelli

Dove andrà il design nel prossimo futuro? Vogliamo credere che il design andrà

dove noi tutti sapremo

portarlo. Vogliamo credere che nel prossimo futuro potrà avverarsi la pro-

fezia, per non dire utopia, che

Giulio Carlo Argan esplicitò negli

anni '50: il design come vera arte po-

polare del nuovo millennio. Ecco, in questo noi

crediamo: un mondo in cui il design non esista, perché non esiste più il "non-design"; una produzione esteticamente e qualitativamente controllata, quindi moralmente giusta. Vogliamo cioè credere in un mondo in cui non abbia più senso chiedersi "dove andrà il design nel prossimo futuro", perché si sarà finalmente smesso di pensare al design come qualcosa di elitario, di diverso dalla vita, dalle speranze e dalle idee degli uomini. Vorremmo che tutte le migliaia di cose prodotte fossero quello che oggi si chiama design, invece che costruire una percentuale assolutamente irrilevante.

Giulio Carlo Argan esplicitò negli

anni '50: il design come vera arte po-

polare del nuovo millennio. Ecco, in questo noi

crediamo: un mondo in cui il design non esista, perché non esiste più il "non-design"; una produzione esteticamente e qualitativamente controllata, quindi moralmente giusta. Vogliamo cioè credere in un mondo in cui non abbia più senso chiedersi "dove andrà il design nel prossimo futuro", perché si sarà finalmente smesso di pensare al design come qualcosa di elitario, di diverso dalla vita, dalle speranze e dalle idee degli uomini. Vorremmo che tutte le migliaia di cose prodotte fossero quello che oggi si chiama design, invece che costruire una percentuale assolutamente irrilevante.

Giulio Carlo Argan esplicitò negli

anni '50: il design come vera arte po-

polare del nuovo millennio. Ecco, in questo noi

crediamo: un mondo in cui il design non esista, perché non esiste più il "non-design"; una produzione esteticamente e qualitativamente controllata, quindi moralmente giusta. Vogliamo cioè credere in un mondo in cui non abbia più senso chiedersi "dove andrà il design nel prossimo futuro", perché si sarà finalmente smesso di pensare al design come qualcosa di elitario, di diverso dalla vita, dalle speranze e dalle idee degli uomini. Vorremmo che tutte le migliaia di cose prodotte fossero quello che oggi si chiama design, invece che costruire una percentuale assolutamente irrilevante.

Giulio Carlo Argan esplicitò negli

anni '50: il design come vera arte po-

polare del nuovo millennio. Ecco, in questo noi

crediamo: un mondo in cui il design non esista, perché non esiste più il "non-design"; una produzione esteticamente e qualitativamente controllata, quindi moralmente giusta. Vogliamo cioè credere in un mondo in cui non abbia più senso chiedersi "dove andrà il design nel prossimo futuro", perché si sarà finalmente smesso di pensare al design come qualcosa di elitario, di diverso dalla vita, dalle speranze e dalle idee degli uomini. Vorremmo che tutte le migliaia di cose prodotte fossero quello che oggi si chiama design, invece che costruire una percentuale assolutamente irrilevante.

I really couldn't say exactly "where design is going". Wherever it is, it's sure to be crowded.

It may not be heading anywhere specific, but rather splaying out in all sorts of directions.

The energy behind it consists, in fact, of two opposing forces: on the one hand, half mankind is drawn towards a common destiny, a sort of huge collective landing-place, while the other half wants to go in precisely the opposite direction, far from the maddening crowds to some deserted place. Ranging between these two options there is an infinite variety of possibilities.

The difficulty for us designers lies in working in precisely such a nebulous context, without any clear guidelines or general models of development. Like in an open genetic system, each of us maps out his or her own destiny in the direction he or she thinks fit.

However, it is just this apparent state of overall anarchy that eventually defines the real status of modern design, namely a vast, constantly expanding galaxy, in which every star has the total freedom to interpret its own capacity for innovation.

And by so doing, we all participate spontaneously in the laws of the system of evolution in

which we are caught up. In other words, it

seems to me that each individual's ability to

design coincides today with his or her bi-

ological, genetic and vital energy. In

conclusion, design is going wherever

mankind is historically destined to go;

it offers neither a means for salvation

nor an alternative, but if anything

traces a huge comet made up of signs.

Andrea

Branzi

Non ho nessuna idea precisa di "dove va il design". Certamente va in un posto molto affollato.

Anzi, forse non va in nessun posto preciso, ma in tutte le direzioni possibili.

L'energia che lo muove è costituita infatti da due componenti contrapposte: da una parte metà dell'umanità vuole andare verso un destino comune, cioè verso un grande approdo collettivo. Ma l'altra metà dell'umanità

vuole andare esattamente nella direzione opposta, cioè in un luogo deser-

vuole andare esattamente nella direzione opposta, cioè in un luogo deser-

to dove non ci sia nessuno. Tra queste due opzioni ci stanno di mezzo tutte le possibili varianti. La difficoltà di chi (come noi) fa design è proprio quella di lavorare in questo contesto, dove non esistono né direzioni chiare, né modelli complessivi di sviluppo. Come in un sistema genetico aperto, ognuno progetta il proprio destino nella direzione che ritiene più appropriata.

Ma proprio questo stato di apparente anarchia generale finisce col definire il vero status del design attuale, e cioè una sorta di grande galassia in continua espansione, dove ogni punto interpreta in totale autonomia la propria capacità di produrre innovazione.

E così facendo partecipa spontaneamente alle leggi del sistema evolutivo che lo contiene.

In altre parole mi sembra che le capacità di progetto dell'individuo coincidano oggi con la sua energia biologica, genetica, vitale.

Allora concludendo il design va nella direzione del destino storico dell'uomo; non ne costituisce né la salvezza, né l'alternativa. Ma semmai ne traccia una grande cometa di segni.

Design for me is getting more personal. I am incorporating more from my surroundings, images from the backyard, materials that are familiar, techniques that I invent. I am loving wood, fabric, and graphics more than ever, and although I will always be minimal at heart, I am seeing more room for decoration. I want everything I design to be of quality construction and made to last. There is no more room for junk; the world simply does not need more things for things' sake. In the wake of September 11th and the insecurity in the world, the consumer will be looking for warmth, comfort, and a craft-like attention to quality and meaning. I embrace this.

Harry Allen

Il design per me è sempre più personale. Immagini del mio giardino di casa, materiali della mia sfera familiare, tecniche che io stesso invento: sono tutti spunti ed elementi che io assumo regolarmente per sviluppare i miei progetti di design. Ho amore per legno, tessuti e grafica più che mai e, sebbene sarò sempre minimalista nel cuore, mi sto appassionando alla decorazione. Voglio che tutto ciò che disegno sia di qualità costruttiva e fatto per durare. Non c'è più spazio per la spazzatura; il mondo non ha più bisogno di cose fini a se stesse. Sulla scia dell'11 settembre e dell'insicurezza determinatasi nel mondo, il consumatore ricercherà calore, benessere e cose di significato realizzate con grande attenzione alla qualità. Questo è il mio pensiero.

The future will bring no radical change in design. »Good design« will continue to answer people's needs and make the world a better place to live in.

However, the events that are affecting our societies in such a dramatic way will probably push the future towards more conservative, reassuring solutions that look to the past.

Arne Vehovar

Il futuro non determinerà cambiamenti radicali nel design. Il good design continuerà a rispondere ai bisogni della gente e renderà il mondo un luogo migliore da vivere. Gli avvenimenti tuttavia, che stanno colpendo in modo così drammatico le nostre società, probabilmente incanaleranno il futuro in soluzioni di vita più conservative, rassicuranti, piegate verso il passato.

People today are labyrinths of characteristic opposites; they are mystical, robotic and neo-natural at the same time. The mystical attitude is due to the reemergence of cosmic mystery, which brings people to need more archaism and absoluteness. Their robotic and cold behavior is due to ever-intensifying artificial perfection. And the neo-natural frame of mind has to do with the reappearance of all things natural as a source of elementary survival. The objects of tomorrow will be able to have a thousand different characteristics, be they beautiful or ugly, hesitant or reassuring, personable or serious, magical or psychological, ironic or classic, expressive or functional, fanciful or high-tech. Every little piece of the design kaleidoscope has the right to exist – that is not where the problem lies. Design must be looked at from another perspective, like a project of life. It's a project of rituals and celebrations of living that employs design in order to develop. It's an attempt to resolve the difficult enigma of contemporaneity with a synthetic vision, meaning that design is beyond styles, it is a soul that lives inside the matter.

Alessandro Mendini

La persona oggi è un labirinto di caratteristiche opposte: è assieme mistica, robotica e poi neo-naturale. L'attitudine mistica è dovuta alla ricomparsa del mistero cosmico, che la porta verso un nuovo bisogno di arcaismo e di assoluto. L'atteggiamento robotico e gelido è dovuto alla sempre più perfezionata artificialità. E poi l'attitudine neo-naturale, cioè la riapparizione del mondo naturale come fonte di sopravvivenza elementare. Gli oggetti di domani potranno avere mille caratteristiche diverse: essere belli o brutti, dubbiosi o rassicuranti, simpatici o seri, magici o psicologici, ironici o classici, espressivi o funzionali, fiabeschi o hi-tech. Ogni pezzetto del caleidoscopio del design ha diritto di esistere, non è lì il problema. Il design va visto da un'altra prospettiva, cioè come un progetto di vita. E' un progetto di riti, di cerimonie del vivere, che assume il design come mezzo per svilupparsi. E' il tentativo di risolvere con una visione sintetica il difficile enigma della contemporaneità. Come dire: il design al di là degli stili, è un'anima che vive dentro la materia.

I like watching science fiction movies like "2001 Space Odyssey" and "Terminator". Every time I watch them I get a picture of the future that is a bit stupid, but I get a kick out of it. From the design point of view, new scenarios unfold thanks to the development of technology and scientific techniques. Thanks to new materials, chairs will be made that are self-repairing, and fabrics will stay clean forever with the use of specially designed bacteria.

Monica Förster

Mi piace guardare film di fantascienza come 2001: ODISSEA NELLO SPAZIO, TERMINATOR. Ogni volta che li guardo, mi nasce un'immagine del futuro un po' stupida ma è questa la cosa che mi fa divertire. Dal punto di vista del design, si apriranno scenari nuovi grazie allo sviluppo della tecnologia, della tecnica, e grazie a nuovi materiali si potranno realizzare sedie capaci di autoripararsi o tessuti che resteranno sempre puliti per merito di batteri buoni allo scopo progettati.

where is design going?dove va il design?where is design going?dove va il design?

We are entering a fantastic and unprecedented era characterized by the elimination of many of the obstacles that have traditionally limited design. This is true in the technological sense, where our mastery of material is near complete with our ability to organize at the atomic level, and where information technology allows the definition of new freedoms of behavior in terms of how we interact with objects and how we interact with each other.

It is evident also in the 'organizational' sense, where commercial enterprise is becoming bolder and more enlightened in how it defines, develops and delivers a more meaningful offering to the public.

Perhaps most significantly, it is also true in human behavioral terms, where real people have a new openness and optimism toward what intelligent design can offer and are therefore more open to - even more demanding of - design and its infinite potential. It can be said that design is moving progressively toward a lighter, more ephemeral and flexible realm where the 'immaterial' is prevalent. But it is time to move beyond the focus on 'styles' in the formal and material sense of design. Design and designers need to focus more on the relationships between objects and people, between people and contexts, and between people and other people. This focus on the experience means design is about the definition of behaviours in time, not only of material in space. By evolving this 'aesthetics of behaviour', we can create a rich, fluid, dynamic and meaningful landscape full of more rewarding experiences and fewer objects and obstacles. Of course, this challenges how we define design by aligning it closer to dance and music rather than painting and sculpture. Design as a performance art? Why not?

Joseph Forakis

Stiamo entrando in una fantastica era senza precedenti caratterizzata dall'eliminazione di

molti degli ostacoli che hanno tradizionalmente limitato il design. Questo è vero in senso tecnologico, dove la nostra conoscenza profonda della materia è quasi totale insieme alla nostra abilità di organizzarla a livello atomico, e dove l'"information technology" consente la definizione di nuove libertà di comportamento in termini di come noi interagiamo con gli oggetti e di come noi interagiamo gli uni con gli altri. E' vero inoltre in senso "aziendale", dove l'iniziativa commerciale sta diventando più audace e più illuminata per i modi con cui definisce, sviluppa e riporta un'offerta più allettante al pubblico. Ma è anche vero, è questo l'aspetto più significativo e nuovo, nel senso dei comportamenti umani, dove le persone vanno a ricevere stimoli che le portano ad essere più aperte, più ottimistiche verso ciò che il design intelligente può offrire loro e sono quindi più pronte, anche se più esigenti, a coglierne le sue infinite potenzialità.

Si può dire che il design stia gradualmente andando verso una sfera più impalpabile, effimera e flessibile, dove l'immateriale è predominante. E' tempo, dunque, che il design scavalchi i confini del formale e del materiale per aprirsi a nuove sfide.

Design e designer dovrebbero concentrarsi maggiormente sulle relazioni tra oggetti e persone, tra persone e contesti, e tra persone e altre persone, per concorrere non solo alla definizione della materia nello spazio, ma per promuovere nuove estetiche di comportamento, creando un ricco, fluido, dinamico paesaggio carico di esperienze gratificanti e povero di oggetti e ostacoli. Certamente, provocazioni queste, che rimettono in discussione la definizione stessa di design. Design che va ad avvicinarsi alla danza e alla musica piuttosto che alla pittura e alla scultura. Design come 'performance art'? Perché no?

A thorny question, considering that we have practically exhausted all the sources of inspiration provided by the post-war decades and now risk finding ourselves without any past times worth revisiting. Could it be that we will actually have to invent something new?

Marcello Ziliani

Questione spinosa, visto che ormai stiamo esaurendo tutti gli "anta" ai quali ispirarci e rischiamo di ritrovarci senza passati, più o meno nobili, da rivisitare. Che ci tocchi finalmente inventare qualcosa di nuovo?

For me design is like cooking and eating well. If we can bring good food to the table, we will find smiling faces all around. Sometimes it is simple like insalata rucola, sometimes complicated like Beef Wellington.

Andrew Stafford

Per me il design è come il buon cibo e la buona cucina. Se si porta del buon cibo a tavola, le facce dei commensali saranno tutte sorridenti. A volte è semplice come preparare un'insalata di rucola, altre volte è complicato come preparare il filetto alla Wellington.

Design is truly going everywhere, without any reservations, even to market segments where ties between aesthetics and functionality are unheard of. Truly everywhere, beyond the granules of plastic, beyond the static bond between materials, beyond technologies and their traditional fields of application. Design is seeking for new languages to connect new technologies to ancestral needs, to create lifestyle fusions and a mixing of traditional consumption with a taste for the ethnic ways of different nations and cultures.

Marc Sadler

Veramente dappertutto, e senza nessuna timidezza anche in settori dove il legame fra estetica e funzionalità è del tutto sconosciuto. Veramente dappertutto, oltre il granulato plastico, oltre i legamenti statici fra i materiali, le tecnologie e i loro tradizionali campi di impiego, alla ricerca di nuovi linguaggi per accostare nuove tecnologie a bisogni ancestrali, creare commistioni fra stili di vita e di consumo tradizionali a forme di gusto etniche, proprie di popoli e culture diverse.

Where is design going?
It goes ... wherever the pencil takes it
It goes ... wherever someone wants something, but doesn't know what it is or how it looks (unexpressed wishes)
It goes ... where the beautiful meets the useful, feelings meet functionality
and together they work on improving the quality of life
It goes ... toward innovation and research
It goes ... forward ... often to be imitated

Giovanna Talocci

Dove va il design?
...va...dove lo porta la matita
...va...dove qualcuno desidera qualcosa
ma non sa cos'è e com'è (desideri inespressi)
...va...dove il bello incontra l'utile
i sentimenti incontrano la funzionalità
ed insieme operano per una migliore qualità della vita
...va...verso l'innovazione e la ricerca
...va...avanti. ...spesso per essere imitato

dove va il design?where is design going?dove va il design?where is design going?dove va il design?where is design going?

PREMIO ICFF

On the occasion of the 14th ICFF, the renowned International Contemporary Furniture Fair, Magis was awarded the prize for the best collection of products with a high design content. International jury members were Silvia Latis of Abitare, Deyan Sudjic of Domus, Robert Thiemann of Frame, Brooke Stoddard of House & Garden, Elizabeth Mayhew of House Beautiful, Alexa Yablonski of Interior Design, Gilda Bojardi of Interni, Chantal Hamaide of Intramuros, Susan S. Szenasy of Metropolis, Arlene Hirst of Metropolitan Home and Laura Houseley of Wallpaper.

Another prestigious feather in Magis's cap!
Alessandra Genta



REDDOT AWARD REDDOT AWARD

The Design Zentrum Nordrhein Westfalen assigned Magis the prestigious Red Dot Award for Product Design 2002 for its Plus Unit product. The Red Dot Award is an important prize given to design products with the strongest innovative outlook. Plus Unit is a modular drawer system in ABS plastic, designed in 2001 by Werner Aisslinger. An intelligent product, featuring self-standing drawers that offer unlimited composition possibilities.

Alessandra Genta

Il Design Zentrum Nordrhein Westfalen ha conferito il prestigioso Red Dot Award Product Design 2002 a Magis per il prodotto Plus Unit.

Il Red Dot Award è un importante premio che viene assegnato ai prodotti di design che meglio dimostrino rilevanti valenze innovative. Plus Unit è un sistema componibile di cassettiere in plastica ABS, progettato nel 2001 da Werner Aisslinger. Prodotto intelligente, che, grazie al cassetto autoportante, offre la più ampia libertà di composizione.

Alessandra Genta



PREMIO ICFF

In occasione della 14^a edizione di ICFF International Contemporary Furniture Fair, nota manifestazione fieristica dedicata al mobile di design, Magis ha ricevuto il premio per la miglior collezione di prodotti ad alto contenuto di design, da parte di una giuria internazionale composta da: Silvia Latis di Abitare, Deyan Sudjic di Domus, Robert Thiemann di Frame, Brooke Stoddard di House & Garden, Elizabeth Mayhew di House Beautiful, Alexa Yablonski di Interior Design, Gilda Bojardi di Interni, Chantal Hamaide di Intramuros, Susan S. Szenasy di Metropolis, Arlene Hirst di Metropolitan Home, Laura Houseley di Wallpaper.

Un altro prestigioso riconoscimento si aggiunge così al palmarès della Magis!
Alessandra Genta



REYKJAVIK - ICELAND

Magis party at Epal shop. Many journalists from the Icelandic press and TV were present. Various designers among others: Stefano Giovannoni, Michael Young, Katrin Petursdottir, Sigurdur Thorsteinnsson of Design Group Italia, James Irvine and Jerszy Seymour.

Photos by Alberto Perazza



REYKJAVIK - ISLANDA

Festa Magis presso lo Showroom EPAL. Presenti numerosi giornalisti della carta stampata e della TV islandese. Molti designer tra cui: Stefano Giovannoni, Michael Young, Katrin Petursdottir, Sigurdur Thorsteinnsson di Design Group Italia, James Irvine e Jerszy Seymour.

Foto di Alberto Perazza

THOSE ALIEN DESIGNS

Some critics maintain that the reaction of a child to an artistic product is a true reflection of the work's intrinsic value, because only a child's impression is spontaneous, genuine and pure.

As I contemplated the Magis products, I tried to approach them as a child would, first of all heeding my senses, taking time for tactile and visual impressions and only later posing questions, without necessarily expecting any answers. From this point of view, the world of Magis seemed full of "alien" shapes, alien in the sense of bizarre, but also of different shapes compared to ordinary formal solutions which – precisely because they are ordinary – inevitably smack of the *déjà vu*.

And here is where the scenario of Magis products unfolds in acid and unusual colors or even in paler but anyway trendy shades, in soft, fat-looking shapes, in "friendly" solutions, in daring proposals that manage to be provocative without ever losing sight of their functional duties (see Jasper Morrison's bird table or Michael Young's dog kennel).

But after the initial sensorial phase, the Magis objects made many questions come to my mind, as was to be expected and is only right among students of design. So I wondered: just how much playfulness can a product contain? Does playfulness sell? What is it that turns an object into a real design product? Does the show business of design, often so self-indulgent and self-referential, make sense? Why does design continue to be the prerogative of an *élite*?

Does the tendency to act, as it were, subversively, as anarchists, only belong to the world of art? Could this attitude influence design in a positive way, even though it has such a strong tendency toward the pure concepts of concreteness and practicality? How many possibilities do designers have – designers who don't want to submit to the crude rules of marketing and want to express themselves freely through strongly unconventional products (for example Jerszy Seymour's watering can or Björn Dahlström's cat's eye-studded walking stick) – to see their own work appreciated through economic success? Is it easy to reconcile economic success with the acclaim of the critics or the "experts"? The Magis products triggered these and other questions in me and all my fellow classmates during the meeting with Eugenio Perazza and Jerszy Seymour. Far from wishing to cast conclusive judgement, one must recognize the intelligence of those who are able to develop objects capable of arousing sensations of various kinds, questions, doubts and reflections.

Marianna Rossi
La Sapienza University, Rome
Faculty of Architecture, degree course in Industrial Design
Following the lecture given by Eugenio Perazza and Jerszy Seymour at the Faculty on June 19th and 20th 2002.



Magis Dog House, dog house, design by Micheal Young – Magis 2001
Pipe Dreams, Watering can, design by Jerszy Seymour – Magis 2000
Bird Table, Bird feeder, design by Jasper Morrison – Magis 2001

Magis Dog House, cuccia per cani, design di Micheal Young – Magis 2001
Pipe Dreams, Innaffiatore, design di Jerszy Seymour – Magis 2000
Bird Table, Mangiatoia per uccelli, design di Jasper Morrison – Magis 2001

QUEL DESIGN COSI' ALIENO

Rispetto a un prodotto artistico, la reazione di un bambino, perché spontanea, genuina e pura, è, secondo alcuni critici, il solo specchio che ne riflette il suo valore intrinseco.

Di fronte ai prodotti Magis ho cercato di assumere un atteggiamento il più possibile vicino a quello di un bambino, ascoltare prima i sensi, dare spazio al tatto, alla vista e, solo in un secondo momento, pormi delle domande, senza dover necessariamente avere indietro delle risposte. Da quest'ottica il mondo Magis mi è apparso popolato di forme "aliene", nel senso di bizzarre, ma anche nel senso di altre rispetto alle soluzioni formali ordinarie e che sanno inevitabilmente – proprio perché ordinarie – di già visto.

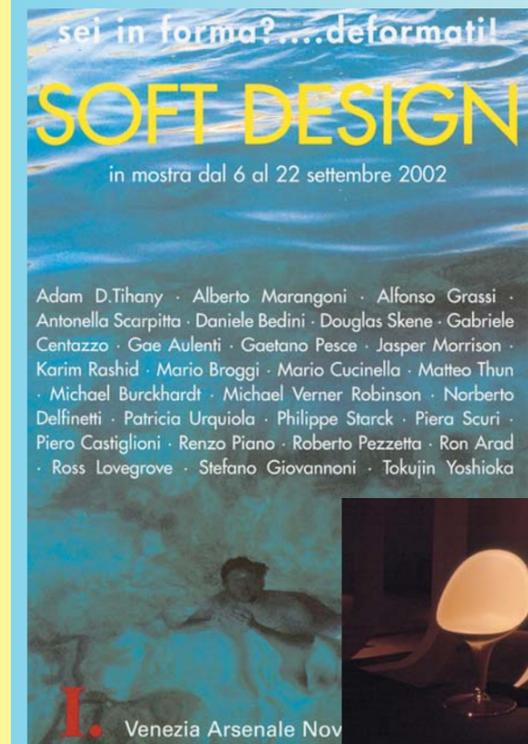
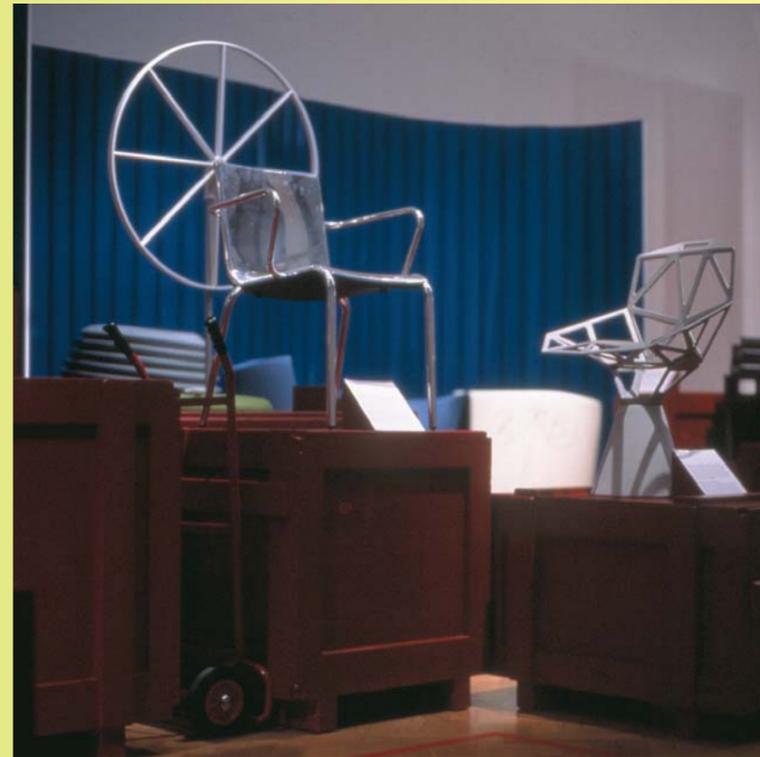
Ecco snodarsi lo scenario dei prodotti Magis, in colori acidi ed inusuali tanto quanto in tinte più tenui ma comunque attuali, in forme morbide che abbracciano l'estetica "fat", in soluzioni "friendly", in ardite proposte che riescono ad essere provocatorie senza perdere mai di vista l'aspetto funzionale (vedi la mangiatoia per uccelli di Jasper Morrison o la cuccia per cani di Michael Young). Ma, superata l'iniziale fase sensoriale, gli oggetti Magis, hanno suscitato, come da copione, e come è giusto che accada a studenti di design, molti interrogativi. Mi sono chiesta infatti: quanta giocosità è lecito che ci sia in un prodotto? La giocosità fa vendere? Cos'è che fa di un oggetto un vero prodotto di design? Ha senso lo show business del design, così spesso autoindulgente ed autoreferenziale? Perché il design continua ad essere appannaggio solo di un'élite?

L'attitudine ad agire, per così dire, in maniera anarco-soversiva, appartiene solo al mondo dell'arte? Questa attitudine potrebbe influenzare positivamente anche il design così rigorosamente piegato su puri concetti di concretezza e praticità? Un designer che non voglia sottomettersi alle crude regole del marketing e che voglia esprimersi liberamente con progetti fortemente anticonvenzionali (vedi ad esempio l'annaffiatore di Jerszy Seymour o il bastone da passeggio con catadiottri di Björn Dahlström) quante possibilità ha di vedere gratificato il proprio lavoro con il successo economico? E' facile conciliare il successo economico con il successo della critica e degli addetti ai lavori? Queste ed altre domande hanno fatto nascere in me, e in tutti i miei compagni di corso, i prodotti di Magis durante l'incontro con Eugenio Perazza e Jerszy Seymour.

E, lungi dal voler esprimere giudizi conclusivi, tanta intelligenza va riconosciuta a chi sa sviluppare oggetti che sanno suscitare sensazioni di varia natura, interrogativi, dubbi e riflessioni.

Marianna Rossi
Università La Sapienza, Roma
la Facoltà di Architettura, corso di laurea in Disegno Industriale
A seguito della lezione tenuta da Eugenio Perazza e Jerszy Seymour in Facoltà il 19 e 20 giugno 2002





MILAN IN A VAN

MILAN IN A VAN is the title of an interesting exhibition held at London's Victoria and Albert Museum from this past April 21st to June 7th. It was the brainchild of Gareth Williams, the young curator of V&A's fashion and design section. His idea was to get the best of Milan's Furniture Fair over to London, practically in real time, so that the British public could have a taste of Milan's creative 'spirit' through a synthesis of products, images and innovative concepts: this was the main aim of the exhibition. Accompanied by his staff and by a television crew, Gareth Williams had a hectic time picking out seventy of the most interesting items on display at the Furniture Show. He then piled them into a van and whisked them off to London where the exhibition was set up in just two days against the basic yet effective backdrop of coloured platforms that looked as though they had been unloaded straight from the van. "The visual impression I wanted to convey was that of the immediacy of the exhibition, of

E' il titolo di una bella mostra, svoltasi al Victoria and Albert Museum di Londra dal 21 aprile al 7 giugno scorsi, ideata da Gareth Williams, giovane curatore della sezione design e moda del museo. Trasportare il meglio della settimana di aprile del design di Milano (Salone e Fuori Salone) a Londra quasi in tempo reale per far cogliere al pubblico inglese lo 'spirito' creativo di Milano, la sintesi di prodotti, immagini e proposte innovative: questo l'obiettivo principale della mostra. Seguito dal suo staff e da una troupe televisiva, con un lavoro frenetico, Gareth Williams ha scelto durante il Salone del Mobile i settanta oggetti più interessanti, li ha caricati su un camion, trasportati a Londra dove la mostra è stata montata in due giorni, con un allestimento scenografico molto basic fatto di piattaforme colorate che sembravano scaricate direttamente dal camion. Spiega Gareth Williams: "L'idea visiva che ho inteso trasmettere era quella dell'immediatezza della mostra, di avere appena tolto dai pacchi gli og-

getti. Avere degli 'snap-shots', delle istantanee di quanto appena visto a Milano, ma anche farne un report della città."

Parte della mostra è stata dedicata alle aziende più innovative, come B&B, Cappellini, Edra, Magis, Moroso e ai prodotti di alcuni designer di tendenza, tra cui Ron Arad, i fratelli Bouroullec, Konstantin Grcic, Jasper Morrison, Karim Rashid, Michael Young, ecc. Continua Gareth Williams: "Non tutto quello che c'è in mostra a Milano è nuovo. Forse c'è il 5, massimo 10% di cose davvero innovative. Spesso delle cose in mostra non sai se sono l'unico prototipo del designer che cerca un produttore, o il primo prototipo del produttore, o un nuovo prototipo del designer per un altro produttore, che ti fa dire 'Ah, mi sembra di averlo già visto due anni fa ma in un'altra parte della Fiera da un altro produttore', oppure è il prodotto definitivo che puoi acquistare, un po' diverso dal prototipo che avevi visto l'anno scorso, e l'anno dopo lo vedi dallo stesso produttore

having just unwrapped the objects, to offer a few 'snap-shots' of what is going on in the design field, but also to provide a report on the city," explains Gareth Williams. Part of the exhibition was dedicated to the most innovative companies, such as B&B, Cappellini, Edra, Magis, Moroso and to products by several fashionable designers, including Ron Arad, the Bouroullec brothers, Konstantin Grcic, Jasper Morrison, Karim Rashid, Michael Young, etc. "Not everything on show in Milan is new. Only 5, or maybe 10% of things are truly innovative," continues Williams, "Often you don't know whether the items on show are the single prototype of a designer in search of a manufacturer, or the first prototype of the manufacturer himself, or a new prototype prepared by the designer for another manufacturer, so you find yourself saying 'Wait a minute, didn't I see that two years ago already in another part of the Show at another manufacturer's?', or else it's the final

Photograph Carlo Draisci

product that you can actually buy, a bit different from the prototype you had seen the year before, and then the year after again you see it at the same manufacturer's, this time with different materials, new sizes, colours ..."

Marcel Wanders was honoured with a space of his own, in which to display his projects - from furniture to ceramics, from jewelry to lamps - the various languages in which he expresses himself for the likes of Magis, Mandarina Duck, Cappellini etc.

On the 'Milan in a Van' van, 10 Magis products: Nimrod armchair, design Marc Newson; Alo Chair, design Karim Rashid; Nic Chair, design Werner Aisslinger; Chair One, design Konstantin Grcic; Coast Chair, design Marc Newson; Pebbles, design Marcel Wanders; Spin dishrack, design Sebastian Bergne; Peteca game, design the Campana brothers; Kubb game, design Björn Dahlström; Lawn Bowls game, design Ross Lovegrove.

tradotto in altri materiali, in nuove dimensioni, colori...".

Marcel Wanders ha avuto l'onore di uno spazio tutto per sé, per mostrare attraverso i suoi progetti, dai mobili alla ceramica, dai gioielli alle lampade, i diversi linguaggi espressivi declinati per Magis, Mandarina Duck, Cappellini ecc.

Sul 'van' di 'Milan in a van', 10 prodotti Magis: poltrona Nimrod design Marc Newson, Alo Chair design Karim Rashid, Nic Chair design Werner Aisslinger, Chair One design Konstantin Grcic, Coast Chair design Marc Newson, Pebbles design Marcel Wanders, stendibiancheria Spin design Sebastian Bergne, gioco Peteca design F.lli Campana, gioco Kubb design Björn Dahström, gioco Lawn Bowls design Ross Lovegrove.

THE SOFT DESIGN SHOW

SOFT DESIGN IN MOSTRA

Curves, waves, sinuous lines, organic, contouring shapes and multi-material surfaces all work together in a reassuring new trend. "Soft Design" is an exhibition staged at Venice's Arsenale Novissimo during the 8th Biennial of Architecture. The Permanent Scientific Committee of I.DoT selected forty-five projects from the productions of the following design companies of international repute: Driade, Electrolux, Fantoni, i Guzzini Illuminazione, Magis, Miko, Moroso, Rossi di Albizzate, Valcucine, Zero Disegno. "Product design today does not only explore innovative technical and material solutions," explains Gaetano Pesce, "but also aspects of politics, religion, identity, customs and - why not? - existence itself. The resulting projects and objects currently reflect an expression of mature culture, a form of knowledge that is coherent with our present and our future."

Alessandra Genta

Curve, onde, linee sinuose, forme organiche e avvolgenti, superfici multimediali a favore di un design "morbido" e rassicurante. Ultima tendenza messa in scena nella mostra "Soft Design" all'Arsenale Novissimo di Venezia, durante i giorni dell'8° Biennale di Architettura. Quarantacinque i lavori selezionati dal Comitato Scientifico Permanente di I.DoT, prodotti da design companies di fama internazionale: Driade, Electrolux, Fantoni, i Guzzini Illuminazione, Magis, Miko, Moroso, Rossi di Albizzate, Valcucine, Zero Disegno. "Con il design dei prodotti si possono oggi affrontare non solo soluzioni innovative di tecniche e materiali - sostiene Gaetano Pesce -, ma anche temi politici, religiosi, di identità, di costume e, perché no?, essenziali. Il progetto e gli oggetti che ne conseguono rappresentano attualmente un'espressione di cultura adulta, una forma di conoscenza coerente con il nostro tempo presente e futuro."

Alessandra Genta

DESIGN MUSEUM – LONDON
 Below left: Magis Post Computer Games. Right: Magis Dog House decorated by Katrin Petursdottir for the charity auction "Going Once" organized by Coexistence and Twenty Twenty One. Above right: Air-Chair by Jasper Morrison at the permanent collection. Above left: the Museum's Café, Air-Family chairs and tables by Jasper Morrison.
 Photos by Stephen Platt

DESIGN MUSEUM – LONDRA
 In basso a sinistra Magis Post Computer Games. A destra Magis Dog House di Michael Young decorata da Katrin Petursdottir per l'evento benefico "Going Once" organizzato da Coexistence and Twenty Twenty One. Sopra a destra Air-Chair di Jasper Morrison nella collezione permanente. Sopra a sinistra la caffetteria del museo, sedie e tavoli Air-Family di Jasper Morrison.
 Foto di Stephen Platt



PICCOLA SIMONA – RIJEKA, CROATIA
 Bar/Ice cream parlour. Air-Family chairs and tables by Jasper Morrison.
 Photos by Alberto Perazza

PICCOLA SIMONA – RIJEKA, CROAZIA
 Bar/gelateria. Sedie e tavoli Air-Family di Jasper Morrison.
 Foto di Alberto Perazza



TATE MODERN – LONDON
 Café. Air-Family chairs and tables by Jasper Morrison.
 Photos by Benoit Steenackers

TATE MODERN – LONDRA
 Caffetteria. Sedie e tavoli Air-Family di Jasper Morrison.
 Foto di Benoit Steenackers



SHOWROOM X-TRA DESIGN, SINGAPORE
 Bombo Family by Stefano Giovannoni, Yogi Family by Michael Young and Tam Tam by Matteo Thun
 Photos by Alberto Bebi

SHOWROOM di X-TRA DESIGN, SINGAPORE
 Bombo Family di Stefano Giovannoni, Yogi Family di Michael Young e Tam Tam di Matteo Thun
 Foto di Alberto Bebi



WALLPAPER COMMANDERS

Eugenio Perazza. Wallpaper defined him as a “Commander”, placing him among the top ten people who have made design their life’s work. Perazza, founder and creative director of Magis, maintains that “Design is not simply making a chair, a table, a lamp. It is also the thought and company culture that go into directing the strategic and operational choices of the enterprise, that go into lifting the company out of the fray and allowing it to travel down its own road in an original way. It gives the company an opportunity to take leave from calm harbours that appear to give security, and if necessary, break with age-old adherence to certain customs.” In 26 years, Perazza has led Magis to redesign the domestic landscape by offering high-tech products for mass production at extremely reasonable prices.

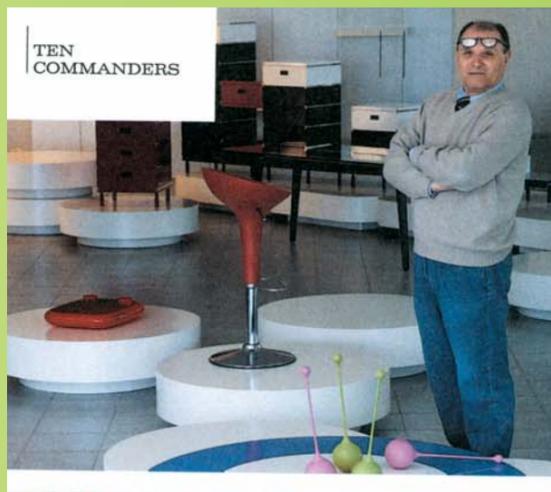
Alessandra Genta

WALLPAPER COMMANDERS

Eugenio Perazza. Wallpaper lo ha definito “Commander”, letteralmente “Comandante”, menzionandolo tra i dieci personaggi che hanno fatto del design la loro ragione di vita. Fondatore e direttore creativo di Magis, sostiene che: “Il design non è il semplice progetto di una sedia, di un tavolo, di una lampada ma il pensiero e la cultura aziendale in grado di orientare le scelte strategiche e operative dell’impresa, in grado di far uscire le aziende dalla mischia per imboccare propri originali percorsi, distaccandosi talvolta da porti tranquilli, da appartenenze sicure e rompendo, se occorre, antiche fedeltà”.

In 26 anni ha portato Magis a ridisegnare il paesaggio domestico attraverso un’offerta di prodotti ad alto profilo tecnologico per la grande serie a prezzi estremamente ragionevoli.

Alessandra Genta



Think Magis and everything from dog kennels and walking sticks to smart storage and iconic chairs spring to mind.

With 26 years experience, Magis is very much Italy’s manufacturer of the moment, a fact demonstrated at this year’s Salone in Milan, where the Magis exhibit was an eclectic mix of the fun and functional. Behind this success is Eugenio Perazza, creative director and founder, who over the years has worked with more than 60 designers, ranging from the great Charlotte Perriand and Robin Day, to a host of young guns, from Jean-Marie Massaud and Marcel Wanders to James Irvine and Jasper Morrison. ‘Perazza has the ability to think of projects which are immediately inspiring,’ says Morrison. His view is shared by many designers, for, in working with Magis, they get to express themselves rather than seeing their individuality swallowed up by the company’s corporate ego. And Perazza has created a string of winners in his time, like Morrison’s bottle rack, and this year’s hit, the ‘One Family’ chair by Konstantin Grcic.

Magis recently announced ‘the end of the plastic dictatorship’ (which is a bit like Missoni saying no more knitwear). ‘Everyone is using plastic. It’s too much. I’ll still use it where it is interesting, like in triple injection moulding, but it’s time for a “new expression”.’ Hence a recent letter to Enzo Mari asking, ‘What do you think of the idea of a brass table?’, and a call to veteran designer Gigi Sabadin, to discuss the plywood cot he made 40 years ago. ‘It was more beautiful than anything Alvar Aalto did,’ explains Perazza, who wants to add it to a collection of furniture for children, ‘Me Too’, which will appear next year. ‘There is no good stuff around for kids,’ he says. Designers on board for the children’s project include Tom Dixon in conjunction with Benetton’s think-tank Fabbrica, Alfredo Häberli and Michael Sodeau.

Perazza recently purchased 100,000 sq m of land for a new HQ and is selecting architects for the project. It will include a Magis Village, filled with iconic pieces like Berti and Bressan’s trolley from 1976, Morrison’s ‘Air’ chair and Marc Newson’s dish rack. Then there’s talk of a talent scouting lab – a place for young bloods, sourced at the Satellite shows, to realise their designs. And should anyone doubt that, for Perazza, design is life, he has, along with Morrison, designed his own funeral; ‘the music, the dinner, we’ve thought it all through,’ he laughs.

The Design Museum in London is sponsoring a Magis exhibition during 100% Design, from 26-29 September. www.magisdesign.com

