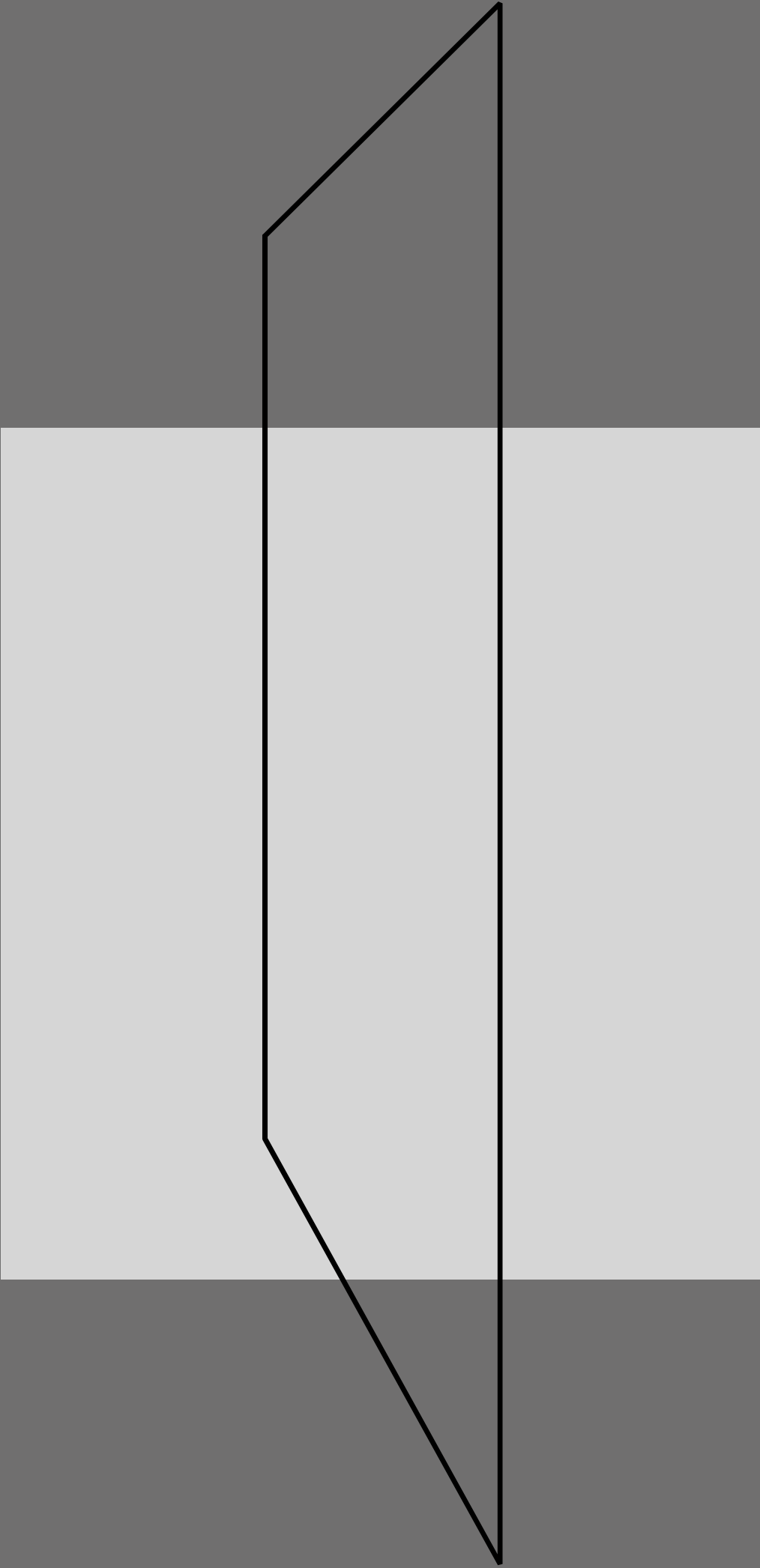
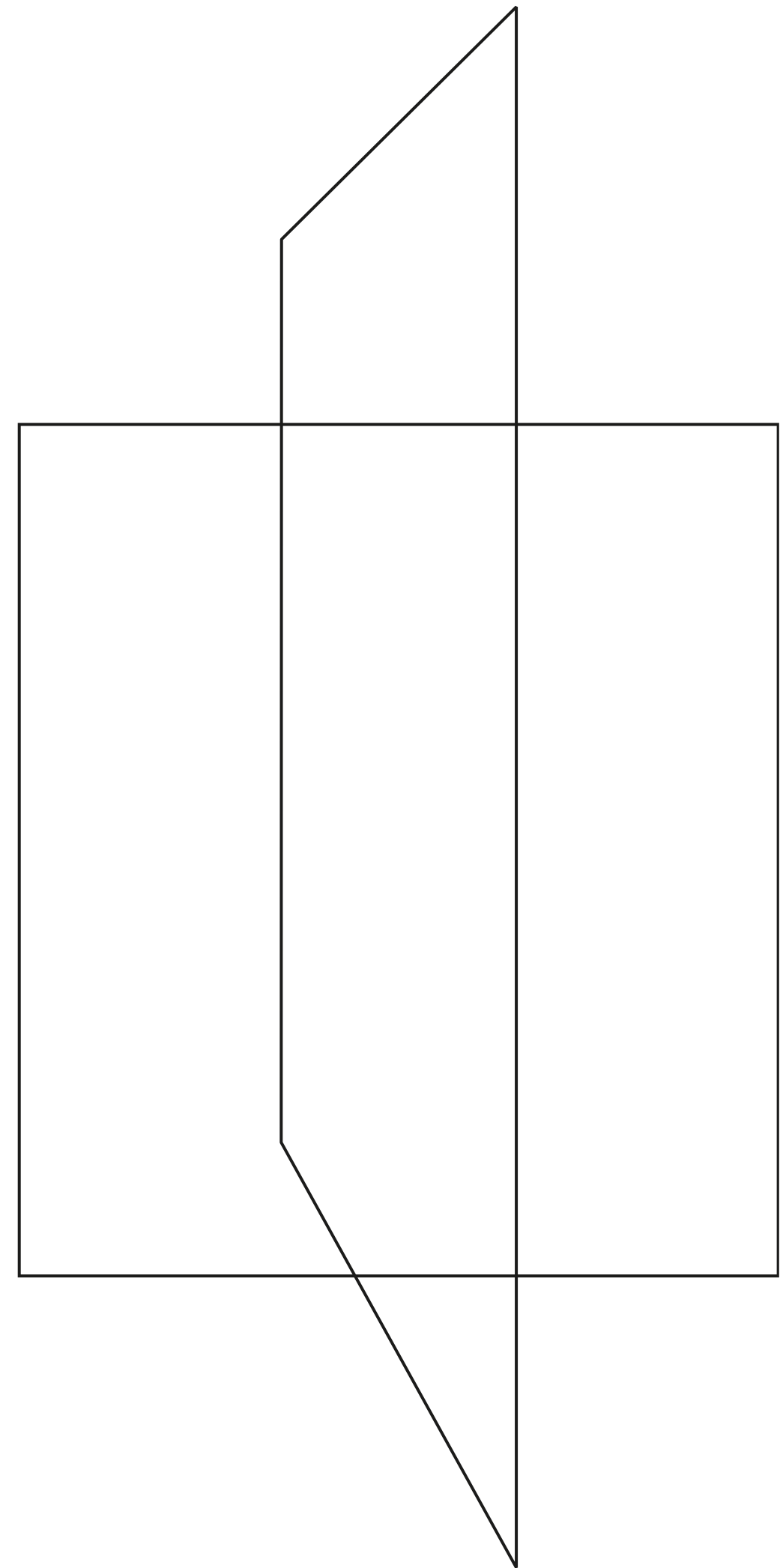


Stories
and
Matters

2019



Rimadesio



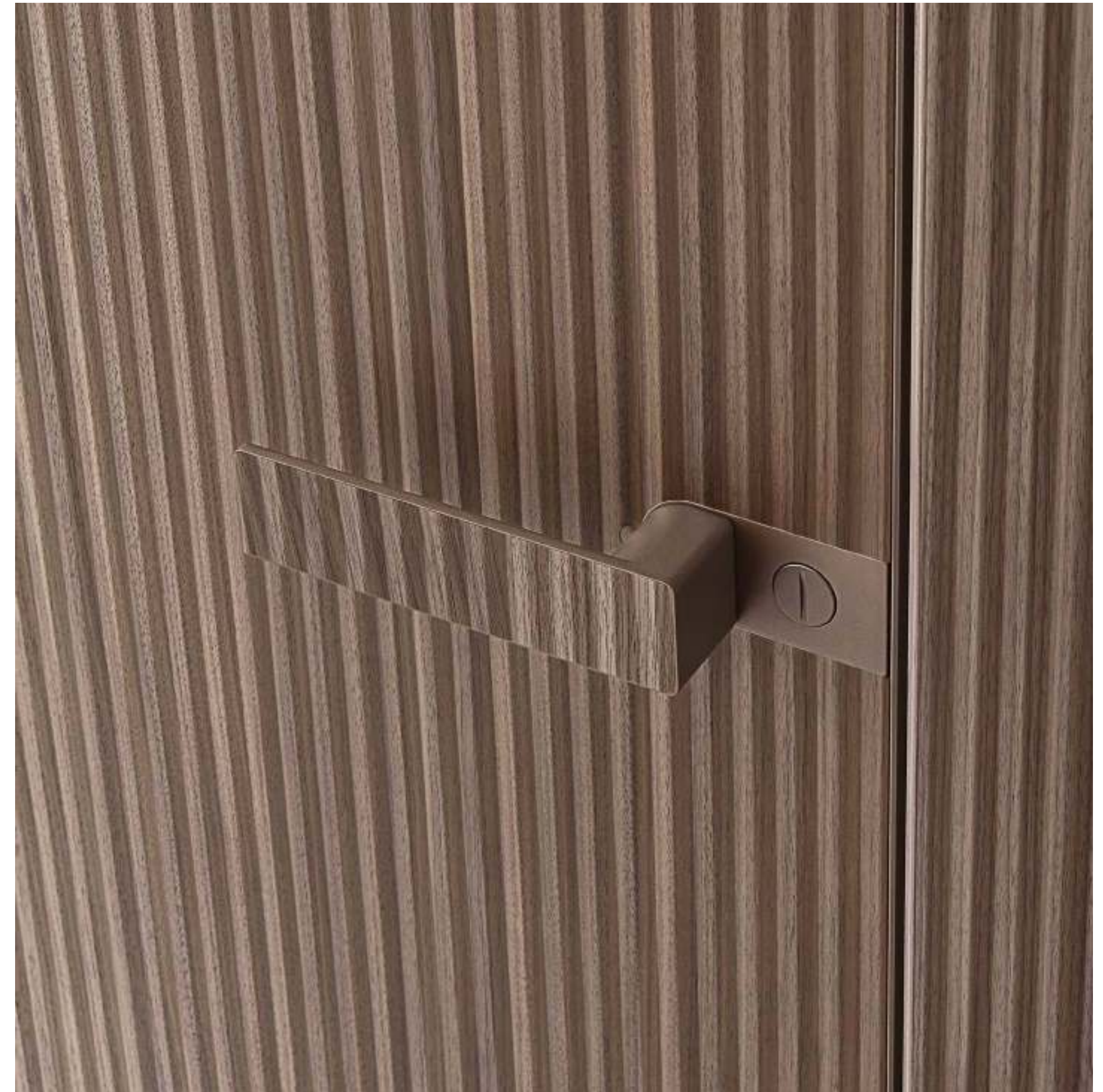
Render a thought, a hypothesis, into a geometric precise form. This has always been the venture of living space projects, of those who design them and of those who go on creating them. Defining a part of something that is boundless, to create a space within a space: a physical place, that includes and at the same time, portrays the best solution for defined living needs. It is an innovative response to an unlimited idea of space requisites – living, organizing, separating, containing, storing, decorating – laying out solutions that have the finiteness of things we call furniture, accessories, doors, wall panels,

shelves and closets. The invisible yet perceptible beauty of this “creation” lies in the ability to instill a strong understanding and know-how to the project, a harmonious balance between spaces, able to enhance individual functions within a general vision. The new issue of Stories and Matters illustrates that understanding and know how: ideas that become tangible, spaces that acquire meaning thanks to an idea.



As if the sea should
part and show
a further sea, and that,
a further, and the three
but a presumption be,

of periods of seas,
unvisited of shores
themselves the verge
of seas to be,
eternity, is those.







Milano, 18.06.2018

Is there any difference between fashion and design? How do these two worlds interact, how do they co-exist in a city like Milan where they are so influential?

Dialogue on current interactions and future exchanges between the two branches

In collaboration with Icon, Icon Design
Guests: Sir Paul Smith, fashion designer; Alberto Alessi, businessman
Moderator: Michele Lupi, Icon and Icon Design director

PAUL SMITH

ML: Fashion and Design: Can these two worlds coincide?

PS: Historically speaking, fashion and design have gone through different periods but have always gone hand in hand. From the 1980's, where the combination of black and white reflected a Japanese influence common to both sectors, through to today, where we have come to an extremely courageous experimentation of colour, where patterns and intricate features have become the signature style of a number of brands. This development has occurred in both sectors, influenced by the same trends or as the result of mutual fusions.

ML: How do fashion and furniture co-exist in your stores ?

PS: In Paul Smith we have a team of 12 architects and furniture designers who deal with designing our stores around the world, as well as designing the fixtures and fittings. Every store has to be unique, has to have a different spirit and look about it, it has to be closely connected to the characteristics of its geographic location and this explains why Paul Smith buildings are so often one of a kind.

ML: How have things evolved, starting from your first stores in Nottingham?

PS: It was essential for me, right from the start, to have a number of vintage pieces of design in the shop. My first shop in Nottingham, my home town, dates back to 1970. It was too small, measuring only 3 metres by 3, including furniture, so the store set-up was limited to a few items. Later we opened in London and we could finally have larger pieces of design, pieces by Rosenthal, by Driade...

ML: And what about your inspiration from a cultural point of view? What are your interests?

PS: I am extremely interested in design as well as architecture. I started reading Domus in 1987, at that time it was very difficult to get it in Nottingham but luckily I

had some friends in Milan who were entrusted with sending it on to me where I lived in Holland Street. If I could, I would have liked to thank the great Gio Ponti for having published his works as early on as 1967. I love the attention to the study of materials that is evident in many buildings from the past; select raw materials such as Carrara marble enhance their surfaces. Aesthetic and functional details had the same importance, there was a certain craftsmanship in their design, the same craftsmanship we can find in manufacturing.

ML: What do you think of Milan in this day and age? Can it be considered a hub for fashion and design? Do you think it has changed over the years?

PS: It has most certainly changed, from an architectural point of view as reflected in its skyline, it has been enhanced by new icons and art fixtures such as the Fondazione Prada. Everyone likes Milan mainly because of the important contribution that influential names of the fashion and furniture design world have given over the years. At the same time it has always been a rather secret city, Milano slowly reveals itself with its courtyards and tiny galleries, going off the beaten track to discover the city at its best.

ML: Design and Fashion – Is the thinking behind their creation the same?

PS: I think that they are different and have two very different creation processes. In order to create an item of clothing you need to actually check a number of details personally: from the choice of material, to the work of the craftsmen, even the scissors to use... but sometimes 30 minutes are enough in order to have an idea of the finished product. In furniture design times can be much longer. Research, planning and design often go hand in hand, evaluating very different trends and techniques which are however bound by common styles. Graphic design is not the only way to design. For example in our studio we use the computer when necessary but we still experiment with all those expressive tools of drawing, painting and printmaking such as screen printing, which consider an error as a potential.

ML: Going back to the concept of stores, in your opinion what will their future be? Do you really think that e-commerce will get the better of bricks and mortar?

PS: E-commerce has a significant impact on annual turnover, in our case almost a 30% increase, but we most certainly cannot think of cities without shops. We cannot imagine the total disappearance of shops and those professionals connected to their design and layout.

ML: You chose to paint your store in Melrose Avenue, in Los Angeles, pink, what was the reason behind that choice?

PS: It was based on the analysis of the location, I wanted the building to stand out, to be instantly recognizable in an urban system of similar looking streets. I took inspiration from the work of the architect Luis Barragán, the clean solid geometries and the use of bright colours and I transformed what could be described as a cube of cement into a point of reference for the city.

ML: If you had to name a designer or an architect who you have drawn inspiration from who would it be?

PS: I have always drawn a lot of inspiration from the influential names in architecture but above all from one great master from the past, Palladio, and from his theories on perfect proportions. The aesthetics of proportions, the mathematical approach applied +to architectural design are also prelevant when designing a suit.

ML: You are also a car enthusiast, you have a Bristol don't you?

PS: That's right, the Bristol is a 1956 English car: mine is bordeaux just like the one in the film with Daniel Day Lewis. Daniel is a friend of mine and we have been in that car many times together. There is a strong kinship and compatibility between us, like the importance we give to manual work. Many people know that Daniel did some work experience as a shoe artisan in Florence but he has also done carpentry activities, working with steel and iron. Manual work is extremely important for

me too: I still create the mauettes by hand for the new shops, carving and engraving them myself.

ML: Is luxury still a good word? Today it makes us think of excess and it does not always have a positive connotation. What is your take on that?

PS: I think the meaning of the word progresses corresponding to its use and in this day and age the word luxury is most certainly overused. Any product name can be followed by the word luxury in the desperate search to reach a certain status and identity, in this way diminishing the importance of the word itself. I spoke before about my interest for "handcrafts", which for me represents the real concept of luxury today. Surrounded as we are by industrial giants producing fast fashion, it has become increasingly more difficult to find something unique and made with passion. Speed is another real problem today: it seems to be directly proportional to our professional or social worth. We are trying to find through this intense use of digital channels a way to satisfy our need to please. There is, however, a sentence I often repeat to myself: "Nobody cares how good you used to be".

ALBERTO ALESSI

ML: You are not a designer but, as you, yourself, ironically point out, more a "designer of designers". In this passing of the torch between a great fashion designer and a great Italian designer I would also like to ask you if there is a relationship between these two worlds of Fashion and Design.

AA: That is right, I am not a designer or rather I am a design manager. Speaking with reference to my experience I have had many contacts with the leading players in the fashion world in approximately 50 years of business; I would have liked to have seen the design methods and the ideas of fashion design applied to product design. Unfortunately the big difference between a product or furniture designer and a stylist lies mainly in the choice of materials and then knowing how to draw and design in 3D. The first encounter in with this limit

was at the end of the seventies, when we organized a workshop in Berlin under the tutelage of Alessandro Mendini and one of the participating guests was Jean Charles De Castelbajac who showed real difficulties in getting to grips with three-dimensional drawing. I also remember another episode related, in this case, to Paco Rabanne who had a wonderful idea for a mirror for Alessi, he wanted to call it "The fairest of them all" but at the end he was not able to really draw it and it never got produced.

ML: You have a wealth of experience: during these years in Alessi, you have had the opportunity to design an incredibly vast range of products. I can even remember a Fiat Panda and other experiences related to the automotive world.

AA: Actually the case you just mentioned, the Panda, is one of the rare cases in which we worked in two dimension, because Fiat did not give us the opportunity to design the whole car but only the shape of the exterior and some interior details. The dream of creating an Alessi car could have been achieved with Starck some years ago, but, alas, no car manufacturer was interested in going through with the project. Perhaps in the future...

ML: Perhaps it is closer than we think! Thinking about the future of the car industry we are moving towards a reality of increasingly intelligent cars and driverless vehicles, the safety constraints that make design a uniform concept, and perhaps even the exteriors, will develop and transform increasingly free shapes and forms and the interiors will resemble almost work-like places. But market research is not always reliable, Achille Castiglioni himself, when I was younger said to me that the the only important consideration when designing is to disregard market research. Can you give us any anecdotes, you knew him well?

AA: I remember having involved him on a number of occasions, but when I asked him to design objects for the kitchen he was against the idea at first. He was worried more than anything about not having enough consolidated experience in the kitchen. Then he went on to design them

and I have to say that, even if the kitchen is a more female world, the designers who created kitchenware have been mostly men, who just like him didn't have any particular expertise. It is rather odd!

ML: Milan, the capital of furniture design and fashion, have you seen the city undergo any changes recently? Design has become increasingly international, what has changed now that many of the great Italian designers have passed away?

AA: Milan most certainly continues to be the capital of design but for reasons different to those of the past. Let's take the history of Italian design: until the 1970's the product was designed by an Italian designer and made in Italy by an Italian company. But if we look at the later part of the 1980's Italian products were for the most part no longer designed by Italian designers. Italian companies opened up to a more international panorama and I personally think it is a positive thing: they received a breath of fresh air. If the Italianness of the design fizzled out, the Italian production remained strong. And in many cases today, there is no longer even Italian production: Italian design is represented by foreign designers and produced abroad. This practice of mediating between the market and the international players in the design scene is a more artistic agreement for Italian brands. Perhaps what has really changed is the role of the entrepreneur who today is more similar to that of a curator.

ML: Everyone knows that you have a formula of success that allows you to choose the products to produce without making any mistakes, what does it consist of?

AA: That is right and it works. It is a mathematical formula that allows you to precisely define the success of the prototype you have before deciding to put it on the market. The formula is based on 4 parameters, every parameter is broken down into 5 levels with their corresponding score. Over the years it has proved to be infallible.

ML: You perform a scouting activity with the designers. Do you first think about the object and then about who could make it

or do the designers put forward their projects?

AA: More often than not we work as a traditional company would on briefs of new products. Once the brief is written I propose the project to three people and the one who is interested in it starts it. If the proposal I receive proves to be interesting, then its production process begins, which can take up to a year

ML: You are not really fond of the world of fashion and yet there it does have some aspects in common with design, even at a production level.

AA: Design has picked up on the concept of speed from fashion: now we present two collections a year and this speed is almost excessive for the timing of product design where a designer who creates a chair is not always able to keep up with market aspirations. Enzo Mari himself affirmed "when a project I created sells well I start to think that it was not a good project".

ML: This concept of doing a project for the pleasure of doing it is a characteristic that belongs also to the world of art and music. Perhaps the projects that are created with passion are those which in the long run acquire more value?

AA: This prospect can pertain more to design than to fashion. A dress made 60 years ago may have represented a revolution in a certain period of great cultural importance where it will be confined to without further use; in design, a product can be a revolution related to a certain time but at the same time continue to be used for its same purpose in the years to come.

ML: What products are you most attached to?

AA: Certainly to the first espresso coffee machine designed by Richard Sapper in the 70's, a tribute to my maternal grandfather Alfonso Bialetti; it has been in production since 1979 and it was also the first product created by Alessi for the kitchen. From 1921 to 1979 Alessi only produced objects for the kitchen table and for the bar, only after

the coffee maker did we begin to produce kitchenware and other objects. Another collaboration I fondly recall was the one with Saeko, for a watch collection. Everything started with Aldo Rossi who wanted to design a watch. He arrived with a model that was later called "Momento", then Achille Castiglioni designed his "Record", then Sapper and so forth... then Saeko noticed these watches and proposed us to make a collection including 20 models.

ML: How far does marketing affect the work of designers? Do we still have a warm relationship with some objects?

AA: Today everything succumbs to the demands of marketing, a tool that often favours the aspirations of the target, repressing creativity and imagination to the detriment of good design. For me marketing is like a cage in which you try to compress the reality of society by standardizing the criteria and the aesthetics of products coming out on the market. Today many companies demand the complete control in the creation and the development of a product, giving increasingly less freedom to designers to express themselves with their skills and expertise potential. This can only be damaging to the market and will most certainly generate objects that will fade over time.

ML: And how does design fit into the world of luxury?

AA: In my opinion design is not luxury: luxury takes advantage of the individual's ambition and desire to belong, but objects of design are created for industrial production and are therefore targeted for a wider market segment. The exceptions are those rare cases in which special or limited editions are created exclusively for the niche segment of galleries.





Milano, 04.10.2018

What exactly is meant by contract? How does it fit into the notion of the project and in the different contexts in which it is applied?

The value of interdisciplinary mixtures

In collaboration with Area
Guests: Alessandro Adamo, DEGW;
Marco Casamonti, Archea Associati;
Gianluca Peluffo, GianlucaPeluffo&Partners
Moderator: Matteo Ruta, Director of Arketipo

From the subject of the brief to the project itself, contract represents a fitting agreement between the designer and the companies. From the perspective of general project management, streamlining complex architectural systems seems to be one of the main objectives. However, contract also means personalizing spaces through innovative and qualitative choices related to materials and engineering processes. The following design challenges therefore make up a guide and offer an opportunity to highlight some requirements that emerge in the study phase: how to confer the Italian identity abroad, bearing in mind the cultural nature of the location and landscape, or how to create continuity in endorsing a new, beyond simply functional, architectural style. And then there is the opportunity to create a dialogue with local suppliers, consolidating constructive choices that also meet the economic needs of the location, trying to connect architecture and the arts, with the increasingly topical objective of designing in a sustainable way. Responding to the client's needs means starting off the planning phase by observing the space. The designer also has the task to identify practical solutions for the people-space ratio, designing according to the specific functions of the space, devising strategic paths linking the different work areas, increasingly dynamic thanks to the support of technology, responsible for the important evolution of method and workflow. What relationship is forged with suppliers? Often an underestimated skill is to choose to interact with suppliers who have an artisan approach to the creation of details and who can apply their creativity to the requirements imposed by budget constraints. In architecture people are at the center of the project, in an almost Renaissance vision in which art and science, as well as rationality and interpretation, can create new paths and new significant styles. The Contract sector almost always offers the opportunity for the designer to experiment: as in a process of artistic creation, he imagines aesthetic solutions by testing the results, getting to grips with the constant operation of cost control. A rapport of opposites, in which Italian companies thanks to their great versatility, ability and style also find plenty of opportunities abroad.

GIANLUCA PELUFFO

When it comes to contract a central theme is represented by the dialogue between extremely different cultures. We often find ourselves planning and designing outside Italy and having a strong identity is in itself an essential communication tool. We are currently working on some large projects in Egypt, in desert and mountainous places where often the only spatial interaction between the elements is the one that runs between the building and the sky or between the buildings and the sea. The two main projects, from a size point of view, are both located near Cairo. The first area is a mountainous desert area on the coast, 150 km from Cairo and is often considered a holiday destination. We were assigned to draw up a large Masterplan providing for 8000 units which in turn include 30 different types of housing and 3 hotels. The first lot under construction is for an impressive 2000 units. The first challenge we faced when we were confronted with such a large project was most certainly that of creating an architectural style as well as focusing on the area from a functional angle as well as its organization of public spaces. For this reason, there was an initial, intense, preparatory research phase which allowed us to enter into the spirit of the location: a search for images and historiography aimed at finding connections between the lexicon of form and shape in Italy and Egyptian culture. In the specific case of this location, the architectural viewpoint affected the first stages of the project: overlooking a marina, we thought of buildings as bodies, elements fostering the view of the landscape. We were able to make essential choices in selecting the materials based on technical information such as wind paths. On the outside we tried to work with materials whose characteristics could communicate with the local traditions and with the rudimentary characteristics of the surrounding nature. At the same time we brought typical Italian quality to the processing of materials, such as ceramics. The building choices depend on the local economy in many cases, but most importantly on the features of the location. The second project based in Egypt is related to a university site, again in this case approximately 8,000 units, in close

proximity to Cairo in the region of the Red Sea. The intention was to maintain a central university area with 3 campuses and 4 pre university educational blocks. The brief identified a downtown infrastructural system along the main streets of the city to build student residences and residential complexes. We wanted the university system to generate movement, for this reason we created an urban network of connections and public transport to endorse this non-dispersive propensity.

ALESSANDRO ADAMO

I joined DEGW when I was young, and I deal mainly with the aspects connected to workplace design. The company provides bespoke Consultancy and Design services in the workplace sector. Right from the start, the four founding partners were convinced that space had to adapt to the needs of companies in order to enhance their business models, from this idea a company providing an exclusive service was set-up. Dealing with only one single design characteristic is a rather exclusive activity and today we are within a much larger group, Lombardini 22, a group that firmly believes in the exclusivity of design in various sectors. We have a luxury division, another one dedicated to physical branding, as well as the division I work in, which focuses on the world of workplaces and offices. Observation and analysis are two extremely specific activities that make up our method of design and planning: we take all the necessary steps to understand exactly how the office space is used during the working day. This method was patented by DEGW approximately 20 years ago, thanks to our professional experience with telecommunication companies. A great deal has changed since then. Once, companies were not very attentive to the idea of usage, while today they are beginning to understand the importance of investing in projects that enhance productivity. This preliminary analysis has become highly requested in recent years particularly in the financial services sector. It is thought that today an employee spends on average 60% of his working day in the office and approximately 40% at his desk. This data explains why we mainly deal with

space-planning, taking all the necessary steps to understand the specific needs of different organizations. A significant change that has redefined, and in some cases revolutionized, workflows, is due to new technologies allowing for the non physical presence in the workplace (workplace mobility or smart working) and workflows have therefore become more decentralized than in the past. The issues of space, mobility and teamwork are the three points we reason out. Mobility most certainly didn't exist in the 1970's and working in teams was a not a common occurrence; workplaces were mostly closed offices looking out onto long corridors, while the percentage of support areas was extremely low. Later, in the 90's, organizations began to work on the issue of efficiency, increasing the surface areas as people no longer worked in offices but in open spaces. Organizations place great emphasis on the speed of information and the quality of team-work and to achieve this they seek the support of technology. There is a shift in importance from the effectiveness of the space to their efficiency and to the diversification of spaces according to their use. Working on the planning of work spaces today also means engaging in a new idea of work: hierarchy has become increasingly less important, companies reason less on an organizational level and more on the type of activity that is carried out and on workers' characteristics – whether they are office based or mobile. Inhouse restaurants and canteens are also seen as potential resources that can be used during the working day for meetings. In the study phase it is of the upmost importance to take into account two different complexities: objective analysis and subjective/perceptive analysis. The data obtained from a first phase of work is the result of constant monitoring in relation to time and to the number of people involved; we combine this data with the results of surveys and questionnaires of a sample of selected participants. This allows us to have a broader range of emotions based on the individual's perception and sensitivity in relation to the place and to the change. In addition to observing, understanding the ideal model to implement, define activities and types of work, it is also necessary to work on technologies so as to combine the innovation

The Contract sector almost always offers the opportunity for the designer to experiment: as in a process of artistic creation, he imagines aesthetic solutions by testing the results, getting to grips with the constant operation of cost control.

of the spaces with their operability. In this regard, a telling example is Microsoft, who moving to their new location in Milan, to the building designed by Herzog & De Meuron, downsized from its previous headquarters covering 20,000 smq to its current 7,000 smq size. Today companies ask us for simplicity in sizing and design. A particular focus should be given to tall buildings: an incredible experience, involving Rimadesio, which has just finished, was the project of the Allianz towers. And right now we are working on a project for Price PwC, the third tower in the City Life district. Today the subject of skyscrapers presents us with complex elements but which must however be efficient and functional at the same time. Compared to other buildings, a tower has extremely different efficiency characteristics: for example the possibility to modify the internal layout is an important factor, this allows for a proper management of the different flows: having an open plan layout puts people and their needs at the centre of the project. And because we believe that people are the real value of an organization, we also believe that, when there are projects that bring about change, it is extremely important to prepare the people to live the new spaces through involvement and engagement.

MARCO CASAMONTI

We have been dealing for many years with the relationship between architecture and the arts, figurative arts, cinema and in particular literature, which I believe is the most indicated to "read" architecture. If I had to teach a young first year student how to write an essay on architecture in a language that was not his own, I would tell him not to think about architecture but to think about a story using the tools in his possession. The reason why literature and architecture are so closely connected lies in the fact that it is very complex know-how, an equation with many unknowns. I am very interested in words and their meanings and architecture is one of those disciplines where all too often we associate words without knowing how to give them their right worth like "smart city" or "green architecture"... I asked myself then about the word

contract, it is nothing more than a contract between the designer and the companies, and I thought that in this case Italian companies are unique representatives, able to solve a problem through streamlining a complex know-how. I think it is extremely important nowadays to work with companies who carry out research, who have a specific know-how and expertise, knowledge which the designer can take advantage of in order to shape his project. To use a word that was mentioned a short while ago, the designer should be "smart", able to find the best way to connect all the project's resources in the best and smartest way and at the same time, deal with all the contract issues, in short, choose the best artisans who are able to streamline problems without losing any aesthetic qualities. At the end of the day the architect designs with the world of the arts in mind Kant said that "architecture is a lesser art because it has an objective" ("pulchritudo adherens"), as opposed to art which is done for pleasure. But I think it is more difficult to create something that is functional, that has a purpose, where there are complexities to work on. An architect today must also be an artist, he must be able to design his own material, to keep companies involved. In this regard Italian companies are ahead in their game: they are made up of artisans able to produce original solutions offering a quality equal to that of industrial production. At the end of the day architecture is all about material and tactility, and an architect should know how to design its bricks.



Milan, 22.11.2018

How can man describe a city as an exemplary model, with strong human characteristics, whose history participates and observes the change?

The evolution of the urban pattern between architecture and poetics

In collaboration with Platform
 Guests: Juan Conde, Eclettico Design;
 Giacomo De Amicis, Deamicisarchitetti; Matteo Fantoni, Matteo Fantoni Studio;
 Alfonso Femia, Atelier Femia; Francesco Fresa, Piuarch;
 Michele Rossi, Park Associati; Claudio Saverino, Vudafieri Saverino Partner;
 Claudio Silvestrin, Claudio Silvestrin Architetti; Paolo Volpato, Matteo Thun & Partners
 Introduction by: Simona Finessi
 Moderator: Luca Molinari

SIMONA FINESSI,
Editor-In-Chief, Platform

Every issue of Platform has a rational scope for us, we try to envisage scenarios and illustrate them. The question under discussion here is an extremely current one. Milan is a hub where students meet, people from all corners of the world come for work, or Milanese who return after a period of work or study abroad. Its distinctive trait is that it is a welcoming and inclusive city, it knows how to make the most of external enrichments and how to express itself in a modern international style. We asked eight leading professionals in the design and architecture sector who are based in Milan for their input together with their choice of a symbolic place.

LUCA MOLINARI,
Editorial Director, Platform

I kick off by speaking in a location in Milan, the Rimadesio showroom, a place characterized by a strong relationship between exterior and interior, the city outside is bustling but at the same you are in a welcoming home environment. Milan is after all an introverted city, its spaces are inward-looking. Milan doesn't boast a great number of squares. We should remember that until the end of the 19th century Milan didn't actually have a square. The first one was Piazza del Duomo in 1870. Milan has a private side that is at the same time public, it is a city that speaks with a discreet generosity. Its courts, courtyards and apartments are an understatement of its bourgeoisie that has given the city its aura of modernity to which we are today accustomed. It is no coincidence that the city we all know today was built between the 1800's and the 1900's, before that time it looked more like a town. Today we are therefore in the third century of this hospitable modernity. In reflection of this hospitality, in these delicate times, above all for Europe, there is a word which accompanies the topic: Welcome. A word with a strong and somewhat political meaning, it indicates looking to the future, it symbolizes the idea of trust and heralds a positive trend of welcoming, embracing new

talents for the development and enrichment of a city like Milan. Milan is not afraid of the future, the future is already in the pipeline.

JUAN CONDE

LM: You are very young, you studied architecture at the Polytechnic, you have lived and worked abroad What led you to take the decision to settle here and what aspect of the city do you appreciate the most?

JC: When I was asked to give my contribution I immediately thought about when my Columbian friends ask me "What is Milan like?". Milan is not an easy city, it is small and inward looking but it is extremely strong. In order to really get to know Milan you have to walk a great deal, explore all the little streets off the beaten track. I come from Bogotá, a city with 10 million inhabitants and where going on foot is almost unheard of because everything is too big, too far. I have always lived in big cities, after my home town, I also lived in New York, but I have to say I have found my personal dimension in Milan. One of my first work experiences was with the architectural studio Citterio, I liked going to work on foot, in the mornings I would observe this active and dynamic city and in the evenings I would admire its transformation.

LM: In short Milan is for you its Botanical Garden in Brera, a place that is indeed very closed and silent. Why have you chosen this place?

JC: The Botanical Garden in Brera is a magnificent, hidden oasis, a symbol of Milan's almost defensive character towards its treasures. I think it describes my idea perfectly, it is a city that you must make your own step by step.

GIACOMO DE AMICIS

LM: The image you have chosen is a detail in Candoglia marble. Where did you take the photo? Is it part of the monument by Aldo Rossi or is it a feature from Duomo? You also added a note that reads: "every

city has its own heart where its spirit has been left over time".

GDA: It is related to the Duomo. I have Milanese roots, I grew up in Milan and so I had some difficulties at the beginning when I was asked to talk about the city. It always seems much easier to capture significant aspects of a city when you visit it for the first time. So to answer the question I went out and about by scooter, retracing the places of my childhood. My Milan is very broad, when I was young I lived downtown in front of the Palazzo Delle Stelline, we rented that apartment and unfortunately the time came when we had to move out. I lived in other neighbourhoods, including suburban ones, I changed a number of studios in a number of areas in the city... Having to look for the most significant features I wanted to delve a bit deeper into the history and I found a photograph of the south side of Duomo, in a part in which only the matrix is highlighted, focusing on the surface texture of the Candoglia marble. As I wrote my idea is that cities leave their spirit somewhere" and where better than the stones of its oldest and most important monument, built with a rare material which is only for the exclusive use of the Fabbrica del Duomo? Milan has the ability to evolve while been continuous, never repudiating its deep soul.

LM: Candoglia marble has an interesting history, it once belonged to the Archbishop of Milan and it could only be used for the Duomo of Milan, with the exception of the Monument to the Partisans by Aldo Rossi. I also remember that the cathedral was the first real gallery in Milan because the transept was once open and could be continuously crossed through, a cloth separated religious functions from a more public and daily use. In the image of marble is there a subtle enticement to slow down?

GDA: I like to think that slowing down and taking the time to look for this invisible communication among the stones is an attractive draw, especially today with the arrival of so many new young people.

MATEO FANTONI

LM: You returned to Milan after a long period with Foster, but you too are Milanese through and through...

MF: I am Milanese and I was lucky enough to have been born in via Manzoni, I remember going with my grandfather to take small pastries at Alemagna, I went to school with my sister in Via della Spiga, when they still sold chicken and buttons... Before the 1980's Milan was a very different city from the one we find today, the fashion ateliers had not arrived yet. Milan is unyielding, rigorous, a palace for professional growth, dynamic but never pretentious. When I think of a Milanese from the bygone days I think of my grandfather, who got up early in the morning, went to the office on foot, came back in the evening and at half past six had dinner. In the city in the eighties, we would meet in bars, cell phones weren't around in those days, we would meet in those few streets, not squares, because Milan is not a city of squares but of courts, patrimony of our city and at the same time it was a city of housing for workers, manufacturing and finance. The industrious nature of the city has always been present and perhaps the reason why today it draws great interest is because there is an immense cosmopolitanism in its DNA. Projects like Biblioteca degli Alberi or delle Torri are modern day examples but if we think about Gardella, Albini, Soncini, Beretta, Giò Ponti. Since the 1950's there has been a keen desire for vertical structures.

LM: as a contrast to this world of functional efficiency you have chosen to talk about the suburbs of Milan, a great resource for the city. The industrial working class has been the strength of the city. 20 years of building works given rise to a completely different city. Milan is a city that you can still cross on foot in a day and at the same time its metropolitan territory is much vaster.

MF: What is happening now in Milan is extremely important, an urban and social regeneration is taking place. There is an important plan to connect the different areas

of the city. During my lifetime I have seen Milan change its face a number of times, from the city of my childhood, to that of the 1980's, to the city I found on my return from an experience abroad. It is a city that, while preserving its rigour, its courtyards, looks to the future and wants to keep on moving forward, just as it always has done.

FRANCESCO FRESA

LM: Francesco, you take us to the terrace of your studio, Piuarch, in the neighbourhood of Brera, from here we can see many symbols of the changes in the city.

FF: Milan, unlike Rome, demands an active role. The city does not outrightly boast its beauty like Rome does, it simply asks you to look for it in the places which identify it: courtyards. Courtyards have always been public places, the typical Milanese tenements with communal balconies were a way of living, exchanging and sharing. As an image I have brought our rooftop which has been converted into a vegetable patch. We wanted to use the roof as a resource, the idea was to bring urban farming back into the city, an important feature of many other Italian cities. I often think of those wheat fields that could be seen in war time pictures.

LM: It is also an extremely contemporary issue, nowadays we are trying not to deplete land or valuable resources by using what we already have, as in this case, the roof. A change in position in order to understand the scale of the city.

FF: It is the city's scale that makes it so active and inclusive. Thanks to its average metropolitan size it has the ability to rebuild an urban fabric that would otherwise be lost in a bigger metropolitan area. Cities like Milan, Copenhagen, Amsterdam or Brussels are going through great developments precisely because they are inclusive cities where the contributions of talents from different cultures have enhanced and enriched. Today, Milan is a model and I hope we will see knock-on effects in the rest of Italy.

MICHELE ROSSI

LM: Studio Park, a studio that has been fortunate in these years to work on a number of post-war buildings. Working on the Italian post war building patrimony means making historical buildings commodious and energy efficient while keeping an aesthetic harmonious balance. What projects are you most fond of?

MR: The project that is most representative of the city, is the renovation of the Soncini brothers building in front of the Museo della Permanente, a project we were extremely fond of, that allowed us to work in some way with our Masters. We like to conceive renovation projects as a sort of coproduction, we try to give a contemporary interpretation to the will of the designer, we like that the impression of the building continues in those who observe it before and after the works.

LM: What are the buildings in Milan you are most fond of, those you would like to recommend?

MR: Post war buildings are the buildings I love the most, most certainly the building of Gio Ponti in Piazza Caiazzo – I lived there and I saw it's development... The post-war period was a fruitful period in terms of solutions.

LM: This heritage that needs to be structurally rethought out is an immense resource for many European cities, modern materials were not destined for a long life and this has extraordinary implications for creativity.

MR: Milan is a laboratory. The very same industrial spaces and courtyards today are transformed by new social scenarios that inhabit them, particularly for work. This creates, in my opinion, a fascinating seamlessness, typical of the moral culture of this city.

CLAUDIO SAVERINO

LM: Chinatown, the oldest Chinese community in Italy

CS: I didn't want to photograph any particular architectural feature, I simply wanted to represent a real social situation. I remember a chat with a female friend from Rome who accused the Milanese of having a small town mentality, even though deep down I believe that it is a curious and enquiring city and certainly not a provincial one. Milan has always expressed its will to experiment and modernize, the risk is that it can lose some of its original footprints. My grandmother, who was Portaluppi's tailor, would be forever telling me stories of a city which no longer existed. When we would look out of the window onto via Garigliano together, the Isola neighbourhood was showing the first stirrings of urban redevelopment with the skyscrapers in Porta Garibaldi. She looked at me and said "You architects are ruining the city" and I was slightly hurt by that remark. She was born in 1907, she took her honeymoon in Monza by horse and carriage, and she would tell stories of when they used to have picnics in the fields around the Isola neighbourhood and would keep the wine cool in the water of the river. I was able to relive the city through her eyes and through her stories, a city in which water played an extraordinary role, being developed on a network of canals and a series of artificial networks which unfortunately have been almost forgotten.

LM: At the same time this city, where at times you could smell freshly cut grass from its fields, is the same city that then decided to change, to host the first Expo, to have the first power stations, to become the capital of innovation that went on to transform the country.

CLAUDIO SILVESTLIN

LM: Milan also has an extremely strong moral, ethical side to it, it has had some great influential voices, take for example Dario Fo, Cardinal Montini, Giovanni Testori...

CS: A poem by the Milanese poetess Alda Merini reads: "In the neurotic city streets, men run after each other, eating wach other". Poets are courageous and know how

to be frank. Milan is a city which at times is repelling and stressful, it should be endured with great awareness/responsibility and energy. The speed is overwhelming, at times it doesn't allow you enough time to find your own rhythm.

PAOLO VOLPATO

LM: You have a wonderful story, that passes through influential design studios from Lissoni to Matteo Thun. You have brought us an image of the Pirelli Tower.

PV: It is one of the city's projects I love the most. I remember this parallelism many years ago, it was 1983, I was in New York, I went up the Twin Towers, I thought I would have seen very small images of people from above, but I was blinded by fog. From the Pirelli Tower I saw what Buzzati called the "hard working ants". Milan is an industrious but not a frenetic city, it is dynamic. The image from the Pirelli Tower for me expresses all the desire to move in a vertical direction, a vertical direction that today more than ever before is a real advantage.

LM: Two wonderful images come to mind. – A tale, "Ascolto il tuo cuore o città" by Savinio that explains the story of the first lift in Milan, in a 10-floor building, going up in the lift the noise of the city began to fade away and you could begin to hear the sound of the Gods who were feasting at the top" – During the opening credits of the film "La notte" by Antonioni, while the lift is going down, you catch sight of a city that is still countryside. It was the beginning of the 1960's. The Pirelli Tower had just been brought to completion and held the record as the highest building in Europe.

Models

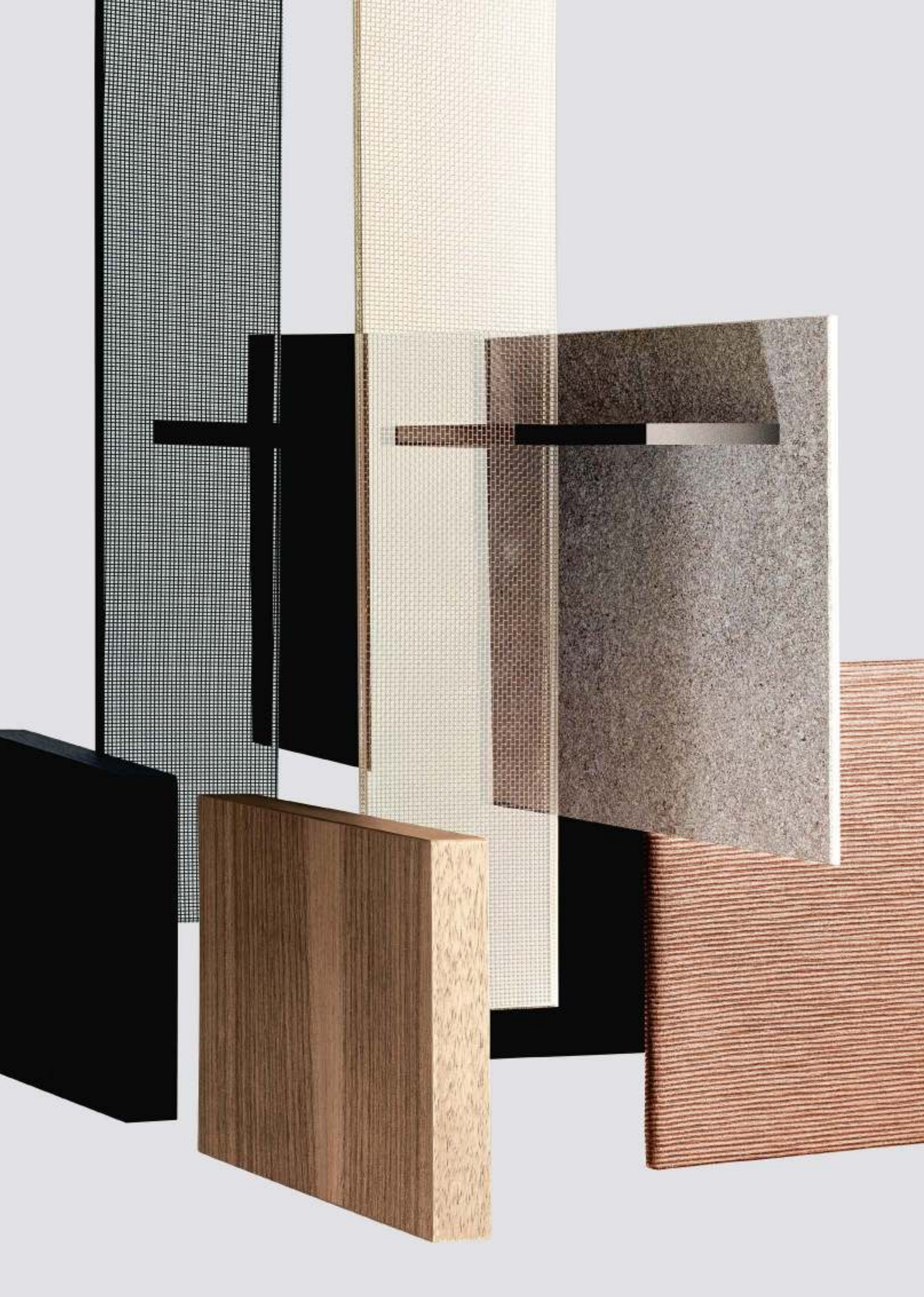
Photos by Simone Cavadini

#1



Vetro rete alluminio, specchio grigio, rovere nero,
grafite spazzolato, marmo nero marquina.

#2



Vetro maglia rame, brown,
tessuto lux ruggine, noce, gres moka.

#3



Marmo calacatta, palladio, vetro tufo opaco,
noce sahara, vetro maglia gold.

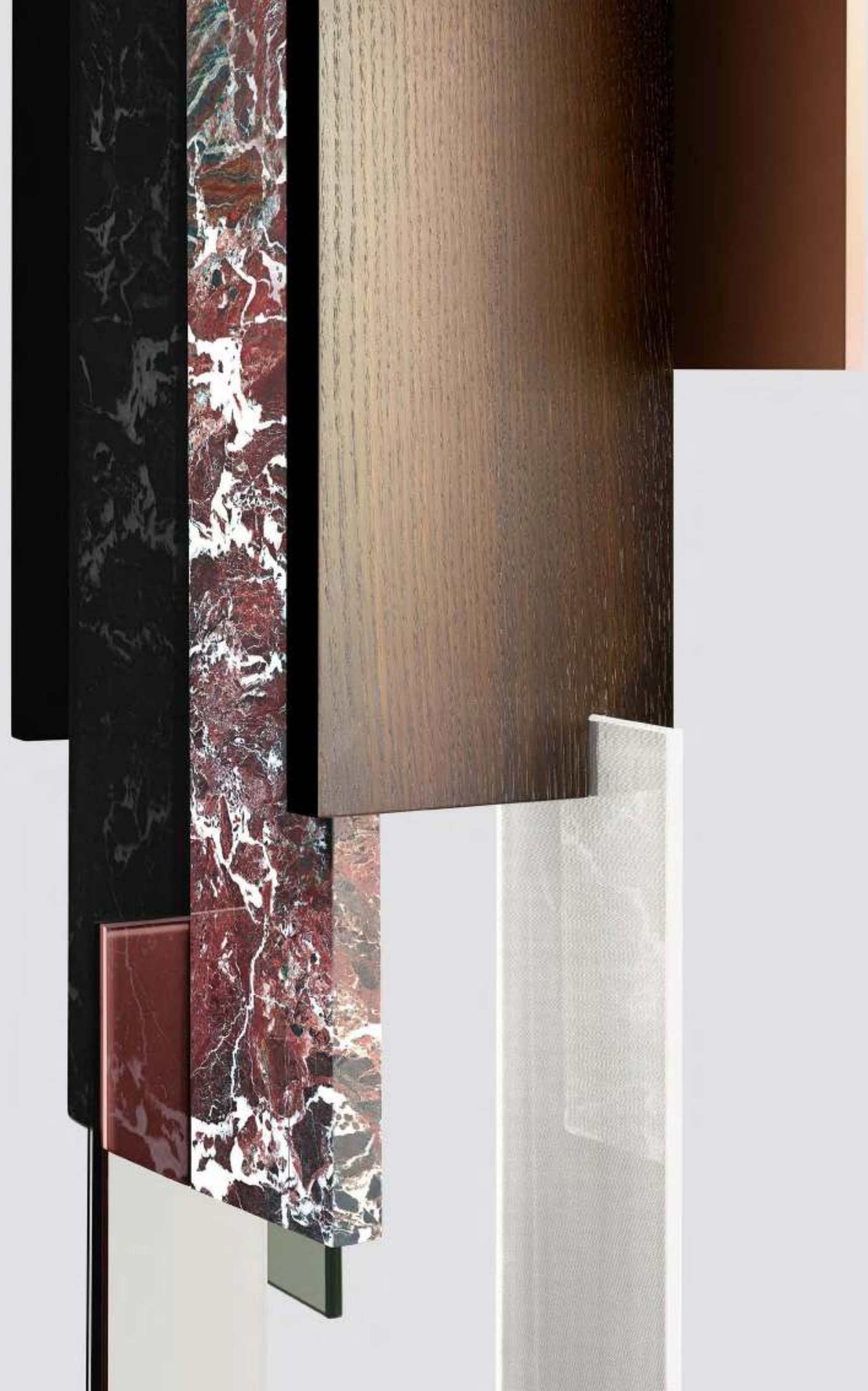
#4



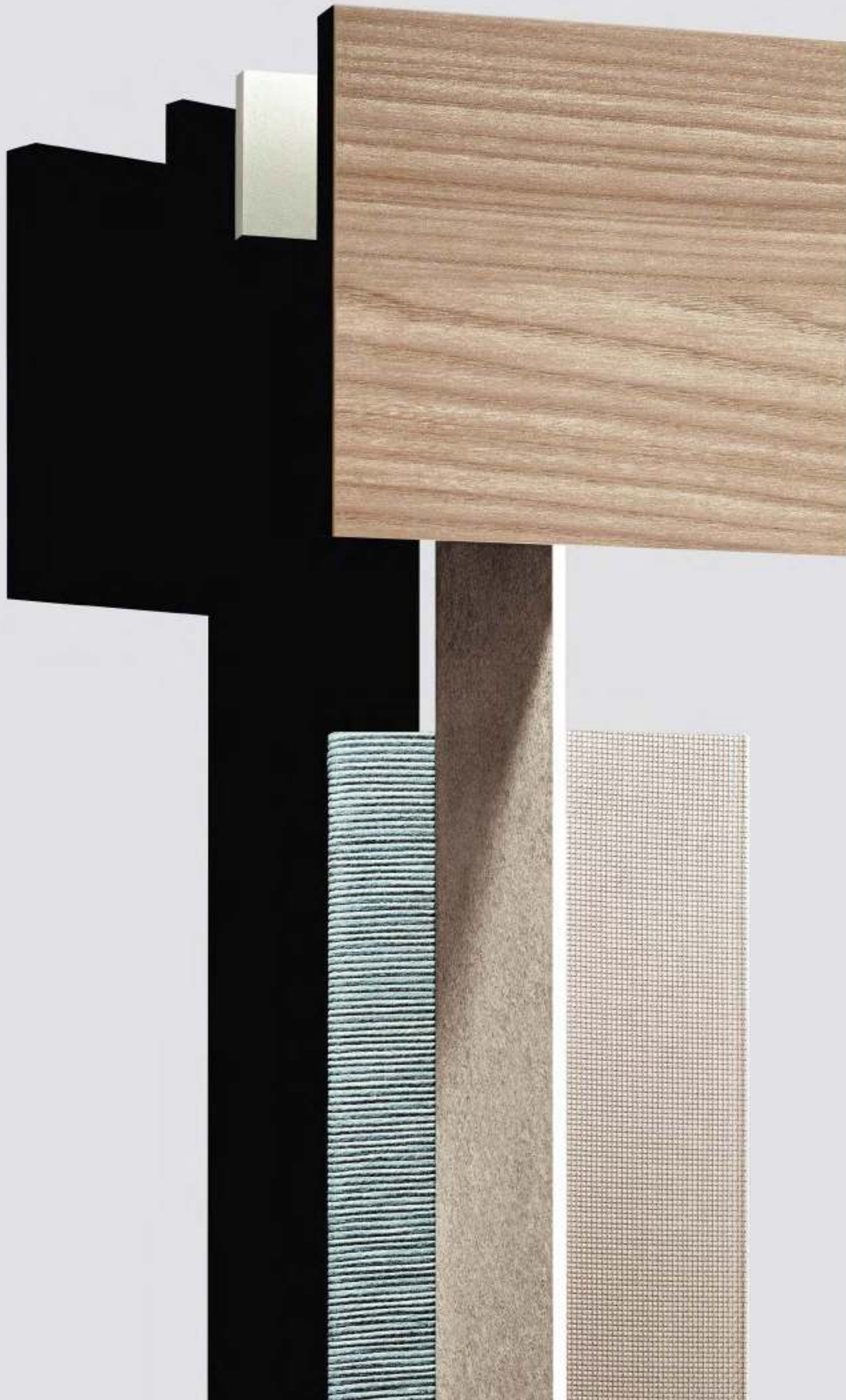
Marmo crystal grey, grafite, rovere grigio melaminico,
vetro rete inox, tessuto material papiro.

#5

Vetro amaranzo lucido, marmo rosso lepanto, vetro rete inox,
rovere termotrattato, rame spazzolato.



#6



Melaminico olmo, platino, vetro maglia gold,
gres crema, tessuto lux salvia.

Simone Cavadini (b. 1988) is a Swiss still life photographer based in Paris. After obtaining a diploma in Graphic design at the CSIA Art school in Lugano in 2008, he studied Photography at the Lausanne University of Art and Design (ECAL), from which he graduated in 2012. During his years at ECAL, Simone started combining the practice of Graphic design with that of Photography, gradually specializing in still life photography. He currently lives between Switzerland and France, where he works on both personal and commercial projects.

Simone Cavadini (1988) è un fotografo svizzero di still life con base a Parigi. Dopo aver conseguito il diploma in Graphic design presso il CSIA di Lugano nel 2008, ha successivamente studiato Fotografia all'ECAL di Losanna dove si è laureato nel 2012. Durante gli anni trascorsi all'ECAL ha cominciato a combinare graphic design e fotografia, specializzandosi gradualmente nello still life. Attualmente vive tra Svizzera e Francia dove lavora su progetti personali e commerciali.

Milano, 18.06.2018

Che differenza c'è tra moda e design? Come comunicano tra loro questi due mondi così importanti anche per la città di Milano?

Dialogo sulle attuali interazioni e sui futuri scambi tra le due discipline

In collaborazione con Icon, Icon Design
Ospiti: Sir Paul Smith, fashion designer, Alberto Alessi, imprenditore
Moderatore: Michele Lupi, direttore di Icon e Icon Design

PAUL SMITH

ML: Moda e Design: possono incontrarsi questi due mondi?

PS: Moda e design nella storia hanno attraversato periodi molto diversi ma sono sempre andati di pari passo. Dagli anni '80 in cui il binomio bianco e nero era il linguaggio di influenza giapponese comune ad entrambi i settori, si è giunti a oggi a una sperimentazione del colore molto coraggiosa, dove pattern ed elementi decorativi sono diventati la cifra stilistica di molti brand. Questa evoluzione si è verificata in entrambi i settori, influenzati dalle stesse tendenze o frutto di una contaminazione reciproca.

ML: Come convivono fashion e furniture nei punti vendita?

PS: In Paul Smith abbiamo un team di 12 architetti e furniture designer incaricati proprio di disegnare i nostri punti vendita in giro per il mondo e progettare anche gli arredi. Ogni punto vendita deve essere unico, diverso per spirito e look, deve essere fortemente connesso alle caratteristiche del luogo in cui sorge, questo spiega perché gli edifici Paul Smith sono spesso molto differenti tra loro nelle principali città nel mondo.

ML: Qual è stata l'evoluzione partendo dai tuoi primi punti vendita di Nottingham?

PS: Fin dall'inizio per me era fondamentale la presenza di pezzi vintage di design nell'allestimento. Il mio primo negozio a Nottingham, la mia città natale, risale al 1970. Era un negozio troppo piccolo per contenere degli arredi, 3metri × 3, quindi l'allestimento era limitato a pochi oggetti. In seguito abbiamo aperto a Londra e finalmente abbiamo potuto ospitare pezzi di design di dimensioni più grandi, di Rosenthal, di Diadié...

ML: E l'ispirazione dal punto di vista culturale? Quali sono i tuoi interessi?

PS: Sono interessantissimo al design ma anche all'architettura. Ho iniziato a leggere la rivista Domus nell'87, in quegli anni

farla arrivare a Nottingham era molto difficile ma per fortuna avevo degli amici a Milano incaricati di spedirmela dove abitavo, a Holland Street. Se potessi vorrei ringraziare il grande Gio Ponti per aver pubblicato i suoi progetti già dal '67. Amo la cura dedicata alla ricerca dei materiali che si vede in molti edifici del passato; materie prime pregiate come il marmo di Carrara impreziosivano le superfici. Elementi estetici e funzionali avevano la stessa importanza, c'era una certa artigianalità nell'ideazione, la stessa che possiamo ritrovare nella manifattura.

ML: Cosa pensi di Milano in questo momento storico? Come nodo centrale di collegamento per la moda e per il design, pensi che sia cambiata negli anni?

PS: È certamente cambiata, dal punto di vista architettonico e dello skyline, si è arricchita di nuovi simboli e istituzioni per l'arte come la Fondazione Prada. Milano piace a tutti soprattutto per l'importante contributo che personalità influenti del mondo del furniture design e della moda hanno saputo dare negli anni. Contemporaneamente è sempre stata una città un po' segreta, Milano si fa conoscere lentamente con i suoi cortili e le piccole gallerie; percorrendo vie più nascoste si possono scoprire tutti i suoi lati migliori.

ML: Design e Fashion – Il pensiero all'origine della creazione è lo stesso?

PS: Penso che si tratti di due realtà con processi di realizzazione molto diversi. Per realizzare un capo bisogna controllare personalmente molti dettagli che vanno dalla scelta del tessuto, al lavoro dell'artigiano, alle stesse forbici da usare... ma talvolta bastano 30 minuti per avere un'idea dell'abito finito. Nel furniture design invece i tempi possono essere molto più dilatati. Spesso ricerca e progettazione si muovono in parallelo prendendo in considerazione tecniche e tendenze molto diverse tra loro ma legate da linguaggi comuni. Il graphic design non è l'unico mezzo per progettare. Nel nostro studio ad esempio utilizziamo il computer quando è necessario ma sperimentiamo ancora con gli strumenti del disegno, della pittura e della stampa d'arte

come la serigrafia, quindi con tutti quei mezzi espressivi che considerano l'errore come una potenzialità.

ML: Tornando al concept degli store, secondo te quale sarà il loro futuro? Pensi davvero che la digitalizzazione nel commercio possa avere la meglio?

PS: L'e-commerce incide molto sul fatturato annuo, per noi quasi un 30% in più, ma non possiamo certo pensare a delle città senza negozi. Non possiamo immaginare la scomparsa degli shop e delle figure professionali legate alla loro progettazione.

ML: Hai deciso di dipingere di rosa l'edificio dello store di Melrose Avenue a Los Angeles, perché questa scelta?

PS: È stata una scelta basata sull'analisi del contesto, volevo che l'edificio fosse estremamente riconoscibile, si distinguesse all'interno di un sistema urbano fatto di grandi strade simili tra loro. Mi sono ispirato all'opera dell'architetto Luis Barragán, alle geometrie solide e pulite e ai colori vivi e ho trasformato quello che si potrebbe descrivere come un cubo di cemento in un punto di riferimento per la città.

ML: Se dovessi nominare un designer o un architetto dal quale hai tratto molta ispirazione, quale citeresti?

PS: Ho sempre tratto molta ispirazione dai nomi importanti dell'architettura ma soprattutto da un maestro del passato, il Palladio, e dalle sue teorie sulle proporzioni perfette. L'estetica delle proporzioni, l'approccio matematico applicato alla progettazione architettonica sono comuni anche al disegno di un abito.

ML: Sei un appassionato anche di automobili, tu hai una Bristol giusto?

PS: Sì, la Bristol è un'auto inglese del '56; la mia è bordeaux, proprio come quella del film di Daniel Day Lewis. Daniel è un amico e siamo stati molte volte seduti su quell'auto insieme. C'è una forte affinità tra noi due, come l'importanza che riconosciamo nel lavoro manuale. Molti sanno che Daniel ha fatto un'esperienza di artigiano

delle calzature a Firenze, ma ha realizzato anche molte opere di carpenteria lavorando con l'acciaio e il ferro. Anche per me il lavoro manuale è importantissimo: faccio ancora a mano le maquettes per i nuovi negozi, le intaglio personalmente.

ML: Lusso, è ancora una bella parola? Oggi fa pensare a una sorta di eccesso e non ha sempre una connotazione positiva, tu cosa ne pensi?

PS: Penso che il significato della parola scorra in parallelo con il suo utilizzo e che in questa epoca storica la parola Luxury sia decisamente troppo utilizzata. Qualsiasi nome di prodotto può essere seguito da “luxury” nella ricerca spasmodica di raggiungere uno status e creare appartenenza, si affievolisce così l'importanza della parola stessa.

Prima parlavo del mio interesse per il “fatto a mano” che per me rappresenta il vero concetto di lusso oggi. Circondati però come siamo da giganti industriali che producono moda low cost, fast fashion, è sempre più difficile trovare qualcosa di unico, fatto col cuore. La velocità è un'altra vera problematica di oggi; sembra essere direttamente proporzionale al nostro valore sul lavoro o nella società. Cerchiamo nel digitale e nella frequenza amplificata un modo per saziare il nostro bisogno di compiacere. C'è una frase però che mi ripeto spesso: “Nobody cares how good you used to be”, a nessuno importa quanto sei bravo.

ALBERTO ALESSI

ML: Non sei un designer ma come sottolinei ironicamente tu sei più un “designer di designers”. In questa staffetta tra un grande della moda un grande del design italiano vorrei chiedere anche a te se ci sono dei punti di contatto tra questi due mondi: Moda e Design.

AA: Non sono un designer, esatto, sono piuttosto un design manager. Parlando in riferimento alla mia esperienza ho avuto, in questi circa 50 anni di attività, molti contatti con esponenti del mondo della moda; mi sarebbe piaciuto veder applicare i metodi progettuali e le idee del design di moda al product design. Purtroppo la forte

distinzione tra un product o furniture designer e lo stilista sta principalmente nella scelta dei materiali e quindi nel saper disegnare in tridimensione. Il primo scontro con questo limite fu già alla fine degli anni '70, quando organizzammo a Berlino un seminario sotto la guida di Alessandro Mendini e tra gli invitati a partecipare c'era Jean Charles De Castelbajac che mostrò una vera difficoltà nel confronto col il disegno tridimensionale. Mi ricordo anche un altro episodio legato in questo caso a Paco Rabanne che aveva un'idea bellissima per uno specchio per Alessi, lo voleva chiamare “La più bella del reame” ma alla fine non riuscì a disegnarlo davvero e non andò mai in produzione.

ML: Tu hai un'enorme esperienza: in questi anni in Alessi, avete avuto la possibilità di progettare un range vastissimo di prodotti. Mi ricordo addirittura una Panda Fiat e altre esperienze legate al mondo dell'automobile.

AA: In effetti quello che hai appena citato, della Panda, è uno dei rari casi in cui abbiamo lavorato in bidimensione, perché la Fiat non ci aveva dato la possibilità di disegnare per intero una macchina ma soltanto la forma degli esterni e alcuni dettagli degli interni. Il sogno di fare una Alessi car poteva realizzarsi con Starck qualche anno fa ma, ahimè, nessuna industria automobilistica si è rivelata interessata a produrre il prodotto. Magari in futuro...

ML: Forse è più vicino di quanto crediamo! Pensando al futuro dell'automotive si va nella direzione di ottenere auto sempre più intelligenti e driverless, verranno meno i vincoli di sicurezza che obbliga il design ad assomigliarsi e forse gli esterni diventeranno sempre più forme libere e gli interni quasi dei luoghi di lavoro. Ma le ricerche di mercato non sono sempre attendibili, lo stesso Achille Castiglioni quando ero molto giovane mi disse che l'unica cosa importante per progettare è non dare importanza alle ricerche di mercato. Hai qualche aneddoto su di lui, tu che lo conoscevi bene?

AA: Mi ricordo di averlo coinvolto in più occasioni, ma quando gli chiedevo di disegnare oggetti per la cucina inizialmente si opponeva. Più che altro era preoccupato

di non aver un'esperienza sufficiente in cucina. Poi ne ha disegnati comunque e devo dire che, nonostante la cucina fosse un mondo più femminile, i designer che progettavano utensili sono sempre stati in maggioranza uomini che come lui non avevano una particolare esperienza in questo senso. È curioso!

ML: Milano, capitale del Furniture design e della moda, l'hai vista cambiata ultimamente? I nomi del design sono sempre più internazionali, cosa è cambiato ora che sono venuti a mancare molti dei grandi che hanno fatto la storia del design italiano?

AA: Milano continua certamente a essere capitale del design ma per motivi diversi da quelli di una volta. Prendiamo la storia del design italiano: fino agli anni '70 il prodotto era disegnato da un designer italiano e realizzato in Italia da un'azienda italiana. Se però ci spostiamo già alla seconda parte degli anni '80 una buona parte dei prodotti italiani non era già più disegnata da italiani. Le aziende italiane si sono aperte a un panorama di respiro più internazionale e personalmente trovo questa tendenza positiva: si sono ossigenate. Se la componente dell'italianità dell'autore veniva meno rimaneva comunque quella della produzione. Oggi in molti casi non c'è più nemmeno la produzione italiana: il design italiano è rappresentato da designer stranieri e prodotto all'estero. Questa pratica di mediare tra il mercato e gli esponenti internazionali del panorama design è, per i marchi italiani, una mediazione di tipo più artistico. Forse ciò che è cambiata è la figura dell'imprenditore che oggi ha un ruolo sempre più vicino a quello del curatore.

ML: Tutti sanno che tu hai una formula del successo che ti permette di scegliere quali prodotti mettere in produzione senza sbagliare, ma in cosa consiste?

AA: È vero e funziona. Consiste in una formula matematica che consente di definire con precisione quale sarebbe il successo del prototipo che hai davanti qualora decidessi di metterlo sul mercato. È una formula basata su 4 parametri, ogni parametro è diviso in 5 livelli ai quali corrispondono dei punteggi. Negli anni si è rivelato un metodo infallibile.

ML: Il tuo con i designer è anche un lavoro di scouting. Pensi prima all'oggetto e poi a chi potrebbe realizzarlo oppure capita che sia il designer a proporti dei progetti?

AA: Molto spesso lavoriamo come una classica azienda a dei brief di nuovi prodotti. Una volta scritto il brief propongo a tre nomi il progetto e chi è interessato lo inizia. Se la proposta che ricevo si rivela interessante per la realizzazione, inizia la sua produzione che di solito dura circa un anno.

ML: tu non ami molto il mondo della moda eppure ci sono degli elementi in comune col mondo del design anche a livello di produzione.

AA: Il design ha preso dalla moda la velocità: ora presentiamo due collezioni all'anno e questa rapidità è quasi eccessiva per i tempi del product design dove un designer che progetta una sedia non sempre riesce a muoversi in parallelo ai desideri del mercato. Lo stesso Enzo Mari sosteneva “quando un progetto che ho fatto si vende bene inizio a pensare che non fosse un buon progetto”.

ML: questa di fare un progetto per il piacere di farlo è una caratteristica appartenente anche al mondo dell'arte e della musica. Forse i progetti fatti con amore sono quelli che a lungo termine acquistano più valore?

AA: Questa possibilità può appartenere più al design che alla moda. Un abito di 60 anni fa può aver rappresentato una rivoluzione in un periodo storico di grande importanza culturale dove sarà confinato senza continuità funzionale; nel design un prodotto può essere allo stesso tempo una rivoluzione legata ad un momento storico e continuare ad essere utilizzato negli anni successivi allo stesso modo.

ML: A quali prodotti storici sei più legato?

AA: Sicuramente alla prima caffettiera espresso degli anni '70 disegnata da Richard Sapper, un omaggio al mio nonno materno Alfonso Bialetti; in produzione dal '79 è anche stato il primo prodotto di Alessi dedicato alla cucina. Dal '21 al '79 infatti la Alessi produceva solamente oggetti per la

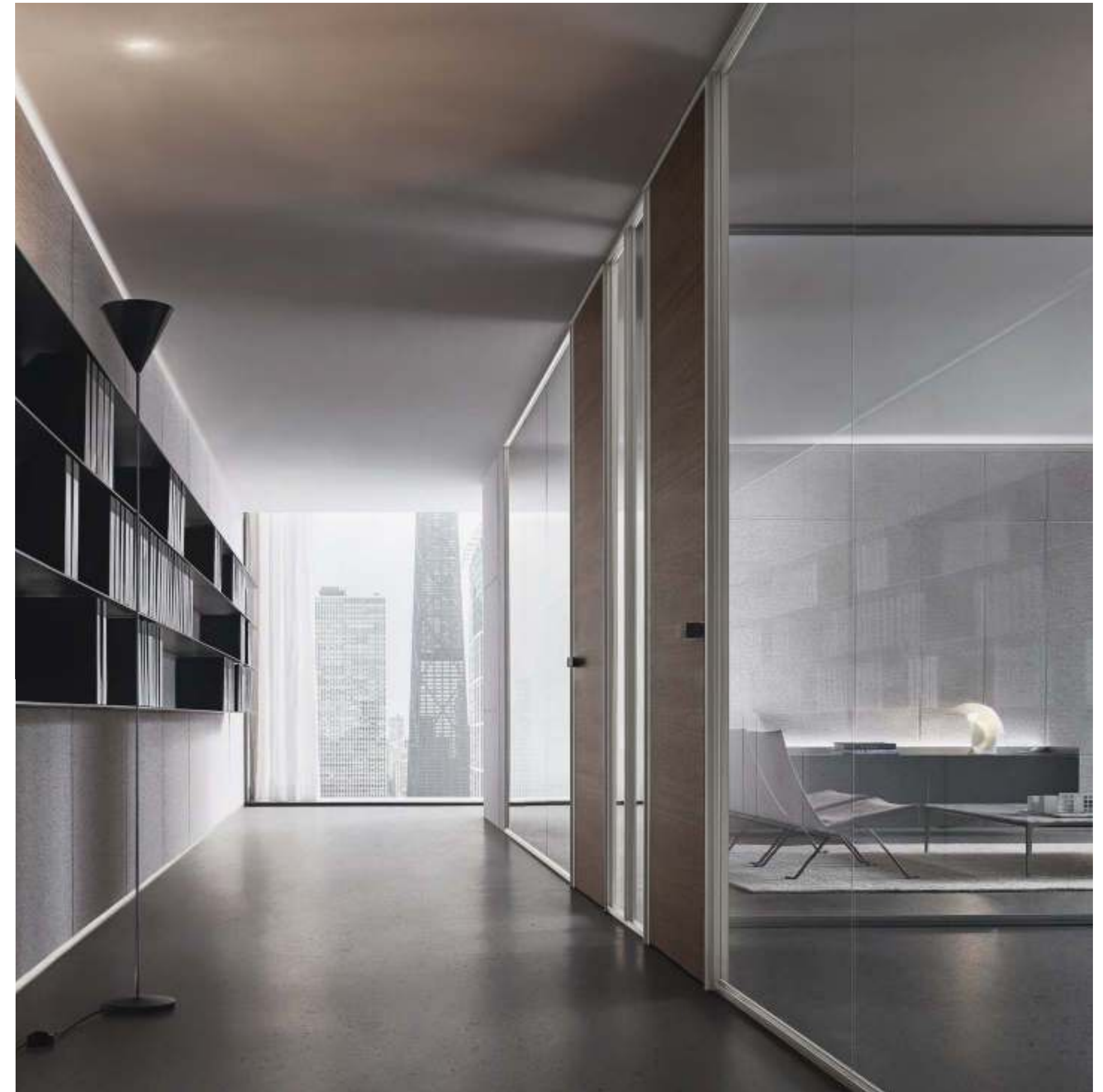
tavola e il bar, solo dopo la caffettiera si iniziarono a produrre utensili e altri oggetti. Un'altra collaborazione che ricordo con affetto è stata quella con Saeko, per una collezione di orologi. Tutto iniziò con Aldo Rossi che voleva disegnare un orologio, arrivò con un modellino che poi si chiamò “Momento”, successivamente Achille Castiglioni disegnò il suo “Record”, poi venne quello di Sapper e così via... la Saeko si accorse di questi orologi e ci propose di fare una collezione di 20 modelli.

ML: Quanto influisce il marketing oggi sul lavoro del designer? Abbiamo ancora un rapporto empatico con alcuni oggetti?

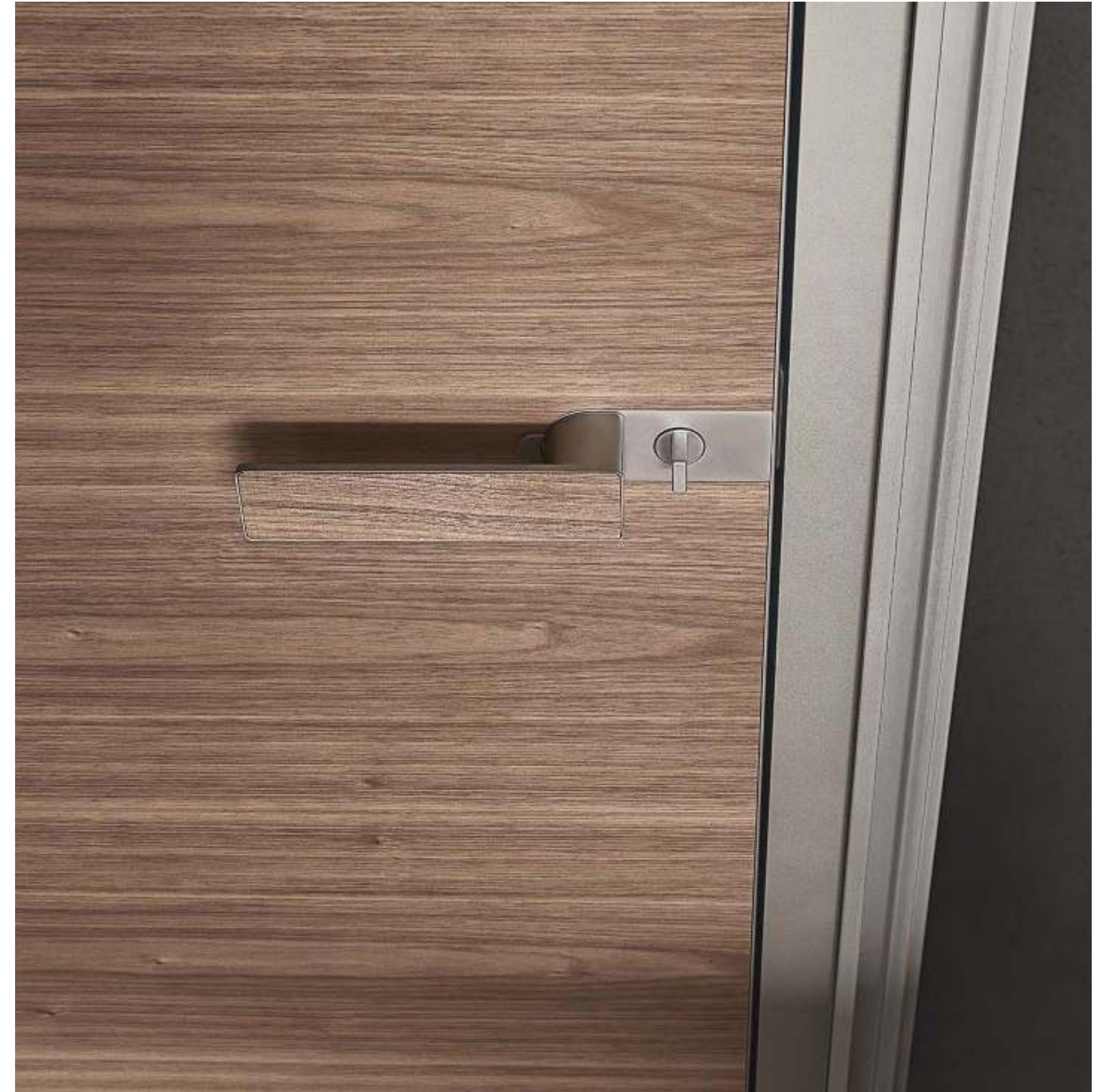
AA: Oggi tutto sottostà alle richieste del marketing, uno strumento che asseconda spesso i desideri dei target reprimendo creatività e poetica a discapito del buon design. Per me il marketing è come una gabbia nella quale si cerca di comprimere la realtà della società uniformando i canoni e l'estetica dei prodotti in uscita. Molte aziende oggi pretendono la regia completa nella realizzazione di un prodotto, lasciando sempre meno libertà al designer di esprimersi con le proprie competenze e potenzialità. Questo non può che essere dannoso per il mercato e sicuramente genererà oggetti che non rimarranno importanti nel tempo.

ML: E come si colloca il design nel mondo del lusso?

AA: Per me il design non è lusso: come il lusso fa leva sul desiderio di appartenenza e aspirazione dell'individuo, ma gli oggetti di design vengono concepiti per una produzione industriale e quindi destinati a fasce di pubblico molto ampie. Fanno eccezione i rari casi in cui edizioni speciali o limitate di un prodotto sono riservate al pubblico di nicchia delle gallerie.







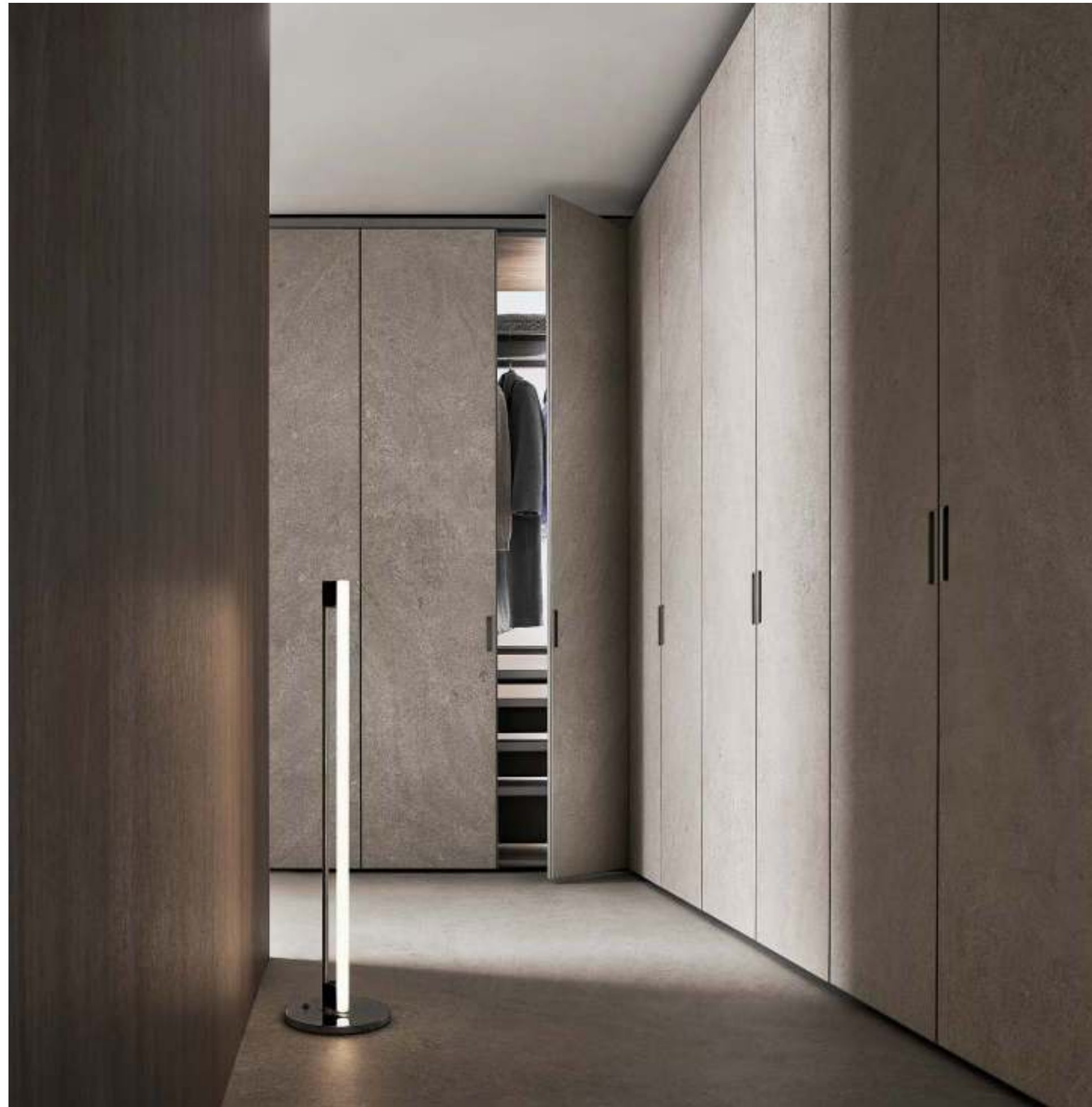
Heaven is so far of the
mind that were the
mind dissolved the site
of it by architect, could
not again be proved.

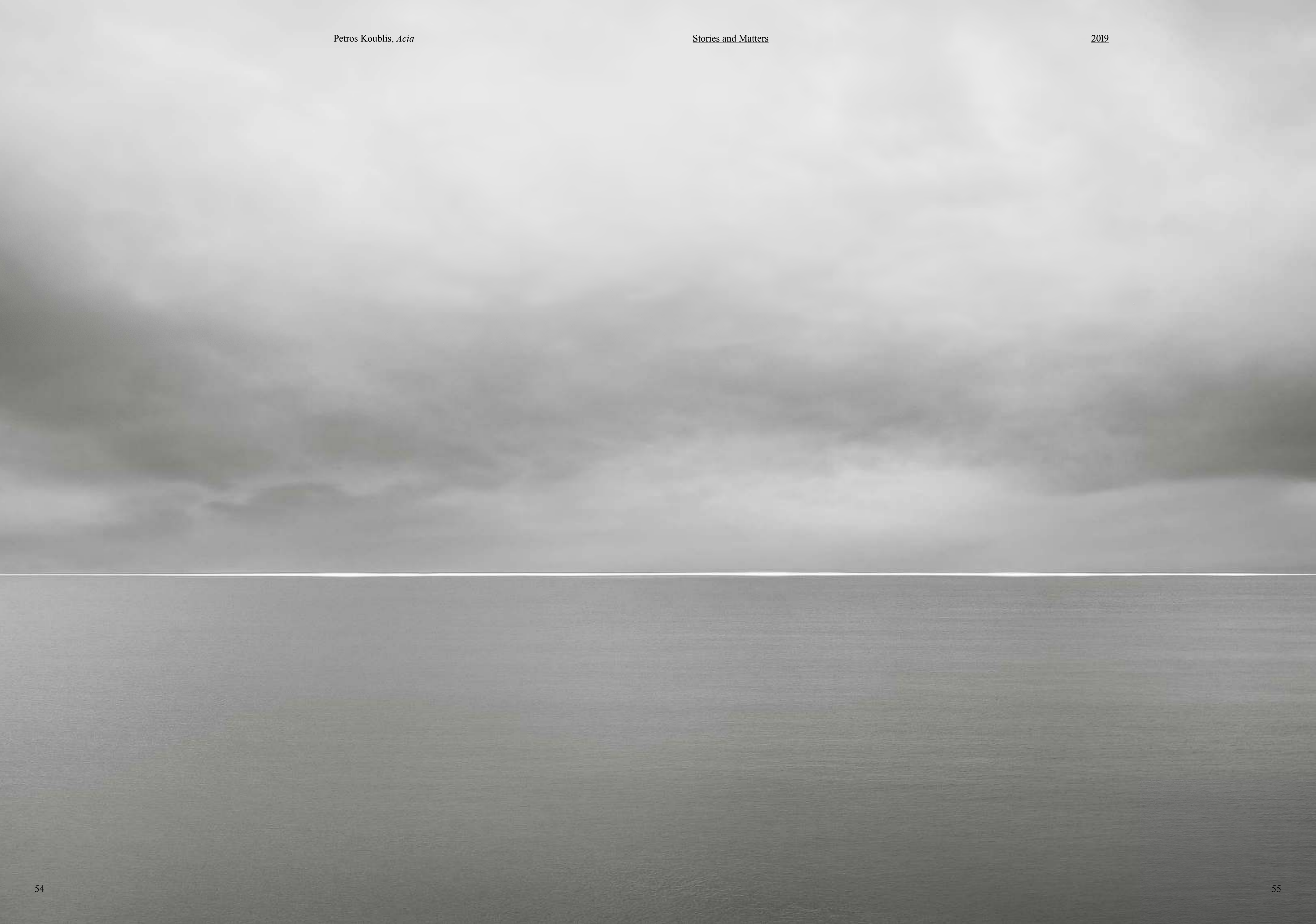
Emily Dickinson, Heaven is so far of the mind

'Tis vast as our
capacity, as fair as our
idea, to him of adequate
desire, no further 'tis,
than here.

Stories and Matters

2019





Milano, 04.10.2018

Cosa si intende per contract? Come si inserisce nell’immaginario progettuale e nei diversi contesti in cui si applica?

Il valore delle commistioni interdisciplinari

In collaborazione con Area
Ospiti: Alessandro Adamo, DEGWi;
Marco Casamonti, Archea Associati;
Gianluca Peluffo, GianlucaPeluffo&Partners
Moderatore: Matteo Ruta, direttore Arketipo

Dal tema del brief al progetto, il contract rappresenta un vero e proprio accordo tra il progettista e le aziende. Nell’ottica di una gestione generale del progetto, semplificare sistemi architettonici complessi sembra essere tra i principali obiettivi. Contract però significa anche personalizzare gli spazi attraverso scelte innovative e qualitative nell’impiego dei materiali e nell’ingegnerizzazione. Le sfide progettuali narrate di seguito costruiscono così una guida e un pre-testo per elencare alcune necessità che spesso emergono in fase di studio: come portare l’identità italiana all’estero preservando il carattere culturale dei luoghi e del paesaggio, o come creare elementi di continuità applicando un nuovo linguaggio architettonico oltre che funzionale. Si parla poi dell’opportunità di creare un dialogo con i fornitori locali facendo scelte costruttive che vadano incontro alle esigenze anche economiche del luogo, della ricerca di un ponte tra l’architettura e le arti, dell’obiettivo quanto mai attuale di progettare in modo sostenibile. Rispondere alle esigenze della committenza significa progettare a partire dall’osservazione dello spazio. Compito del progettista è anche quello di individuare soluzioni efficaci per concentrare le risorse rispetto alla superficie progettando in base alle funzioni specifiche degli spazi, ideare percorsi strategici di collegamento tra le diverse aree di lavoro, sempre più dinamiche grazie al supporto della tecnologia responsabile di un’importante evoluzione nel metodo e nel flusso di lavoro. Che rapporto intercorre con i fornitori? Spesso un’abilità sottovalutata è proprio quella di scegliere di interagire con fornitori che abbiano un approccio artigianale alla realizzazione dei dettagli e che sappiano applicare la creatività alle necessità dettate dai vincoli di budget. Fare architettura è mettere l’uomo al centro del progetto in una visione quasi rinascimentale in cui arte e scienza, razionalità e interpretazione possono originare nuove strade e nuovi linguaggi espressivi. Il Contract sottopone quasi sempre il progettista alla sperimentazione: come in un processo di creazione artistica immagina soluzioni estetiche testando i risultati della materia ma viene a patti con l’esercizio costante del mantenere i costi. Una dialettica degli opposti nella quale le aziende italiane, grazie alla loro grande

versatilità, capacità e buon gusto, trovano proficue occasioni di confronto anche all’estero.

GIANLUCA PELUFFO

Un tema centrale quando si parla di contract è rappresentato dal dialogo tra culture profondamente diverse. Spesso ci si trova a progettare fuori dall’Italia e avere un’identità molto forte dalla quale partire è in se uno strumento di comunicazione essenziale. Attualmente stiamo realizzando delle grandi aree in territorio egiziano, in luoghi desertici e montagnosi, dove spesso l’unico rapporto spaziale tra gli elementi è quello che intercorre tra l’edificio e il cielo o tra gli edifici e il mare. I due principali progetti per dimensione ai quali stiamo lavorando si trovano vicino al Cairo. La prima area sulla quale abbiamo operato è un deserto montagnoso posto sul mare, a 150 km dal Cairo, solitamente vissuta come meta di vacanza. Siamo stati incaricati di fare un masterplan molto grande che prevede 8000 unità che a loro volta comprendono circa 30 tipologie differenti di abitazioni e 3 hotel. Il primo lotto in fase di realizzazione è di ben 2000 unità. La prima grande sfida quando ci si confronta con un progetto così grande è sicuramente quella di “inventare” subito un linguaggio architettonico oltre a concentrarsi sull’area dal punto di vista funzionale e del sistema degli spazi pubblici. Per questo il progetto è stato preceduto da una fase intensa di ricerca che ci ha permesso di entrare nello spirito del luogo: una ricerca per immagini e storiografica è servita a trovare punti di raccordo importanti tra la storia della forma in Italia e la cultura egiziana. Nello specifico caso di questo luogo, il tema architettonico ha interessato i primi step di progetto: trovandoci affacciati su un porto turistico, abbiamo pensato agli edifici come a dei corpi, degli elementi con dei veri e propri occhi per poter guardare il paesaggio. Basandoci anche su informazioni tecniche come il cammino del vento, abbiamo potuto operare scelte fondamentali nella selezione dei materiali. Sugli esterni abbiamo cercato di lavorare con materiali le cui specificità potessero dialogare con la tradizione locale e con le caratteristiche primitive della natura circostante. Allo stesso tempo abbiamo portato all’interno del progetto la caratteristica

qualità italiana nella lavorazione dei materiali, come ad esempio la ceramica. Le scelte costruttive dipendono in molti casi dalla situazione economica locale, ma soprattutto dalle caratteristiche del luogo. Il secondo progetto con base in Egitto è una città universitaria, anche in questo caso di circa 8000 unità, sempre vicino al Cairo, nella direzione del Mar Rosso. Il tema di partenza era quello di mantenere una zona centrale universitaria con 3 campus e 4 blocchi scolastici pre-universitari. Il brief prevedeva un sistema di downtown lungo le strade principali della città dove costruire residenze per studenti e residenze vere e proprie. Volevamo che il sistema delle università fosse generatore di movimento rispetto al sistema urbano, per questo abbiamo creato una rete urbana di collegamento e mezzi pubblici che assecondasse questo andamento non-dispersivo.

ALESSANDRO ADAMO

Mi occupo in particolare di tutto il mondo legato al workplace. Sono entrato molto giovane in DEGWi, una realtà che si occupa esclusivamente di progettazione e consulenza spazio-ufficio. Fin dall’inizio, i 4 soci fondatori erano convinti che lo spazio dovesse adeguarsi alle esigenze delle organizzazioni per costruire al meglio il loro modello di business, da questa idea è nata una società molto di nicchia. Occuparsi solo di un ambito della progettazione è abbastanza esclusivo e oggi siamo all’interno di un gruppo molto più ampio, Lombardini 22, che crede sempre nella nicchia di progettazione dei vari settori. Abbiamo una divisione luxury, una dedicata alla physical branding, oltre alla divisione dedicata al mondo degli uffici di cui faccio parte. Osservazione e analisi costituiscono due attività molto specifiche alla base del nostro metodo di progettazione: cerchiamo di capire in modo reale come viene utilizzato lo spazio ufficio nel corso della giornata lavorativa. Questo metodo è stato brevettato da DEGWi circa 20 anni fa, attraverso l’esperienza di lavoro con le società telefoniche. Da allora sono cambiate molte cose, le società un tempo non erano molto attente all’aspetto della fruizione, mentre oggi stanno capendo l’importanza di investire in progetti

che migliorino la produttività. Negli ultimi anni questa analisi preliminare è un’attività molto richiesta, in particolare nel mondo finanziario. Si pensi che oggi per un lavoratore il tempo medio di occupazione dello spazio ufficio rappresenta circa il 60% del tempo passato in azienda, mentre quello del posto lavoro è intorno al 40%. Questi dati spiegano perché ci occupiamo soprattutto di space-planning, cercando di capire le necessità specifiche delle diverse organizzazioni. Un cambiamento sostanziale che ha ridefinito, in alcuni casi rivoluzionato, i flussi di lavoro è dato dalle tecnologie che ci permettono di non occupare fisicamente un solo posto di lavoro ed essere quindi molto più decentrati rispetto al passato. Il tema degli spazi, della mobilità e del lavoro in team sono tre punti sui quali ragioniamo. Sicuramente negli anni ’70 la mobilità non esisteva e il lavoro in team era molto meno frequente; gli ambienti di lavoro erano per lo più fatti di lunghi corridoi sui quali affacciavano uffici chiusi, mentre la percentuale di aree di supporto era molto bassa. In seguito, negli anni ’90, le organizzazioni hanno cominciato a lavorare sul tema dell’efficienza, aumentando la superficie di persone per metro quadro che abitavano non più degli uffici ma degli open space. Le organizzazioni danno molto peso alla velocità delle informazioni e alla qualità del lavoro in team e per raggiungere questo obiettivo cercano il supporto delle tecnologie. Il peso si sposta così dall’efficienza all’efficacia dello spazio e sulla diversificazione degli spazi in base agli utilizzi. Lavorare sulla pianificazione degli spazi di lavoro oggi significa anche relazionarsi con una nuova idea del lavoro: la gerarchia ha sempre meno rilevanza, si ragiona meno sul livello organizzativo e più sul tipo di attività che viene svolta in ufficio e sulla caratteristica del lavoratore di essere resident o mobile. Anche i ristoranti aziendali sono visti come delle grandi risorse, spazi che possono essere utilizzati anche durante la giornata lavorativa per riunioni. Nella fase di studio è molto importante tenere conto di due complessità diverse: l’analisi oggettiva e quella soggettiva / percettiva. I dati ricavati da una prima fase di lavoro sono il risultato di un monitoraggio costante in relazione al fattore tempo e per numero di persone; a questi dati uniamo le risposte ai questionari di un

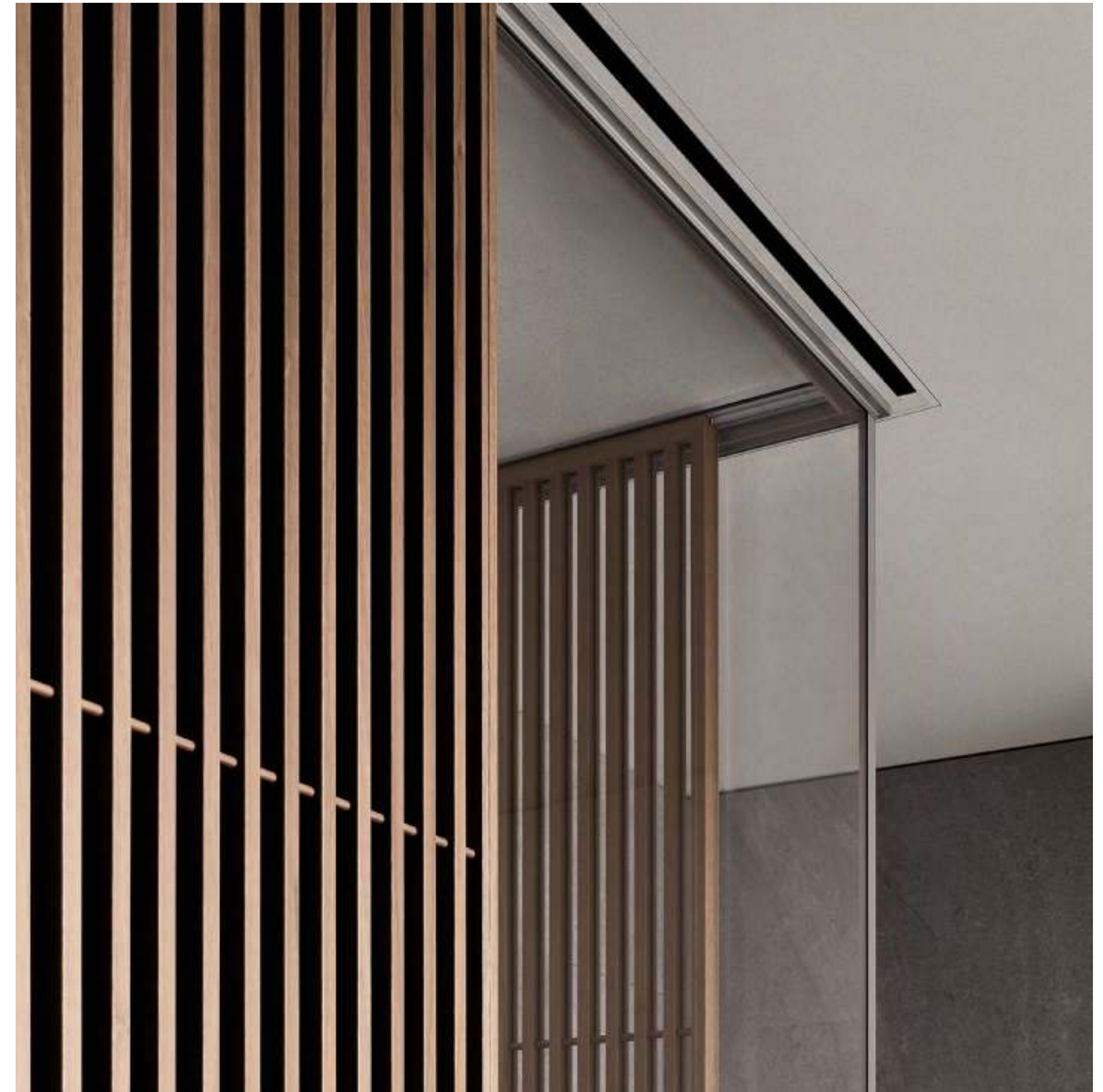
campione di partecipanti selezionati. Questa somma ci permette di accostare a dati oggettivi e scientifici una scansione più vasta di emozioni basate sulla percezione e sulla sensibilità dei singoli individui in relazione al luogo e al cambiamento. Oltre ad osservare, capire qual è il modello ideale da implementare, definire attività e tipologie di lavoro, è necessario lavorare anche sulle tecnologie per unire l’innovazione degli spazi alla loro abilitazione. Un caso significativo in questo senso è quello di Microsoft, che trasferendosi nella nuova sede di Milano nell’edificio progettato da Herzog & De Meuron è passata da 20.000 mq della sede precedente agli attuali 7.000 mq. Oggi le aziende ci chiedono semplicità nel dimensionamento e nel design degli spazi. Attenzione particolare va dedicata ai tall buildings: una bellissima esperienza recente, appena conclusa e che ha visto coinvolta anche Rimadesio, è stata il progetto della torre di Allianz. E proprio in questo periodo stiamo lavorando sul progetto di Price PwC, la terza torre del quartiere City Life. Il tema del grattacielo oggi ci pone davanti ad elementi complessi che devono allo stesso tempo essere efficienti e funzionali. Una torre ha delle caratteristiche di efficienza molto diverse da altri edifici: ad esempio è importante la possibilità di modifica del layout interno, così da permettere una buona gestione dei flussi: la soluzione della pianta libera pone al centro del progetto le persone e le loro esigenze. Proprio perché crediamo che le persone siano il vero valore delle organizzazioni crediamo anche che, quando ci sono progetti di cambiamento, sia molto importante prepararle a vivere i nuovi spazi attraverso il coinvolgimento.

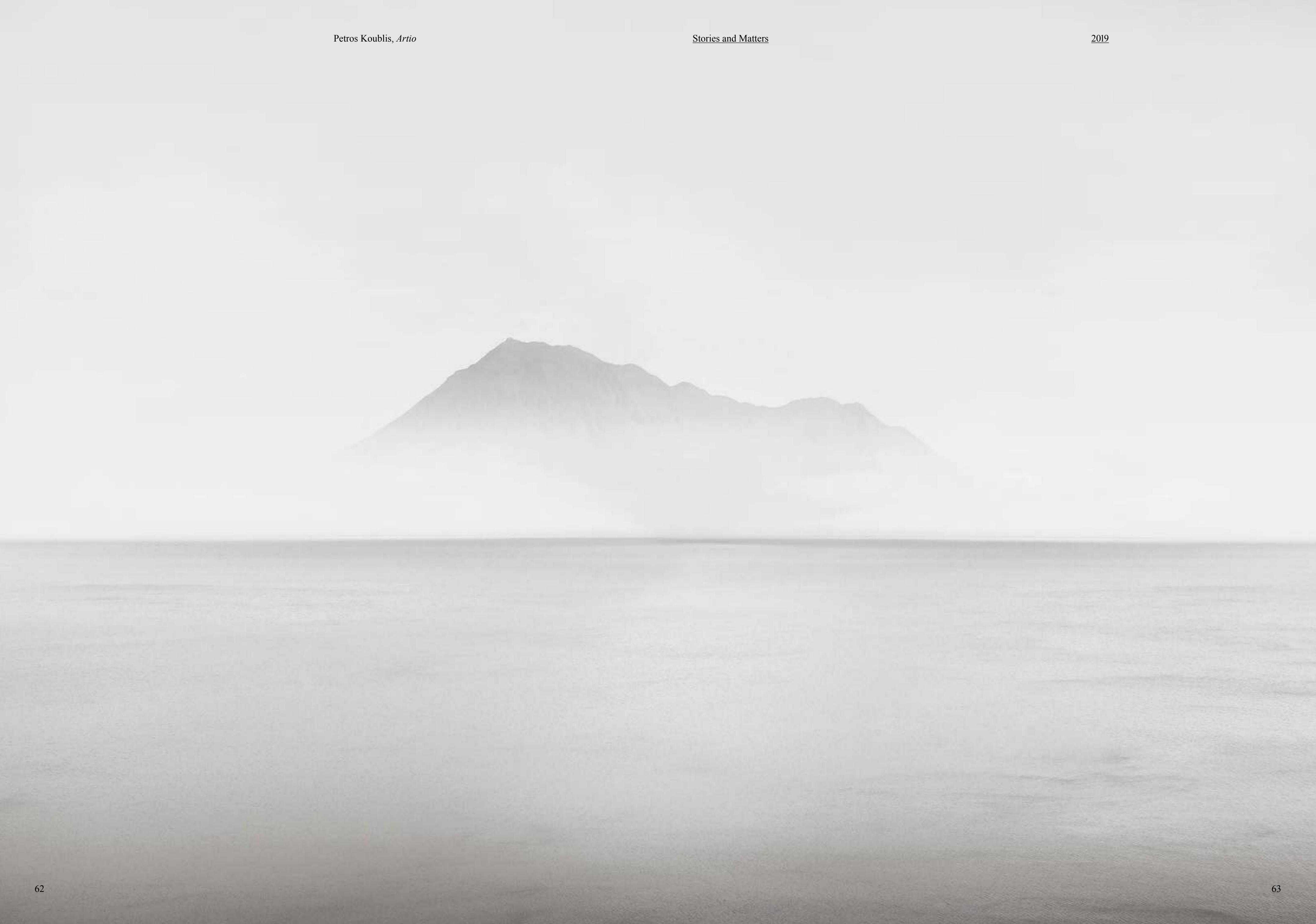
MARCO CASAMONTI

Da tanti anni ci occupiamo del rapporto tra l’architettura e le arti, le arti figurative, il cinema, la letteratura in particolare, e tra tutte le arti, credo che la letteratura sia la più indicata per capire l’architettura. Se dovessi insegnare ad un giovane studente del primo anno come scrivere un saggio di architettura in un linguaggio che non gli è proprio, gli direi di non pensare all’architettura, di pensare piuttosto di

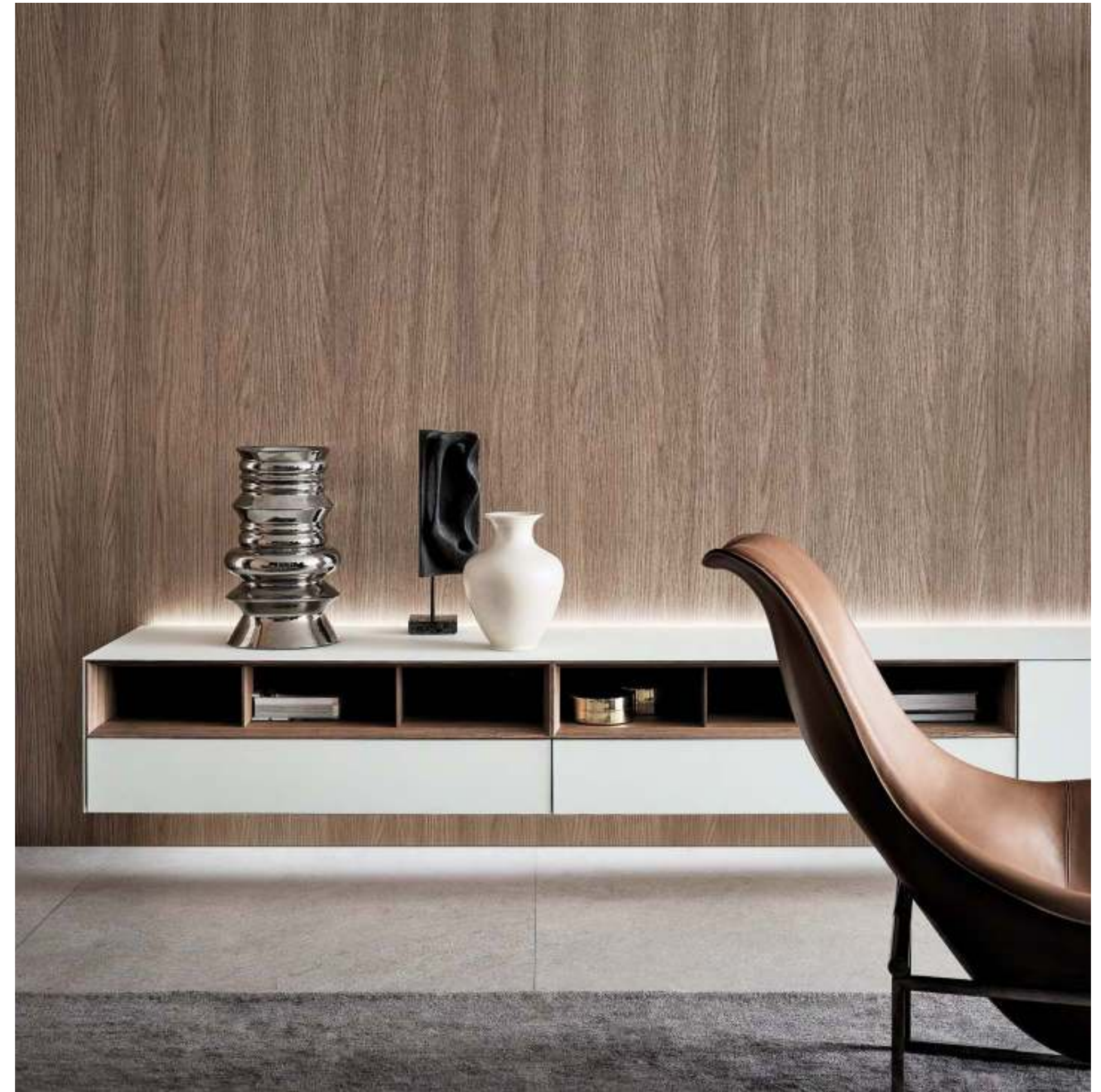
scrivere un racconto con gli strumenti che già possiede. Il motivo per cui la letteratura è vicina all’architettura è che si tratta di un sapere molto complesso, un’equazione con molte incognite. Le parole e il loro significato mi interessano molto e l’architettura è una di quelle discipline alla quale troppo spesso associamo parole cui non sappiamo dare il giusto peso, come “smart city” o “architettura sostenibile”. Mi sono interrogato quindi sulla parola contract, che altro non è che un contratto tra il progettista e le aziende, e ho pensato che in questo caso le aziende italiane rappresentano un interlocutore particolare, in grado di risolvere il problema attraverso la semplificazione di un sapere complesso. Penso che sia molto importante oggi lavorare con aziende che facciano ricerca, che abbiano un know how, un sapere col quale il progettista possa plasmare il proprio progetto. Per usare una parola citata poco fa, il progettista dovrebbe essere “smart”, cercare la modalità migliore per collegare in modo veloce e intelligente tutte le risorse legate al progetto e allo stesso tempo, preoccuparsi del “contract”, ovvero scegliere gli artigiani migliori che semplifichino le problematiche senza perdere le qualità estetiche intrinseche all’opera da realizzare. L’architetto in fondo progetta pensando al mondo delle arti. Kant diceva che “l’architettura è un’arte minore perché serve a uno scopo” (“pulchritudo adherens”), al contrario dell’arte che si fa per il piacere. Io invece penso che sia più difficile fare qualcosa che sia funzionale, che aderisca ad uno scopo, dove ci sia complessità sulla quale lavorare. L’architetto oggi dovrebbe essere anche un po’ artista, dovrebbe riuscire a progettare i propri materiali, ad impegnare le aziende. In questo senso le aziende italiane sono avvantaggiate: sono in realtà composte di artigiani in grado di produrre soluzioni inedite con una qualità paragonabile alla produzione industriale. L’architettura in fondo è materia e tattilità, e l’architetto dovrebbe saper progettare anche i mattoni di cui è fatta.











Milano, 22.11.2018

Come può l'uomo descrivere una città come un modello esemplare, con forti caratteristiche umane, la cui storia partecipa e osserva il cambiamento?

L'evoluzione del tessuto urbano tra architettura e poetica

in collaborazione con Platform
 Ospiti: Juan Conde, Eclettico Design;
 Giacomo De Amicis, Deamicisarchitetti; Matteo Fantoni, Matteo Fantoni Studio;
 Alfonso Femia, Atelier Femia; Francesco Fresa, Piuarch;
 Michele Rossi, Park Associati; Claudio Saverino, Vudafieri Saverino Partner;
 Claudio Silvestrin, Claudio Silvestrin Architetti; Paolo Volpato, Matteo Thun & Partners
 Introdotti da: Simona Finessi
 Moderatore: Luca Molinari

SIMONA FINESSI, *Direttore Responsabile di Platform*

Ogni numero di Platform per noi è un esercizio intellettuale, cerchiamo di fare uno sforzo nell'immaginare degli scenari e raccontarli. Il tema che qui trattiamo è un tema molto attuale. Milano è una capitale in cui si incontrano studenti, persone che arrivano per lavoro da tutto il mondo o Milanesi che ritornano dopo un periodo di studio o lavoro all'estero e la sua particolarità è quella di essere inclusiva ed accogliente, di saper valorizzare i contributi che riceve dall'esterno e di sapersi esprimere oggi con un linguaggio internazionale. Abbiamo chiesto un contributo, accompagnato da un'immagine di sintesi, a otto professionisti importanti della scena del progetto e dell'architettura con base a Milano.

LUCA MOLINARI, *Direttore Editoriale di Platform*

Introduco l'argomento parlando di un luogo milanese, lo showroom di Rimadesio, un luogo caratterizzato da una relazione molto forte tra esterno e interno, la città fuori scorre veloce ma allo stesso tempo ci si trova in una casa molto accogliente. Del resto Milano è una città introversa, i suoi spazi sono interiori. Milano non è una città di piazze. Dobbiamo ricordare che fino alla fine dell'800 Milano non possedeva una piazza, la prima è stata Piazza del Duomo del 1870. Milano ha una dimensione privata che è insieme pubblica, è una città che parla di una generosità discreta. Le sue corti, i cortili e gli appartamenti sono understatement di una borghesia che le ha donato l'aura di quella stessa modernità alla quale ci ha abituati. Non a caso la Milano che noi tutti oggi conosciamo venne costruita tra l'800 e il '900, prima di quell'epoca somigliava di più ad un paese. Oggi siamo quindi nel terzo secolo di questa modernità accogliente. In virtù di questa accoglienza, in questo momento delicato soprattutto per l'Europa, ecco una parola che accompagna il tema: “Welcome”, una parola dal significato forte e un po' politico, indica uno sguardo verso al futuro, simboleggia fiducia, è monito di una positiva tendenza ad accogliere, includere nuovi talenti importanti

per lo sviluppo di una città come Milano. Milano non ha paura del futuro, il futuro è già in progettazione.

JUAN CONDE

LM: Sei molto giovane hai studiato architettura al Politecnico, hai fatto esperienze all'estero e poi hai deciso di vivere a Milano. Cosa ti ha portato a questa decisione, che cosa apprezzi di più di questa città?

JC: Quando mi è stato chiesto di dare il mio contributo ho subito pensato a quando i miei amici colombiani mi chiedono “com'è Milano?”. Milano non è una città facile, è piccola e introversa ma molto forte. Per conoscere davvero Milano bisogna camminare molto, esplorare tutte le piccole vie al di fuori dei circuiti più conosciuti. Io vengo da Bogotá una città di 10milioni di persone dove non si cammina quasi mai per spostarsi, tutto è troppo grande, difficile pensare di raggiungere a piedi una meta. Ho vissuto sempre in città grandi, dopo Bogotá anche New York, a Milano però ho trovato la mia dimensione. Una delle mie prime esperienze di lavoro a Milano è stata nello studio Citterio, mi piaceva andare a lavoro a piedi, la mattina osservavo la città attiva e operosa e la sera ammiravo la sua trasformazione.

LM: Per te Milano in sintesi è l'orto botanico di Brera, un luogo in effetti molto racchiuso e silenzioso. Perché hai scelto questo luogo?

JC: L'Orto Botanico di Brera è un'oasi magnifica e nascosta, emblema del carattere quasi “fortificatorio” di Milano verso le sue bellezze. Penso che descriva perfettamente il mio pensiero, è una città che va conquistata passo dopo passo.

GIACOMO DE AMICIS

LM: L'immagine che hai scelto è un dettaglio in marmo di Candoglia. Dove hai scattato la foto? è un dettaglio del monumento a Pertini di Aldo Rossi oppure è un dettaglio del Duomo? Hai aggiunto anche una nota che recita: “ogni città ha un proprio cuore dove nei secoli si sedimenta la sua essenza”.

GDA: Si tratta del Duomo. Da Milanese d'origine, cresciuto a Milano, ho avuto qualche difficoltà all'inizio quando mi è stato chiesto di parlarne. Sembra sempre più facile cogliere aspetti significativi di una città quando la si incontra per la prima volta. Quindi per rispondere all'interrogativo ho iniziato a girare in motorino, ho ripercorso i luoghi della mia infanzia. La mia Milano è molto estesa, da piccolo abitavo in centro di fronte al Palazzo Delle Stelline, eravamo in affitto e purtroppo poi abbiamo dovuto spostarci. Successivamente ho abitato in altre zone anche in periferia, ho cambiato vari studi in diverse zone della città...

Dovendo ricercare i tratti più significativi ho voluto guardare in profondità rispetto alla storia e mi sono ritrovato a fotografare il lato sud del Duomo, in una porzione in cui si evidenzia quasi esclusivamente la matrice, la trama della superficie del marmo di Candoglia. Come ho scritto la mia idea è che “le città sedimentino la loro anima da qualche parte” e allora quale posto migliore se non le pietre del monumento più significativo, secolare, costruito con un materiale ormai raro, oggi disponibile solo per la Fabbrica del Duomo? Milano ha la capacità di cambiare pur essendo continua, di non negare mai la sua anima profonda.

LM: Il marmo di Candoglia ha una storia molto interessante, un tempo era di proprietà dell'Arcivescovo di Milano e poteva essere usato solamente per il Duomo di Milano, ad eccezione esclusiva del monumento ai caduti di Aldo Rossi. Ricordo anche che il Duomo fu la prima vera galleria di Milano perché il transetto un tempo era aperto e poteva essere attraversato di giorno e di notte. La cattedrale veniva attraversata continuamente, un telo separava le funzioni religiose da un uso più pubblico e quotidiano. Nell'immagine del marmo forse è nascosto un richiamo a rallentare il passo?

GDA: Mi piace pensare che rallentare lo sguardo e cercare questo linguaggio invisibile tra le pietre sia un bellissimo richiamo soprattutto oggi che stanno arrivando moltissimi nuovi giovani.

MATTEO FANTONI

LM: Tu sei tornato a Milano dopo un lungo periodo da Foster, ma anche tu sei milanese di nascita...

MF: io sono milanese ed ho avuto la fortuna di nascere in via Manzoni, andavo con mio nonno a prendere i pasticcini all'Alemana, a scuola con mia sorella in Via della Spiga, quando vendevano ancora il pollo e i bottoni... Milano prima degli anni '80 era una città molto diversa da quella che è oggi, non erano ancora arrivate le botteghe della moda. Milano è rigorosa, severa, di lavoro, veloce ma mai presuntuosa. Quando penso al milanese di una volta penso a mio nonno, che si alzava presto la mattina, andava in ufficio a piedi, tornava la sera e alle 6 e mezza cenava. Nella Milano degli anni '80 poi, ci si incontrava nei bar, non c'erano i cellulari, ci si vedeva in quelle poche vie, che non erano piazze perché Milano non è una città di piazze ma di corti – patrimonio della nostra città – e allo stesso tempo era una città di case operaie, di industrie e di finanza. L'indole operosa della città è sempre stata presente e forse il motivo per cui oggi è percepita con grande interesse è perché ha nel suo DNA una grande internazionalità. Progetti come quello della Biblioteca degli Alberi o delle Torri sono esempi di oggi ma se pensiamo a Gardella, Albini, Soncini, Beretta, Giò Ponti. Si avverte già dagli anni '50 il grande desiderio di verticalità.

LM: come contrappunto a questo mondo dell'operatività hai però scelto di parlare della periferia di Milano, la sua grande ricchezza. La fascia operaia industriale ha fatto la forza di questa città, 20 anni di cantiere oggi ci hanno consegnato una città completamente diversa. Milano è una città che ancora si può attraversare a piedi in una giornata e allo stesso tempo un territorio metropolitano che arriva geograficamente molto più lontano.

MF: Quello che sta succedendo adesso a Milano è molto importante, è una rigenerazione del tessuto. C'è un grande piano di collegamenti tra le diverse aree di Milano. Nel mio percorso ho visto Milano cambiare diverse volte, da quella della mia infanzia a

quella degli anni '80, a quella che ho trovato poi tornando da un'esperienza all'estero, è una città che pur conservando le sue corti e il suo rigore, guarda al futuro e vuole protrarsi in avanti come ha sempre fatto.

FRANCESCO FRESA

LM: Francesco, ci porti sul terrazzo del tuo studio, Piuarch sempre nel quartiere Brera, da qui si vedono molti simboli del cambiamento della città.

FF: Milano a differenza di Roma richiede un ruolo attivo. Non mostra la sua bellezza in modo palese come Roma ma ti chiede di andarla a cercare nei luoghi della sua identità, nei cortili. I cortili sono sempre stati dei luoghi pubblici, la struttura della casa di ringhiera era un sistema di scambio e di condivisione. Ho portato come immagine il nostro tetto nel quale abbiamo fatto costruire un orto. Volevamo utilizzare il tetto come risorsa, l'idea era quella di riportare l'agricoltura urbana all'interno della città, una caratteristica storica di molte altre città italiane. Spesso penso ai campi di grano che si potevano vedere nelle fotografie del tempo di guerra.

LM: È anche un tema molto contemporaneo oggi che si cerca di non consumare più terreni o risorse preziose usando le superfici che già abbiamo, come in questo caso il tetto. Un cambio di punto di vista per comprendere la scala della città.

FF: È la scala di Milano a renderla oggi così fativa e inclusiva. Grazie alla sua dimensione urbana media ha la capacità di ricostruire un tessuto urbano che si perderebbe in una grande metropoli. Città come Milano, Copenhagen, Amsterdam o Bruxelles stanno affrontando un grande sviluppo proprio perché sono delle città inclusive dove i contributi di talenti di culture diverse hanno apportato miglioramenti. Milano oggi è un modello che spero possa essere contaminante anche per il resto dell'Italia.

MICHELE ROSSI

LM: Studio Park, uno studio che ha avuto la fortuna in questi anni di lavorare su molti edifici del dopoguerra. Lavorare sul patrimonio del dopoguerra italiano significa rendere confortevoli, energeticamente efficienti edifici storici mantenendo una rispettosa capacità di ascolto nei confronti una bellezza che non va snaturata. Questa sarà sempre di più una delle mission dell'architettura? A quali progetti sei più affezionato?

MR: Il progetto che per me rappresenta di più Milano è la ristrutturazione dell'edificio dei fratelli Soncini posto davanti alla Permanente, un progetto che abbiamo amato molto, che ci ha permesso in qualche modo di lavorare con i nostri maestri. Amiamo concepire il progetto di ristrutturazione come una sorta di coprogettazione, cerchiamo di dare un'interpretazione contemporanea al volere del progettista, ci piace che l'impressione dell'edificio continui a perdurare in chi lo osserva prima e dopo gli interventi.

LM: quali sono gli edifici di Milano che ami di più, quelli che vorresti consigliare?

MR: gli edifici del dopoguerra sono quelli che amo di più e certamente l'edificio di Gio Ponti in Piazza Caiazzo – sono vissuto lì e l'ho visto crescere... Il dopoguerra è stato un periodo molto fecondo di soluzioni.

LM: questo patrimonio che ha bisogno di essere ripensato strutturalmente è una grande risorsa di molte città europee, i materiali moderni erano destinati a durare molto poco e questo è un tema straordinario per la creatività.

MR: Milano è un laboratorio. Gli stessi spazi industriali e i cortili oggi vengono trasformati dalle nuove realtà che li abitano soprattutto per lavoro, penso che questo crei una continuità affascinante, propria della cultura morale di questa città.

CLAUDIO SAVERINO

LM: chinatown, più antica comunità cinese d'Italia.

CS: non ho voluto fotografare qualcosa di architettonico ma ho voluto rappresentare una realtà sociale. Mi è venuta in mente una discussione da bar con un'amica romana che accusava i milanesi di provincialismo anche se io credo che nel profondo Milano sia una città curiosa, non una città provinciale. Milano ha sempre voglia di sperimentare e di rinnovare, il rischio è che possano perdersi alcune importanti tracce delle sue origini. Mia nonna, che era la sarta di Portaluppi, mi ha sempre raccontato di una Milano non più esistente. Quando insieme guardavamo dalla finestra su via Gari-gliano, il quartiere Isola stava cominciando a crescere con i primi grattacieli di Porta Garibaldi. Mi guardava e mi diceva “Voi architetti state rovinando Milano” e io ci rimanevo un po' male. Era nata nel 1907, aveva fatto il viaggio di nozze a Monza muovendosi in carrozza a cavallo e raccontava di quando facevano i pic nic nei campi intorno alle vie dell'isola e mettevano il vino a rinfrescare nell'acqua dei fiumi. Rivivevo Milano nei suoi occhi e nei suoi racconti, una città straordinariamente d'acqua, nata su dei canali e una serie di reti artificiali incredibili che purtroppo è stata quasi dimenticata.

LM: Allo stesso tempo questa città in cui a volte dai campi si sentiva l'odore dell'erba tagliata è anche la stessa che poi ha deciso di cambiare, di fare il primo Expo, di avere le prime centrali elettriche, di diventare capitale di una modernità che poi ha trasformato questo Paese.

CLAUDIO SILVESTLIN

LM: Milano ha anche una dimensione morale molto forte, ha avuto delle voci importanti che si sono fatte ascoltare, penso a Dario Fo, Cardinal Montini, Giovanni Testori...

CS: Una poesia di una poetessa milanese, Alda Merini recita: “Nelle strade nevrotiche della città, gli uomini si rincorrono mangiandosi l'un l'altro”. I poeti hanno coraggio e sanno essere franchi. Milano è una città talvolta respingente e dai ritmi stressanti, va accettata con grande consapevolezza e forza. La velocità di Milano è travolgente, a volte non lascia il tempo di trovare un proprio ritmo.

PAOLO VOLPATO
 LM: Tu hai una storia molto bella che passa attraverso i grandi studi di progettazione, da Lissoni a Matteo Thun. Ci hai portato un'immagine del Grattacielo Pirelli.

PV: è uno dei progetti di Milano che amo di più. Mi ricordo questo parallelismo: tantissimi anni fa, era l'83, andai a New York, salii sulle Torri Gemelle, pensavo che avrei osservato dall'alto le persone molto piccole muoversi da lontano, invece vidi solo nebbia. Dal Pirelli invece vidi quelle che Buzzati chiamava le “formichine operose”. Milano è una città operosa ma non frenetica, è una città dinamica. L'immagine del Pirelli per me esprime tutta la voglia di muoversi in verticale di Milano, una verticalità che oggi più che mai rappresenta un vantaggio.

LM: Mi vengono in mente due bellissime immagini.
 – Un racconto, “Ascolto il tuo cuore o città” di Savinio che racconta del primo ascensore della città di Milano, un palazzo di dieci piani: “Salendo si sentiva e si perdeva il rumore della città e si incontravan gli dei perché stavano banchettando in cima”;
 – Durante i titoli di testa del film “La notte” di Antonioni, mentre l'ascensore scende, si vede una città che è ancora campagna. Erano i primi anni '60, il grattacielo Pirelli era appena stato ultimato e deteneva il record come edificio più alto d'Europa.



Tradurre un pensiero, un'ipotesi in un solido geometrico, una forma precisa. È questa, e da sempre, l'avventura del progetto abitativo, di chi lo disegna e di chi lo realizza. Circoscrivere una porzione di infinito e ricavare uno spazio nello spazio: un “luogo” fisico che possa contenere e al contempo rappresentare la soluzione migliore a determinate necessità del vivere. È un sempre nuovo, entusiasmante rispondere a imperativi spaziali assoluti – abitare, organizzare, separare, contenere, riporre, decorare – fatto dispiegando ogni volta soluzioni che hanno la finitezza di “cose” che chiamiamo arredi, complementi, porte, pareti, ripiani, armadi. L'invisibile quanto sensibile bellezza di tutto questo “creare” sta nel riuscire a infondere in ogni parte del progetto un sapere, un'armonia tra gli “spazi” che esalta la singole funzioni di ognuno quando si realizzano nella visione generale. Il nuovo numero di Stories and Matters racconta quel sapere: idee che si fanno cose, spazio che acquista un senso grazie a un'idea.

Collection designed by Giuseppe Bavuso

Art direction: Paolo Mojoli
Graphic project: Juma
Images credits: pages 4–5, 12–13, 54–55, 62–63 Petros Koublis
Still life photo: Simone Cavadini
Photo: Federico Cedrone
Styling: Martina Lucatelli
Stage setup: Ottonove
Films and print: Optima
Printed in Italy / April 2019

Thanks to: Alivar, Amini Carpets, Artemide, B&B Italia, Belux AG, Carl Hansen & Son, Clio Calvi Rudy Volpi Gallery, De Vecchi Milano 1935, Flos, FonatanaArte, Fritz Hansen, Glass Italia, Henry Timi, Ingo Maurer, Ivano Redealli, J. & L. Lobmeyr, Living Divani, Muji, Neodecortech , Nude Glass, O-luce, San Lorenzo srl, Santa & Cole, Vitra



Registered trademarks / marchi registrati:
Rimadesio, Ecolorsystem

Rimadesio spa
via Furlanelli 96 – 20833 Giussano (Mb) Italy
tel +39 0362 3171 – fax +39 0362 317317
www.rimadesio.it – rimadesio@rimadesio.it

Milan flagship store
via Visconti di Modrone 26 – 20122 Milano Italy
tel / fax +39 02 76280708
milano@rimadesio.it

Italy showroom:
Milano, Roma, Genova, Torino, Como, Brescia,
Parma, Firenze, Pescara, Palermo, Catania, Cosenza,
Salerno

Worldwide showroom:
Genève, Wien, Hamburg, Nice, Madrid, Barcelona,
Bilbao, Marbella, Vigo, Bruxelles, Munich,
Moscow, Saint Petersburg, Istanbul, Kiev, Beirut,
Tokyo, Seoul, Shanghai, Beijing, Hangzhou, Hong
Kong, Singapore, Manila, Hyderabad, New Delhi,
Bangalore, Denver, New York, Miami, Mexico City,
Santiago del Chile, Cape Town, Casablanca, Sydney

Follow us on Instagram, Facebook