

ITALIA

DISPLAY

TRIMESTRALE DI POP - RETAIL - TRADE MARKETING |

• ESTATE 2012 •

ABSOLUTE VOLUME

VENDING

MOODBOARD

ARREDO URBANO

HI DESIGN

LOGISTICA

PRODUZIONE

TENDENZE

POP IN SHOP

AGENZIE

DIGITAL SIGNAGE

MATERIALI

GDO

TEMPORARY SHOP

FIERE

SPECIALISTI

**Il retail
in bellezza**

SHOP FITTING

CARTOTECNICA

INTERVISTE



1 of 60

FUORI SALONE



Amelia Valletta

MILAN
DESIGN
WEEK

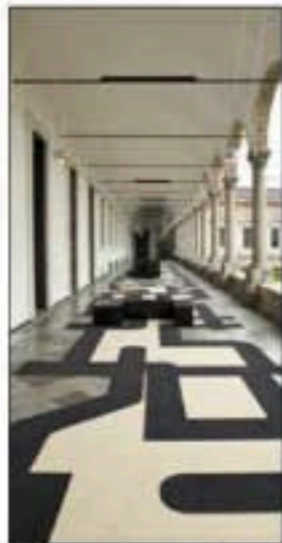
Design e Percorsi di Apprendimento

Il design è in fermento, ovunque intorno a noi. È una forza ineludibile che definisce ogni aspetto dell'esistenza nel Ventunesimo secolo. Tutto tranne invisibili tra oggetti e persone, lo scivolo che interagiscono senza troppa difficoltà. Esalta la tradizione all'eccesso le nuove tecnologie dell'era digitale, esplora la storia scavandone i silenzi e convinzioni più comuni, si interseca sulle modalità di rendere le persone più partecipative il processo di progettazione. Anche quest'anno la Design Week di Milano si susseguirà con una nuova carica creativa e sperimentale, dove il prodotto finito non è altro che la fase finale di un percorso progettuale complesso. Ce lo racconta ancora una volta Design@work, il nuovo design@work - l'agenzia milanese specializzata in ricerca e consulenza nel campo del design e dell'architettura, con la pubblicazione intitolata "BOOM, EGG", un osservatorio sui principali fenomeni creativi emersi durante il Salone. L'apprendimento di questo processo da parte del visitatore, è il FI, BOOM, EGG che anima gran parte dei percorsi espositivi proposti.

Milano Mix and match

Quando si parla di design in Italia, in un modo o nell'altro, si arriva a Milano.

Interi zone della città per una settimana diventano "distretti espositivi", coinvolti senza saperlo, in un



E ad una volta giunti in occasione del Salone internazionale del mobile, ci si rende conto che il design occupa ogni spazio possibile della città, portando in modo capillare e spesso festoso il progetto in ogni dove.



processo di riqualificazione urbana progressivo e permanente.

Il design assume la città come luogo ideale per l'interazione di una cultura diffusa capace di innescare spunti di riflessione, di sviluppo e d'incontro. È la città "usa" il design come veicolo per la promozione delle proprie bellezze urbane, architettoniche e monumentali, preparandosi, così, con garbo, ad un appuntamento ben più importante per la cittadinanza, quello con l'Expo 2015.

Milano storica, con le sue architetture religiose, le dimore patrizie, le architetture industriali, diventa lo scenario per eccellenza, uno spazio espositivo senza soluzione di continuità, dove le quinte sceniche sono fatte di marmi, colonne, cornici, lugnati, chioschi e giardini di raffinata bellezza.

Cibo e design

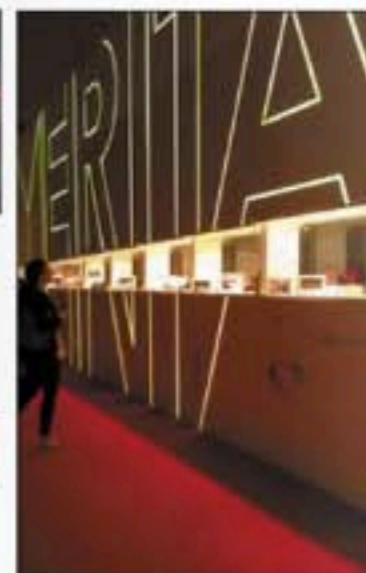
In vista dell'Expo 2015, tutto dedicato al tema del



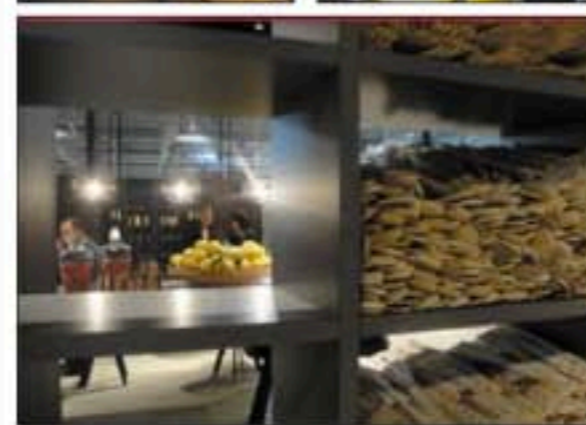
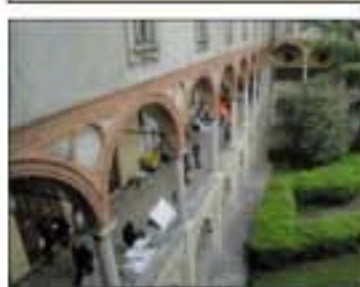
cibo, gli spazi espositivi hanno spesso offerto un'ampia e talvolta inconsueta panoramica sulle molteplici forme con cui questo tema può essere declinato ed affrontato progettualmente per esprimere funzionalità, estetica e attenzione ad uno stile di vita più sano. L'arredocina 2012 offre una riflessione su modi e contesti del cucinare contemporaneo, dove la genuinità del cibo diventa emblema di un vivere semplice e consapevole, ma anche strumento di comunicazione visiva.

Heritage and pride

In un momento di crisi produttiva ed economica, spesso si ricorre ad un processo di ricostruzione filologica, dove la narrazione di un passato ricco



di successi, può fare la differenza. Le aziende hanno voglia di raccontare se stesse e la propria storia al fine di incrementare la fiducia nel marchio: una rassicurazione che promette un futuro prospero e stabile. Gli stand espositivi diventano spazi museali, dove il racconto, ricostruito attraverso fotografie, lunghe didascalie e prodotti facilmente rico-



FUORI SALONE



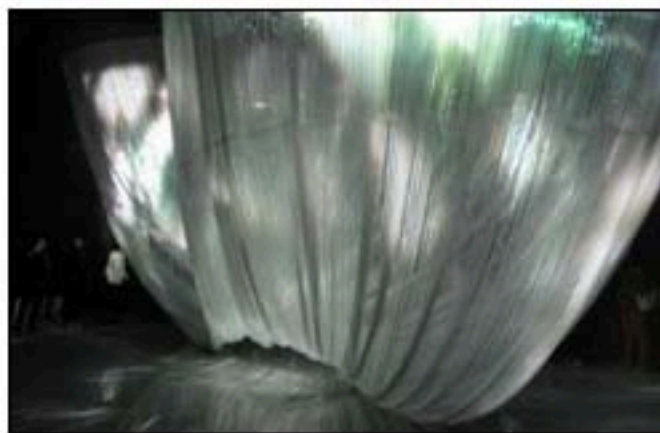
invisibili e rintracciabili, diventano gli strumenti che accompagnano il visitatore in un lungo viaggio a ritroso.

Sense and touch

Il design va percepito non solo con gli occhi, bensì sperimentato, esplorato, vissuto attraverso l'ausilio di tutti i sensi. Molti allestimenti hanno messo in risalto l'anima interattiva del design, consentendo al pubblico di apprendere, diventando parte del processo progettuale. Installazioni in grado di far sognare, giocare, divertire e stupire. Molti designer ed



aziende hanno usato questo linguaggio per generare un ricordo indelebile e magico, attraverso un percorso esperienziale.



Essential&pure

Si sa che i padiglioni espositivi, sono il biglietto da visita delle aziende, ne comunicano la filosofia e illustrano il concept della collezione. Talvolta esprimono una chiara posizione politica, etica, sociale, diventando dimostrazione palpabile di un pensiero che va ben oltre il prodotto. Filo conduttore di molti allestimenti è l'essenzialità che ricorre a linguaggi sobri, monocromatici, a colori e materiali naturali, talvolta riciclati, allo stato originale e senza finiture superficiali.

È l'estetica delle pietre naturali, del legno grezzo in un armonico bianco di fondo, del cemento a vista, dei lunghi fili di paglia, di grandi assi di massello e cortecce tagliate a vivo. Sono i segni che conducono ad una nuova preziosità dove anche il riciclo, come quello del legno delle briccole, può essere rivalutato con un'estetica ricercata.

