

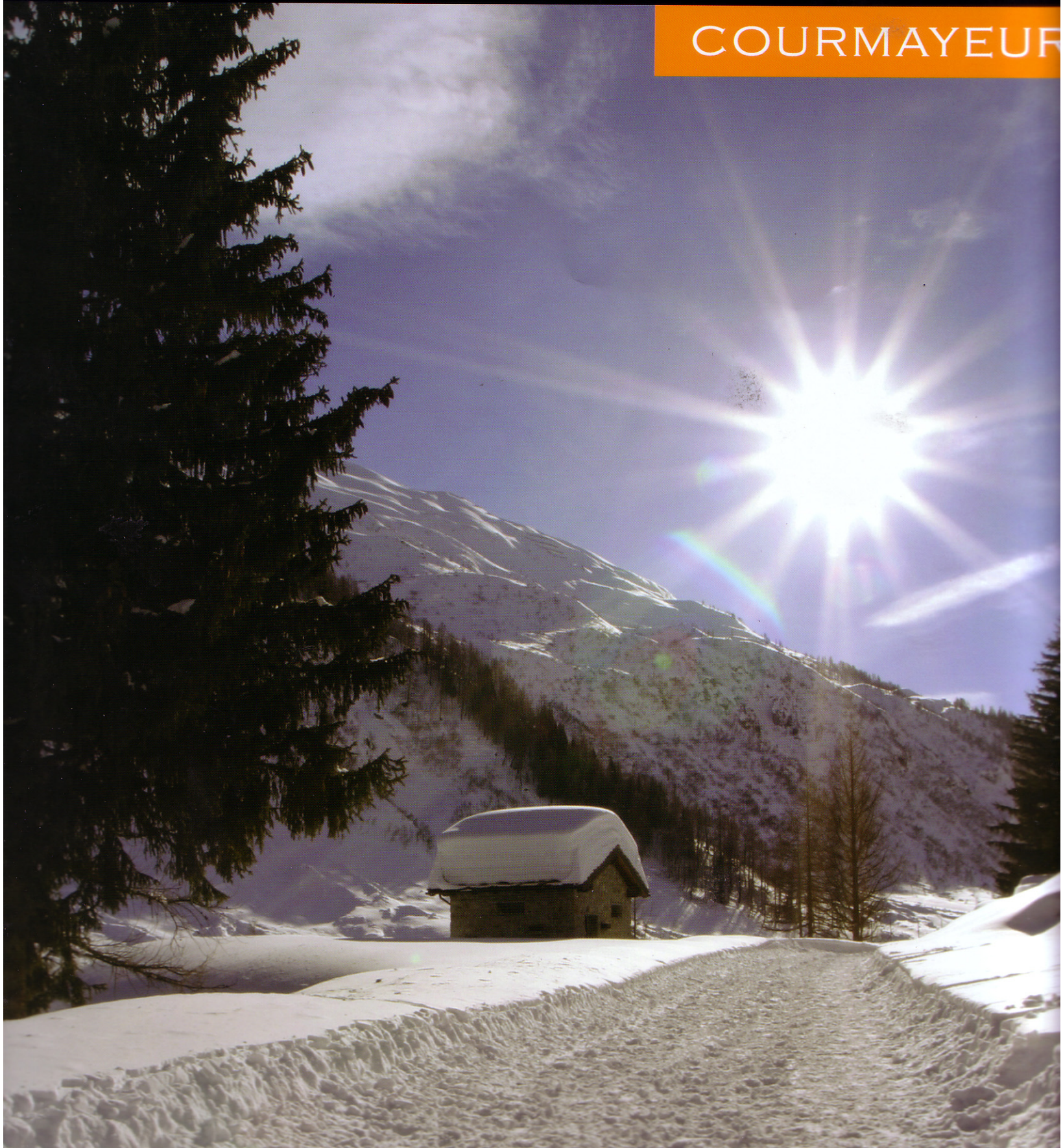
Luxury Network

INVERNO 2007/08

enjoy *in*

n° 26

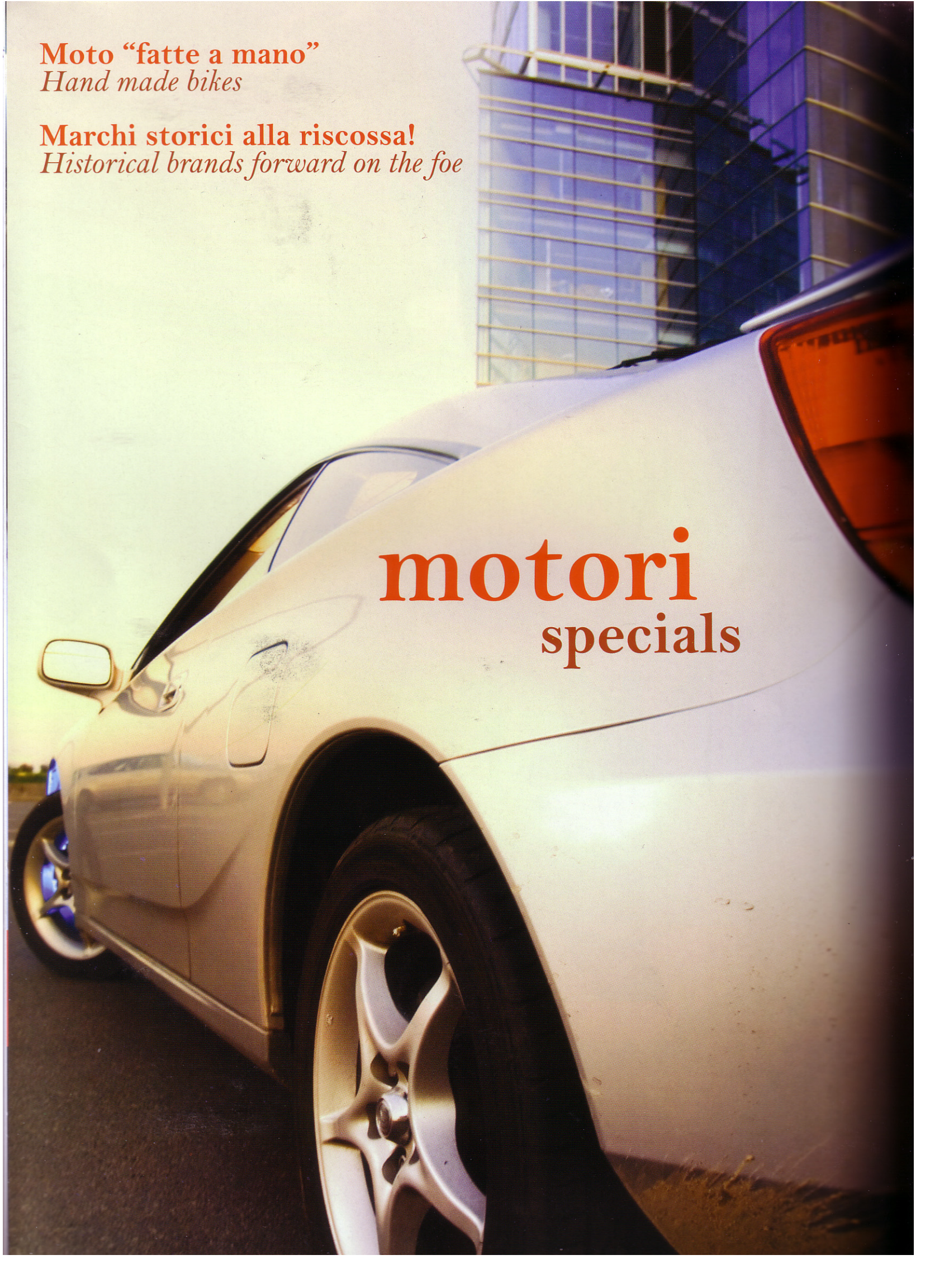
COURMAYEUR



Moto "fatte a mano"
Hand made bikes

Marchi storici alla riscossa!
Historical brands forward on the foe

motori
specials

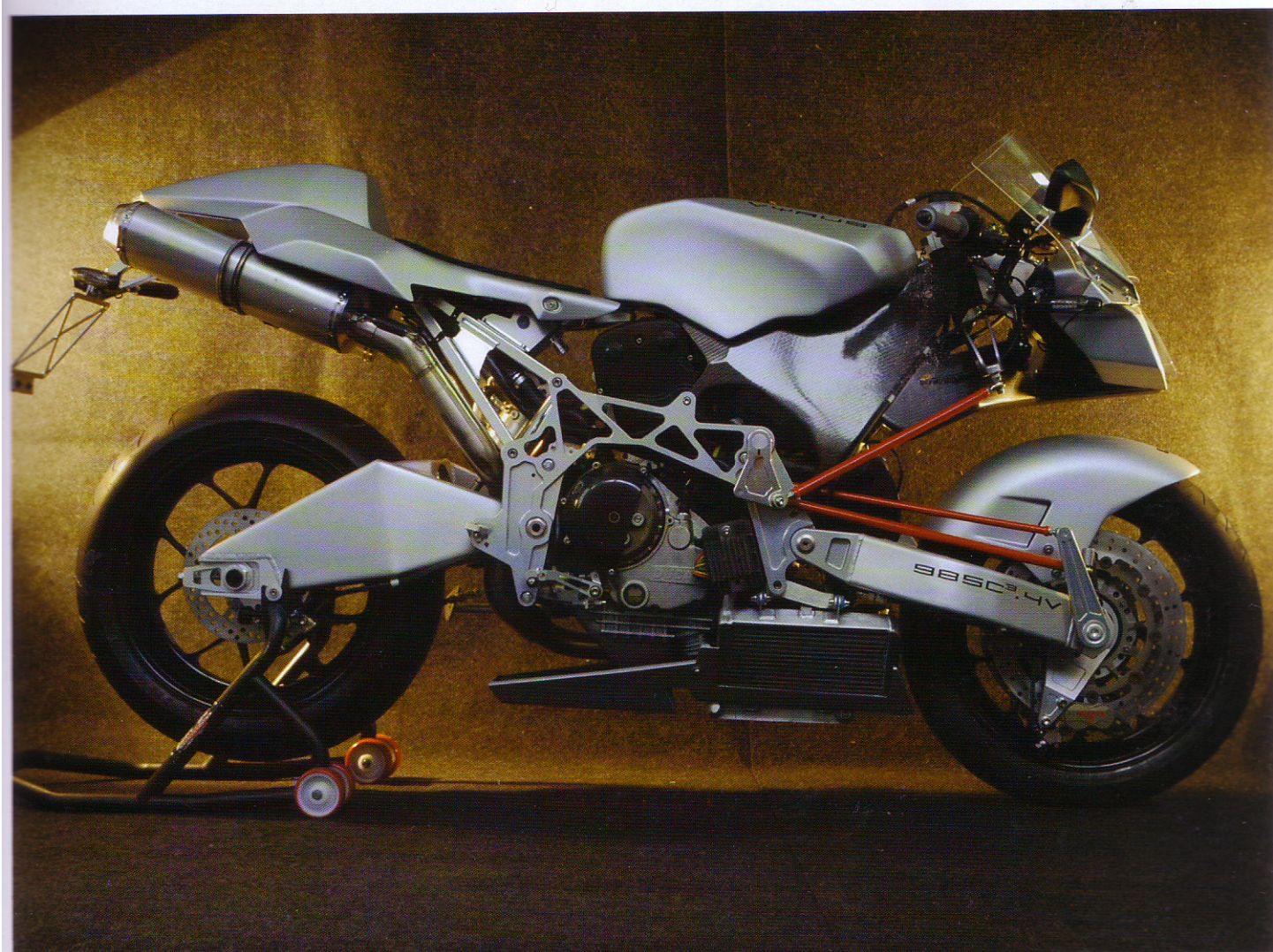


Moto

“fatte a mano”

Hand made bikes

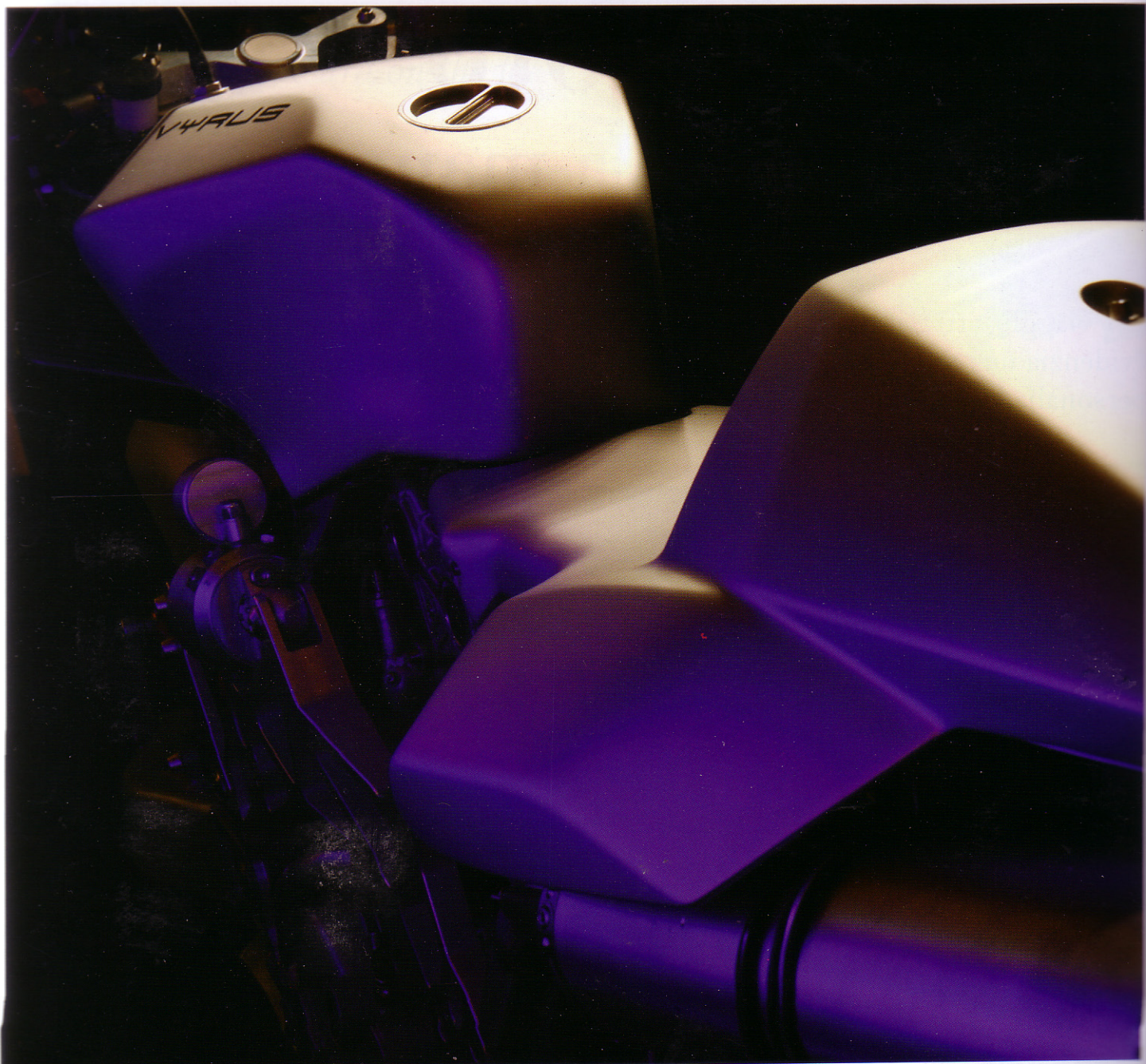
Un viaggio attraverso le ultime produzioni delle più rinomate case motociclistiche evidenzia una nuova e sorprendente tendenza: la moto in edizione limitata, sempre più personalizzabile e rigorosamente “fatta a mano”!



Vyrus 985 C3 4V, un gioiello della tecnologia e del “saper fare” delle aziende italiane

Negli ultimi anni, sempre più spesso, il consumatore europeo sembra interessarsi a prodotti super esclusivi, di “ultranicchia”, che gli permettano di differenziarsi e di sfoggiare oggetti quasi unici. Questo atteggiamento si risolve nell’edizione di prodotti a tiratura limitatissima, nati sovente da operazioni di co-branding e co-marketing di marchi esclusivi. Un’operazione di mercato che

A journey in the world of bikes. A new trend has been set: bikes in limited edition, customizable and hand made items.



Dettaglio Vyrus 985 C3 4V

riguarda le più diverse categorie merceologiche, dall'auto all'arredamento, dall'accessorio di moda al prodotto hi-tech, e che esprime un valore particolarmente sentito nel mondo del motociclismo, dove la costruzione di molte moto è un processo unico in cui la più avanzata tecnologia è plasmata dall'eccellente artigianalità. Proprio per questo motivo ogni moto può essere costruita su misura del cliente stesso, il quale, oltre al ricco catalogo offerto dai produttori, può richiedere soluzioni a sua discrezione che lo portano a possedere non più "solo" una moto, ma una sorta di gioiello, un prodotto capace di offrire quei valori aggiunti come emozioni e appagamento destinati a durare in eterno. Parliamo di moto sportive al top di gamma, dove la ricerca di prestazioni e l'esclusività del mezzo sono

In the last years, the interest of European consumers is on exclusive products, that let them feel unique. Therefore, companies are more and more interested in co-branding and co-marketing operations of exclusive brands.



Desmosedici RR: di casa Ducati, Moto derivata dalla MotoGP sia come design che come componentistica e motore

Le motivazioni che spingono le più blasonate case costruttrici e i più arditi preparatori a realizzare delle vere e proprie special derivate dalla serie. Solitamente si procede con l'elaborazione del motore finalizzata alla ricerca della massima potenza, elemento considerato fondamentale insieme alla riduzione del peso ottenuto tramite l'utilizzo di materiali leggeri e allo stesso tempo resistenti quali carbonio, magnesio, titanio. Quindi le chiavi fondamentali del successo sono potenza e leggerezza. Nelle moto sportive il lusso va ricercato dunque nell'aumento delle prestazioni e nella ricercatezza dei dettagli, caratteristiche che, oltre a farne un bell'oggetto da vedere, contribuiscono a realizzare un mezzo rapido e preciso, in pista e in strada, ambito dal motociclista più esigente. Chiediamo ad Alberto Benazzi, industrial designer ed esperto in transportation, alcuni approfondimenti sui più innovativi modelli. Un ruolo di protagonista, ci spiega, spetta sicuramente alle moto italiane. A partire dalla MV F4 1000c.c., una delle moto più esclusive e costose mai create (ne sono

stati prodotti soli 100 esemplari), voluta dal Presidente Claudio Castiglioni per celebrare il genio del più famoso progettista. Una moto magica, dove la cura estrema per il dettaglio e la scelta della componentistica più esclusiva si sposano con un propulsore appositamente configurato per ottenere prestazioni emozionanti. Un altro esemplare interessante è rappresentato dalla "Macchia Nera", nata dalla NCR di Bologna. È ancora un prototipo più che una moto in produzione e costituisce il massimo dell'espressione racing per quanto riguarda le special, con un motore bicilindrico "testastretta" Ducati profondamente rivisto ed elaborato. La Desmosedici RR di casa Ducati, è una moto derivata dalla MotoGP sia come design che come componentistica e motore, con un V4 capace di erogare 200cv e un peso a secco di soli 171 Kg.

Every bike can be built on customer needs, and the result is a jewel able to satisfy and excite its owner. A few example are MV F4 1000c.c., "Macchia Nera" by NCR in Bologna.



MV F4 1000c.c.: moto da 100.000€ Creata in onore di Clauio Castiglioni

Marchi storici alla riscossa!

Historical brands forward on the foe

I marchi storici rinascono sposando sempre più il design e continuano ad incontrare i favori di un pubblico attento e colto



Serie Le Bambole 07 disegnata in origine per B&B Italia nel 1972 ed ora nei nuovi tessuti completamente sfoderabili. Foto Oliviero Toscani

Qualcuno parla di un rinnovato gusto per il vintage, ovvero per quei prodotti più che ventennali dotati di qualità intrinseche e fascino superiori ad omologhi moderni e per questo universalmente riconosciuti quali oggetti cult. Un fenomeno che ha generato in questi ultimi anni una gran quantità di progetti "ridisegnati", sotto il profilo dell'estetica e della prestazione e pronti ad essere proposti sul mercato con nuovi posizionamenti e codici di accesso. Gli esempi sono più che altisonanti. E le conferme ci arrivano da mondi estremamente diversificati, come quello

Historical brands revive thanks to design that is able to meet the needs of a more and more attentive and educated public.

Some say we are living a renovated taste for vintage, that is to say those items produced more than 20 years ago that are now considered cult objects. This passion for vintage let some brands produce a huge quantity of items redesigned as far as aesthetic and performance are concerned. Cars, furniture and technology are the worlds in which this new trend set.

500 WANTS YOU
www.fiat500.com



Fiat 500 3/4 topview

500 WANTS YOU
www.fiat500.com



Fiat 500 3/4 front

dell'auto in primis ma anche quello del mobile e della tecnologia.

A cominciare dalla nuova Fiat 500 ispirata alla celebre citycar torinese di Dante Giocosa e arrivata sul mercato internazionale lo scorso 4 luglio, esattamente cinquant'anni dopo la presentazione del "cinquino" del 1957. Un progetto interessante, destinato ad un pubblico nostalgico ma anche colto, selezionato, attento, che non vuole una vettura semplice ed economica votata alla grande distribuzione bensì un gioiellino esclusivo, unico nel suo genere. Le forme, soprattutto, negli interni sono vintage: il cruscotto ed il volante, sono realizzati con un materiale plastico che ricorda la bachelite del vecchio modello, così come il sistema delle informazioni per il conducente, accuratamente racchiuse in un unico strumento circolare posto dietro il volante. Gli accessori non mancano: il tettuccio in vetro, borse per il vano della plancia, un cargo-box estraibile da sistemare sotto la plancia centrale, il supporto per l'iPod e barre porta-

oggetti d'ogni forma e dimensione. Manca solo la mitica "doppietta", che solo chi ha guidato una 500 originale sa cos'è. Un progetto quello della nuova 500 che ha portato fortuna ed un rinnovato prestigio alla casa torinese, oltre che a un sensibile - si parla del 18.7% - incremento dei fatturati.

Sportività, competizione, sfide e vittorie sono, oggi come allora, nelle prime pagine del vocabolario Abarth, un altro grande marchio italiano che quest'anno ha rilanciato. Lo Scorpione è tornato: lo dimostra la conquista del titolo italiano Piloti al rally di Sanremo, con Giandomenico Basso e Mitia Dotta a bordo di Grande Punto Abarth.

Progetti di questa natura sono sempre più frequenti nel panorama del design italiano. Al Salone del Mobile di

The new Fiat 500 is inspired to the very famous citycar designed by Dante Giocosa exactly 50 years ago. This new car is designed for a nostalgic and educated, selective, attentive public that desires a jewel, unique in its genre and not a mass utility car.

500 WANTS YOU
www.fiat500.com



Fiat 500 interno

500 WANTS YOU
www.fiat500.com



Fiat 500 interno

Milano, quest'anno abbiamo assistito ad un generale rilancio di alcuni noti brand italiani. La serie "Le Bambole 07" disegnata nel 1972 da Mario Bellini per B&B Italia, simbolo di un nuovo modo di vivere e di abitare, più libero, informale, trasgressivo, dove la gente giovane si sedeva sugli schienali e sui braccioli, ed oggi riproposta nei nuovi tessuti completamente sfoderabili. Zerodisegno ripropone alcuni particolari di una celebre opera di Mimmo Rotella, intitolata "Marilyn la donna più bella", realizzata nel 1963 dal celebre artista recentemente scomparso e riproponendoli come elementi decorativi della collezione Zerodisegno Art Store, con una particolare tecnica che evidenzia la stratificazione delle immagini sottostanti proprie del decollage di Rotella.

Ma se è vero che il design rappresenta sempre più il nuovo asset di rilancio per molti marchi italiani ed internazionali, bisogna anche dire che queste stesse lo fanno attraverso nuove modalità che vanno ben oltre le dinamiche produttive e commerciali. Bensì promuovendo la cultura, l'arte ed i giovani talenti. Da alcuni anni, infatti, sono stati ideati e sostenuti diversi progetti che vedono realtà operanti nel modo del design e noti marchi aziendali, collaborare attivamente tra loro, al fine di promuovere la cultura del design.

MINI - autentica icona del car design - sosterrà il Museo del Design voluto dalla Fondazione Triennale di Milano. In particolare contribuirà alla selezione delle idee creative per gli allestimenti dei prossimi tre anni e alla realizzazione del primo allestimento firmato da Greenaway e Rota. Da alcuni anni, invece, il periodico specializzato "Interni", promuove in occasione del Salone del Mobile di Milano, il progetto NADA - Nastro Azzurro Design Attitude - in collaborazione con la nota azienda italiana Peroni, per il rilancio del marchio Nastro Azzurro, un evento nel corso del quale architetti e designer di fama internazionale aprono i propri studi professionali al pubblico ed in particolar modo agli studenti delle più accreditate scuole di design.

At the Salone del Mobile in Milan, we assisted to a relaunch of tradition. Zerodisegno proposed some elements of a very famous work by Mimmo Rotella "Marilyn, the most beautiful woman", 1963.



Grande Punto Abarth Rally



Grande Punto Abarth



Collezione Zerodisegno Art Store dove alcuni pezzi riprendono particolari di una celebre opera di Mimmo Rotella.

Atlantikwall.fr bunker's village:
diario di un viaggio
Bunker's village: diary of a journey

Parigi, in rete o in bici?
Paris: wireless or by bike?

Una settimana a New York
A week in New York City

Passeggiando per Teheran...
Walking around Teheran



viaggi

Atlantikwall.fr bunker's village diario di un viaggio

Bunker's village: diary of a journey

Un viaggio lungo la costa atlantica francese per scoprire l'AtlantikWall, il muro fatto erigere dal Reich per difendere i confini dagli attacchi alleati, un'opera gigantesca e folle, paragonabile per estensione ed imponenza alla Muraglia Cinese o al Vallo di Adriano



Il 23 marzo del 1942, in una direttiva di guerra, Adolph Hitler definiva i principi fondamentali che avrebbero costituito la fisionomia di un'immensa opera di architettura militare, denominata Atlantikwall.

6500 km quadrati di area interessata da Capo Nord in Norvegia ai Pirenei, sei paesi europei coinvolti (sette se includiamo l'Inghilterra con le Channel Islands), quindicimila corpi di fabbrica strategicamente disposti lungo la costa atlantica, tredici milioni di metri cubi di cemento armato, 334.000 operai coinvolti, tedeschi, gente del posto, prigionieri di guerra, deportati.

Un esempio unico di architettura prefabbricata.

Ma non si tratta di un vero e proprio muro, piuttosto di un sistema di fortificazioni – i bunker appunto – divisi in settori secondo una logica militare che non sempre coincide con una logica geografica dei paesi occupati. Perché è un sistema che ha una sua logica strutturale dall'obiettivo chiaro, ovvero difendere i

A journey on the French Atlantic coast to discover the Atlantic Wall, a wall built by the Third Reich to protect borders from the attacks of the allies. A crazy and huge work comparable to the Chinese or to the Adrian Wall.

confini territoriali, i limiti geografici del Reich da eventuali attacchi alleati, da mare e da cielo. Si trattava di affrontare per la prima volta una prospettiva militare tridimensionale (terra, cielo, mare), il che spiega in parte anche la morfologia del bunker stesso.

L'Atlantikwall è un prodotto di una cultura tecnologica avanzata, di una società, la Germania del Reich, fortemente industrializzata, in grado di sostenere in così poco tempo uno sforzo costruttivo mastodontico e tecnicamente avanzato – mi riferisco all'Atlantikwall come macchina da guerra, quindi all'insieme di architetture, strumentazione bellica e infrastrutturale.

In Francia dove si avverte con maggior chiarezza il rapporto di complessità e di contraddizione, di odio e amore che la gente del posto ha con il "muro" e con l'alieno bunker, il percorso va da Dieppe in Normandia fino a Saint Malò, per proseguire poi verso la Bretagna, Brest, le basi sottomarine di Lorient e Saint Nazaire, scendendo infine lungo la costa occidentale fino alle batterie di Soulac sur Mer, Saint Barbe e Saint Jean de Luz. Una costellazione di rifugi che ornano le coste

23 March 1942: Adolf Hitler defined the most important guidelines to build the so-called Atlantic Wall.

The Atlantic Wall is not a real wall, but a system of pill boxes divided in sectors according to a military disposition.

To watch it at its best, you should go from Dieppe in Normandy to Saint Malò, and then go towards Brittany, Brest, Lorient e Saint Nazaire.

atlantiche, quelle sabbiose come quelle granitiche. Ai tempi in cui era militarmente attivo, "tutto il territorio della costa atlantica diventa "proibito", occupato soltanto dagli occhi attenti dei soldati di guardia barricati nei bunker, diventa uno "spazio estremo", come il deserto, una regione inospitale alle forme di vita... I bunker, le casematte sono un luogo di impegno ed obbedienza, che comprime i corpi fino a ridurli parte del sistema, dei componenti necessari al funzionamento corretto del sistema stesso, un'architettura dove corpo umano e arma si integrano in un'unità preposta per fare la guerra. In queste architetture, l'uomo cessa di essere centrale alla visione e si trasforma in una parte del meccanismo ottico generale del sistema di controllo." (G. Padovani).

Oggi, di questo mastodontico confine politico oltre che architettonico, di questa linea di demarcazione concepita con l'idea di controllo sui confini e nel tempo trasformatasi in altro, di questi corpi di fabbrica in cemento grezzo, in molti casi, non esistono altro che le vestigia, segni di un passaggio.

La costa è ora accessibile ed i bunker – o ciò che di essi resta – sono in parte visitabili, con un turismo che non si concentra più unicamente sulle aree dello "sbarco", bensì si estende, interessandosi alla scoperta dell'intera linea difensiva, in parte trasformatasi in musei, come a Batz sur mer, piuttosto che in siti "archeologici", come a Longues sur mer in Normandia, o in qualcos'altro, meno identificabile.





E i francesi, quando gli chiedi dei bunker, ti guardano con aria sorpresa, meravigliata, ti scrutano incuriositi, forse infastiditi. Come se avessero a che fare con dei folli. Ma che ci devono fare questi con i bunker? Molti non ti rispondono e quelli che lo fanno o farfugliano qualcosa ma ne sanno meno di te, o ricordano ma non esattamente e poi si scusano. La maggior parte fa finta di non sapere”. Forse il ricordo è ancora troppo vicino, è necessario più tempo per capire e metabolizzare.

Eppure, come spesso accade, gli esploratori sono sempre i bambini che con la loro spensieratezza e privi di un vissuto storico, nei bunker decorati da graffiti multicolori di artisti più o meno noti, ci saltano, ci corrono, si nascondono, ci giocano alla guerra, ovviamente.

In France the relationship with the wall is of love and hate, and you can feel it everywhere you go along this fortification.



Parigi, in rete o in bici?

Paris: wireless or by bike?

All'inizio del nuovo millennio Parigi punta ad essere la città più all'avanguardia d'Europa, con connessioni a Internet senza fili e trasporto urbano sostenibile



Les Halles, centro commerciale cablato



Parco urbano cablato con WI-FI gratuita

L'impatto delle nuove tecnologie sta cambiando radicalmente la struttura della società e il nostro modo di vivere. Nell'"Era dell'accesso" Jeremy Rifkin spiega perché in un imminente futuro la proprietà sarà sostituita dall'accesso a ogni genere di bene o servizio o esperienza culturale, con la possibilità di una maggiore diffusione della conoscenza, della democrazia e del benessere, ipotizzando l'affrancamento della schiavitù del lavoro.

Il magazine, inglese, Monocle ha recentemente pubblicato una curiosa ricerca sulle Top 20 liveable city, con l'idea di delineare un tracciato significativo sul tema dell'urban experience. Il focus di questa ricerca è quello d'identificare le componenti e le forze che rendono una città non solo attrattiva ma realmente vivibile. I parametri adottati, dunque, si riferiscono alla sanità, ai trasporti pubblici, alla ricettività turistica, alle infrastrutture,

alla connettività, alla qualità dell'architettura, alla high quality housing, ai dati sulla criminalità e sicurezza, alla gestione politica, alla presenza di media rilevanti, alla democrazia, eccetera. E le città europee risultano stabilmente in pole position.

In questo panorama, Parigi appare tra le città più all'avanguardia in termini di "accessibilità", che significa fondamentalmente due cose: connessioni a Internet senza fili che copra gran parte della città a partire dalla fine del 2007 e potenziamento dei servizi sostenibili di trasporto urbano.

At the beginning of the new millennium, Paris is working to be the most avant-garde town in Europe thanks to wireless hot spots and a sustainable public transport. The impact of new technologies is radically changing the social structure and the way of life. Recently the English Magazine Monocle published a curious research on Top 20 liveable city, trying to focus on urban experience.



Bici Velib' parcheggiata al Centre Pompidou



Parchimetro Velib'

Infatti, Il programma Paris Digital City comprende il progetto Paris Wi-Fi, che dal 29 settembre ha reso la capitale francese il polo Wi-Fi più grande d'Europa, con 260 siti pubblici coperti come parchi, piazze, biblioteche e musei, serviti da 315 access point. E tutto rigorosamente gratuito! In Europa, seguono l'esempio Londra, Dublino, Barcellona, Brighton, Monaco, Amsterdam, Vienna, Marsiglia e Colonia.

Allo stesso tempo, il sindaco Bertrand Delanoë, punta, sul modello di Amsterdam, al potenziamento del trasporto a due ruote et... voilà! Il 15 luglio 2007 oltre diecimila biciclette grigie metallizzate sono diventate parte integrante del paesaggio urbano parigino, suscitando la curiosità e l'entusiasmo dei cittadini. Questa piccola "rivoluzione" nei trasporti si basa molto sul concetto apparentemente innovatore del Vélib', abbreviazione di vélo e liberté (bici e libertà): si compra una scheda magnetica annuale, giornaliera o settimanale ad una cifra accessibile e si può usufruire delle bici pubbliche, gratuite per la prima mezz'ora di utilizzo, a pagamento per le ore successive.

I detentori della carta potranno scegliere fra 1.451 distributori automatici che daranno la possibilità di depositare e ritirare liberamente oltre 21.000 biciclette. Nel giro di cinque anni la vecchia rete parigina di piste ciclabili è, infatti, raddoppiata e attualmente vanta 320 km di percorso.

Per i turisti un'occasione unica per vedere Parigi pedalando in allegria, e contribuendo così alla riduzione delle emissioni inquinanti e alla diminuzione del traffico urbano, sempre tanto congestionato nella capitale francese.

Paris seems to be the most avant-garde cities in terms of accessibility, that is to say wireless connections and sustainable public transport.

Thanks to the program Paris Wi-Fi, the French capital is the biggest Wi-Fi hub in Europe with 260 hot spots. Of course, it is free.

In the mean time, the mayor Bertrand Delanoë decided to improve the transportation by bike. Following the Dutch example, 10.000 bikes were put at the disposal of citizens, who, with a smart card can rent a bike.

Qatar... carrefour d'incantevoli musei
Qatar... the land of charming museums

I colori del design
Design colours

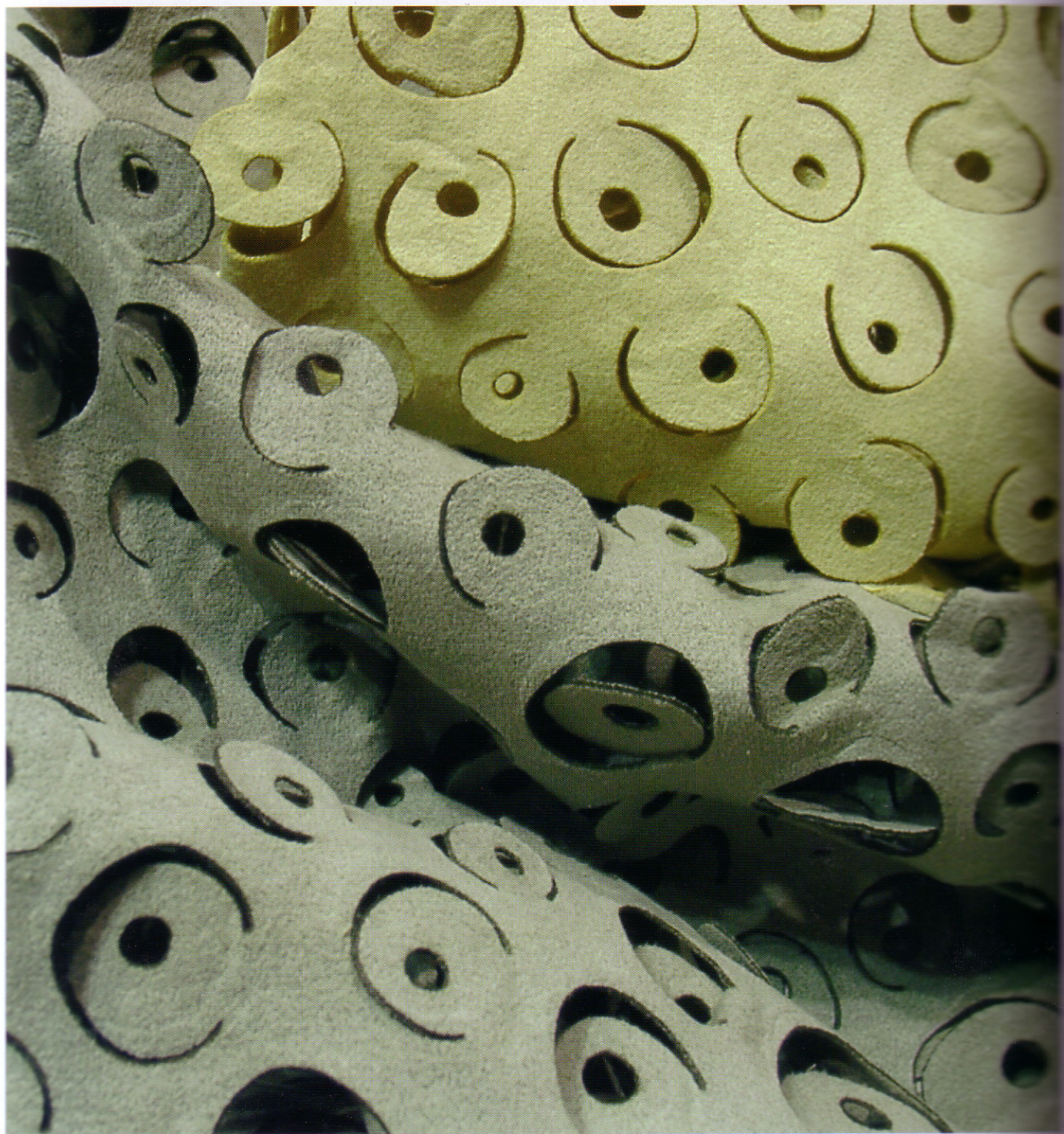


art & design
arte & design

Materiali sorprendenti

Surprising materials

“...Ho acceso un fuoco di notte in campagna
tocco il fuoco
tocco l'acqua
tocco la stoffa e l'argento
sei come un fuoco di bivacco all'addiaccioio
ti tocco...” (R. Doisneau)



Sempre più il design si scopre sensibile al tatto, al tocco. E lo fa attraverso la ricerca continua, la sperimentazione, la creazione e realizzazione di materiali innovativi, dalle qualità superficiali sorprendenti, accattivanti, docili allo sguardo, gentili alla carezza, avvolgenti al contatto.

Quando queste straordinarie qualità materiche si combinano con creazioni uniche e scultoree, forme liberamente tratte dalle forze e dagli elementi primigeni quali l'aria, il fuoco, la terra e l'acqua, e ricomposte attraverso la costruzione geometrica di intuizioni tradotte in disegni perfetti, allora parliamo di design dell'"eccellenza".

In occasione dell'ultimo Salone del Mobile di Milano, molte aziende hanno mostrato una chiara volontà di intraprendere questa strada, interpolandola con la creatività di alcuni grandi interpreti della forma, dello stile, del progetto.

Design is more and more synonym of research and recently this research led design to create new, innovative, appealing materials, gentle to touch, and morbid to sight. During the last Salone del Mobile in Milan, many companies showed their interest in following this new path in design.

"Z.Island" by DuPont Corian®, concepito da Zaha Hadid, una delle più grandi personalità dell'architettura degli ultimi tempi, sfrutta la malleabilità e la qualità estetica del materiale per creare un futuristico ambiente cucina. Le forme libere e fluide di isole e pareti incorporano dispositivi hi-tech che offrono differenti funzionalità legate al cucinare ma anche alla musica, alla qualità della luce e persino alla diffusione di fragranze. Nella sua Historia Naturalis, Edra presenta una collezione di prodotti basata sulla scelta di rivestimenti innovativi e sull'uso strategico del colore, precisando la vocazione dell'azienda, da un lato verso la ricerca di nuove "sensuali" forme per il comfort, dall'altro verso pezzi "artistici", realizzati manualmente, ad alto valore narrativo, colorati, materici ed accattivanti.

L'azienda inglese Established&Sons, ancora in collaborazione con Zaha Hadid, presenta Aquatable, un monolite dalle forme fluide realizzato in poliuretano, con una finitura di superficie high glossy bianca o nera ed un top in gel di silicone che gli conferisce un'estrema morbidezza al tatto.

Biscazza, che da alcuni anni si è imposta nel panorama italiano ed internazionale quale protagonista indiscussa



Aster Papposus, sofà della collezione Historia Naturalis, Edra 2006

I colori del design

Design colours

Da sempre gennaio è il mese delle anticipazioni e delle previsioni. Ma quali saranno le macrotendenze nel design per il nuovo anno?



Nissan 350z

Ogni anno, in questo periodo le riviste ci bombardano d'informazioni sul nostro futuro. E lo fanno attraverso strumenti più o meno ortodossi quali oroscopi, visioni, oracoli, tarocchi o letture di mani. Chi ha, dunque, il desiderio di avere delle anticipazioni esoteriche su come "butterà" l'anno che verrà ha, quindi, l'imbarazzo della scelta.

Per sapere invece, con un certo margine di vantaggio, cosa accadrà nel prossimo futuro nel campo del design, ecco qualche indicazione che risulterà utile per essere di moda un po' prima degli altri.

Designtools, uno degli istituti di ricerca e consulenza aziendale che operano nel panorama milanese nell'ambito della cosiddetta "scenaristica sul design", è infatti, in grado di fornire alcune chiavi interpretative per le tendenze dell'anno prossimo.

January has always been the month of previsions and forecasts.

What are the macro trends in design for next year? First of all, colours: white, black and white and silver will be a must; near these, there will be an explosion of delicate, pastel shades. Look at technological devices and you will notice it.

Per iniziare si confermano alcuni filoni che si possono definire "evergreen", ovvero intramontabili, come il tutto bianco, il bianco e nero e il nero e argento. A differenza di quanto avvenuto in questi ultimi anni, che hanno visto trionfare le monocromie e l'uso dei colori primari saturi, probabilmente la prossima stagione sarà caratterizzata da un'esplosione di colore, dal multicolor, da colori desaturati e polverizzati, cromie pastellate, toni soffusi e leggeri. In questo senso la tecnologia di largo consumo sta diventando sempre più anticipatrice di tendenze. Basti pensare al mitico Ipod, che quest'anno ha introdotto una gamma di colori pastello metallizzato per i nuovi IPod Nano e per gli Shuffle, abbandonando quasi definitivamente il white.

In questo mondo pieno di oggetti e di prodotti inutili, inquinanti e privi di ogni senso, nel design si porta sempre più avanti la tendenza Super Normal, ovvero una riflessione su: oggetti semplici, chiari, monofunzione, basilari nelle prestazioni e di prezzo abbordabile.

Un atteggiamento derivante forse dalla presenza sul mercato di innumerevoli prodotti di largo consumo provenienti dalla Cina, economici, privi di certificazioni e con nessun valore aggiunto in termini di design.

Allo stesso tempo, forse perché pare sempre più netta la distinzione tra ricchi e classi popolari, aumenterà l'offerta di prodotti di superlusso, desinati ad un pubblico di nicchia.



Nuova confezione Acqua di Parma

Molto probabilmente l'anno prossimo vedremo il declino della corrente decorativista che ha caratterizzato le tendenze di gusto negli scorsi anni, a favore di un atteggiamento più sobrio e compatto, understated in un certo senso, adatto ad un pubblico colto e raffinato, che rifiuta lo show-up a tutti i costi.



Mostra Supernormal