

tembre/december 2007

ad+m

architettura | design | materiali



Carla Baratelli

Riportare l'uomo al centro del progetto

Placing man back at the centre of the project

001710

English text

Periodico di contract e design d'interni per spazi ad uso pubblico

L'interior designer diventa brand designer

Nei lavori di apertura della seconda edizione della Design Week di Guangzhou (Cina, dal 29 novembre al 2 dicembre), l'architetto Alberto Apostoli ha aperto i lavori trattando dell'interior design in una nuova ottica, quella del brand designer. Alberto Apostoli sviluppa il concetto di brand design come naturale conseguenza della sua teoria della contaminazione tra architettura, design e marketing e propone una nuova figura protagonista del mondo del design, che deve diventare il direttore d'orchestra di tutti quegli elementi che concorrono a formare un brand di successo. Il brand designer ha sempre e solo nella testa il cliente finale, i suoi gusti, desideri, sogni, ecc.. Definisce un proprio



approccio finalizzato all'accrescimento o alla creazione di una strategia di brand, coordinando con un unico spirito creativo tutto quello che comunica brand:

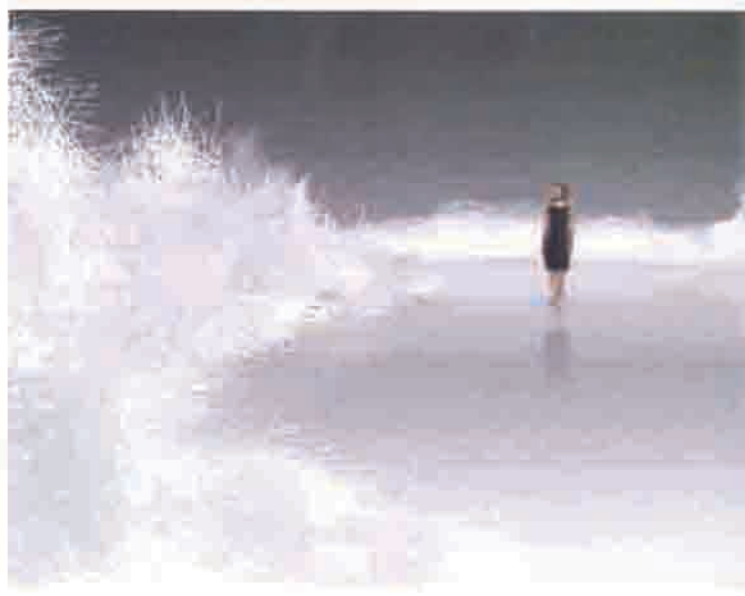
dal prodotto (product design) al retail, passando attraverso tutti gli strumenti di marketing operativo fino ad interpretare la stessa architettura aziendale.



Tokuji Yoshioka Designer of the Year 2007

L'artista Tokuji Yoshioka è stato nominato vincitore del famoso premio Designer of the Year 2007 dal forum di design Design Miami. Nato e cresciuto in Giappone, Tokuji è stato premiato grazie alla sua eccezionale abilità nel creare opere che estendono i confini del design e caratterizzato da forti emozioni e grazia. Tokuji si è distinto dagli altri designer per la sua straordinaria capacità di trasformare materiali semplici, come vetro, plastica, tessuti e carta in oggetti e spazi "magici". Allo stesso tempo, ha inventato tecniche innovative ideando nuovi metodi di produzione completamente unici. Sue la celebre Honey-pop chair (2001) e la recente Pane

chair (2006). "Sono onorato di essere stato scelto come vincitore del premio Designer of the Year 2007. Il design evoca emozione, sorpresa e gioia; appassiona il cuore umano e oltrepassa il linguaggio, la morale e i confini nazionali. Sono convinto che le emozioni siano ciò che completano il design", afferma Tokuji. L'ambito premio "Designer of the Future" individua ogni anno un prominente designer il cui lavoro dimostra qualità, originalità, influenza e che espande i confini di arte, architettura e design. L'architetto iracheno Zaha Hadid fu il vincitore del premio nel 2005 mentre l'originalità di Marc Newson fu premiata nel 2006.



Love Design, un aiuto concreto per la ricerca

La Mostra Mercato Love Design, svoltasi dal 16 al 18 novembre, presso il Museo della Permanente di Milano si è conclusa con grande successo. Il rinnovato appuntamento con il design, organizzato da AIRC (Associazione Italiana per la Ricerca sul Cancro) in collaborazione con ADI (Associazione per il Disegno Industriale) per la raccolta di fondi a favore della ricerca oncologica, ha realizzato il tutto esaurito per gli oltre 3.000 oggetti donati gratuitamente ad AIRC dalle più prestigiose aziende del settore. Il mondo del design ha raccolto circa 400.000 euro per AIRC. "Tutte le aziende partecipanti hanno infatti condiviso uno stesso spazio per un comune progetto sociale e sociale - ha dichiarato Carlo Forcolini, Presidente dell'ADI - Una metaforica superficie rossa, richiamo



al logo dell'evento, è stata studiata per l'allestimento dall'architetto Alejandro Ruiz. Senza stand divisi, un unico terreno ha ospitato tutti gli oggetti". "Un'esperienza che Milano, che detiene il primato per moda e design, deve ripetere - ha aggiunto Mirko Achilli, responsabile della segreteria

organizzativa Magister Team - Da anni la moda ha a Milano il più grande evento di charity, ora anche il design. Love Design è stata e sarà ancora un importante impegno delle aziende del settore verso la solidarietà". Protagonista è stata anche la nuovissima Fiat 500 Lounge personalizzata

Love Design, donata esclusivamente da Fiat Group Automobiles Spa per un'asta silenziosa durante i tre giorni dell'evento. Da una base di 13.000 Euro, il pezzo unico Fiat 500 è stato aggiudicato al miglior offerente che ha contribuito con 16.000 Euro. Prossima edizione novembre 2009.