DESIGN · MODA · ARTE
ARCHITETTURA · INNOVAZIONE
EVENTI · TENDENZE
ANTICIPAZIONI

@AT

SUPERSTUDIO MAGAZINE

@AT - Febbraio 2022 - n. 35

GIÙ LA MASCHER(IN)A. TORNA LA VITA.

Con prudenza e ottimismo. Così intitolavo l'ultimo mio editoriale su queste pagine. Era dicembre, subito prima della recrudescenza della quarta ondata Covid. Ci credevamo davvero, leggendo i primi dati autunnali della pandemia, tutti in discesa.

La prudenza non è mai venuta meno al Superstudio, seguendo alla lettera le regole dettate dalle istituzioni per far fronte al dilagare dei contagi nei pochi lavori possibili (con presidio medico per tamponi immediati e grandi aree per il distanziamento) che i vari decreti ci hanno concesso di ospitare.
L'ottimismo è stato messo a dura prova, ma mai abbandonato, in attesa del "liberi tutti" che prima o poi, ne eravamo certi, sarebbe arrivato.

A informarsi quotidianamente con i bollettini sanitari, ora forse ci siamo. L'annullamento dell'emergenza, attesa per fine marzo, e altre aperture prima, ci fanno ben sperare di poter accogliere presto un pubblico numeroso e senza quella mascherina che ci ha fatto da filtro con il mondo. Così sarà per l'imminente **Circus Eyewear Show** che propone occhiali visionari e, subito dopo, per la **Milano Fashion Week** di febbraio, presente con la fiera diffusa di contemporary fashion **White Show** al Superstudio Più. Mentre sul fronte sfilate al Superstudio Maxi c'è fibrillazione per l'attesissima sfilata **Diesel**, e grande curiosità per il giovane brand **Ambush**.

Nel mese di marzo ci aspettano anche l'apertura di **SuperClub**, al Superstudio Più: il privé esclusivo e scenografico per incontri tra amici, party aziendali, feste a tema, notti di musica e ballo. E il giorno 8, festa della donna, inaugura **Angela**, mostra-incontro in MyOwnGallery con l'artista **Angela Carruba Pintaldi**, i suoi quadri, i suoi gioielli-scultura, la sua video-performance e la sua immagine, colta da **Giovanni Gastel**. Al Superstudio Maxi dal 10 al 13 marzo già di ritorno **Abilmente**, il Salone delle idee creative, dopo il grande successo di novembre. Sempre al Superstudio Maxi 8/10 aprile arriva la prima edizione di **(Un)-Fair,** fiera-non-fiera dell'arte contemporanea, inattesa e controcorrente, e il 28 aprile di nuovo nella sua abituale collocazione **MIA, Milano Image Art Fair**, il salone della fotografia d'autore da questa volta in collaborazione con Fiera di Parma.

Con rammarico segnaliamo invece che, per prudenza, l'evento clou di aprile, la **Milano Design Week**, con il Salone (del Mobile) e il complementare **Fuorisalone** nelle vie di Milano, è slittato per decisione degli enti competenti all'inizio di giugno. Il che ha forzatamente comportato nuove date per il nostro doppio evento **Superdesign Show**: il progetto **LOOKING AHEAD** al Superstudio Più va al 5/12 giugno. Ma il complementare e innovativo progetto **DNA.DesignNaturaArchitettura**, con focus sugli studi di architettura e sulla nuova Milano, anch'esso originariamente previsto durante la Design Week di quest'anno al Superstudio Maxi, è rinviato al 2023.

Gisella Borioli

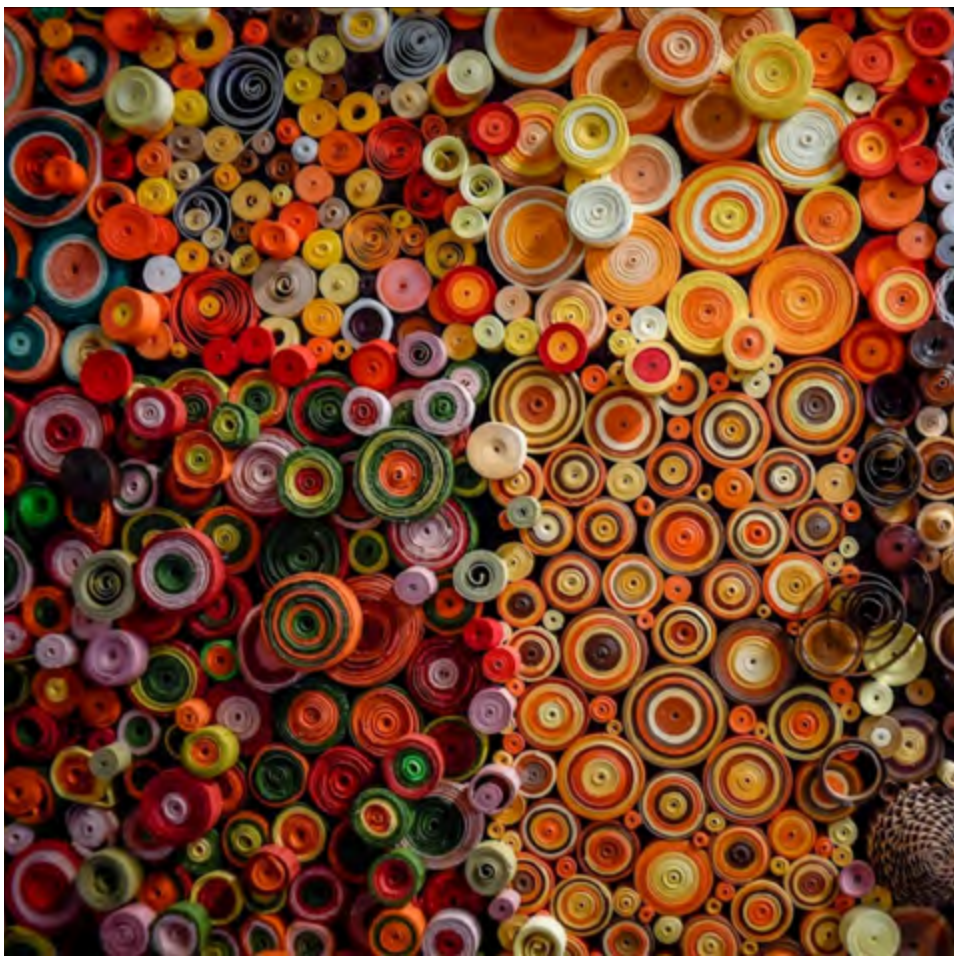
milano design week 2022: 6/12 giugno
LAST CALL: SUPERDESIGN SHOW AL SUPERSTUDIO!

SUPERDESIGN SHOW 2022 al **SUPERSTUDIO PIÙ** dal 6 AL 12 GIUGNO presenta il tema dell'anno **LOOKING AHEAD**, per scoprire le tendenze dell'abitare e i cambiamenti che economia circolare e human technology ci porteranno. Asian Impact, Materials Metamorphosis, Donne&Design, Supergreen, Smart Home, CasaCozy, Art&Art, Evolution of Things e altre sezioni vi attendono in un percorso di innovazioni, informazioni, emozioni. SUPERDESIGN SHOW è un progetto di Gisella Borioli con la direzione artistica di Giulio Cappellini.
Le richieste di partecipazione sono ancora aperte.
Per partecipare scriveteci su design@superstudioevents.com. **Per contatti** con la direzione creativa e la comunicazione scrivete a communication@superstudiogroup.com
Per aggiornamenti seguite www.superdesignshow.com - www.at-superstudiomagazine.com

SuperClub. Completamente rinnovato il locale delle feste di Superstudio Più, con effetti luminosi del light designer Feliciano Musillo. Tutte le foto in questa pagina di Rocco Soldini.

SUPERCLUB. UN PRIVÉ MOLTO PRIVATO

C'è un nuovo locale tutto da scoprire o riscoprire all'interno della corte di Superstudio Più. Sta nel sotterraneo della location in uno spazio che già fu rifugio antiaereo e poi laboratorio della General Electric, prima proprietaria del complesso di edifici, e poi trasformato nel Basement per occasioni multiuso.
Ora, a metamorfosi completa, e diventa SuperClub. Esclusivo, elegante, riservato, tecnologico, sorprendente, trasformista, emozionante: il luogo dei party, delle feste private, delle serate tra amici, delle luci che danzano, della musica che avvolge, delle notti a tema. E naturalmente della privacy totale assicurata dalla grande area privata e custodita 24/24. Si entra con prevendita.
Club Director Thomas Telini, designer Feliciano Musillo, collaboratori del club e organizzatori: Natasha Slater di Punks Wear Prada, Marco Greco, Albert Hofer di Le Cannibale.
Per prenotazioni t.tellini@super-club.it - Tel. 333 5796462.



Insoliti materiali oltre a oggetti hand-made, corsi, live show. Ad Abilmente, Il salone delle idee creative.

CIRCUS: L'EVENTO DEGLI OCCHIALI VISIONARI

13-14 febbraio: Circus Eyewear Show è al Superstudio Più. Un originale evento dedicato all'occhialeria di ricerca, con più di 60 espositori, che si ispira al circo.

Occhiali eccentrici al Circus Eywear Show.

Circus Eyewear Show nasce nel giugno 2021 con grande carica innovativa: un evento scherzoso, irriverente, che si ispira al circo come luogo itinerante, sfuggente, un tempo ricettacolo di "freaks" (i fenomeni da baraccone). Arriva al Superstudio Più dal 13 al 14 febbraio per poi ripartire in fretta, una vota levate le tende: a Padova (20-21 gennaio), poi a Roma (26-27), Matera (6-7 marzo) e Catania (27-28 marzo). Per due giorni Circus trasforma la location in una piazza delle meraviglie: oltre 60 brand si stringono nel tendone sotto al quale tutto accade. La stravaganza, le infinite possibilità accomunano anche gli occhiali: i modelli selezionati sottolineano l'unicità, la personalità di chi li indossa, una maschera che non nasconde, ma svela. www.ilcircus.com

BOOK PRIDE: EDITORI MA INDIPENDENTI

Dal 4 al 6 marzo 2022 la quarta edizione di Book Pride sbarca negli spazi di Superstudio Maxi, per un week-end tutto dedicato all'editoria indipendente.

Illustrazione di Antonio Pronostico, Book Pride.

L'Associazione **Book Pride** ha rinnovato il suo marchio grazie a un pool misto tra editori indipendenti e operatori nel settore degli eventi. Con una nuova e giovane squadra l'edizione 2022 rinasce sotto il tema "Moltitudini", che annuncia il grido corale dell'editoria indipendente (che nel 2021 ha registrato il record del 47% del fatturato complessivo) ma anche la scelta di tornare alla comunità, rintracciare la relazione, il senso dell'altro come antidoto alle solitudini del nostro tempo. E di farlo attraverso la cultura. Ad illustrare l'immagine dell'edizione di quest'anno sarà Antonio Pronostico, illustratore dal talento caldo e surreale, come le sue vignette. www.bookpride.org

ABILMENTE: MOLTO PIÙ CHE BRICOLAGE

Una passione che tocca tutti i tasti della creatività, quella del fai da te ed apre a universi sconosciuti. Tanto da avere un salone dedicato due volte all'anno.

La prima edizione milanese di **Abilmente** nel Superstudio Maxi appena inaugurato ha avuto luogo a novembre. E già si presenta la seconda edizione a nemmeno sei mesi di distanza. Tutto grazie al grande e immediato successo che questo Salone della fantasia organizzato da **Italian Exhibition Group** ha raccolto con la sua prima edizione. Un en-plein di folla al di là delle migliori aspettative che si è aggirata – e si aggirerà - curiosa e entusiasta nei percorsi della fiera dove ogni tappa era – e sarà - una sorpresa. Bijoux hand-made, ricami affascinanti, materiali intriganti, oggetti stupefacenti, accessori originalissimi, tessuti pittorici, tricot imprevedibili, abili collage e decoupage e altre forme d'arte forse "minore" a dimostrazione della inesauribile capacità di creare ad ogni livello. E per offrire un upgrade alla propria creatività: corsi, dimostrazioni, live show. Ma Abilmente è anche una immensa caverna di Ali-babà per gratificarsi, dove aggirarsi per fare scoperte fuori di testa, acquisti d'impulso, regali irresistibili. www.abilmente.org/it

(UN)-FAIR: DEBUTTA LA FIERA CONTROCORRENTE

Dall'8 al 10 aprile al Superstudio Maxi verrà presentata (Un)-Fair, innovativa "anti-fiera" all'insegna di un collezionismo giovane e sostenibile.

Matteo Negri, Landscape, (un)fair.

Alla sua prima edizione **(Un)-Fair** nasce dal desiderio di dare spazio ad una nuova generazione di collezionisti e a nuove modalità di interazione, che valorizzino lo scambio e la conoscenza reciproche. Non è affatto "l'ennesima fiera-mercato", modello dal quale prende le distanze attraverso un eloquente gioco di parole: "le parentesi di (Un)-Fair" spiegano le fondatrici **Laura Gabellotto** e **Manuela Porcu** "creano un gioco visivo e concettuale tra fair/unfair (dall'inglese: giusto/ingiusto), che nega ironicamente lo standard fieristico tuttora diffuso, proponendo, al contrario, un evento di supporto al sistema-arte e all'insegna della fairness. Inoltre, sottolineano come la percezione di ciò che è innovativo o non innovativo, tradizionale o non tradizionale, giusto o sbagliato, sia estremamente legata alla dimensione della soggettività."
(Un)Fair promuove un collezionismo sostenibile e consapevole rivolto anche a chi non ha ancora avuto occasione di iniziare questo percorso: è questa la "nuova generazione di collezionisti" con motivazioni a volte differenti dai collezionisti della tradizione. Allo stesso modo, si rivolge alle gallerie che si riconoscono in un modo nuovo di parlare di arte contemporanea. www.un-fair.com

MIA: DOVE LA FOTOGRAFIA D'AUTORE SI IMPONE

Red Lemon è l'immagine di copertina dell'undicesima edizione di MIA FAIR, acronimo di Milan Image Art Fair, per la seconda volta al Superstudio Maxi.

Opera di Larissa Amachtsheer, MIA 2022.

La scorza di un limone rosso sopra ad una scorza di limone poggiata su un tavolo rosso. Questo il "succo" dell'opera attraverso cui Larissa Amachtsheer, artista olandese, denuncia la manipolazione del colore a scopi pubblicitari nelle serie *You Choose* e *I seduce* (2017), entrambe in mostra. **Fabio e Lorenza Castelli**, ideatori di MIA, l'hanno scelta come rappresentazione dell'ultimissima edizione, quella delle novità. Il 2022, infatti, ha visto nascere il gemellaggio con **Fiere di Parma**, polo culturale della città, dal quale ha preso le mosse la prima edizione del premio La Nuova Scelta Italiana, assegnato al lavoro di tre fotografi che, secondo una commissione scientifica, potrebbero un giorno raccogliere l'eredità dei grandi maestri della fotografia italiana. Debutta anche Unexpected, selezione di opere in cui il medium fotografico esplora la trasformazione dei processi culturali, combinandosi con altri mezzi come video e animazioni in 3D, per riflettere sull'attuale stato dell'arte. Novità sarà anche la mostra Quei temerari delle strade bianche. Nuvolari, Varzi, Campari e altri eroi alla Cuneo-Colle della Maddalena, a cura di Giosuè Boetto Cohen: 40 immagini per ripercorrere quella sfida automobilistica (1925-1930), considerata per difficoltà e lunghezza una delle corse più pericolose dell'epoca. Si riconferma la sezione Beyond Photography-Dialogue che vedrà le gallerie promuovere le ultime generazioni di artisti internazionali attraverso un dialogo tra una fotografia e un'opera realizzata con altri linguaggi (scultura, installazione, pittura e video).
MIA, 28 aprile/1 maggio - Superstudio Maxi, via Moncucco 35, Milano. www.miafair.it

IL PREMIO È DONNA

una stella per gisella

A dicembre Gisella Borioli ha ricevuto al Superstudio, di cui è fondatrice, il Premio SoFare dalla Presidente di Donne Europee, associazione che dal 1982 si batte (con successo) per promuovere il valore culturale, giuridico, economico del lavoro familiare. Questo riconoscimento, anche chiamato Ambrogino femminile, viene assegnato ogni anno ad una milanese che con la sua capacità di fare si è distinta nel campo della cultura, dello sport o del sociale. Quest'anno è andato proprio a Gisella Borioli per "il luminoso percorso creativo ricco di progetti, proposte, intuizioni, che è di ispirazione per ogni donna, a dimostrazione che si possono brillantemente conciliare lavoro e famiglia." Che ha ringraziato l'organizzazione FederCasalinghe proponendo un nuovo logo per un più moderno nome: FAMILY MANAGER donne europee

olio lodo con lode

Rinviata per l'emergenza sanitaria, sempre a dicembre si sarebbe dovuta tenere al Superstudio la cerimonia di assegnazione di Lodo Design Award che LODO, realtà che da trent'anni promuove la cultura dell'olio extravergine d'oliva nel mondo, assegna ogni anno alla bottiglia più bella. Gisella Borioli, questa volta, si è seduta dall'altra parte e, in qualità di Presidente di giuria dell'edizione 2021, ha scelto Pamako Mountain Bio EVOO: "tra i tanti interessanti finalisti sottopostimi, questo contenitore sposa la tradizione della forma con la modernità. La innovazione del "buco" richiama la funzionalità dell'anfora unita alla stilizzata eleganza del design. Un bell'esempio di contaminazione culturale". Il 2022 la vedrà di nuovo protagonista tra i giurati. Il fotografo Oliviero Toscani è stato chiamato a raccontare i volti di produttori e titolari d'azienda nel progetto I VOLTI DELL'OLIO 2022.

5 x 5 fuoriclasse

Un piccolo amarcord per ripercorrere le collaborazioni – a volte gli esordi – di cinque donne, cinque talenti brillanti e innovativi che hanno recentemente ottenuto importanti riconoscimenti internazionali.
Architette che sono emerse nell'affollato panorama degli Archistar in cui le donne di valore fanno fatica ad inserirsi, nonostante la acclarata alta professionalità.
Noi, che le abbiamo conosciute, ospitate e valorizzate, ci congratuliamo moltissimo con loro. Sono: Elena Salmistraro, Paola Navone, Patricia Urquiola, tutte inserite dalla prestigiosa AD (Architectural Digest) tra le designers più influenti dell'anno; Nika Zupanc vincitrice dell'ambito Good Design 2021 per il divano a due posti Wave Natuzzi Italia, ispirato ai moti ondosi del mare Adriatico Italia; infine, Ilaria Marelli insignita del Wallpaper Magazine Design Award 2022 per il migliore living da esterno, il Sistema Calipso in tre moduli con cuscini appoggiati su doghe in teak naturale, realizzato per Ethimo.

MAX BIZZI: WHITE È UN “CONTENT SHOW”

Intervista di Gisella Borioli

2002/2022. Vent’anni di White Show da un piccolo corner in Fiera nel 2001 al Salone indipendente più influente e internazionale di contemporary fashion arrivato al traguardo dei più di 500 espositori di qualità. Ogni volta un evento da non perdere per l’alto tasso di creatività e che ha saputo espandersi in modo esponenziale tenendo d’occhio i “segni del tempo”. Ripercorriamo insieme a Massimiliano Bizzi, suo geniale inventore, questa avventura che ha preso il volo proprio dal Superstudio.

Come White è diventato White?

White nasce quasi per caso, ma non è un caso che sia diventata il più importante salone di riferimento per il womenswear a livello europeo. Dietro c’è stato tanto lavoro, studio e strategia per poter evolvere di anno in anno e adattarsi alle richieste del mercato.

Cosa è stato determinante per il successo di White?

Sicuramente la determinazione e la grinta, la voglia di creare un contenitore per i brand che non fosse svilente e mortificante come le fiere di 20 anni fa, ma al contrario accattivante e sorprendente. Un luogo perfetto per fare business, immerso in una cornice piacevole, capace di trattenere buyer e stampa anche oltre l’orario di lavoro.

Massimiliano e Brenda Bizzi alla premiazione di TaoModa, Taormina.

Il successo anche grazie a…?

Sicuramente devo molto anche al team di professionisti che si sono susseguiti in questi anni e che hanno supportato me e mia moglie Brenda, Amministratore Delegato di White, nello sviluppo del nostro progetto.

Il momento più critico?

Probabilmente quello appena trascorso. La pandemia in Italia è scoppiata proprio sul finire dell’edizione di febbraio 2020 e da lì c’è stato un momento di incertezza non indifferente che ci ha fatto vacillare. Non era chiaro come la moda, non solo noi, sarebbe potuta sopravvivere a questa batosta. Per fortuna, l’aiuto reciproco ed alcune iniziative come Milano Loves Italy, Insieme siamo più forti, hanno risollevato la situazione e dato uno slancio nuovo e positivo, hanno aperto un nuovo sguardo sul futuro. Ora stiamo mettendo nel prossimo White un’energia rinnovata.

Una innovazione a un certo punto è stata anche quella di optare per una fiera diffusa in via Tortona anziché concentrata in una più grande istituzione fieristica. Nasce il Tortona Fashion District. Per libera scelta o per necessità?

Un po’ tutte e due forse. L’idea di una fiera diffusa mi è sempre piaciuta, non lo nego. Ma è stata anche una necessità. La richiesta da parte dei brand è aumentata esponenzialmente. Dalla prima edizione in cui avevamo 100 marchi, siamo arrivati ad averne 550. Di conseguenza, era necessario avere più spazio, anche per ospitare tutta una serie di attività collaterali che man mano negli anni abbiamo sviluppato.

Il termine Fiera non coincide molto con la realtà di White. Tu come la definiresti?

E infatti non amo particolarmente utilizzare questo termine “fiera”. Stiamo lavorando per far si che White diventi a tutti gli effetti un “content show”, una piattaforma di business ma ricca di attività ed eventi collaterali.

In tempi di digital, phygital, lockdown e altre limitazioni, come evolvono le fiere di moda?

Io credo che la moda sia per sua natura intrinseca un settore che richiede il “fisico”. La moda nasce in risposta ad un bisogno sociale: quello di sentirsi belli e bene con sè stessi. Sono state le occasioni, la mondanità, ad aver reso la moda una parte importante ed integrante della nostra vita. Ed è per questo motivo che credo fermamente che le fiere dovranno trovare il modo e fare di tutto per rimanere in presenza. Il digitale, secondo me, è un supporto, non potrà mai essere sostitutivo.

Oltre ai canonici “stand”, sia pure ogni volta diversi e fantasiosi”, White vive di eventi collaterali: quali i più riusciti?

Per citare un progetto recente, sicuramente “Milano Loves Italy” che ha reso White un salone ancora più diffuso grazie alla possibilità concessa ad alcuni brand di esporre la propria collezione nei migliori negozi di Milano. Mi piace annoverare tra gli eventi più riusciti anche le sfilate di Uma Wang a Palazzo Reale, Ludovica Amati al Castello Sforzesco, l’installazione di Antonio Marras al Chiostro del Bramante e la sfilata per la città di Milano del designer coreano Yohanix in Piazza Duomo. Ricordo infine, con grande entusiasmo, il bellissimo evento musicale organizzato a settembre per celebrare la ripartenza che abbiamo tenuto nel Garden di Superstudio. La popolare cantautrice italiana Madame ci ha regalato una performance unica.

Screnshot dal video di presentazione di White Show, febbraio 2022, nel Tortona District.

Il mondo di White attrae sempre più alleati e “sistemi”, intercettando anche politica e istituzioni: le alleanze e le occasioni più significative?

L’universo di White è costellato di moltissimi piccoli e grandi partner con i quali collaboriamo per poter crescere e dare un forte contributo al sistema moda italiano ed europeo. Sono per lo più partner istituzionali come il Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, l’Istituto del Commercio Estero, Confartigianato, Camera Nazionale della Moda Italiana, Camera Showroom Milano e Camera Buyer Italia. Sicuramente è stato un onore per noi ricevere il patrocinio del Comune di Milano e della Regione Lombardia.

White in prima linea nel difendere il sistema moda, l’attenzione all’ambiente, l’economia circolare. Come sta funzionando questa posizione “politica” e sociale?

Direi benissimo, siamo orgogliosi di poter dar voce e spazio a realtà, persone e progetti che portano avanti queste battaglie per rendere la moda più sostenibile. Ricordiamoci che l’industria della moda è la seconda più inquinante a livello globale e tutti coloro che ne fanno parte dovrebbero lavorare insieme per ridurre il suo impatto sull’ambiente. In quanto evento di punta della settimana della moda, frequentato da migliaia di visitatori ad ogni edizione, abbiamo sentito la responsabilità di offrire il nostro come palcoscenico per trattare temi legati alla sostenibilità nel sistema moda, da tutti i punti di vista, perché anche i consumatori finali potessero prendere coscienza della situazione e comprendere come poter fare la loro parte.

Cosa racconta il tuo ultimo progetto Sign of the Times?

Dal titolo di una celebre canzone di Prince, *Sign of the Times* significa accettare i tempi che cambiano e volerne far parte, attraverso nuove iniziative e idee rivoluzionarie che diano voce ai sogni e alle aspettative delle nuove generazioni. Il mondo richiede una nuova visione, un nuovo punto di vista, per ripensare insieme una nuova era della moda, più dolce e meno frenetica, per l’individuo e per l’ambiente, attraverso un nuovo approccio di squadra che ci renda protagonisti del mercato. Credo fortemente in questi valori ed è per questo che abbiamo deciso di rendere Sign of the Times pay-off di White.

moda sostenibile: i vestiti son fatti di alghe

Alla domanda “come ripensare la vita dell’essere umano per arginare, almeno parzialmente, la crisi climatica?”, lo studio londinese Post Carbon Lab, in collaborazione con EGON Lab di Kévin Nompeix e Florentin Glémarc, risponde con DS Collection +, la prima collezione che ripensa il nostro modo di vestirci, ispirandosi alla natura. Uno strato di alghe vive avvolge gli abiti e crea un rivestimento fotosintetico che trasforma l’aria intorno agli indumenti in ossigeno e glucosio utili al processo di fotosintesi, ripulendola. La collezione, presentata in occasione della Paris Fashion Week 2021, è fatta di quattro capi (due magliette, un trench e una giacca), la cui progettazione ha richiesto dieci settimane, durante le quali gli indumenti hanno assorbito 1.452 grammi di CO2, un valore paragonabile a quello che una quercia di sei anni assorbe mediamente in sei mesi. Una soluzione che potrebbe fare la differenza: come dichiara Kévin Nompeix, CEO & Artistic Director di EGONLab: “sono i giovani creativi ad avere il dovere di dare l’esempio alle generazioni future perché l’urgenza è reale. Lo sviluppo e la ricerca collettivi devono, perciò, diventare sempre più una spinta concreta all’azione.” (di Materially)

Alghe vive ricoprono gli outfit di DS Collection +.

Nell’ordine:
Elena Salmistraro
Patricia Urquiola
Nika Zupanc
Ilaria Marelli
Paola Navone.

angela: l’opera d’arte è lei

Arriva in MyOwnGallery la mostra **Angela**. Con le immagini e le parole di Giovanni Gastel, mentore e amico che l’ha accompagnata negli anni, “Angela” è la prima di un trittico di mostre in successione a Milano, Napoli, Palermo per raccontare una artista poliedrica e passionale che sfugge alle definizioni. **Angela Carrubba Pintaldi**, dopo una pausa artistica, ricomincia da se stessa e mette in scena lavori antichi e recenti a cominciare dai gioielli d’artista strappati alla natura che le hanno dato la fama, ai quadri che nascono da terre e pigmenti, alle collezioni di sontuosi abiti antichi rivisitati e accessori extra-ordinari. Cui si aggiunge l’installazione di tre grandi tele realizzate sul lago di Venere. E “Rinascita”, la performance della creazione, riportata in video dal regista Juan Diego Puerta Lopez. Una mostra emozionante, a cura di Anna Imponente, che debutta l’8 marzo, non a caso nel giorno della festa delle donne, in MyOwnGallery, coinvolge i visitatori nella vita di questa artista siciliana straordinaria le cui opere sono testimonianze alle quali il tempo ha regalato ancora più spessore e profondità. Angela. 8/20 marzo.
MyOwnGallery, via Tortona 27, Milano. www.myowngallery.com

Ph. Giovanni Gastel

Caimi Open Lab, il laboratorio di ricerca per soluzioni acustiche ambientali di Caimi Brevetti.

CAIMI. UN OPEN LAB PER IL SUONO

Di Dario Negri

In 70 anni di attività e innumerevoli premi nel design, Caimi Brevetti è ben conosciuta per la propensione all'innovazione. Ma è Snowsound, sistema brevettato di gestione del suono, che ha proiettato Caimi al vertice del settore della ricerca acustica con i laboratori Caimi Open Lab. Ce ne parlano Franco e Giorgio Caimi.

Come è nato il prodotto Snowsound e quale è il collegamento con il progetto Open Lab?

La decisione di investire nel segmento dei prodotti per l'insonorizzazione dell'ambiente parte da una domanda che ci siamo fatti durante la grave crisi del 2009: in quale direzione diversificare l'attività per poter garantire una nuova espansione all'azienda?
Dopo una attenta analisi, seguita immediatamente dai primi studi sul prodotto, siamo giunti a realizzare una serie di brevetti che, applicati alla nostra produzione, ci hanno aperto un mercato ancora molto libero. Le scoperte fatte - perché di vere e proprie scoperte si tratta, Giorgio è arrivato addirittura a definire una legge della fisica! - ci hanno spinto a fare un investimento importante negli Open Lab, una serie di laboratori all'avanguardia per lo studio del suono.

Quanto all'avanguardia?

Così all'avanguardia che inizialmente ci siamo dovuti avvalere di un numero elevato di consulenti esterni, Università e laboratori di vari paesi. Ciò nonostante siamo andati così avanti e così lontano che molto spesso durante il percorso siamo stati noi a fornire nuovi dati ai nostri partner, che, ad un certo punto, non ci capivano più niente! I nostri laboratori incorporano anche tecnologia militare altamente riservata: allo stato attuale con questo know-how ci siamo noi e l'Agenzia Spaziale Europea, per la quale abbiamo testato anche dei pezzi che poi sono andati in orbita...
Siamo riusciti a progredire così velocemente e così tanto che, oggi, per tutto ciò che riguarda lo studio del suono, i nostri laboratori sono un punto di riferimento a livello internazionale: abbiamo quindi deciso di metterli gratuitamente a disposizione per diverse attività esterne di ricerca (équipe mediche, Università, Fondazioni, Enti) in modo che tutti possano beneficiarne.

Pannello antiacustico Snowgems divider di (a+b) Annalisa Dominoni e Benedetto Quaquaro, Caimi Brevetti.

Come avete coniugato questo progetto con la vostra produzione storica di design?

Il prodotto sviluppato attraverso la nostra tecnologia proprietaria ha trovato numerose applicazioni anche a livello di design, soprattutto per quanto riguarda i rivestimenti: tra il nostro ufficio di design di interni e una attenta selezione di architetti e designers con i quali collaboriamo è stato possibile inserire un prodotto estremamente tecnico in un contesto molto più "frivolo" e commerciale, come può essere quello dei complementi d'arredo... un divano, un pouf o un pannello fonoassorbente che sembra tutto tranne che un pannello fonoassorbente!

Cosa prevede il futuro di Caimi Brevetti?

Siamo arrivati al punto di inserire la terza generazione di Caimi nella nostra azienda che resta, nonostante le dimensioni, una azienda di famiglia: siamo quattro fratelli e i nostri figli ormai sono quasi tutti pronti per entrare a pieno ritmo nell'attività. Alcuni di loro sono già parte dell'organico e ci stanno dimostrando che il passaggio di consegne è in mani sicure. Evidentemente siamo riusciti a trasmettere la curiosità, la dedizione e i valori che sono peculiari della nostra famiglia. Così, noi "ragazzi", possiamo dedicare più tempo all'innovazione!
Per approfondire visita: www.caimi.com/open-lab/lidea - www.caimi.com/snowsound

carla foca: la natura ai piedi

Giocose, pimpanti, sbarazzine, vitali, coloratissime, frizzanti. Sono le scarpe che Carla Foca, messinese di nascita, milanese di adozione, crea dal 2010. Un sentimento tutto siciliano sgorga dagli esuberanti colori della tavolozza: il blu del mare, il giallo dei limoni, il rosso dell'anguria. Dai primi modelli in creta agli oggetti unici e fantasiosi che oggi declinano l'arte nella moda (e la moda nell'arte). Una produzione ricercata che utilizza pellame di altissima qualità.
Carla Foca osserva la natura con semplicità, in tutta la sua ricchezza: «la flora, la fauna mi ispirano infinitamente. Osservo per ore un'anguria, la rappresentazione di un pinguino o di un pesce. Poi, li ridisegno nei minimi particolari. Una volta completate, le mie scarpe non imitano l'animale o il frutto ma lo diventano, lo assorbono». carlafoca.ufashon.com

AL MUSEO. IL PROFUMO DEGLI OGGETTI

Di Silvia Zanni

Il Museum of Craft and Design di San Francisco inaugura la prima mostra interamente dedicata al design olfattivo, "Living with Scents", frutto di oltre due anni di ricerca. Dal 12 febbraio al 5 giugno gli oggetti di più di quaranta tra designers e artisti guideranno attivamente i visitatori attraverso un'esperienza olfattiva che coinvolge il corpo e la memoria.

"Un invito ad usare il naso" così Elisabetta Pisu, curatrice di **Living with Scents** definisce l'idea di fondo della mostra. "In questi ultimi due anni i profumi ci sono stati quasi negati: indossando le mascherine, abbiamo preso ulteriormente le distanze dall'immediatezza di qualsiasi odore. La mostra vuole invece dire al visitatore: riappropriati dell'olfatto".

L'olfatto è tanto svalutato quanto importante: negli anni Novanta uno studio dimostrò che era percepito come il senso meno prezioso e il primo che le persone avrebbero sacrificato, se costrette. Sul suo pregio scrive, invece, Patrick Süskind ne Il Profumo. Storia di un assassino: "Gli uomini potevano chiudere gli occhi davanti alla grandezza, davanti all'orrore, davanti alla bellezza, e turarsi le orecchie davanti a melodie o a parole seducenti. Ma non sottrarsi ai profumi. Poiché il profumo era fratello del respiro. Con esso penetrava negli uomini, a esso non potevano resistere. […] Colui che dominava gli odori, dominava i cuori degli uomini."
Oggi abbiamo dimenticato gli odori, complici la crescente dematerializzazione della nostra società e il progresso tecnologico. Così, negli ultimi anni i metodi per creare fragranze e sapori artificiali si sono affinati: il cibo del futuro sarà sempre più sublimato e artificiale e questo comporterà la decimazione dei profumi che sentiamo oggi.

Coffee Pot degli artisti Virginia San Fratello e Ronald Rael. Caffettiera ricoperta di fondi di caffé.

Il design olfattivo, al contrario, che va dal marketing dei profumi all'interior design e all'architettura, crea a partire dalla materialità degli odori, ossia dal fatto che possono essere sentiti solo di persona. Nell'ultima delle cinque sezioni in cui si organizza la mostra **Spray it. Dont'Say it. Communication, Emotion and Memory** le curatrici e gli artisti hanno giocato proprio ad immaginare un futuro lontanissimo in cui gli odori si sono persi e ciò che ne resta è racchiuso in piccole boccette. Questo il messagio di **Olfactory Time Capsule for Earthly Memories**, una collana contenente una capsula pensata e progettata per gli astronauti ed altri futuri viaggiatori nello spazio. Contiene tre profumi del pianeta terra: quello di un amato, di una casa, della natura.

Ways of Sensing Olfactory Culture and Communication riguarda, invece, il valore estetico e culturale del profumo, che cosa significa sentire l'odore con consapevolezza, non solo annusando. Scent del designer giapponese Oki Sato è una collezione di vasi disegnata per accentuare la percezione e soprattutto l'esperienza dell'odore, racchiudendo l'aroma dei fiori: una singola rosa può, infatti, rilasciare fino a 400 molecole che, nel loro insieme, ne ricreano l'aura. **Nose Meets the Eyes. The Power and Beauty of Nature** insiste sulla dimensione estetica dell'oggetto, sul materiale e la tecnica di cui è fatto, sull'equilibrio tra funzionalità e bellezza. **The Scent of Care. Health and Wellbeing** si propone di sfruttare i benefici di alcuni aromi che si trovano in natura, creando oggetti belli che possano aiutare a lenire disturbi fisiologici o psicologici. **Future Sleep Kit**, ad esempio, è un tentativo di rispondere all'insonnia, la piaga in crescita della nostra contemporaneità, legata a pratiche sempre più dannose, come dimostra lo studio condotto dalla designer Lena Saleh, che ha provato che l'85% degli adulti americani utilizza il cellulare prima di dormire, alterando così la qualità del sonno. Infine, **A Scented Art of Living. A new Sense of Presence and Pleasure**. Un modo nuovo di guardare agli oggetti che tutti abbiamo in casa e utilizziamo nel nostro quotidiano. Come nel caso di Coffee Pot and Coffee Cups, set da caffè composto da caffettiera e tazzine stampate in 3D da fondi di caffè e foglie di tè. Solo annusandone la superficie grumosa, l'aroma inconfondibile del caffè o l'intenso sentore delle foglie da tè riveleranno qual è la funzione della tazza.

@AT SUPERSTUDIO MAGAZINE è una pubblicazione mensile edita da Superstudio Group.
Direttore responsabile: Gisella Borioli. Grafica: Anna Bergamo.
Assistente di Direzione: Federica Clari. Redazione: Silvia Zanni.
A questo numero hanno collaborato: Dario Negri, Rocco Soldini.
Versione digitale aggiornata tutti i giorni on-line: www.at-superstudiomagazine.com
Edizione cartacea scaricabile in pdf dai siti: www.superstudiogroup.com e www.superdesignshow.com
Magazine in italiano e inglese.
Registrato al Tribunale Ordinario di Milano in data 20/12/2017 al numero 368. Tutti i diritti riservati.
Contatto Redazione: communication@superstudiogroup.com
Superstudio Group - Via Tortona 27 Milano 20144.
Tel +39 02 422501 - info@superstudiogroup.com - www.superstudiogroup.com
Informazioni. Per eventi: info@superstudioevents.com - www.superstudioevents.com
Studi fotografici: info@superstudioset.com