

NEW TALENTS TRA ARTE, MODA, DESIGN UNA GUIDA DOVE CERCARE TUTTI I GIOVANI TALENTI DI DOMANI
EXCESS-ORIZE ACCESSORI FETICCI STRANEZZE E BIZZARRIE SOLO PER FASHION ADDICTED

KULT

ITA: 3,90 €

LORETTA LUX
PAOLO ULIAN
WIM DELVOYE
JAKE GYLLENHAAL
KATARZYNA SZCZOTARSKA
REGINA JOSÉ GALINDO
ANIMAL COLLECTIVE
DAVID LACHAPPELLE

XBOX...it's a new world

MODA
Toysmania:
pupazzi, folletti
e super eroi
sono le nuove
icone di tendenza

eyes of freedom

ANDRES SERRANO per KULT by Matti Hilling



IL PRIMO NUMERO DI MODA ARTE DESIGN
ogni numero più info su www.kultmagazine.it
DISTRIBUZIONE: GUSTO ASSOCIATI - 00187 ROMA - TEL. 06/47811111 - WWW.GUSTOASSOCIATI.IT

P

rogettare il **quotidiano**

QUALE DOVREBBE ESSERE IL RUOLO DEL DESIGN? PAOLO ULIAN NON HA DUBBI: UN MEZZO PER MIGLIORARE LA VITA QUOTIDIANA DELLE PERSONE. UNO SCOPO CHE PERÒ SEMPRE PIÙ SPESSO OGGI VIENE IGNORATO. SCOPRIAMO PERCHÈ...

di Fabio Destefani

psychedelic folk

In un momento in cui si dà per scontata la contaminazione tra le arti e si saluta con entusiasmo una sorta di despecializzazione professionale tale per cui all'industrial designer è consentito improvvisarsi creatore di moda e viceversa, Paolo Ulian appare decisamente una voce fuori dal coro. Sarà forse grazie alla collaborazione con Enzo Mari, "il duro e puro del design italiano", con cui ha lavorato per due anni che Ulian ha idee molto chiare sull'universo progettuale contemporaneo. Idee che spesso si traducono in una presa di distanza critica da determinate dinamiche oggi in voga. In questa intervista il designer toscano ci parla del rapporto tra arte e moda e della necessità di un fare progettuale che si avvicini alla vita quotidiana della gente.

Iniziamo parlando del tuo rapporto con l'industria: ovvero, che opportunità offrono oggi i produttori a designer di valore che però non hanno ancora un nome noto internazionalmente?

Per quello che è la mia personale esperienza, posso dire che le opportunità per chi non è ancora conosciuto, non sono molte e, quando ci sono, le probabilità che il progetto arrivi a trasformarsi in prodotto sono piuttosto scarse. Tutto sta nel trovare l'azienda giusta, che creda nelle tue capacità.

Qualche tempo fa sei stato tra i partecipanti a Design alla Coop, un'iniziativa coordinata da Giulio Iacchetti che mirava a rendere democratico il design sulla scorta di quanto già il Bauhaus propagandava. Osservando quanto accade oggi mi pare però che le finalità di questo movimento si siano rivelate un po' utopiche... Non mi sembra insomma che oggi gli oggetti di buon design abbiano prezzi abbordabili e siano accessibili a tutti. Mi piacerebbe sapere il tuo parere al riguardo...

Non posso che essere grato a Giulio Iacchetti che è riuscito a raccogliere un gruppo di giovani designer italiani tentando, con grande caparbietà, di portare il buon progetto negli scaffali dei supermarket Coop. La mia scelta di aderire al progetto è nata proprio dall'esigenza di ritrovare un contatto con la vita reale delle persone, con il quotidiano. Ho sempre pensato che progettare dovesse servire a questo, a donare a più persone possibile dei buoni oggetti per cercare di migliorare la loro vita quotidiana. Purtroppo il mondo del design sta andando in tutt'altra direzione. Oggi dettano legge le tendenze e si vende bene tutto ciò che in esse rientra. Basti pensare al mondo dell'arredo da bagno, non c'è più un designer che si occupa di progettare una vasca da bagno che non pesi meno di una tonnellata in pietra scavata a mano.



In alto: Finger biscuit - biscotto da dito - 2004
prototipo esposto alla mostra Pappiani - Bolzano/Milano, 2004
A destra: Colometro - Cioccolato fondente e bianco
Antiproduzione, 2002



Sopra: Mat-Walk - Tappetino da bagno
Produzione Droog Design, 2002



Anello spazzolino da denti. Prototipo 2005



Una famiglia a basso reddito, se vuole una nuova vasca da bagno, dovrà accontentarsi del solito modello standard in fiberglass non disegnato.

Cosa ne pensi del fatto che oggi il design ricerchi sempre più sinergie con il mondo della moda?

Penso che dipenda dal fatto che il mercato del design ha subito negli ultimi anni un'accelerazione esponenziale che obbliga le aziende a produrre novità sempre più velocemente. Oggi gli oggetti di design (tranne poche eccezioni) hanno una vita breve, brevissima, vengono bruciati nel giro di poche stagioni, sono diventati effimeri quasi quanto un capo di moda. È in questo senso che, secondo me, il design si avvicina alla moda. Fondamentalmente però restano due discipline distinte, per il fatto che storicamente nascono da presupposti ed esigenze diverse: l'obiettivo, o meglio l'utopia del designer di oggetti è progettare qualcosa che si avvicini il più possibile all'eterno, un po' come lo sono le sedute di Charles e Ray Eames o quelle di Arne Jacobsen. Il designer dell'abito, al contrario, sa a priori che la sua sarà una creazione effimera, potrà forse entrare nei musei, ma non potrà superare la stagione di vita sul mercato. Credo che il rapporto tra moda e design possa essere paragonato più a uno scambio interdisciplinare piuttosto che a un vero e proprio connubio.

Qual è il tuo rapporto con i grandi maestri del design?

Ho un debito particolare con Achille Castiglioni che ritengo il più grande (e il più simpatico) designer italiano. Ho ammirato fin dai tempi della scuola le sue invenzioni cariche di ironia e intelligenza sul tema del ready-made come la lampada Toio piuttosto che le sedute Mezzadro o Sella, capolavori assoluti.

Ho poi una grande stima per tutto il lavoro di Enzo Mari, in particolare per alcuni oggetti realizzati tra gli anni sessanta e settanta caratterizzati da una meticolosa ricerca sui giunti di unione fra le parti, come la scatola "flores" o il contenitore Java per Danese.

Come giudichi invece le nuove generazioni di designer?

I giovani progettisti oggi si trovano a operare in una situazione più complessa rispetto ai loro maestri del passato. Le scuole in cui si insegna industrial design si sono moltiplicate, come pure i neolaureati in questa disciplina, di conseguenza emergere diventa sempre più difficile. Ciononostante, i giovani con grandi capacità e molto motivati ci sono. C'è da dire che oggi c'è una maggiore propensione a indagare in ambiti lasciati ancora scoperti dal progetto e questo porta spesso a ipotizzare oggetti tipologicamente "fuori" dai canoni abitualmente proposti dai magazine di settore. Ne consegue che quei giovani progettisti, portatori di nuova linfa vitale, autori di esemplari ricerche progettuali, riescono solo con grandi difficoltà a comunicare il loro talento.

Come definiresti il tuo stile progettuale e quali sono le finalità che in genere ti prefiggi di raggiungere quando pensi ad un oggetto?

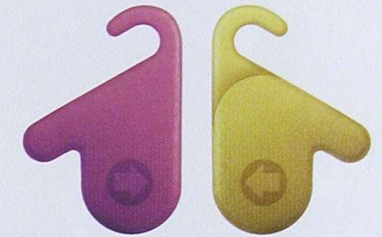
Non penso di avere uno stile progettuale, per me è prioritario elaborare un concetto portante, un pensiero che sento l'esigenza di comunicare. Non cerco mai di forzare il progetto su dei binari predeterminati, preferisco assecondare la naturale vocazione di quel concetto, un po' come fa la levatrice con il bambino che sta per nascere. Ogni progetto ha una sua storia, spesso, nasce dall'osservazione curiosa degli aspetti più ordinari della nostra esistenza come è successo con il tavolino Cabriolet per Fontana Arte o per il tappetino Mat Walk per Droog Design, in cui una gestualità viene assecondata e istituzionalizzata con il progetto. Altre volte nasce da una presa di posizione verso alcuni aspetti del sociale, come nella cartolina Watercard, un personale atto di protesta dopo aver letto sul giornale dei molti eventi mediatici organizzati per raccogliere fondi per i paesi più poveri che vedevano disperdere il ricavato in mille passaggi di mano al punto che il fine iniziale veniva disatteso.

A cosa stai lavorando in questo momento?

In questo periodo sono impegnato in una serie di progetti per aziende italiane e contemporaneamente, anche se con tempi più lunghi, cerco di portare avanti una mia ricerca sulle potenzialità ancora inesprese della ceramica.



Pet-Bed - Cuccia per animali
Produzione Droog Design, 2004

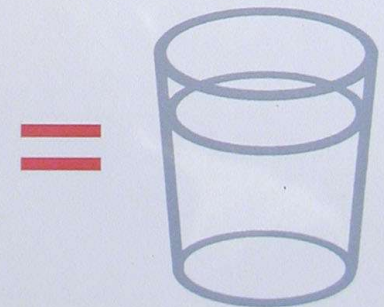


Giunta toglielucchi - 2005
Prototipo per la mostra "Design all Coop"

PAOLO ULIAN

Dopo essersi diplomato in Industrial Design all'I.S.I.A. di Firenze nel 1990, Paolo Ulian entra a far parte dello studio di Enzo Mari a Milano con cui collabora per due anni. Conclusa questa esperienza intraprende la libera professione: si impegna dapprima nella sperimentazione e nella ricerca sui semilavorati di scarto nel tentativo di sensibilizzare le varie realtà industriali al riutilizzo intelligente. Alcuni degli oggetti nati da queste esperienze vengono acquisiti dalla statunitense "Arango Design Foundation". Dal 1994 ad oggi partecipa alle mostre allestite nello spazio Opos a Milano e a numerose altre mostre in Italia e all'estero. Numerosi i riconoscimenti tra cui, il primo premio del "Design Report Award" promosso dalla rivista tedesca Design Report (2000) e il 1° premio al Dedalus Abet-laminati Award per il design europeo. Dal 2002 ad oggi partecipa alle esposizioni in Italia e all'estero del gruppo olandese Droog Design.

Numerose e di prestigio le aziende per cui ha lavorato: Aleph Triade, Bieffeplast, Sensi &C., Fontana Arte, Luminara, B&B, Bonacina, Zani&Zani, Opposite, Indarte, View, Droog Design.



Drinkable watercard - Mostra "Aqua", Spazio Opos - 2003