

INTERNI



**Claire Bataille
& Paul Ibens:**
architetture dal Nord
architecture
from the North

Philippe Starck
a Londra/in London

Incontro con
Encounter with
Alain Mikli

Arredo:
profondo
rosso
Furnishings:
simply red

with complete english text

Et



9 771122 365001

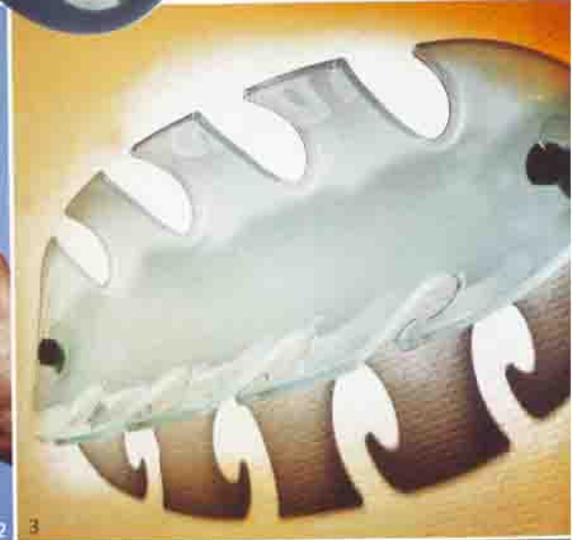
Giovani DESIGNER

Evoluzione plastica

a cura di
Virginio Briatore

Nato in Belgio, 'maturato' in arte applicata ad Ascoli Piceno, diplomato in Industrial Design all'Isia di Firenze nel 1990, Gabriele Pezzini oggi divide il suo tempo fra Milano e San Benedetto del Tronto. Il suo know-how professionale è marcato dalla lunga esperienza a Grenoble dove fresco

di studi nel 1991 viene integrato in un'equipe internazionale di progettisti presso il gruppo Sommer-Allibert, leader europeo nella trasformazione delle materie plastiche. Dapprima si occupa di prodotti per il giardino e di accessori bagno poi, come design manager esterno, segue anche l'immagine coordinata e lo sviluppo di nuovi prodotti a tutto raggio. Dal 1995 ha un proprio studio: Pezzini Global



Design con il quale allarga il campo di lavoro collaborando con Zeritalia, Wella, Decathlon e altri. In lui confluisce una doppia valenza: la pura sperimentazione, felice retaggio della sua formazione artistica, e



la reale conoscenza dei processi industriali. Dalla ricerca, condotta con Donata Paruccini, è nato il materiale Xeromix, accoppiato di fibra di vetro con pvc già presentato all'ultimo Salone Satellite. Per Wella ha invece sviluppato una

serie di accessori futuribili per la cosmesi del capello come le forbici laser, il pettine intelligente, il fon montato sul braccio o il laser schiarente, presentati al Cosmoprof '99 di Bologna. Così pezzi unici, come la sedia rivestita di nastro



- 3** Eolo, 1994, appendiabiti in vetro per Zeritalia.
- 4** Spider, 1998, occhiali da snowboard prodotti da Decathlon, società del gruppo Auchan. Prodotti disegnati per Evolutif/Allibert.
- 6** **8** World, 1996, programma di sedute per collettività.
- 7** Luna, 1993, porta oggetti per doccia in polistirene, studiato per ridurre al minimo le superfici di appoggio e i punti di ristagno, si può fissare o appendere.
- 9** Europa, seduta impilabile monoblocco in ultraresina.
- 10** Serena, 1992, tavolo in plastica da giardino con prolunghe-cassetto.

adesivo, convivono con sedute o accessori prodotti in milioni di esemplari. È un equilibrio auspicabile perché l'industria senza ricerca è povertà di spirito e la ricerca che non si confronta con la vita naviga spesso fra cerebralismo e trash.

- 1** N.A. Sedia di nastro adesivo, 1991, pezzo unico presentato da Poltronova.
- 2** **5** Forbici laser per capelli e attrezzo laser per schiarire le ciocche, serie di prototipi del 1999 per Wella.

*Pezzini Global Design
via Garian 49
20146 Milano
via Risorgimento 67
63039 S. Benedetto
del Tronto (Ap)
tel 0735 583 550*



Con l'attitudine del progettista che proietta nel futuro le proprie idee, Alain Mikli, ottico francese di origine armena, ha costruito attorno al viso, allo sguardo e alla visione la sua impresa. Oggi dagli occhiali la estende alla moda e alle tecnologie audiovisive, riunendo il suo universo creativo in una nuova boutique parigina disegnata da Philippe Starck.

With the approach of a designer who projects his ideas into the future, Alain Mikli, the French optician of Armenian origin, has built his enterprise around the face, the gaze: in short, vision. Today the company is diversifying into fashion and audiovisual technology, a creative universe in a new Paris boutique designed by Philippe Starck.



Alain Mikli

intervista di/interview by
Virginio Briatore

Alain Mikli ritratto da J.B. Mondino; due capi della collezione uomo e donna *Planche 2000*; gli occhiali biomeccanici coprodotti da Alain Mikli e Philippe Starck col marchio Starck Eyes. *Alain Mikli, portrait by J.B. Mondino; two creations from the Planche 2000; eyeglasses co-produced by Alain Mikli and Philippe Starck for Starck Eyes.*

Gli americani li chiamano 'spectacles' e in effetti gli occhiali sono la maschera più diffusa del mondo. Hanno tutti uno stile, un marchio o una griffe e l'unico a non comparire quasi mai è colui che li disegna e li progetta. Anche per questo il caso di Alain Mikli, 44 anni, ottico francese di antenati armeni, è interessante: egli infatti parte dal suo mestiere per farsi designer, tecnico, stilista, *promoter*, imprenditore, marchio. Dal 1978 disegna occhiali, per correggere la vista o per proteggere dal sole, piccole "architetture per lo sguardo", espressione dell'individuo e della sua cultura, che hanno saputo sempre essere inconfondibili: dapprima per la loro eccentricità, poi per la tecnologia e oggi per la ricchezza di forme e nuovi materiali. Nel 1996 lancia in coproduzione col suo amico Philippe Starck la linea Starck Eyes. Nel 1997 presenta la Mikli Vision: occhiali provvisti di telecamera che permettono di filmare la realtà circostante utilizzando la straordinaria mobilità della testa e dello sguardo. Nel 1998 avvia la sua linea di moda: abiti per uomo e donna innovativi nelle funzioni, nelle cuciture, nei materiali. Nel 1999 apre a Parigi una boutique in cui vende tutti questi prodotti, esposti in un'ordinata e separata convivenza.

Il sodalizio professionale con Starck è frutto della vostra amicizia?

"Non esattamente, siamo amici da vent'anni ma lavoriamo insieme da poco: io pensavo che non fosse sufficiente aver fatto degli spazzolini da denti per fare anche degli occhiali e lui non era interessato a disegnare occhiali perché diceva che Starck non è una griffe. Io difendo il mio mestiere di ottico, con le sue regole e le sue complicazioni, lui difende il suo operato di progettista che vuole fare ciò che ancora non esiste. Infine ci siamo trovati su un progetto che è stato una vera sfida, portata avanti da due amici, professionisti in due diverse discipline: montare tra stanghetta e lunetta un'articolazione biomeccanica senza viti, concepita come una clavicola umana. Anzi, in realtà abbiamo lavorato per due anni in tre, assieme all'ingegnere che aveva messo a punto questa straordinaria articolazione e che non sapeva come utilizzarla. Di questo progetto Philippe è l'anima, io la tecnica, l'ingegnere la meccanica. L'occhiale finale è un prodotto innovativo, fatto per durare nel tempo. È un modo di pensare, di vivere, il frutto di un lavoro d'équipe che nessuno dei tre avrebbe potuto compiere da solo. L'innovazione oggi è un lavoro di gruppo".



Dettaglio e disegno dell'articolazione usata negli occhiali Starck Eyes. La cerniera funziona come una micro-clavicola e ha la medesima libertà multidirezionale del braccio.

Formata da un tendine di fibre composite intrecciate è prodotta da Comotec, azienda di micro-componenti tecnologiche che al suo sviluppo ha dedicato 4000 ore di ricerca.

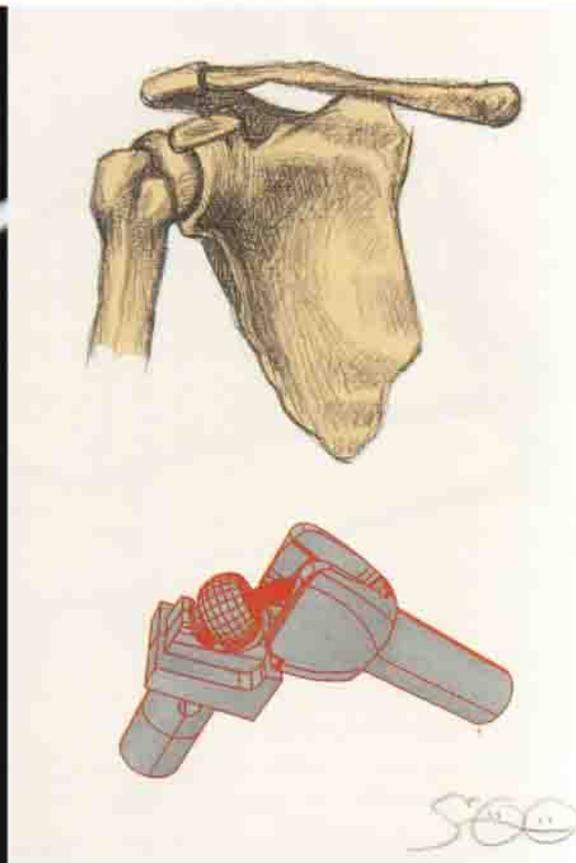
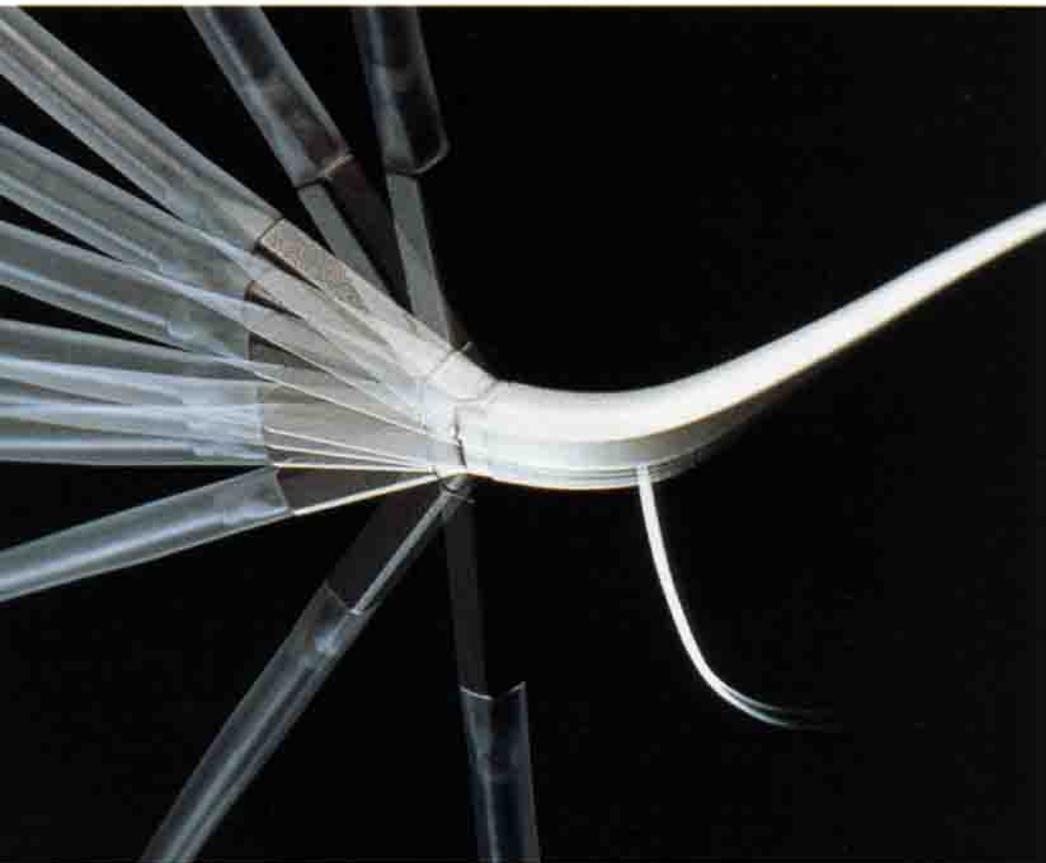
Lo stesso spirito ha sorretto il progetto del negozio di Parigi?

“Starck aveva già realizzato quello di Tokio; conoscevo inoltre la sua incredibile sensibilità per lo spazio e i volumi. Forse non lo dovrei dire ma lui ha fatto il negozio di Parigi senza mai andarci di persona: non ha mai visto lo spazio! Eppure ha cambiato le proporzioni, lo ha scomposto, ricomposto, arredato, rifinito con scrupolo in ogni dettaglio... Ha costruito una vera architettura mentale. Io l'ho guidato nella parte espositiva, nel progetto delle vetrine di vetro incollato che mostrano gli occhiali alle persone evitando però che esse li tocchino: non vogliamo un supermercato, ma un luogo di consigli. La boutique è organizzata in tre spazi, il primo, quello principale, è dedicato agli

perché credo che esse appartengano a un mondo superato, quello nato con Pierre Cardin, in cui chiunque possiede una griffe produce qualunque cosa. Al contrario, la strada aperta con Starck mi interessa molto, io voglio lavorare insieme ad altri progettisti: presto faremo una coproduzione con Issey Miyake e alla fine del 2000 un'altra che per ora tengo segreta”.

Occhiali con telecamera e trasmettitore, bioocchiali e presto astine con telefonino: è il cyborg che avanza?

“Sono vent'anni di lavoro con un accessorio ricco di possibilità progettuali. Gli occhiali sono occhi e lo sguardo è intimità, confidenza, complicità oppure paura, diffidenza, lontananza. Con lo sguardo ci capiamo, ci parliamo, comunichiamo gioia o tristezza, aggressività o dolcezza. Lo sguardo è



Detail and drawing of the joint used in the Starck Eyes eyeglasses.

The hinge functions like a micro-clavicle, with the same multidirectional freedom. Formed by a tendon of braided composite fibers, it is produced by Comotec, a maker of technological micro-components.

The company devoted over 4000 hours of research to the project.

occhiali perché io voglio rispettare il mio mestiere di ottico, il secondo è riservato alla tecnologia dell'occhiale-telecamera, il terzo alla moda. Io penso al mio lavoro come un servizio, penso a un futuro consapevole, voglio proteggere un mestiere, quello dell'ottico, che è conoscenza, pazienza, *savoir faire*, considerazione per il pubblico”.

Lei ha lavorato con Claude Montana, Marithé e François Girbaud e oggi vende le collezioni Jil Sander Eyes e Starck Eyes. È designer, produttore, socio?

“Ho disegnato per molti stilisti e oggi produco su licenza solo per Jil Sanders, mentre invece con Starck c'è un rapporto di progetto in comune e di coproduzione. Per il futuro non accetterò più licenze

apertura sul mondo esterno ma riflette anche il nostro interno: stanchezza, mal di fegato, allucinazione. Da tempo penso come donare allo sguardo e all'essere umano un aiuto tecnico: la telecamera non è che il prolungamento dell'occhio, così come la moda è il prolungamento del viaggio nel mondo. Cerchiamo il comfort, vogliamo più informazioni in meno tempo e per reagire servono nuove tecniche, più efficacia, più benessere. Con la telecamera montata sugli occhiali possiamo viaggiare, vedere, registrare, trasmettere via internet. Fra tre anni avremo l'occhiale con gli schermi e sto lavorando a montature per ciechi, che collegate via satellite con una mappa urbana elettronica possano guidarli nelle vie delle città”.

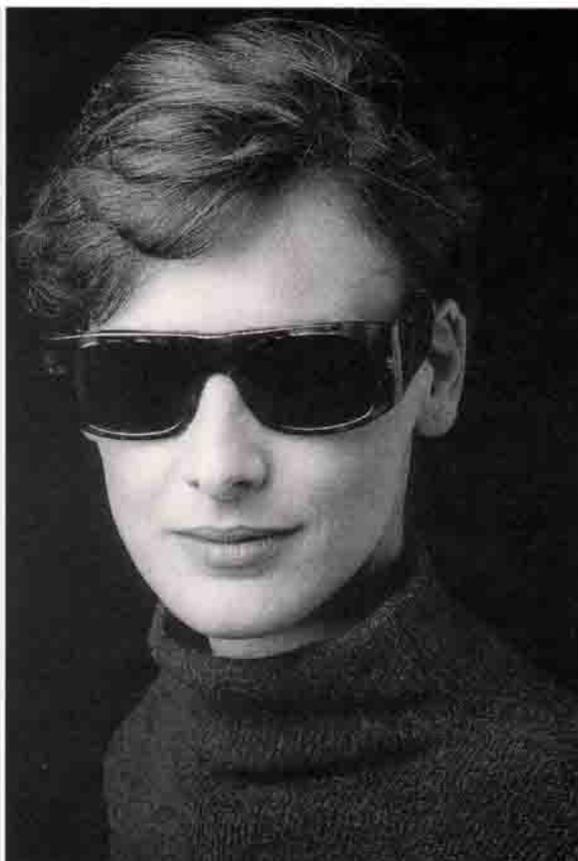
Da sinistra: il 'kit wearables' della Mikli Vision, composto da una minitelecamera montata sull'asta e un trasmettitore che invia le immagini in diretta con onde ad alta frequenza; un modello creato nel 1991 per Inès de la Fressange, da lei stessa indossato; una creazione del 1990 per il film di Wim Wenders *Fino alla fine del mondo*, indossato da Jérôme Desouches (i ritratti sono di Jean-Baptiste Huynh).

Come spiega il suo successo in Italia, dove non ha neppure un negozio ma vende oltre 100.000 paia di occhiali all'anno?

“È una questione di spirito: in Italia come in Giappone c'è l'arte del fare, da voi c'è la cultura del design e, diversamente che da noi, ci sono riviste che da cinquant'anni coltivano questa cultura. Io non amo la cultura americana, è una miseria: lo stesso film, lo stesso cibo, lo stesso prodotto. Detesto il prodotto globale. Io disegno occhiali per la testa e la mente degli italiani, e poi dei giapponesi, degli scandinavi, dei francesi. Certo, se un prodotto è perfetto può andare bene in tutto il mondo, ma quelli che più apprezzamento sono pensati per una specifica cultura e ciò vale sia per gli occhiali che per la moda”.

Alain Mikli

The Americans called them 'spectacles', and in effect eyeglasses are the most widely used masks in the world. They all have a style, a trademark, a signature, yet we almost never see the person who designed them. This is one of the reasons why the case of Alain Mikli, 44 years old, the French optician of Armenian origin, is interesting: he started with his trade, and then became a designer, technician, stylist, promoter, entrepreneur and trademark. Since 1978 he has been designing eyeglasses, for sight correction or sunglasses, little works of "architecture for the gaze", expression of the individual and his or her culture, works that are unmistakable: first for their eccentricity, but also for their use of technology, and today for the richness of their forms and new



*From left: the 'kit wearables' by Mikli Vision, composed of a mini-video camera on the stem and a high-frequency transmitter; a model created in 1991 for Inès de la Fressange, worn by her in the photo; a creation from 1990 for the film by Wim Wenders *Until the End of the World*, worn by Jérôme Desouches (portraits by Jean-Baptiste Huynh).*

Lei dice che l'occhiale dev'essere anzitutto un aiuto, una funzione, ma presto la chirurgia oftalmica e la contattologia di nuova generazione lo renderanno inutile; sopravviveranno quindi solo come accessori?
 “Viviamo nella società dei consumi e quindi anche noi cavalciamo le funzioni supplementari che l'oggetto consente. Penso infatti che al di là della correzione visiva l'occhiale diventerà sempre più una protesi multifunzionale: da qui la possibilità di inserire un telefonino, e parlare avendo le mani libere, idea che da anni sto studiando insieme a Starck, o una telecamera ad alta definizione per essere liberi di filmare da punti di vista inediti senza l'impaccio di un'attrezzatura tradizionale. In sintesi: l'occhiale ha futuro perché è una nozione di libertà”.

In 1996 Mikli launched a co-production venture with his friend Philippe Starck: the Starck Eyes line. In 1997 he presented Mikli Vision: eyeglasses fitted with a video camera, permitting the user to capture his surroundings using the extraordinary mobility of the head and the gaze. In 1998 he launched his fashion line: innovative garments for men and women, with new functions, stitches, materials. In 1999 he has opened a boutique in Paris where all these products are sold, displayed in orderly, separate coexistence.
 Is your collaboration with Starck the result of your friendship?
 “Not exactly, we've been friends for twenty years but we have only started working together recently:

I thought designing toothbrushes wasn't enough to qualify someone to design eyeglasses, and he wasn't interested because he said that the name Starck isn't a stylist's signature. I defend my profession, that of optician, with its rules and complications, and he defends his approach as a designer who wants to make things that do not yet exist. Finally we managed to agree on a project, and it has been a real challenge, tackled by two friends, professionals in different disciplines: to create a screwless hinge for eyeglasses, designed like a human collar-bone. Actually what we did was work together for two years with an engineer who had already developed this idea and didn't know how to use it. In this project Philippe is the soul, I am the technique, the engineer is the mechanical part. The result is an innovative

I guided him in the display part, in the design of the cases with glued glass, to show people the eyeglasses without having them touch them: we don't want a supermarket, but a place where you can receive good advice. The boutique is organized in three spaces: the first, the main space, is for eyeglasses, because I want to respect my profession as an optician; the second is for the technology of the eyeglass video camera; the third is for fashion. I think of my work as a service, I think of an aware future, I want to protect a trade, that of the optician, that requires knowledge, patience, savoir faire, respect for the customer". You have worked with Claude Montana, Marithé et François Girbaud, and today you sell the Jil Sander Eyes and Starck Eyes collections. So you are a designer, a producer, a partner?



In queste pagine, la Boutique Mikli di Parigi a Saint Germain des Pres, progettata da Philippe Starck.

On these pages, Boutique Mikli in Paris - Saint Germain des Pres, designed by Philippe Starck.

product, made to last in time. It is a way of thinking, of living, the result of teamwork, something no one of us could have done on his own. Innovation today is a group effort".

Was the same spirit a part of the design for the shop in Paris?

"Starck had already designed our outlet in Tokyo; I was also aware of his incredible sensitivity to space and volumes. Perhaps I shouldn't tell you this, but he designed the Paris shop without ever going there in person: he has never seen the space! Yet he has changed the proportions, broken it down, put it back together, furnished it, refined it with scrupulous attention to detail... He has constructed a true mental architecture.

"I have designed for many stylists, and today I produce, under license, only for Jil Sanders, while with Starck, on the other hand, ours is a relationship of a shared project of co-production. For the future I am planning not to accept other licenses because I believe they are part of an obsolete world, a world that began with Pierre Cardin, in which anyone who owns a signature can produce anything he wants. Instead, the path begun with Starck is very interesting, I want to work together with other designers: soon we will be doing a co-production with Issey Miyake, and there is another project underway for the end of 2000, which is a secret".

Eyeglasses with video camera and transmitter, bio-eyeglasses, and soon we'll be seeing frames with

built-in cell phones: is this the advent of the cyborg? "This is the result of twenty years of work with an accessory that is full of design possibilities. Eyeglasses are eyes, and the gaze is intimacy, familiarity, complicity, or fear, distrust, distance. We understand each other with the gaze, we communicate joy or sadness, anger or gentleness. The gaze is open to the outside world but it also reflects our inside: fatigue, ill humor, altered states. For some time now I have been thinking about how to give the gaze, and the human being, a technical hand: the video camera is simply the extension of the eye, just as fashion is simply the extension of the voyage in the world. We try to feel at ease in life, we want more information in less time, and to react we need new, more effective techniques, more well-being. With the video camera mounted on

mind of Italians, and then Japanese, Scandinavians, the French. Of course if a product is perfect it can be successful all over the world, but the ones I like best are designed for a specific culture". You say that eyeglasses should, first of all, represent an function, but soon surgical techniques and new generations of contact lenses will make them obsolete; will they survive only as a fashion accessory?

"We live in the society of consumption, and therefore we take advantage of the supplementary functions of an object. I believe eyeglasses will become multifunctional prostheses: for cellular phones, an idea I have been working on for years with Starck, or video cameras, to free the hands while shooting. In short: eyeglasses have a future because they contain a notion of freedom".



eyeglasses we can travel, see, record, transmit via Internet. In three years we will have eyeglasses with screens, and I am working on frames for the blind, to be connected by satellite to electronic urban maps to guide them through the streets of a city".

How do you explain your success in Italy, where you have no shops, but you sell over 100,000 pairs of glasses each year?

"It's a question of spirit: in Italy, as in Japan, there is the art of doing, you have culture and design and, in contrast with us, you have magazines that have been cultivating this culture for fifty years. I don't like American culture, it is miserable: the same film, the same food, the same product. I detest the global product. I design eyeglasses for the head and the