

# INTERNI

with complete english text



**Architetture d'interni:  
vivere a Milano**

Interior architecture: living in Milan

**Incontro/Encounter  
con/with Zaha Hadid**

**Salone e Fuori Salone 1999  
gli Eventi di**

**Milano Capitale del design:  
prodotti, autori, ricerche e tendenze**  
the events of Milan Design Capital:  
products, designers, research and trends



# Giovani DESIGNER

## Letti tavoli comodi

Tra i progetti di ricerca visti nei giorni del Salone, i tre qui presenti si muovono tra i confini delle funzioni: tavolo-letto, pranzo - scrivania, poltrona-divano, tavolino-comodino.

Il gruppo Plug, ovvero Alessandra Porro, Andrea Croce, Matteo Migliorini, Stefano Beletti, con il progetto *ConforTable* presenta un tavolo dal cuore soffice che si trasforma in un letto o, se corredato dalla panca laterale- frontale, in un luogo di relazioni.

Il gruppo Camera, protagonisti principali Enrico Ferrari Ardicini e Nicola Gallizia, propone tavoli per cucina, pranzo o studio, con piani metallizzati o resinati, e poltrone smisurate in cui sonnecchiare beati.

I giovanissimi studenti dell'istituto Quasar riflettono, coll'aiuto dell'azienda Tonelli, sull'uso del vetro come piano d'appoggio, così il comodino con ruote è anche mobile-bar o tavolino da soggiorno.

(V.B.)

**1|2|** *ConforTable* e *One4two*, tavolo-letto con piano sfoderabile e panca sospensibile, design Plug.

**3|** *Como -Dino*, piano d'appoggio multiuso, progetto Armando Ficini, esecuzione Tonelli.

**4|** *Corpo Tredici*, poltrona ampia (foto Michele Salmi) e *Modulo Silver*, tavolo rivestito in foglia d'argento, design e produzione Camera.



*Plug*  
via Alliata 14  
21047 Saronno (VA)  
tel. 02 96701818

*Camera*  
via De Amicis 51  
20123 Milano  
tel. 02 89420899

*Istituto Quasar*  
via Nizza 152  
00198 Roma  
tel. 06 85301487







Dal Paesaggio Domestico/From Domestic Landscape. Anna G. di Alessandro Mendini: cavatappi per Alessi e grafica per Ford KA. Corkscrew for Alessi and graphics for a Ford KA.

La grafica di Interni, in versione iper-realistica e mobile. The Interni logo in hyper-realist and mobile versions.

Non più ancorato a precise richieste funzionali, il design sembra aver conquistato anche i nuovi territori dell'immagine. Il passaggio dall'universo nel necessario a quello dell'immaginario sancisce anche l'avvenuto ingresso del design nel circuito dello scambio simbolico e della comunicazione. Se il sogno dei pionieri del design era quello di fare degli oggetti degli indispensabili complementi della vita quotidiana, oggi possiamo dire che quel desiderio si è avverato, non trasformando gli oggetti in semplici strumenti bensì in linguaggi capaci di esprimere sogni, desideri, gusti, speranze. Proprio l'aver saputo accompagnare tale trasformazione costituisce la chiave del successo del Sistema Italiano del Design. Non solo progettare, costruire e vendere oggetti, ma sostenerli all'interno di un circuito cui partecipano riviste, critici, fotografi, creativi, agenzie di pubblicità che, nel loro insieme, costruiscono attorno agli oggetti scenari narrativi indispensabili alla circolazione e alla interpretazione delle idee e delle immagini. Consumato con gli occhi prima ancora di essere acquistato, il design appartiene oramai alla scena domestica e privata così come all'immaginario pubblico e collettivo. Il progetto attorno al quale **Interni** ha tracciato quest'anno le coordinate della Settimana milanese del Design testimonia nella città il racconto del design in cui si ritrovano il gioco dell'invenzione ma anche le coordinate di una possibile identità contemporanea.

**Il Paesaggio Domestico.** Una segnaletica, costituita da undici sculture di circa sette metri, raffiguranti in termini iper-realistici oggetti realmente in produzione, costituiva un inedito Arredo Urbano, diffuso in luoghi strategici del territorio, che, attraendo l'attenzione pubblica sulla cultura del progetto di design per la grande serie, ha colto l'obiettivo di comunicare a tutta la città l'importanza del ruolo di Milano Capitale nel corso della Settimana del

Design. Sottrarre il design dalle vetrine degli showroom e dagli studi dei progettisti; sottrarre gli oggetti dalla routine delle abitudini e farli irrompere sulla scena della città; alterare i normali rapporti di percezione ingigantendo le forme di 11 prodotti fino a trasformarli in altrettanti oggetti a scala urbana: privato di ogni pratica funzionalità, il design diventa monumento, dimentica per una volta il suo essere progetto per farsi segnale narrativo dislocato nella sfera del puro immaginario collettivo.

**I Segnali Urbani Mobili.** Per tutto l'arco della Settimana del Design, Milano è stata inoltre invasa da segnali in movimento, essendo percorsa da 12 autovetture Ford KA di serie che grazie a una decorazione esclusiva hanno assunto l'immagine di straordinari oggetti di design mobile, utilizzati estemporaneamente quali guide alle manifestazioni Fuori Salone. Le decorazioni, diverse per ogni KA, riproducono e moltiplicano gli oggetti del Paesaggio Domestico.

**Il Sistema Informativo.** Il programma di informazioni progettato da Interni per coinvolgere la città su quanto avveniva a Milano intorno alla creatività del design ha previsto due installazioni-video, con monitor al plasma JVC Professional, realizzate da Studio Azzurro. I video, collocati nelle vetrine di Trussardi Marino alla Scala e di Fiorucci Dept. Store, trasmettevano pensieri e opinioni di chi disegna gli oggetti che usiamo quotidianamente insieme alle considerazioni di opinion leader della moda e dello spettacolo. Accanto ai loro volti, sono scorse le immagini dei prodotti di design più significativi delle ultime tendenze e le informazioni sui più importanti avvenimenti della Settimana del Design. Il sistema informativo è stato, come ogni anno, completato dalla Guida tascabile alle manifestazioni Fuori Salone, consultabile anche al sito Internet di Interni, e dalle bandiere che segnalavano i 170 luoghi di Eventi.

Foto di/  
photos by:  
**Sergio Anelli**  
**Michele Salmi**

Rondò 440 di Roberto Pezzetta: frigo-congelatore per Rex Built-in e grafica. Refrigerator-freezer and graphics for Rex Built-in.

Handy's di Ross Lovegrove: pelino per Fratelli Guzzini e grafica. Peeler and graphics for Fratelli Guzzini.





Torre del Filosofo di Atelier Mendini: scultura per Bisazza e grafica. Sculpture and graphics for Bisazza.

Cupole di Ambrogio Rossari: rubinetto per Ottone Meloda e grafica. Faucet sculpture and graphics for Ottone Meloda.

**Capital of design.** No longer limited to precise functional agendas, design also seems to have conquered new territories of image. The passage from the universe of necessity to that of imagination also leads to the projection of design into the circuit of symbolic exchange and communication. While the dream of the pioneers of design was to make objects into indispensable complements for everyday life, today we can say that this dream has come true, not transforming objects into mere tools, but into languages capable of expressing dreams, desires, tastes, aspirations. The success of the Italian Design System is based precisely on a capacity to adapt to this transformation. Not only to design, to construct and sell objects, but also to sustain them in a circuit that involves magazines, critics, photographers, creative professionals, advertising agencies which, together, construct narrative scenarios around the objects, indispensable for the circulation and interpretation of ideas and images. Consumed with the eyes before actually being purchased, design belongs by now both to the private, domestic scene, and the public or collective imagination. The project around which Interni has traced the coordinates of the Design Week in Milan this year bears witness, in the city, to this narrative of design, in which we discover both the playfulness of invention and the parameters of a possible contemporary identity.

**The Domestic Landscape.** A signage system composed of eleven sculptures, about seven meters in height, hyper-realistic reproductions of objects that are true products, created an unusual scenario of Urban Furniture placed in strategic points throughout the city, focusing the attention of the public on the culture of design for industrial products, and communicating to the entire city the importance of the role of Milan as a Design Capital during the Design Week. Taking design out of the shop windows

and showrooms, out of the studios of the designers; removing the objects from their habitual settings and routines, enlarging them and making them a presence in the midst of urban life; altering normal patterns of perception by means of giant forms, objects on an urban scale: separated from any practical function, design becomes a monument, forgetting its original purpose for a moment to become a narrative signal, scattered throughout the sphere of the pure collective imagination.

**Mobile Urban Signals.** During the entire Design Week, Milan was also invaded by signals in motion, 12 standard Ford KAs with exclusive decorations, extraordinary objects of mobile design, utilized extemporaneously as guides for the events of the Fuori Salone. The decorations were different for each KA, reproducing and multiplying the objects of the Domestic Landscape.

**The Information System.** The program of information designed by Interni to get the whole city involved in what was happening in Milan in terms of design creativity involved two video installations with JVC Professional plasma monitors, realized by Studio Azzurro. The videos were placed in the shop windows of Trussardi Marino alla Scala and the Fiorucci Dept. Store, broadcasting the thoughts and opinions of those who design the objects we use every day, together with the considerations of opinion makers in the fields of fashion and entertainment. Alongside the films of these personalities being interviewed, other screens showed images of the most significant design products of the latest trends, and information on the events taking place around the city during Design Week. The information system also included, as always, the pocket guide to the events of the Fuori Salone, also available at the Interni website, and special Interni banners to mark the location of 170 events.

Gae Aulenti: tavolo con ruote per Schopenhauer-Gruppo Fontana Arte e grafica. Le Ford KA sono state fornite dalla Varco di Milano. Table with wheels for Schopenhauer-Gruppo Fontana Arte and graphics. Ford KAs supplied by Varco, Milan.





La Ford KA decorata con l'immagine-simbolo della griffe Trussardi.  
The Ford KA decorated with the image-symbol of Trussardi.



Boxes di Giampaolo Benedini: lavabo per Agape e decorazione grafica.  
Washstand sculpture and graphics for Agape.



## Sempre più fuori

Tutti, prima o poi, hanno un passaggio in televisione. O al Salone. O, più probabile, al Fuori Salone. La massa critica del Salone del Mobile (con i suoi aggregati Eurocucina, Euroluce, Eimu e negli ultimi due anni la 'risorsa giovani' del Satellite) è il magnete che attrae il pubblico. Ma il 'TG del Salone', con le sue informazioni di attualità, di economia, i *talk show* per operatori e le sue consolidate rubriche culturali non basta più. Catturato l'*audience* (l'edizione 1999 del Salone ha chiuso con 162.555 visitatori, di cui 70.765 esteri) ci vuole lo spettacolo, il divertimento, lo show (termine con cui, non a caso, negli USA vengono chiamate le mostre commerciali). Ecco quindi il grande spettacolo del Fuori Salone, aperto a tutti, senza distinzione tra autori, produttori, utenti. Uno spettacolo che, come un *rave*, non ha un inizio certo, ma che ormai parte uno o due giorni prima del Salone e va in onda ad orario continuato, dalla mattina a notte fonda. È un varietà che non ha regista, in cui gli spettatori sono anche attori, protagonisti, comparse; l'orchestra suona tutte le musiche e c'è sempre da bere e da mangiare. Un varietà articolato, allegro, vitale, eccitato, a tratti colto e smalzato, a volte noioso e banale. Un vero evento a cui Interni, con il suo sistema di informazioni ed eventi, ha dato corpo e voce: in otto edizioni della *Guida Fuori Salone*, le manifestazioni si sono quasi triplicate, passando da 70 a oltre 200. Nel tempo, accanto alle aziende più significative che mettono in scena i loro prodotti con mano esperta, si sono affiancate realtà mutevoli e imprevedibili, ed oggi il palco è occupato da ogni sorta di *performance*. Ci sono le aggregazioni di aziende, come Alterpoint, varietà nel varietà, e le aggregazioni per temi: la casa ecologica, il bagno, la 'giapponesità'. Ci sono soprattutto

aggregazioni di persone; gruppi di individui che progettano assieme, o che semplicemente dividono uno spazio, una sigla, o si riuniscono per una *session*. Gruppi che, come nel mondo musicale, sono in perenne movimento -Droog, Proto, Dutch Individuals, Codice 31, Zapp, Pool, Camera, Free, Snowcrash, Rude Bravo, El Ultimo Grito- molti dei quali lo scorso numero, 492, di *Interni* ha pubblicato nella panoramica sul design internazionale. Si promuovono prodotti, si promuove la formazione e a volte entrambe, come l'operazione combinata tra il Royal Collage of Art e Post Design. Le valenze della didattica brillano nelle teorie e nei preparati della Design Academy di Eindhoven o vacillano nella precaria installazione degli studenti milanesi dell'Erasmus Student Network i cui docenti non si sono neppure presentati alla premiazione del concorso da loro indetto. Gli enti no-profit, come il British Council, il Centro Culturale Svizzero o l'Istituto Espanol de Comercio Exterior, perorano la loro causa. Sulla passerella fa capolino anche la moda, che propone il design (Domus Academy da Calvin Klein) o inaugura negozi progettati da designer, Zap. Ci sono cose mai viste, Opos, o altre che non esistono come i disegni del concorso 'I Luoghi del caffè' promosso da Lavazza. Ci sono artisti col fremito del design, designer con la vocazione per l'arte, mostre storiche, come Werner Pantoni a Corso Como, avanguardie, esotismi e persino un po' di antiquariato! Riviste, come *Frame*, colgono l'occasione per far conoscere i propri contenuti e altre, come *Wallpaper*, per fare brillare i loro specchietti. Insomma è una gran festa, una festa italiana imperfetta ma calorosa. È la vita che entra nel fortino, anzi nel loft del design e ne prende possesso. *Virginio Briatore*

Foto di  
photos by:

**Donatella Brun**

**Massimo Montagnoli**

**Michele Salmi**

**Enrico Suà Ummano**

Inspiration di Design Studio-Whirlpool Europe: forno e piano cottura per Whirlpool e grafica.  
Oven and range sculpture and graphics for Whirlpool.

Fiorucci Dept. Store: la vetrina con l'installazione-video di Interni.  
The window with the Interni video installation.





L'oggetto-scultura per Interni.  
The object-sculpture for Interni.



Leon XL di Christophe Pillet: vetrina su ruote per SDB e decorazione grafica per Ford KA.



## The events multiply

Everyone, sooner or later, gets a chance to be on television. Or to appear at the Salone del Mobile. Or -and this is more probable still- in the 'Fuori Salone', the events that take place around the city, but outside of the Fair. The critical mass of the Salone del Mobile (with its collateral events Eurocucina, Euroluce, Eimu and, in recent years, the 'youth resource' of the Satellite) is the magnet that attracts the audience. But the 'newscast' of the Salone, with its information on current events and economics, its talk show for sector professionals and established cultural reports no longer suffices. Once the audience has been captured (the 1999 edition of the Salone had 162,555 visitors, including 70,765 foreigners) it's time for the fun to begin, the spectacle, the show (in fact in America trade fairs are called shows). This means the entertainment of the Off-Salone, open to all, a mingling of designers, producers and users. A spectacle that, like a rave party, has no fixed beginning; by now things are already in full swing one or two days before the opening of the Salone, and the broadcast continues from after breakfast to the wee hours of the morning. It is a variety show without a director, in which the spectators are also the actors; the orchestra plays all kinds of music, and there are always refreshments. A variegated spectacle, cheerful, vital, frenzied at times, with high points of culture and provocations, and low points of occasional boredom. A veritable happening for which Interni, with its system of information and events, has supplied a form and a voice: in eight annual editions of the Guide to the Events, the entries have nearly tripled, from 70 to over 200. Over time, alongside the more important companies that expertly display their wares, other shifting, unpredictable realities have appeared, and today all sorts of performances take place on the Off-Salone stage. There are groupings of

companies, like Alterpoint, a revue in a revue, and thematic groupings: the ecological home, the bath, 'Japanese-ness'. Above all, there are groupings of persons, who design together, or simply share a space, a name, or get together for a 'jam session'. Groups that, as in the world of music, are in constant movement -Droog, Proto, Dutch Individuals, Codice 31, Zapp, Pool, Camera, Free, Snowcrash, Rude Bravo, El Ultimo Grito- many of which were featured in the last issue, no. 492, of Interni, in our overview of international design. There is promotion of products, promotion of training, or both, as in the operation undertaken by the Royal College of Art and Post Design. The values of education shine forth in the theories and projects of the Design Academy of Eindhoven, or waver in the installation of the Milanese students of the Erasmus Student Network, whose professors didn't bother to show up for the prize ceremony of the competition. Non-profit institutions, like the British Council, the Swiss Cultural Center or the Instituto Espanol de Comercio Exterior grind their proverbial axes. Fashion also makes its appearance (Domus Academy clo Calvin Klein), inaugurating boutiques by designers, like Zap. There are things never before seen, like Opos, or others that simply do not exist, like the competition 'I Luoghi del Caffè' promoted by Lavazza. There are artists with an itch to design, designers with a vocation for art, historical exhibitions (Werner Pantoni at Corso Como), avant-garde, exoticism, and even antiques! Magazines like Frame show off their contents, while others, like Wallpaper, polish their mirrors. In short, a grand party, an imperfect but warm, Italian festa. Life enters the lofts of design, taking temporary possession of these strongholds. Virginio Briatore

L'atrio della Mondadori a Segrate e la libreria Einaudi di Milano allestiti per comunicare l'Evento.  
The Mondadori atrium in Segrate and Einaudi bookstore in Milan with installations for the Event.

