

DESIGN OF THE OTHER THINGS

T La Triennale
di Milano
Design
Museum



Electa

9 TRA SOGNI E BISOGNI
BETWEEN DREAMS AND NEEDS
Silvana Annicchiarico

13 IL DESIGN DELLE ALTRE COSE
DESIGN OF THE OTHER THINGS
Stefano Maffei

16 OGGETTI DEL PENSIERO.
IL PAESAGGIO DELLE ALTRE COSE
OBJECTS OF THOUGHT.
THE LANDSCAPE OF *OTHER THINGS*
Stefano Maffei

MONDI IN SCATOLA
22 WORLDS IN A BOX
Michele Zini

25 ASAP
RECYCLED KNIT

30 BANZI
ARDUINO

36 CACCAVALE
NEUROSCOPE

42 ESTERNI
PUBLIC DESIGN FESTIVAL

48 EXPERIENTIA
VODAFONE LIFESTREAM

54 KUBLAI
LA SLOT-MACHINE DELLA CREATIVITÀ

60 ID-LAB
MILANO PER SCELTA

66 LANIFICIO LEO
TIPICO ATIPICO

72 REGGIO CHILDREN
ATELIER RAGGIO DI LUCE

78 THE SENSEABLE CITY LAB_MIT
THE COPENHAGEN WHEEL

86 BIOGRAFIE
BIOGRAPHY

96 REFERENZE FOTOGRAFICHE
PHOTO CREDITS

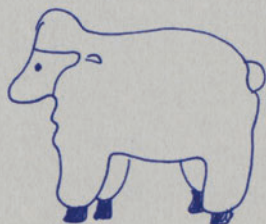
Credo fermamente che l'architettura e il design abbiano una grandissima azione maieutica sulle dinamiche di sviluppo dei territori, soprattutto di quelli *atavicamente arretrati*, e sulle coscienze di chi li abita.

Altrettanto fermamente credo che, insieme alle trasformazioni fisiche del *costruito*, capaci di esprimere senso contemporaneo, sia necessario introdurre modelli innovativi di rilettura dei luoghi e delle loro peculiarità che contemplino nuovi processi di ri-semantizzazione delle produzioni e dei manufatti legati all'identità dei territori.

Come dovrebbero essere i prodotti *tradizionali* e *tipici*, anche nell'accezione di *souvenir*, per esprimere un forte nesso, anche a distanza di tempo, tra identità, memoria e contemporaneità in tutti quei territori che, grazie anche a intelligenti progetti di architettura e design, possono diventare mete appetibili per il turismo?

Pur sapendo che per il marketing territoriale tutto sembra essere *tipico* ed *eccellente* – come se, soprattutto, negli ultimi due secoli che hanno caratterizzato la società industriale, fossimo stati, a tutte le latitudini, capaci di restituire a una dialettica della trasformazione l'identità come valore condiviso, come codice significativo che distingue luoghi e comunità – riconosco che la questione è complessa, ma nonostante ciò bisogna sforzarsi per trovare soluzioni semplici, figlie della complessità stessa.

Emilio Leo



I firmly believe that architecture and design have a great ability to stimulate new thoughts and ideas about the dynamics of local development, especially of *atavistically backward* regions, and to raise the awareness of their inhabitants.

I am equally convinced that, along with the physical transformations of *built-up areas*, capable of expressing a sense of the contemporary, it is necessary to introduce innovative models for the reinterpretation of places and their peculiarities that envisage new processes of re-semanticization of products and constructions linked to the identity of the territories.

What should *traditional* and *typical* products, including those sold as *souvenirs*, be like in order to express a strong connection, even at a distance in time, between identity, memory and contemporaneity in all those regions that, thanks in part to intelligent projects of architecture and design, can become attractive destinations for tourists? While I am aware that for territorial marketing everything seems to be *typical* and *outstanding* – as if, especially over the last two centuries of industrial society, we had been able, at every latitude, to restore to a dialectics of transformation identity as a shared value, as a meaningful code that distinguishes places and communities – I recognize that the question is a complex one. Nevertheless, it is necessary to make the effort to find simple solutions, the offspring of that very complexity.

Emilio Leo

Una fase del processo di stampa / A phase of the printing process _Stampo "ciuccio pirotecnico", design Studiocharlie / "ciuccio pirotecnico" print, design Studiocharlie _Stampo "il servizio buono", design Aldo Presta / "il servizio buono" print, design Aldo Presta

68



Tipicoatipico è una collezione *work in progress* che si pone l'obiettivo di ricostruire un immaginario iconografico legato alle identità delle regioni italiane, declinando il concetto di tipicità in modo nuovo, ironico e in chiave contemporanea. Una nuova iconografia del souvenir, applicata come decorazione su oggetti di uso comune (*book-shopper*, grembiule, strofinaccio da cucina, tovaglia da picnic), basata sull'utilizzo della *xilografia handmade a ruggine*

su tessuto (un tradizionale processo produttivo che si basa sull'utilizzo di stampi in legno e di una pasta inchiostrente a base di farina, aceto e ossido di ferro, alchemicamente tramandata nella sua preparazione). La stampa sul tessuto avviene pressando, con un mazzuolo di legno, le matrici lignee, una dopo l'altra, su corposi tessuti realizzati con fibre naturali accuratamente selezionate e successivamente fissate in un bagno di soda caustica.

Il *Lanificio Leo* conserva un archivio storico di oltre 200 stampi intagliati nel legno di pero con iconografie magno-greche e bizantine (usati ancora oggi per realizzare la collezione *tradizionale Icone Archetype*).

La collezione indaga in maniera alternativa e contemporanea le potenzialità espressive della grafica applicata a una tecnica tradizionale. Lo sviluppo successivo della ricerca prevede una declinazione su tessuto jacquard. La collezione prende avvio con un approfondimento sulla Calabria e sul concetto di Sud.

Nel corso del tempo si aggiungeranno le altre regioni italiane con un'ulteriore categoria speciale dedicata al concetto di Nord. L'obiettivo di *Tipicoatipico* finale è anche quello di distribuire la collezione in luoghi sensibili quali stazioni ferroviarie, autogrill, aeroporti, musei. I designer coinvolti per la realizzazione dei primi decori sono stati *Mauro Bubbico*, *Gennaro Di Cello*, *Emilio S. Leo*, *Maria Walter Nielsen*, *Aldo Presta*, *Studiocharlie*.

Strofinaccio e bookshopper in mostra durante "design per", Napoli ottobre 2009 / Dishcloth and bookshopper on display during "design per", Naples October 2009 _Stampo "proteggi la mia casa", design Mauro Bubbico / "proteggi la mia casa" print, design Mauro Bubbico _La pasta inchiostrente a base di farina, aceto e ruggine / Ink paste based on flour, vinegar and rust _Stampo "c'era una volta il sud", design Emilio S. Leo - Gennaro Di Cello / "c'era una volta il sud" print, design Emilio S. Leo - Gennaro Di Cello



calabria

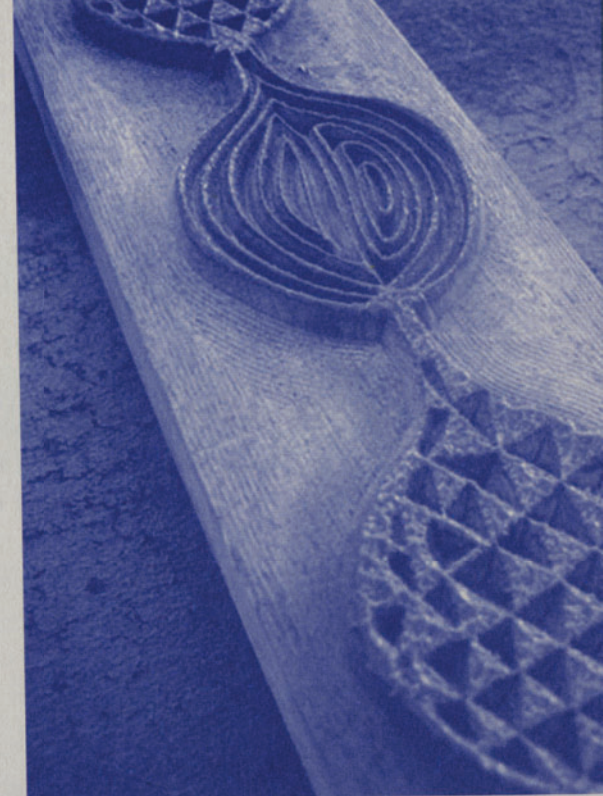
1873



Tipicoatipico (Typical-Atypical) is a collection in progress that has set itself the goal of reconstructing an iconographic imagery linked to the identities of Italian regions, approaching the concept of typicality in a new and ironic way and in a contemporary key. A new iconography of the souvenir, applied as a decoration to objects of everyday use (book-shoppers, aprons, dishtowels, picnic cloths), using the method of *handmade rust woodcuts* on fabric (a traditional process of production based on the use of woodblocks and a transferable pigment made of flour, vinegar and iron oxide, whose preparation has been handed down as if it were an alchemical formulae). The print on the fabric is made by pressing the woodblocks, with a wooden mallet, one after the other onto thick cloth made out of carefully selected natural fibers. It is then fixed in a bath of caustic soda. The Lanificio Leo possesses a historical archive of over 200 pear-wood blocks engraved with images from Magna Graecia and Byzantium (still used today to make the *Traditional Archetypes and Icons* collection).

The collection investigates in an alternative and contemporary manner the expressive potentialities of graphics

applied to a traditional technique. Future development of the technique envisages a version on fabric woven on a Jacquard loom. The collection starts with an examination of Calabria and the concept of South. Over the course of the time the other regions of Italy will be added, with a further special category dedicated to the concept of North. The final objective of *Tipicoatipico* is to distribute the collection in strategic locations like railroad stations, expressway restaurants, airports and museums. The designers involved in the creation of the first decorations have been Mauro Bubbico, Gennaro Di Cello, Emilio S. Leo, Maria Walter Nielsen, Aldo Presta, Studiocharlie.





Lanificio Leo

Il *Lanificio Leo* è la più antica fabbrica tessile calabrese che conserva ancora attivo un monumentale parco macchine di fine ottocento con il quale realizza la sua produzione. Fondato nel 1873, esso rappresenta uno dei casi più significativi di azienda-museo in cui logiche di produzione *design-oriented* e valori legati al patrimonio industriale si integrano in un modello di management che coniuga il *fare impresa* con gli strumenti della cultura.

L'azienda, nel 2001, è stata tra i 16 finalisti del Premio Guggenheim *Impresa&Cultura* e ha vinto il premio *Cultura di Gestione*.

The *Lanificio Leo* is the oldest textile mill in Calabria and still has a colossal set of machinery from the late 19th century which it uses for its production. Founded in 1873, it is one of the most significant examples of a manufacturer-museum whose logic of design-oriented production and values linked to the industrial heritage are integrated into a model of management that combines *doing business* with the instruments of culture.

In 2001 the company was one of sixteen finalists for the Guggenheim Prize for Industry and Culture and won the *Management Culture Prize*.

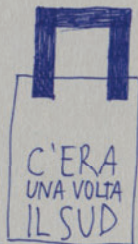
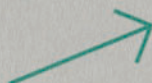
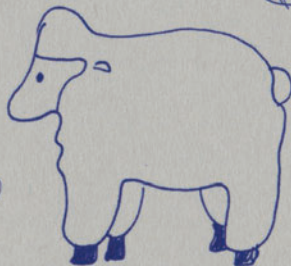
www.lanificioleo.it

www.aiap.it/documenti/11478/148

www.flickr.com/photos/43887130@N08/sets/72157622658961718/



1873



Il design oggi è diventato trasversale. *Progetto*, che si applica a tutte le cose del mondo. A quelle materiali come a quelle immateriali. *Progetto di ogni cosa*. Non solo *progetto di cose*. *Dna* nascosto, *tag* celata che connette le pratiche della tecnologia, della società, dell'arte, della moda, della ricerca scientifica, del fare impresa (sostenibile).

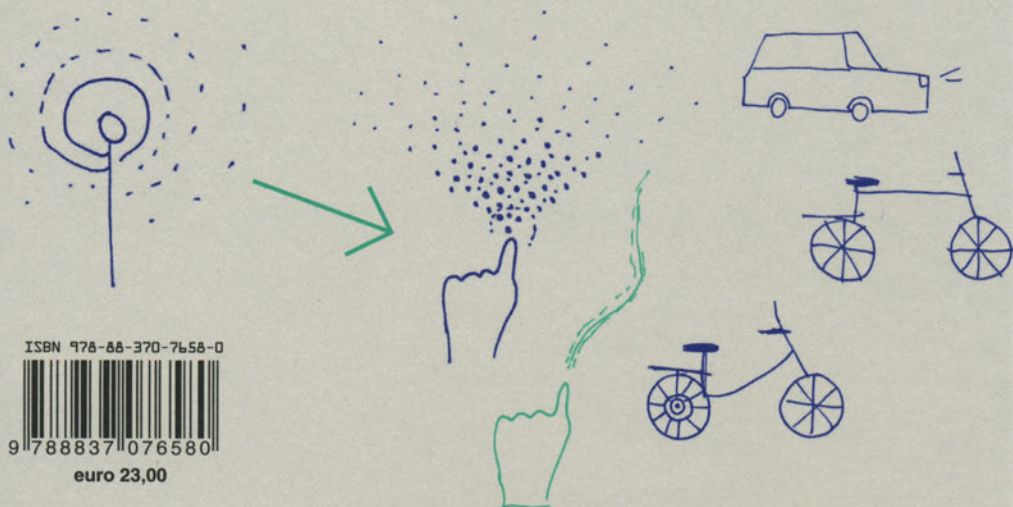
Il progetto delle altre cose è tutto questo. Nuovi nomi. Esperienze diverse. *asap*, Massimo Banzi, Elio Caccavale, *esterni*, *Experientia*, *Id-Lab*, *Kublai*, *Lanificio Leo*, *Reggio Children_Atelier* *Raggio di Luce*, *SENSEable City Lab_MIT*; i protagonisti di questa mostra lavorano su idee che mettono in relazione il progetto con la sostenibilità, la sperimentazione scientifica e culturale, i servizi e il territorio, la tecnologia e la società, l'educazione e la riproduzione della tradizione e identità locale.

E alla fine non producono solo oggetti ma...forse...*oggetti del pensiero*.

Design today cuts across disciplinary boundaries. It is *design* applied to all the things in the world. To material things as well as immaterial ones. *Design of everything*. Non just *design of things*. Concealed *DNA*, hidden *tag* that connects the practices of technology, society, art, fashion, scientific research and (sustainable) business.

The design of other things is all this. New names. Different experiences. *asap*, Massimo Banzi, Elio Caccavale, *esterni*, *Experientia*, *Id-Lab*, *Kublai*, *Lanificio Leo*, *Reggio Children_Atelier* *Raggio di Luce*, *SENSEable City Lab_MIT*: the protagonists of this exhibition work on ideas that connect design with sustainability, scientific and cultural experimentation, services and the territory, technology and society, education and the reproduction of the local tradition and identity.

And in the end they do not just produce objects but... perhaps... *objects of thought*.



ISBN 978-88-370-7658-0



9 788837 076580

euro 23,00