

CASAMICA [CORRIERE DELLA SERA Design Magazine]

CA



DecorAzione

Storie *La semplicità geometrica delle forme di Ron Gilad*

Case *Il comfort del colore. Dal riuso di vecchi building alle abitazioni di design*

Protagonisti *M/M (Paris): dalla grafica all'interior* **Talenti** *Nuove tendenze*

www.atcasa.it

Collezioni dal mondo

Nuovo décor e mercati emergenti: Marianne Goebel di Design Miami/ spiega come cambia la mappa delle edizioni limitate —PAOLA MENALDO



Dal 2011 Marianne Goebel dirige Design Miami/, fiera-mecca del design da collezione. La prossima edizione, a Basilea dal 10 al 16 giugno, avrà luogo nella nuovissima sede disegnata dallo studio svizzero Herzog & de Meuron.

Emergono nuove forme di decorazione. Cosa sta succedendo nel mondo delle edizioni limitate?

Nel collezionismo, dove è possibile andare oltre i confini della produzione di massa, lo spettro estetico è molto ampio. Le sperimentazioni sui materiali possono portare a forme molto essenziali (gli scaffali in feltro e resina di François Bauchet per la Galerie Kreo) ma anche veicolare messaggi politici (Gaetano Pesce per Erastudio di Milano). C'è chi usa le nuove tecnologie per aggiungere un tocco di magia, come le Front con le Tension Light per Booo. Altri ancora guardano alle tecniche artigianali per creare narrazioni: Studio Job con la Eiffel Tower Lamp (Carpenters Gallery) o i Campana con la serie Baroque (Galleria O.).

Si può parlare di un ritorno?

Credo che la decorazione sia da sempre un bisogno profondo dell'uomo. In alcuni periodi può essere

meno evidente ma non è mai scomparsa.

I nuovi mercati, Asia e Medio Oriente, stanno cambiando il processo di progettazione?

Nel Middle East ci sono incredibili conoscenze tecniche e artigianali, che hanno attratto i designer occidentali. Allo stesso tempo, in questi mercati, le prime generazioni di designer iniziano a lavorare per l'industria. Resta da vedere se si orienteranno verso le loro tradizioni o se invece guarderanno a Occidente.

Come cambia il pubblico di Design Miami/?

Aumentano i visitatori provenienti dal Medio Oriente e dal Sud America. I designer emergenti sono sempre più internazionali. Gli sponsor sono per lo più europei e statunitensi.

Il pezzo più costoso venduto durante l'ultima edizione? E il primo?

L'offerta spaziava dai vetri di Sylvain Wilenz da 500 dollari (galleria Victor Hunt) a lavori storici, venduti per diverse centinaia di migliaia di dollari, per esempio una lampada del 1970 di Wendell Castle per R20th Century. Difficile dire quale pezzo sia stato venduto prima.

www.designmiami.com

