

INTERNI

THE MAGAZINE OF INTERIORS
AND CONTEMPORARY DESIGN

N° 4 APRILE

APRIL 2013

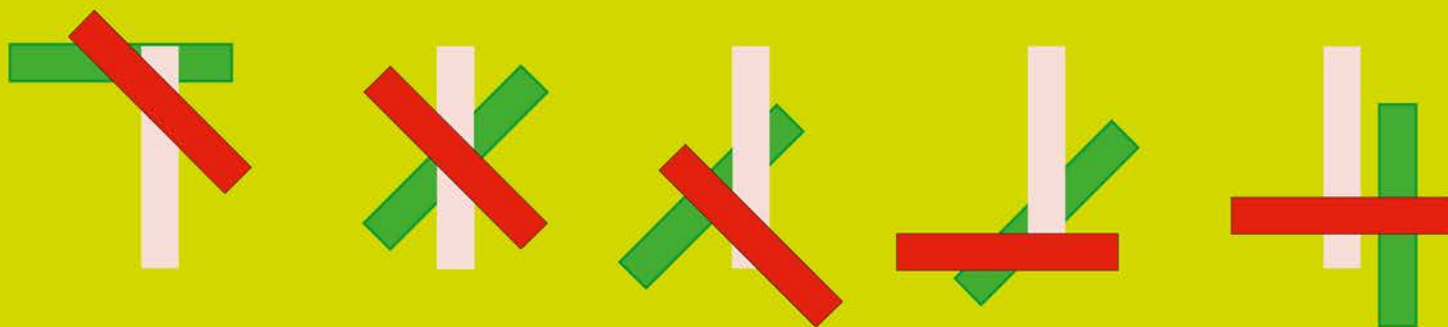
MENSILE/MONTHLY ITALIA € 8

A € 16 - B € 15 - CH Chf 20 - D € 19 - E € 14

F € 15 - GR € 14 - P cont. € 15 - UK £ 12

Poste Italiane SpA - Sped. in A.P.D.L. 353/03
art.1, comma1, DCB Verona

MONDADORI



HYBRID

FUSION, METISSAGE, GRAFTING:
THE NEW IDENTITY
OF DESIGN

Indice/CONTENTS

aprILE/Apri L 2013



IN copertina: un'elaborazione grafica a appositamente realizzata da **oMa** per *interni*, che raffigura uno dei pezzi portanti della nuova collezione di arredi per l'ufficio e per la casa disegnata dallo studio oLande se per **KNOLL** in occasione del 75° anniversario dell'azienda americana. Si tratta di un oggetto dalla funzione trasversale che può essere liberamente interpretato da chi lo usa: come scrivania, come tavolo o come panchina. Prevede una grande varietà di componenti nel modo di lavorare e nelle diverse forme di relazione interpersonale.

on the cover: graphic elaboration by **oMa** for *interni* featuring one of the key pieces of the new collection of office and home furniture designed by the studio **oLande se** for **KNOLL**, to mark the 75th anniversary of the founding of the American company. It is a transversal object that can be freely interpreted by the user: as a desk, as a table or as a bench. It provides a wide range of components in the way of working and in the different forms of interpersonal relationship.

Interviews

Italy

31 **produzione** PRODUCTION

design prestigioso

Le terre degli uomini di / **HUMAN LANDS** BY scacchetti designati work

castiglioni a sorpresa / **BY SURPRISE**

42 **showroom**

Laboratorio **Leaf / LAB** a Lissone

unopiù / **IN BRESCIA**

46 **project**

confini spontanei / **SPO NT ANEO US BO UNDA** RIES

International

49 **produzione** PRODUCTION

il nuovo che arriva dal nord / **New from the North** apoLogia del Lavoro / **of LABOR**

52 **project**

arc vision prize - women and architecture

55 **fiere** FAIRS

stockholm design week

60 **eventi** EVENTS

greek street gallery / **IN MILANO**

Intertwined

89 **maestri** MASTERS

gabriele basilico

James Irvine

97 **giovani designer** YOUNG DESIGNERS

Lavorare giocando / **PLAYING AT WORK**

101 **mostre** EXHIBITIONS

segni e sogni di prima vera / **SIGNS AND DREAMS** of Spring

soffi di corallo e ceramica / **porcelain and coral** **ALAND** ceramica

grande arte da / **the art of** **HÔTEL** Lerie

100 anni di / **100 Years** of past and

113 **fragrance design**

La carica delle fragranze / **the charge of** **the fragrance** **ANCE** Brigade

114 *food design*

corsia del giardino, milano

119 *sostenibile* SUSTAINABLE

riuso e moda per/ reuse & fashion for dream do want own
buoni e anche belli/ good and beautiful too

127 *fashion file*

arredare il corpo /furnishing the body
dialoghi tra corpi e capi
dialogues between bodies and clothes

131 *prospettive* PERSPECTIVES

il brivido del l'ibrido /the hybrid thrill

135 *in libreria* IN BOOKSTORES

140 *info&tech*

te.ch.it

166 *interni hybrid architecture & design*

INservice

207 *traduzioni* TRANSLATIONS

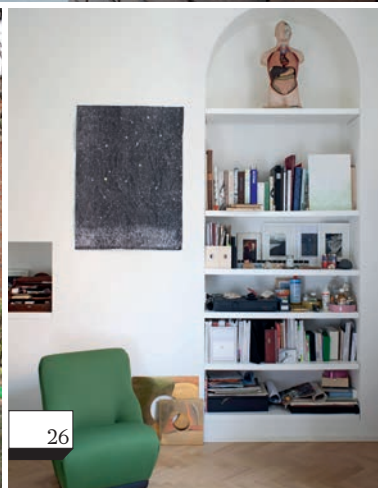
230 *indirizzi* FIRMS DIRECTORY



10



18



26



2

Intopics

1 *editoriale* EDITORIAL

di/by gilda bojadzic

Interiors&architecture

spazi di contaminazione

SPACES OF CONTAMINATION

a cura di/ edited by antonella boisi

2 *saint denis, parigi, gli archivi nazionali di francia*

SAINT-DENIS, PARIS, THE NATIONAL ARCHIVES OF FRANCE

progetto di/ design by massimiliano e dora doriana fuks

foto di/ photos by philippe ruault

testo di/ text by matteo verceloni

10 *bologna, cucinella's way*

progetto di/ design by mario cucinella

foto di/ photos by santica

testo di/ text by ale ssandro rocca

18 *nel piacentino, una casa-guscio*

NEAR PIACENZA, A SHELL-HOUSE

progetto di/ design by wil liam s awaya

foto di/ photos by santica

testo di/ text by antonella boisi

26 *milano, una casa-diario*

MILAN, A HOUSE-DIARY

progetto di/ design by alber to biazetti & laura baldassarri

foto di/ photos by alice fiorilli

testo di/ text by antonella boisi

4 *são paulo, il ventre dell'architetto*

THE BELLY OF AN ARCHITECT

progetto di/ design by ruy ohtake

foto di/ photos by ruy teixeira

testo di/ text by matteo verceloni

ABbonarsi conviene!

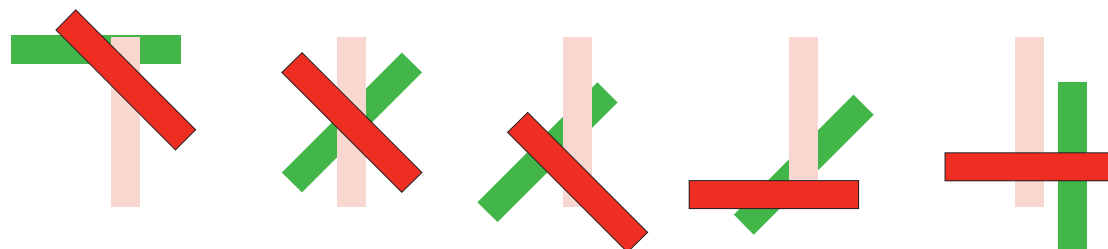
con 1 abbonamento
2 soluzioni

L'edizione
stampata
su carta
e la versione
digitale



www.abbonamenti.it/interni13

**IN
SGT**



Da Hans Knoll a Rem Koolhaas

testo di Alessandro Rocca



UNA LUNGA E NOBILE *storia* CHE SI RINNOVA ALL'INSEGNA DI UNA *partnership* d'eccezione: QUELLA CON LO *studio oma*. COSÌ *Knoll* FESTECCIA A MILANO I SUOI 75 *anni* ANNI E PRESENTA IN *anteprima* I *progetti* PER IL SUO PROSSIMO *futuro*. CE NE PARLA L'*amministratore delegato* DEL MARCHIO, *Andrew Cogan*



Pubblicità del celebre sedia tulip di Eero Saarinen, prodotta da Knoll dal 1958.

nel la Pagina accanto, dall'alto in senso orario: disegni di studio di uno dei nuovi Progetti realizzati da OMA per Knoll; la Poltrona Worm con Poggia Piedi, disegnata da Eero Saarinen nel 1946; Poster del 1970 circa sulla retrospettiva dei Prodotti Knoll, uno dei Progetti di Immagine grafica realizzati da Massimo Vignelli per l'azienda americana Partridge nel 1966; comunicazione pubblicitaria della Poltrona Worm, Modello 70, disegnata da Eero Saarinen nel 1946.

P

er il grande rilancio, che avviene in occasione del suo settantacinquesimo compleanno, Knoll sceglie Milano. Dopo molti anni di assenza, la storica azienda americana torna infatti al Salone del mobile e lo fa alla grande, con una duplice presenza: in fiera, con uno stand progettato da Rem Koolhaas e dal suo Office for Metropolitan Architecture, e in città, nello spazio Prada di via Fogazzaro 36, con l'anteprima della collezione di arredi firmata sempre da OMA, che di fatto segnerà l'inizio dei nuovi 75 anni. Di passato, presente e futuro abbiamo parlato con il Ceo di Knoll, Andrew Cogan, a cui abbiamo chiesto quali sono le strategie e gli obiettivi di questo ritorno milanese.

“Knoll è stata fondata 75 anni fa con l'idea di portare il progetto moderno sia nell'ambiente ufficio che in quello domestico. Questa duplice visione ha sempre contraddistinto la nostra visione culturale e la nostra strategia commerciale. In Europa, questa potenzialità non era stata sviluppata appieno. Per questo motivo abbiamo chiesto a Demetrio Apolloni, nel ruolo di presidente di Knoll Europa, di portare tutta la sua esperienza nel settore del design domestico per rafforzare la posizione del marchio, soprattutto in questo ambito. Questo approccio fa leva sui classici moderni del nostro catalogo, pezzi firmati da Mies van der Rohe, Saarinen, Bertoni e Schulz, per incrementare la nostra visibilità e la nostra presenza nel mercato europeo. Nello stesso tempo, vogliamo enfatizzare la nostra contemporaneità con prodotti disegnati da grandi talenti di oggi, come Rem Koolhaas e David Adjaye, perché non vogliamo restare legati alle icone del modernismo e, nello stesso tempo, intendiamo allargare la nostra produzione a tutte le tipologie dell'arredo domestico. Da qui la scelta di presentare a Milano la collezione di imbottiti Lounge disegnata da Barber Osgerby”.

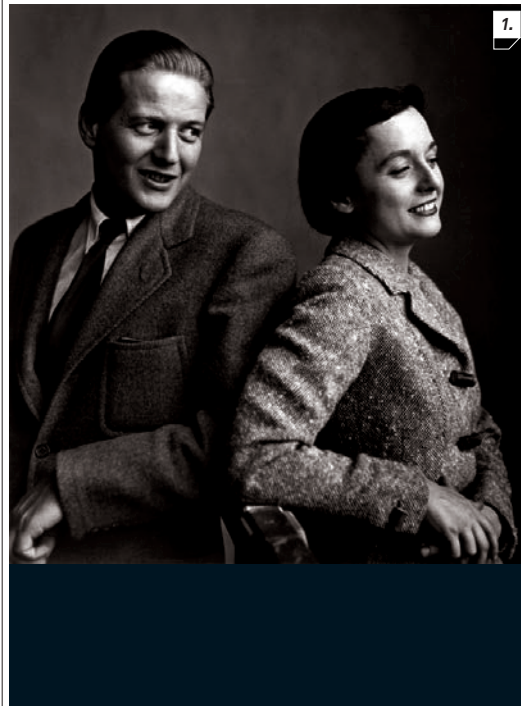




2.



3.



7.

Quali altri progetti presenterete al Salone?

“Il nostro ritorno al Salone del mobile, dopo molti anni di assenza, si realizza in stretta connessione con OMA (lo studio di Koolhaas), che firma sia l’allestimento del nostro stand sia alcune delle nuove collezioni. Sono almeno 15 anni che volevamo lavorare con Koolhaas ma la collaborazione si è avviata solo l’anno scorso quando, insieme al nostro chief designer Benjamin Pardo, abbiamo incontrato Rem, nel suo studio a Rotterdam, e abbiamo pianificato un’ampia collezione che vuole cambiare radicalmente lo spazio del lavoro. Il mio pezzo favorito è un oggetto che può essere trasformato da chi lo usa in qualsiasi cosa, da uno schermo a un tavolo a una panca, e che può prevedere una grande varietà di comportamenti nel modo di lavorare e nelle diverse forme di relazione interpersonale. Sono certo che questo pezzo, che sarà al centro del nostro stand, diventerà una nuova icona, per Knoll, e il simbolo del nostro impegno per un design veramente innovativo e moderno.

Inoltre, nello stand portiamo anche altri prodotti, sia classici che inediti, raccolti attorno al tema ‘Modern always’, moderni per sempre, che è il nostro motto per il 75° compleanno di Knoll”.

Quale posizione vi prefiggete di raggiungere in Europa?

“Vogliamo semplicemente ripresentarci con la nostra identità e con le nostre capacità. Knoll è sempre stata globalmente riconosciuta come un esempio di leadership nella concezione del design. Negli anni Quaranta, con la guida di Florence Knoll, la nostra Planning Unit ebbe un ruolo fondamentale nell’evoluzione moderna dello spazio di lavoro. Oggi, stiamo di nuovo indicando le nuove prospettive per l’ambiente di lavoro con



4.



5.

1. Hans e Florence Knoll, un sodalizio che segnò gli anni d’oro della produzione modernista di Knoll.

2. poltrone Barcelona® e tavolino saarinen.

3. una poltrona BBlicita della sedia tulip di eero saarinen, in produzione dal 1957.

4. la collezione di sedute progettata da Frank Gehry, 1992.

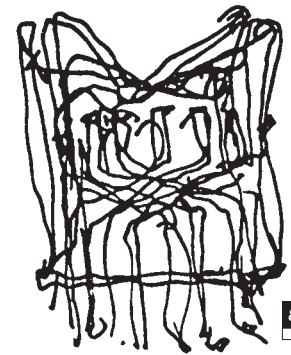
5. chaise longue della collezione disegnata da architecte & associés, 2012.



6.



7.



8.

6. Immagine pubblicitaria per la celebre sedia in rete metallica disegnata da Harry Bertoia, 1952.

7. Chaise longue della collezione 1966 disegnata da Richard Schultz.

8. Schizzo di studio di Frank Gehry per la cross-check armchair, basata sulla tecnologia della striscia d'acero curvato.

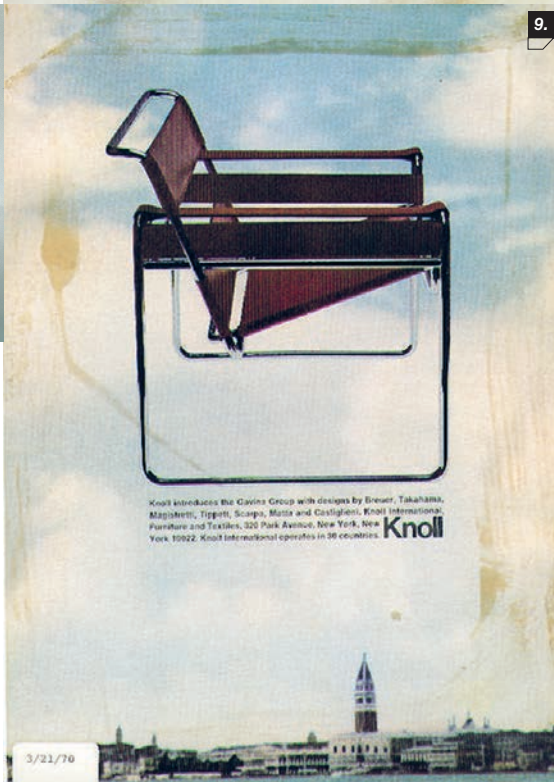
9. La poltrona Wassily, disegnata da Marcel Breuer nel 1925, è prodotta da Knoll dal 1969. In seguito all'acquisizione dell'azienda di Giovanni.

10. Tavolo Florenca Knoll e poltrone Brno.

11. Disegno di studio di Warren Platner per la collezione del 1966.

12. Collezione di tavoli e sedute di design tedesco di Saarinen.

13. Collezione Florenca Knoll.



9.



7.

10.



11.



12.



13.



progetti come il sistema Antenna, la prima vera piattaforma globale che si indirizza agli stili di lavoro, sempre più simili, di europei, asiatici e americani. In Europa, la nostra offerta continua a crescere e possiamo competere con chiunque. Sul fronte domestico, i nostri classici sono un elemento centrale ma non sufficiente e perciò al Salone mostreremo come stiamo allargando la nostra offerta con nuovi prodotti, per esempio con la collezione di Barber Osgerby. Nei prossimi anni presenteremo tante altre iniziative, sul fronte domestico; questo è, secondo noi, il campo che promette maggiori margini di crescita. E non si tratta solo di arredi: il nostro brand KnollTextiles e i nostri marchi legati al cuoio, Spinneyback e Edelman, si impegnano sempre di più in questo settore e nel contract. L'anno scorso abbiamo acquisito un fantastico produttore di feltro, FilzFetl, che ci fornisce i migliori materiali per layout domestici e da ufficio, e alla fine di quest'anno apriremo un nuovo flagship store a

New York, all'angolo con il MoMA. Tutto questo significa più visibilità nei confronti del pubblico e delle aziende".

Qual è l'essenza specifica, il carattere peculiare che identifica Knoll e la sua produzione?

"Penso che sin dalla sua fondazione, 75 anni fa, Knoll si distingua per l'impegno nell'alta qualità e nel design innovativo, originale e senza tempo che risponde ai problemi e ai bisogni reali. Aborriamo decisamente ciò che è frivolo, trendy e non originale".

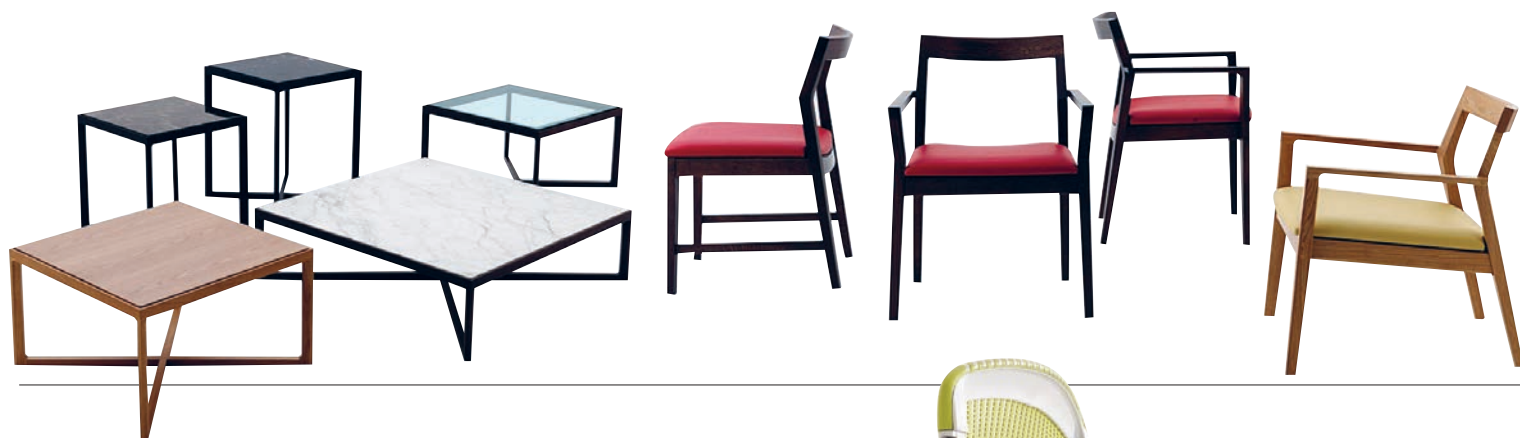
L'avventura di Knoll dunque continua, anche in presenza di un quadro economico non proprio rassicurante...

"Negli ultimi dieci anni ci siamo tutti abituati a muoverci in un ambiente più incerto, più aleatorio, ma io guardo all'Europa come a una grande opportunità perché noi abbiamo un brand fortissimo e uno share ridotto. Se appena ci adeguiamo a quella che è la nostra reputazione, il nostro business raddoppia. Ma ho anche imparato

che dobbiamo affrontare il mercato europeo con un management che sia radicato e che operi sul territorio. Credo che le ultime scelte fatte in tal senso ci daranno grandi soddisfazioni".

Qual è il vostro rapporto di collaborazione con Prada?

"Grazie a Rem abbiamo potuto avere un ruolo nella presentazione dell'ultima collezione uomo di Prada. Abbiamo una grandissima stima per la visione di Miuccia Prada e siamo davvero onorati che lei ci abbia concesso lo spazio di via Fogazzaro per presentare il nostro lavoro con Koolhaas che, ne sono certo, sarà uno dei punti culminanti del FuoriSalone".



Sopra: Col lezione di tavoli e Sedie di Segna ti da Mark kru Sin, 2011.

aCCant o: pol trone per uffii Cio genera tion e l life ,2009, diSegna te d al lo Studio ne ozelande Se for Mway.

Sotto: pol trona di Segna ta da edward B ar Ber & Jay oSger By.

nel la p agina a CCant o: 'l a CaSa ideale ',l'al le Sti Ment o realizza to l o SCor So gennaio a Milano d al lo Studio aMo per la Sfila ta prad a uoMo a/i 2013.per l 'oCCaSione Sono Stati pre Sent ati in antepri Ma i pro totipi del la Col lezione di arredi Che r eM koolhaa S Svil upperà per knol l.



From Hans Knoll To Rem Koolhaas *pag. 52*

text Alessandro Rocca

A LONG, NOBLE *history* IS RENEWED THANKS TO AN *exceptional partnership* WITH THE *studio oma*. IN MILAN, *Knoll* CELEBRATES ITS 75TH *anniversary* AND PRESENTS A *preview* OF *projects* FOR THE *NEAR future*. WE TALKED IT OVER WITH THE *president* OF THE BRAND, *Andrew Cogan*



For the main event of its 75th birthday, Knoll chooses Milan. After many years of absence, the historic American company is back at the Salone del Mobile, doing it in style, with a dual participation: at the fair, with a booth designed by Rem Koolhaas and his Office for Metropolitan Architecture, and in the city, at the Prada space at Via Fogazzaro 36, with a preview of furnishings collections, again by OMA, marking the start of the next 75 years. We talked about past, present and future with the president of Knoll, Andrew Cogan, asking about the strategies and objectives of this return to Milan.

"Knoll was founded 75 years ago with the idea of bringing modern design into the office and the home. This dual vision has always been part of our cultural vision and our commercial strategy. In Europe, this potential has still not been fully developed. So we asked Demetrio Apolloni, as president of Knoll Europe, to apply all his experience in the domestic design sector to reinforce the brand's position in that area. Here we are focusing on the modern classics of our catalogue, pieces by Mies van der Rohe, Saarinen, Bertoia and Schulz, to increase our visibility on the European market. At the same time, we want to emphasize our contemporary research, with products created by today's great talents like Rem Koolhaas and David Adjaye, because we don't want to remain tied to the icons of modernism. We want to expand our production to cover all types of furnishings for the home. Thus the choice of showing in Milan, with the Lounge upholstered furniture collection designed by Barber Osgerby".

What other projects will be seen at the Salone?

"Our return to the Salone del Mobile after many years of absence happens in close collaboration with OMA (the studio of Koolhaas), which has created our booth and some of our new collections. We have wanted to work with Koolhaas for at least 15 years, but our collaboration began only last year, when together with our chief designer Benjamin Pardo we met with Rem, at his studio in Rotterdam, and planned a large collection that attempts to radically change the idea of workspace. My favorite piece is an object that can be transformed by the user into anything, from a screen to a table to a bench, spanning a wide variety of behavior modes for work, and different forms of interpersonal relations. I am confident that this piece, which will be at the center of our booth, will become a new icon for Knoll, the symbol of our commitment

to truly innovative, modern design. There will also be other products on display, both classics and new entries, gathered around the theme 'Modern Always', our motto for the 75th anniversary of Knoll".

What position would you like to achieve in Europe?

"We want to simply reintroduce ourselves, with our identity and our capacities. Knoll has always been recognized worldwide as an example of leadership for its conception of design. In the 1940s, under the guidance of Florence Knoll, our Planning Unit played a fundamental role in the modern evolution of workspace. Today, once again, we are indicating new perspectives for the working environment, like the Antenna system, the first true global platform focusing on styles of work and their growing similarities in Europe, Asia and America. In Europe our offerings continue to grow, and we can compete with anyone. On the home front, our classics are a central element, but that is not enough, so at the Salone we will demonstrate how we are expanding our offering with new products, like the collection by Barber Osgerby. In the next few years we will present many other initiatives for the home furnishings market; we think this is the field with the biggest margins for growth. And we are not talking only about furnishings: our brand KnollTextiles and our brands connected with cowhide, Spinneyback and Edelman, are getting more intensely involved in this sector and in contract. Last year we acquired a fantastic maker of felt, FilzFetl, that supplies us with the best materials for home and office layout, and at the end of this year we will open a new flagship store in New York, on the corner by MoMA. All this means more visibility with respect to the public and companies".

What is the specific essence, the particular character that sets Knoll and its production apart?

"I think that since its founding, 75 years ago, Knoll has stood out for its commitment to high quality and innovative, original, timeless design that responds to real problems and real needs. We hate everything that is frivolous, trendy and not original".

So the Knoll adventure continues, even in what isn't the most optimistic economic situation...

"Over the last ten years we have all gotten used to operating in a situation of uncertainty, but I look at Europe as a major opportunity because we have a very strong brand and a small market share. If we manage to balance the share to our reputation, our business should double. But I have also learned that we have to approach the European market with management that has roots in the territory. I believe the latest choices made, in this sense, will lead to great results".

What is your relationship of collaboration with Prada?

"Thanks to Rem, we were able to play a role in the presentation of the latest Prada menswear collection. We have great respect for the vision of Miuccia Prada and we were truly honored that she granted us the space at Via Fogazzaro to present our work with Koolhaas. I am sure it will be one of the high points of the FuoriSalone".

- *pag. 53* Advertisement for the famous Tulip chair by Eero Saarinen, produced by Knoll since 1957. On the facing page, clockwise from top: working drawings and one of the new projects by OMA for Knoll; the Womb chair with footrest, designed by Eero Saarinen in 1946; poster from 1970 circa for the retrospective of Knoll products, one of the graphic image projects done by Massimo Vignelli for the American company starting in 1966; advertisement for the Womb chair, model 70, designed by Eero Saarinen in 1946. - *pag. 54* 1. Hans and Florence Knoll, a partnership of the golden age of modernism at Knoll. 2. Barcelona® chair and Saarinen table. 3. Advertisement for the Tulip chair by Eero Saarinen, in production since 1957. 4. The seating collection designed by Frank Gehry, 1992. 5. Chaise longue from the collection designed by Architecture & Associés, 2012. - *pag. 55* 6. Advertising image for the famous metal screen chair designed by Harry Bertoia, 1952. 7. Chaise longue from the 1966 collection designed by Richard Schultz. 8. Sketch by Frank Gehry for the Cross Check Armchair, using curved maple. 9. The Wassily chair designed by Marcel Breuer in 1925, and produced by Knoll since 1969, following acquisition of the company of Dino Gavina. 10. Florence Knoll table and Brno chairs. 11. Study sketch by Warren Platner for the collection of 1966. 12. Tulip collection of tables and chairs designed by Eero Saarinen. 13. Florence Knoll collection. - *pag. 57* Above: collection of tables and chairs designed by Mark Krusin, 2011. To the side: Generation and Life office chairs, 2009, designed by the New Zealand-based studio Formway. Below: armchair designed by Edward Barber & Jay Osgerby. Facing page: 'The Ideal Home', the installation done in January in Milan by the studio AMO for the Prada menswear show, F/W 2013, with preview of the prototypes of the furnishings collection Rem Koolhaas has designed for Knoll.

NEW romantic sentiment *pag. 58*

by Cristina Morozzi

DESIGN GRASPS THE CONTEMPORARY SENSE OF *indeterminacy*. *New languages* APPEAR THAT USE THE FORMS OF *narrative* AND *poetry* TO DOCUMENT A *multiple, mutant reality* THAT CANNOT BE MEASURED BY PURE REASON

In times of crisis, never just economic but also existential crisis, to some extent, reason loses its grip on the determinate and the indeterminate. It realizes it is inadequate to comprehend the world and the variegated constellation of its images. Another kind of thinking thus emerges, without faith in the linear process of time, not nostalgic or regressive, but aware of the shortcomings of the classical language of philoso-

