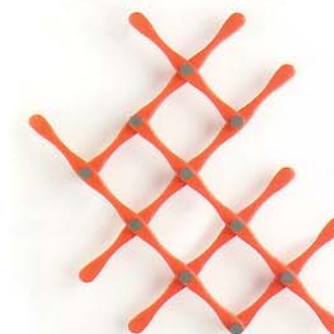
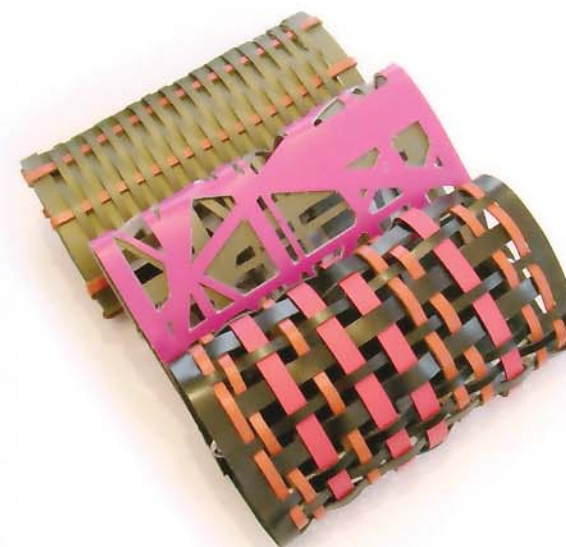




A sinistra: *Boomer*. Design: Ivan Pedri.
Produzione: Boomerang
Sopra: *Gumo*. Design: Ivan Pedri
Produzione: United Pets
Sotto: *Medusa*. Design: Sam Sannia
Produzione: Gruppo Sintesi



In alto da sinistra: *Standing Ovation*, Design: Giulio Iacchetti. Produzione: Pandora design
Nido - Mobile Fashion. Design: Chiara Moreschi. Produzione: AUbyKDDI
Tattakki Line. Design: Sam Sannia. Produzione: Gruppo Sintesi
Sotto: *Ooch*. Design: Sam Sannia. Produzione: BBB emmebonacina

novità di questi anni. L'utilizzo del mezzo tecnologico per dialogare, confrontarsi, mostrare il proprio lavoro, mettendo in atto una comunicazione diffusa, ha cambiato il comportamento dei designer. Le informazioni sulle opportunità di lavoro, partnership professionali e background personali, ora vengono condivise creando una memoria collettiva e diffusa.

Nell'esaltazione della giovinezza, a livello di comunicazione, molto spesso si tende a dimenticare la grande eredità del passato. Qual è a tuo avviso il rapporto delle nuove generazioni con i grandi maestri? C'è un interesse? C'è stato un passaggio di conoscenze da parte della scuola innanzitutto?

Personalmente ho diversi contatti, scrivo e chiedo pareri mantenendo un filo diretto con questi progettisti perché ritengo sia un'opportunità preziosa mantenere aperto questo canale di comunicazione. Noto che ci sono delle ritrosie da parte dei miei colleghi a rapportarsi con i nostri grandi maestri, forse ciò è dovuto al fatto che è mancata la volontà in passato di fare scuola da parte loro. Ci sono delle eccezioni, come nel caso di Munari che tra i propri allievi può annoverare un designer del calibro di Marco Ferreri, ma in genere non mi sembra che questo passaggio di sapere si sia verificata spesso. Se invece parliamo della scuola come istituzione, credo sia un mezzo utile per fornire delle basi, ma che da quel punto in poi sia la determinazione e la capacità del singolo a fare la differenza. **Nello scenario dei nuovi designer ti sembra di notare sostanziali differenze tra i giovani designer italiani e quelli stranieri?** Mi sembrano realtà molto vicine, perché i mezzi di comunicazione attuali ci consentono di vivere collegati e informati reciprocamente di ciò che accade e che anima la scena del design e non solo. Da parte dei giovani

Fabio Bortolani, then I widened the group to younger studios and designers. This is not the only example of team work between emerging designers. And what these experiences have in common is online collaboration which is the true innovation of these times. The use of technology to communicate, compare ideas and show your work, implementing a widespread means of communication, has changed designers' behavior. Information on work opportunities, professional partnerships and personal backgrounds is now

shared, creating a collective and common memory. By exalting youth people often forget the huge inheritance of the past. In your opinion, what relationship do the new generations have with the great masters? Are they interested? First of all, has there been a handover of knowledge by the schools? I personally have various contacts. I write and ask for advice, maintaining a direct line with these designers, because I believe that keeping this communication channel open is a precious opportunity. I have noted that there is some reluctance in my colleagues to refer to the great masters; perhaps this is due to the fact that in the past they had no desire to teach. There are exceptions, like in the case of Munari whose pupils include the designer of caliber Marco Ferreri, but in general I don't think that this handover of knowledge often happens. On the other hand, if we talk about schools as institutions, I believe they are a useful means to supply the basics, but from then on it is the individual's determination and ability that makes the difference. In the scenario of new designers have you noticed any great differences between young Italian designers and their foreign counterparts? They seem to be very similar realities as modern means of communication allow us to live on-line and be reciprocally



progettisti italiani, a volte, noto un certo infantilismo nei rapporti con i colleghi stranieri dettato dalla volontà di difendere un presunto primato italiano. **In che modo i progetti delle nuove generazioni differiscono nei confronti di quelli che li hanno preceduti? Ci sono tematiche ricorrenti all'interno dei progetti dei nuovi designer?** Attribuisco valore non a ciò che si progetta (trent'anni fa un apparecchio per la filodiffusione, oggi l'Mp3) ma come si progetta. Penso sia più importante la modalità di approccio alla progettazione, la capacità di far rivivere la cognizione italiana del progetto: il trasformare la precarietà in un vantaggio, qualità questa, del miglior design italiano. Creare tutto dal niente, esaltare le caratteristiche del materiale, valori che vivono ancora, più che mai attuali, nelle nuove generazioni. **Da giovane hai vinto il Compasso d'Oro, è un premio che ha facilitato il tuo percorso? Il Compasso d'Oro è stato un riconoscimento importante più a livello personale che sul piano lavorativo perché mi ha dato la consapevolezza che il lavoro che stavo facendo era un'attività seria e riconosciuta. Per quanto riguarda gli incarichi di lavoro o i riscontri con le aziende è stato sicuramente meno rilevante. **Giovani designer che ritieni promettenti?** Ho in mente diversi nomi il primo di tutti è quello di Chiara Moreschi ma oltre a lei posso citarne altri come Marco Dessi, Ivan Pedri, Sam Sannia... ma giovani designer preparati ce ne sono tanti, basterebbe andare a vedere anche le mostre non stra-pubblicizzate, le tesi al Politecnico o sfogliare riviste non strettamente design orientate.**

informed about what's going on and what animates the design scene and other areas. At times I note a certain immaturity from Italian designers in their relations with foreign colleagues due to their desire to defend an alleged Italian supremacy. In what way do the designs of new generations differ in comparison to previous ones? Are there recurring themes within the designs of new designers? I don't attribute value to what you design (thirty years ago it was cable radio, now it is Mp3) but how you design. I think your approach to designing is important, your ability to revive Italian design expertise; transforming precariousness into an advantage, which is a quality of the best Italian design. Creating everything from nothing, exalting the characteristics of the material - values, more modern than ever, that live on in the new generations. You won the Golden Compass when you were young; did the award help your career? The Golden Compass was an important acknowledgment more on a personal level than on a professional level because it gave me the awareness that the work I was doing was serious and appreciated. With regard to jobs or meetings with companies it was definitely less important. Are there any young designers you believe are promising? I have various names in mind, above all Chiara Moreschi, but apart from her I could name others like Marco Dessi, Ivan Pedri, Sam Sannia ... but there are lots of young competent designers, you just need to go see less-publicized exhibitions, these at the Politecnico or leaf through magazines not strictly design oriented.





Il progetto giovane

Qual è il rapporto delle nuove generazioni con il mondo del design? Ce lo spiega Giulio Iacchetti

Quanto il mito della giovinezza che oggi, almeno a livello di comunicazione, permea la contemporaneità, ha fatto breccia nell'universo del design? Lo chiediamo a Giulio Iacchetti, noto e apprezzato designer che nei suoi progetti ha spesso coinvolto giovani e ancora poco conosciuti creativi. Ecco quanto ci ha detto...

In vari settori della comunicazione, pensiamo ad esempio al settore moda, la giovinezza è molto esaltata. Pensi che qualcosa del genere accada anche nel campo del design? Penso che tra moda e design ci siano delle forti differenze, soprattutto perché nel progetto industriale le questioni sollevate dal prodotto contribuiscono a creare il futuro dell'azienda

YOUNG DESIGN

What relationship do the new generations have with the world of design? Giulio Iacchetti explains it to us

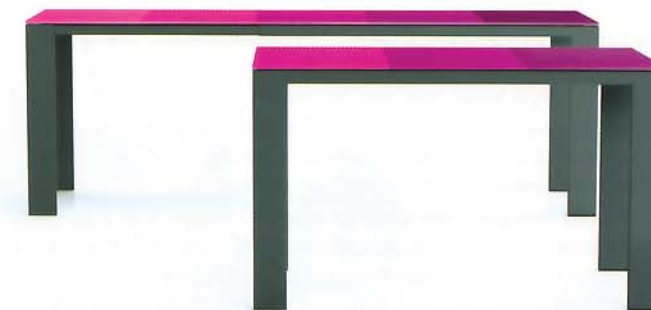
How much has the myth of youth which nowadays, at least at the level of communication, permeates the contemporary world breached the world of design? We ask the well-known and respected designer Giulio Iacchetti, who has often involved young and unknown creative individuals in his projects. This is what he told us...

e richiedono nell'approccio una maturità congenita. Il prodotto industriale ha la vocazione di entrare direttamente nella contemporaneità e per farlo deve avere caratteristiche diverse rispetto ai meccanismi della moda e dello stile. Nel campo della moda il percorso è diverso e il prodotto ha caratteristiche differenti soprattutto per quanto concerne il fattore temporale: la rapidità con cui si consuma, rende i suoi prodotti più fragili rispetto a quelli dell'industrial designer. **Nella tua professione di designer hai avuto sempre un occhio di riguardo per le nuove generazioni. (Cfr Coop). Come vedi la situazione dei giovani designer oggi?** Nell'avventura di *Design alla Coop*, ho esercitato il ruolo di reclutatore di progettisti. Per questo motivo ho interpellato coloro che considero i miei maestri più vicini, come Paolo Ulian, Gabriele Pezzini, Fabio Bortolani allargando poi i confini del gruppo a progettisti e studi più giovani. Questo non è l'unico esempio di lavoro in team tra designer emergenti. Ciò che accomuna queste esperienze è la collaborazione in rete, che è la vera

Nella pagina d'apertura: *Drop*, Design: Giulio Iacchetti. Produzione: IB Rubinetterie
Sotto da sinistra: *Fioredivino*. Design: Chiara Moreschi e Matteo Ragni. Produzione Maggpie e *Fade Out*. Design: Sam Sanna. Produzione: Gruppo Sintesi

Giulio, youth is glorified in various sectors of communication (e.g. fashion). Do you think this is also the case in the field of design? I think that there are strong differences between fashion and design, especially as the questions raised by industrial design products contribute to creating the future of the company and require an innate maturity in the design approach. Industrial products have the tendency to enter directly into the contemporary scene and in order to do so they must have different traits with respect to fashion and style mechanisms. The path is different in the fashion sector and the products have other characteristics, especially in relation to the time factor: the speed with which they are consumed makes the products more fragile with respect to those of an industrial designer. During your career as a designer you have always kept on eye on the new generations (ref. Coop). How do you see the situation of young designers nowadays? In the Coop project I was the recruiter of the designers. So I approached people I consider my closest masters, like Paolo Ulian, Gabriele Pezzini and

“l'utilizzo del mezzo tecnologico ha cambiato il comportamento dei giovani designer”





Made 05™

Monthly Magazine

Bilingual Italiano & English

made⁰⁵

a magazine about mode, art and design

MADE 05

Focus on The Myth of Youth

FASHION KOTO BOLOFO - JAPAN FASHION
WEEK - FRANCESCA MAMBRINI

ART MICHAEL FRANZINI - DEUS -
PUNK. NO ONE IS INNOCENT

DESIGN GIULIO IACCHETTI - HOMO
LUDENS LUDENS - RADICAL ADVERTISING

Fluid landscapes in a changing world

Anno III Maggio / May 2008 Issue # 30

MADE
editor