In apertura la Tokyo design week

Londra. La giornalista britannica Alice Rawsthorn, sul «New York Times», ne ha fatto un elenco in ordine alfabetico: **Amsterdam, Bruxelles, Eindhoven, Helsinki, Kortrijk, Lódz, Londra, Parigi, Seoul, Utrecht e Verona**. E, ancora, il mantra non è completo. Mancano all'appello **Istanbul, Mosca, Praga, Shanghai, Tokyo, Vienna**; e qualcos'altro, probabilmente, c'è sfuggito. Il designer olandese Richard Hutten, su Facebook, confida: «È un periodo totalmente pazzo. Trascorrerò più tempo in volo che sulla terra». E non sarà il solo perché, da settembre a dicembre, il mondo del design è protagonista di un circo planetario che coinvolge topografie sempre più numerose ed espositori tra i più disparati, dal mondo dell'industria all'autoproduzione di ceste in rattan su sostegno delle businnes governance di chissà quale ministero del Far East.

A presenziare le tappe di questo design road senza collegamenti tra scali è un popolo di «visitors» sempre più indecifrabile e sempre meno disposto a investire/spendere, mentre i media (dai mensili alle testate online) anticipano, recensiscono, sponsorizzano, portano in mostra se stessi, non senza promuovere dibattiti e tavole rotonde con parole chiave valide un po' per tutti, a cominciare dai sostantivi «lusso» e/o «sostenibilità» (!).

Rawsthorn afferma che sebbene nessuno di questi eventi abbia la portata del Salone del Mobile di Milano né l'impatto intellettuale di una Biennale di architettura di Venezia, tutto sommato gli appuntamenti a spasso per il globo nell'insieme si rivelano piacevoli e divertenti. In un aggettivo, enjoyable. Già. Trascorse 48 ore a **Londra, per la «Design Week»** di fine settembre, le si può dare anche ragione. Al 26 di Wenlock Road, dietro i banconi della birreria The Arms Wonlosk, il cool brand Established & Sons ha messo al lavoro i suoi designer, tra karaoke, happy hours e quiz. Per il resto, dalla **parigina «Maison et Objet»** alla **londinese «100% Design»** di Earl's Court, si è visto un grande patchwork di oggetti per la casa e

piastrelle per il bagno, mobili in stile e vasche idromassaggio, pouff in edizioni limitate e calze della befana in feltro firmate da giovani in cerca di fortuna (e di occupazioni migliori, si spera).
Di fronte a questa nuova scena, senza incorrere in disquisizioni a cavallo tra etica/estetica, c'è chi comincia a chiedersi se la grande rete di fiere/festival/eventi esaurisca la propria funzione all'interno del proprio business, senza più porsi l'obiettivo di generare valore a beneficio di chi produce e in qualche modo deve vendere progetti e prodotti. Una risposta arriverà forse dagli appuntamenti ancora a venire. In ordine di apparizione, **la «Tokyo Design Week»** (dal 29 ottobre al 3 novembre), il **Festival polacco di Lód´z** (dal 14 al 30 ottobre), la **Biennale belga di Kortrijk** (dal 15 al 24 ottobre), la **Design Week di Eindhoven** in Olanda (dal 23 al 31 ottobre), la **Biennale del design della francese Saint-Etienne** (dal 20 novembre al 5 dicembre). Se Tokyo festeggia il suo 25° anniversario con tema l'Ambiente e una stima di 600.000 visitatori, la vicina Seoul, capitale mondiale del design 2010, vanta un'affluenza di circa 2 milioni di persone misurata con il metro coreano della partecipazione «gentilmente» suggerita (obbligata) alla kermesse.
Sul fronte testimonial, mentre a «Interieur», in questi giorni a Kortrijk, si fa un po' di coda per l'installazione dell'immateriale Leone d'oro veneziano Junya Ishigami, a Utrecht, «Rietveld's Universe» (dal 20 ottobre all'11 gennaio), una mostra dedicata al lavoro di Gerrit Thomas Rietveld, apre la stagione autunnale del Centraal Museum nonché la «Dutch Design Week» nella non distante Eindhoven. In numeri: 9 giorni, 60 location, 120.000 visitatori, 300 eventi e, teniamoci forti, 1.500 designer. Evento clou: la mostra dei giovani laureati della Design Academy, per molti la scuola leader in Europa.
Negli stessi giorni, a Lódz la riflessione si sposta su «La dolce (Re)vita», un progetto espositivo che punta all'analisi dei processi di rivitalizzazione d'intere regioni, città o quartieri sulla spinta del design: da zona Lambrate a Milano al Mercato di San Miguel a Madrid.

Chiude il cerchio Saint-Etienne, dove l'intera Biennale è costruita intorno al tema del teletrasporto. «La Biennale» annunciano «intende avviare percorsi di scoperta, che tenderanno, nella loro visione estrema, verso questa smaterializzazione del movimento che sembra essere una delle più suggestive visioni della nostra epoca». Da Tokyo a Saint-Etienne, il passo, chissà, potrebbe anche rivelarsi breve.

About Author



susanna_legrenzi

See author's posts

Condividi