

# intramuros

international design magazine

Paolo  
Ulian  
designer

Spécial Milan 09

M 03703 - 143 - F: 12,00 € - RD



Allemagne	13,50 €	Espagne	13,00 €	Maroc	145 MAD	Polynésie	1600 CFP
Belgique	16,50 €	Grèce	13,00 €	Pays-Bas	13,00 €	Portugal	13,00 €
Canada	20,00 \$CA	Italie	13,00 €	NCalédonie	1550 CFP	Suisse	21,00 CHF

n°143

N° 143 - 12 € - Juillet/Août 2009 - bilingue Français Anglais



"Houdini", design Stefan Diez. Un fauteuil et une chaise en contre plaqué de chêne. Disponible en version naturelle, laquée blanche, laquée noir ou laquée gris. e15

# Milan 09

## un recadrage imposé

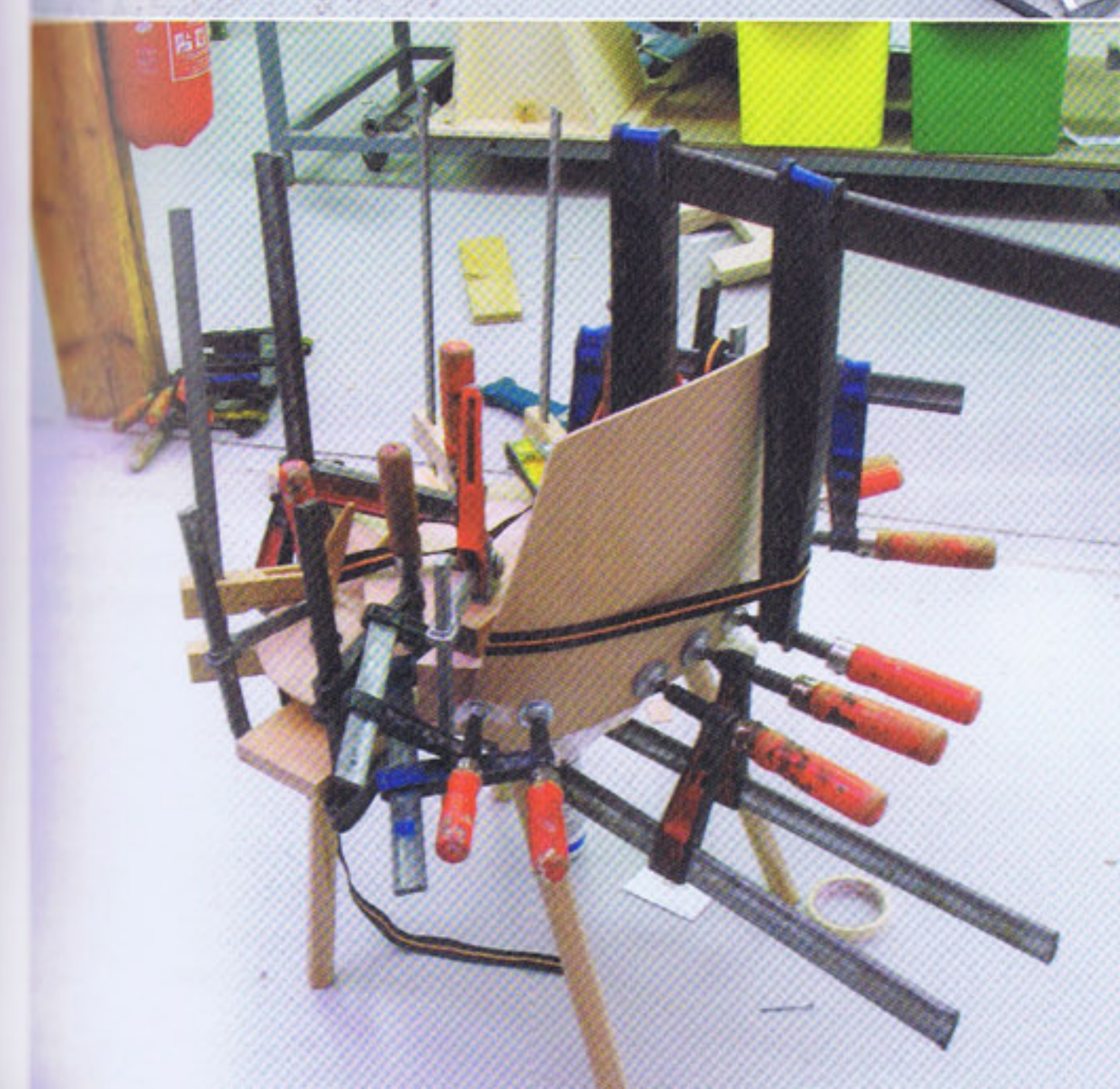
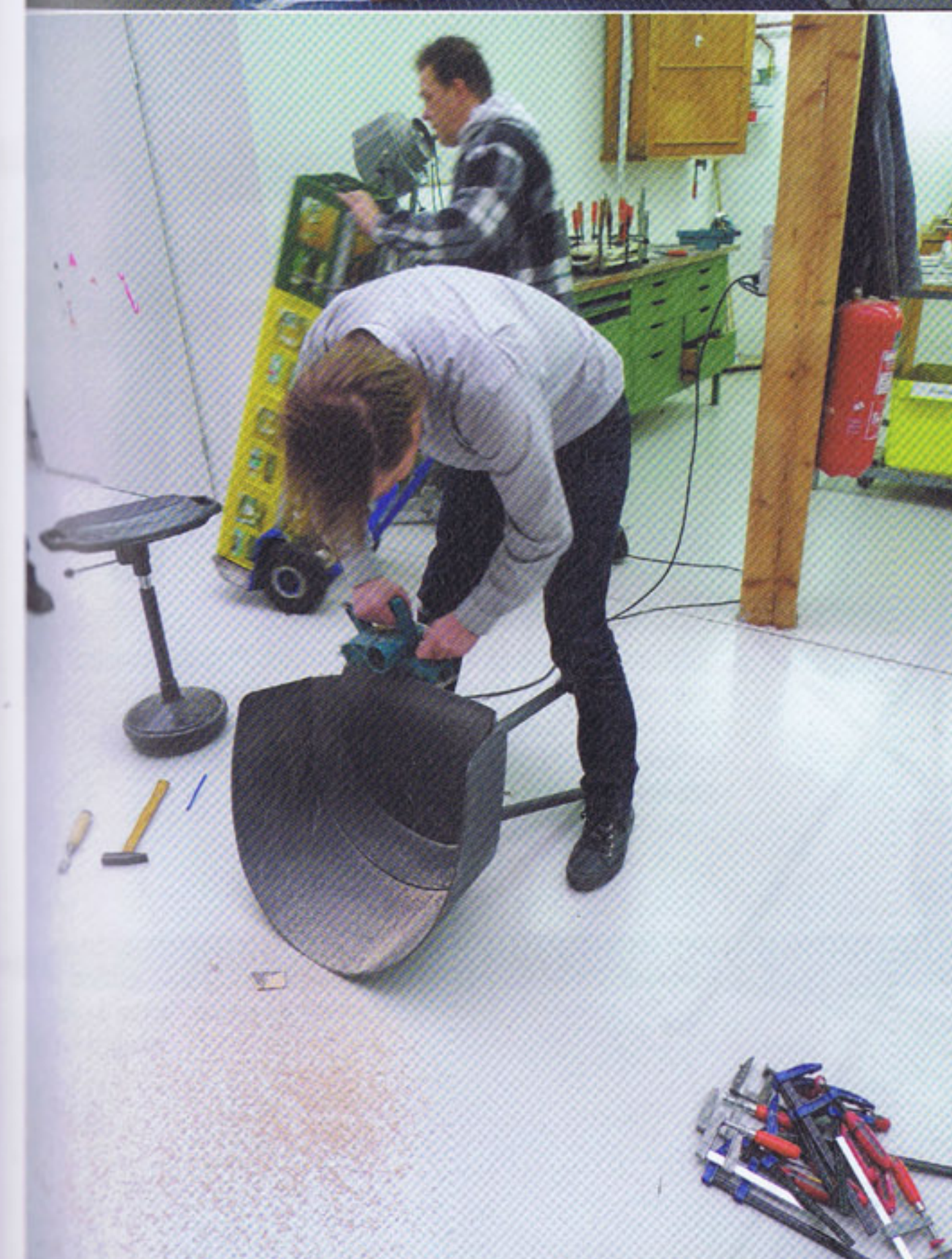
Les organisateurs du salon du meuble de Milan ont conclu la 48<sup>ème</sup> édition par un: "unprecedented success", en français "succès sans précédent". Les chiffres appuient cette exclamation : 313 385 visiteurs, soit 14 % de plus par rapport à 2007, précédente session intégrant EuroLuce mais en recul de 10 % par rapport à 2008. Les professionnels de 151 pays se sont abattus sur la ville pendant la folle semaine du design milanaise qui reste un rendez-vous incontournable. 5 385 journalistes (une hausse de 8,4 %) ont cherché matière à alimenter leurs rubriques. Les entreprises étaient présentes pour affirmer leur créativité et enrayer la débandade de la consommation, les designers étaient sollicités sur tous les fronts : produits, scénographies, recherches... pléthore de propositions. Trop de choix tue la satisfaction même apportée par le choix explique Barry Schwartz, psychologue et le surchoix amène fatalement à faire un choix insatisfaisant. Intramuros a tenté malgré tout de faire un choix positif et de mettre en avant les projets, avec la collection "Houdini" de Stefan Diez pour e15, la rigueur toujours égale de Konstantin Grcic pour Plank et BD ediciones ou de Sam Hecht pour Established&Sons et les performances des designers français – Patrick Norguet, Ora Ito, Philippe Nigro, Jean-Marie Massaud ... – très présents sur le salon et fortement soutenus par le VIA dans la Zona Tortona où la nouvelle maison d'édition Moustache menait une guérilla active, logos stickés partout dans le parcours "off". Chez Campeggi, Giulio Manzoni jouait les transformations de circonstance, simples, modestes et pratiques. En ville, chez Zanotta, les pensionnaires de la Fabbrica s'imposaient l'exercice du détournement des icônes maison.

Aldo Cibic imposait la carte de la poésie et de l'écologie à la galerie Antonia Jannone. Chez Moroso, Patricia Urquiola, Stephen Burks, Tord Boontje, Philippe Bestenheider, Ayse Birsel et Bibi Seck appliquaient leur expertise à un artisanat local, performant et signaient une scénographie à l'Africaine. Skitsch, une nouvelle marque, dédiée à l'édition et à la distribution de pièces sélectionnées, créée par Renato Preti – qui a fait ses armes chez Unopiù, B&B, Moooi – voyait le jour. Zona Tortona, le Superstudio Più se convertissait sous la direction artistique de Giulio Cappellini en un salon alternatif, mieux organisé que les années précédentes et engageait une dissidence par rapport au site de Rho Pero. Dans le registre, le groupe Charme – Poltrona Frau, Alias, Cappellini, Gufram – renonçait à ses espaces sur le parc des expositions (contexte économique et présentation collective imposée) pour s'installer Zona Tortona aux côtés de scénographies conviviales comme celle du porcelainier Ginori révélé par Paola Navone. La démesure des années précédentes s'est mise en sourdine, la tendance est à plus de raison. Ce sont les petites entreprises qui prennent le relais. Les grandes marques reprises par des groupes financiers peinent à tenir une vraie direction et une ligne créative forte. L'événementiel ne suffit plus, les distributeurs et les prescripteurs attendent de vrais produits et un point de vue construit et historique sur le design. "Serie Fuori Serie", l'exposition à la Triennale y répondait bien et le parcours de Paolo Ulian chez Careof à la Fabbrica del Vapore dessinait une vision pragmatique et optimiste du design.

C.H et B.D



Le montage et la fabrication de "Houdini" pour e15 dans l'atelier de Stefan Diez à Munich en Allemagne.



## Milan 09

### A Necessary Reconfiguration

The organizers of the Milan Furniture Show concluded the 48<sup>th</sup> edition with "Unprecedented success!". The numbers support the exclamation as the event attracted 313,385 visitors or 14% more than the 2007 edition, which included EuroLuce, but 10% less compared to 2008. Professionals from 151 countries swooped down on the city during the frantic Milan design week, which remains a must-attend. 5,385 journalists (an 8.4% increase) looked for fodder to feed their columns. Companies were there to assert their creativity and to curb the consumption frenzy; designers were approached from all fronts: products, scenographies, research... a plethora of proposals. According to psychologist Barry Schwartz, too much choice diminishes the satisfaction you get from the choice you actually made and choice overload fatally results in an unsatisfactory choice. Nevertheless, we at Intramuros, have tried to make a positive choice and to highlight the presented projects with the Houdini collection by Stefan Diez for e15, the usual rigor of Konstantin Grcic's designs for Plank and BD Ediciones, Sam Hecht's proposition for Established and Sons, and the achievements of French designers (Patrick Norguet, Ora Ito, Philippe Nigro, Jean-Marie Massaud) who were well-represented at the furniture show and enjoyed the strong support of VIA at the Zona Tortona, where Moustache, a new brand, was actively engaged in a street guerilla campaign, sticking its logo everywhere in the town. For Campeggi, Giulio Manzoni made some simple, modest, and practical transformations. For Zanotta, Fabbrica opted for humor

and offbeat styles, giving a new interpretation to the brand's great classics. Aldo Cibic played poetry and ecology at the Antonia Jannone Gallery. For Moroso, Patricia Urquiola, Stephen Burks, Tord Boontje, Philippe Bestenheider, Ayse Birsel and Bibi Seck applied their expertise to create gay and colorful pieces using local traditional methods, and designed an African-style scenography. Skitsch, a new brand, made its debut with the support of Renato Preti who start working with Unopiù, B&B and Moooi. At the Zona Tortona, Superstudio Più was converted into an alternative show under the artistic direction of Giulio Cappellini. It was better organized than in previous years and was distancing itself from the Rho Pero Center. As far as dissent goes, the Charme Group (Poltrona Frau, Alias, Cappellini, Gufram) gave up its usual exhibition spaces (economic context and compulsory collective display) and set up shop at the Zona Tortona alongside festive booths such as that of porcelain maker Ginori, designed by Paola Navone. The excesses of previous years have been toned down, as reason has become the new trend. Now, small businesses are taking over. Major brands taken over by financial groups are having a hard time keeping to a real direction and a strong creative approach. Promotional events are no longer enough. Distributors and clients expect genuine products and a point of view built on design. Serie Fuori Serie, the exhibition held at the Milan Triennial was well-received and Paolo Ulian's exhibition hosted by Careof at the Fabbrica del Vapore offered an optimistic and pragmatic vision of design.