

FULL TEXT IN ENGLISH

# Ottagono

DESIGN ARCHITETTURA IDEE

MONTHLY  
MENSILE  
MONTHLY

## STARCK

LA NUOVA ERA  
THE NEW ERA

15  
Giugno 2002

Ingo Maurer on light

iSaloni/Milano

Materie creative: luce vetro gioielli

Big Torino

Giovani in Norvegia

Scuole: Palermo

Creative matters:

lighting glass jewellery

Big Torino

Young designers

in Norway

Schools: Palermo



Editrice Compositori - Mensile - Anno XXXVIII - ISSN 0391-7487 - Specificazione in o. p. legge 662/96 - art.2 comma 20/b - 45% - Filiale di Bologna

20151  
€ 7,00  
ITALIA



# STAR



# CK LA NUOVA ERA

**C'è una svolta,  
forse strategica,  
nel percorso  
del grande  
designer  
francese:  
questo e altro  
in un colloquio  
nel suo studio  
parigino**

The great French  
designer has  
reached a (strategic)  
turning point  
in his career:  
this and more  
in an interview  
at his Paris studio



## THE NEW ERA

**Partiamo subito parlando dei tuoi progetti: tra i tuoi successi c'è la diffusione delle sedie di plastica d'autore.**

Uno dei miei lavori più importanti – il mio lavoro politico – è stato di uccidere il design! Vent'anni fa il design era meraviglioso e fatto da designer di grande talento, ma i prodotti erano costosissimi, acquistati da poche persone molto ricche, in rari negozi esclusivi. Era una premeditazione di elitarismo, significa fregare la gente. Disonesto, e molto volgare.

Il mio primo successo fu la poltrona Café Costes per Driade, che costava 1000 €. Tutti erano contenti, mentre io ero disperato. Mi pareva ridicolo che si trovasse sedie di plastica da 10 € sul marciapiede e quale era la differenza? Che erano meno chic. Solo perché io ho talento una sedia deve costare dieci volte di più? E inoltre pensavo che quelle sedie di plastica, senza design, avevano in definitiva una qualità maggiore delle mie che erano più antiquate, di legno e metallo.

Da quel momento ho iniziato la mia battaglia, ma nessuno voleva ascoltarmi. Finalmente Claudio Luti della Kartell acconsentì a fare una sedia di plastica a basso costo. Fu un successo tale che iniziai a fare sedie di plastica per tutte le aziende: non si poteva andare al Salone del Mobile senza presentare una sedia di Starck e io ho sfruttato la situazione per lavorare sempre con aziende diverse. Ciò mi permetteva una forza contrattuale per continuare a lavorare sull'abbassamento del prezzo. Quest'anno le sedie per XO, per

Kartell e Driade costano sui 60-70 €.

**Let's begin talking about your work: among your achievements, we find a large number of designer plastic chairs.**

*One of my most important projects - my political campaign - was to destroy design! Twenty years ago, design was wonderful and involved some highly talented designers, but the products were very expensive and accessible only to an upscale market, in a few exclusive shops. It was premeditated elitism, meant to rip people off. I found it dishonest and very vulgar.*

*My first success was the Café Costes chair for Driade, which cost € 1,000. Everybody was delighted by it, but I was miserable. I found it absurd that you could buy plastic chairs on the street for € 10 and there was absolutely no difference between them. They were only less chic. Why should my chairs cost ten times more because I am talented? Plus, I thought that the common plastic chairs, devoid of any "design", offered higher quality than my antiquated metal and wood versions.*

*At that point, I began to wage my war, but no one wanted to pay attention. Finally, Claudio Luti from Kartell allowed me to design a low-cost plastic chair. It was such a great success that I began making plastic chairs for many different companies: you couldn't go to the Salone del Mobile without presenting a new Starck designed chair and I made the most of the situation to work with all kinds of different companies. This gave me more negotiating leverage to keep working on bringing down the final price. This year, my chairs for XO, Kartell and Driade cost around €60-70.*

**Do you believe these prices can be lowered any further? What does this have to do with the demise of design?**

*At this point, my manufacturers were no longer able to lower prices any further. But since*

**Pagina a fianco, la sedia Toy durante l'installazione nel negozio Driade per il Salone del Mobile. Foto Atsushi Nakamichi.**  
Opposite, the Toy chair during the installation in the Driade store for the Salone del Mobile. Photo Atsushi Nakamichi.

**Zbork, poltrona a forma di sacco realizzata con stampo rotazionale in polietilene (Kartell).**  
Zbork, sac-shaped armchair, in polyethylene formed with rotational moulding techniques (Kartell).





**È possibile abbassare ulteriormente i prezzi? E che relazione c'è con la morte del design?**

A questo punto i miei produttori non erano più in grado di abbassare ulteriormente i prezzi. Ma visto che sono un po' cocciuto, ho pensato che quando uno strumento ti impedisce di progredire nel tuo lavoro, bisogna cambiare strumento. L'unico modo per abbassare ulteriormente i prezzi è di rivolgersi direttamente ai distributori. Ho così contattato il più grosso distributore degli Stati Uniti, Target, con il quale ho lavorato tre anni per fare una collezione completa di oggetti che vanno da 2 a 14 €. Questo è stato possibile perché ogni prodotto ha una tiratura minima di un milione di pezzi l'anno. Sono finalmente riuscito a coronare quel sogno che ho avuto venti anni fa, cioè di uccidere il design. È semplice, ora tutti posso-

*I am pretty stubborn, I figured that when a tool prevents you from making progress in your work, then it is time to change tools. The only way to lower prices further was to go directly to the distributors. So, I contacted the largest distributor in the United States, Target, and set up a three-year working agreement to design a complete collection of objects which cost from €2 to €14. We were able to do this because every product has a minimum production run of one million pieces per year. I was finally accomplishing a dream that I have had in mind for twenty years. I have always wanted to destroy design. It's simple, now that everyone can afford design, there is no longer the need to give a name to commonplace objects.*

**Pagina a fianco. OS Library, libreria con elementi di supporto in ceramica e The Tooth, sgabello/tavolino in polipropilene realizzato con stampo rotazionale (XO-design).**

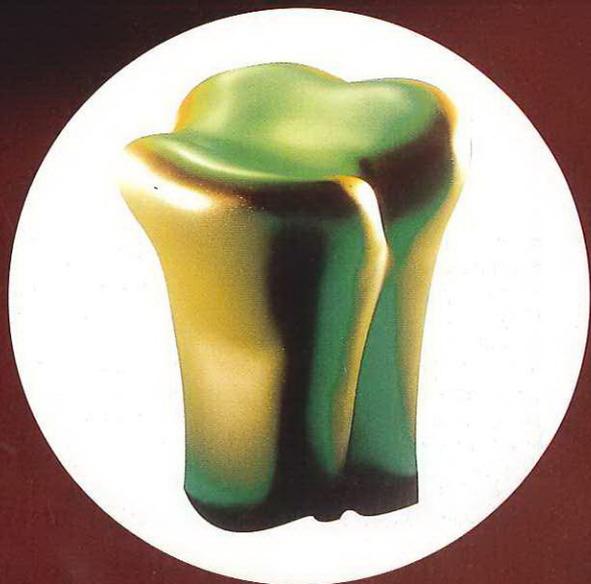
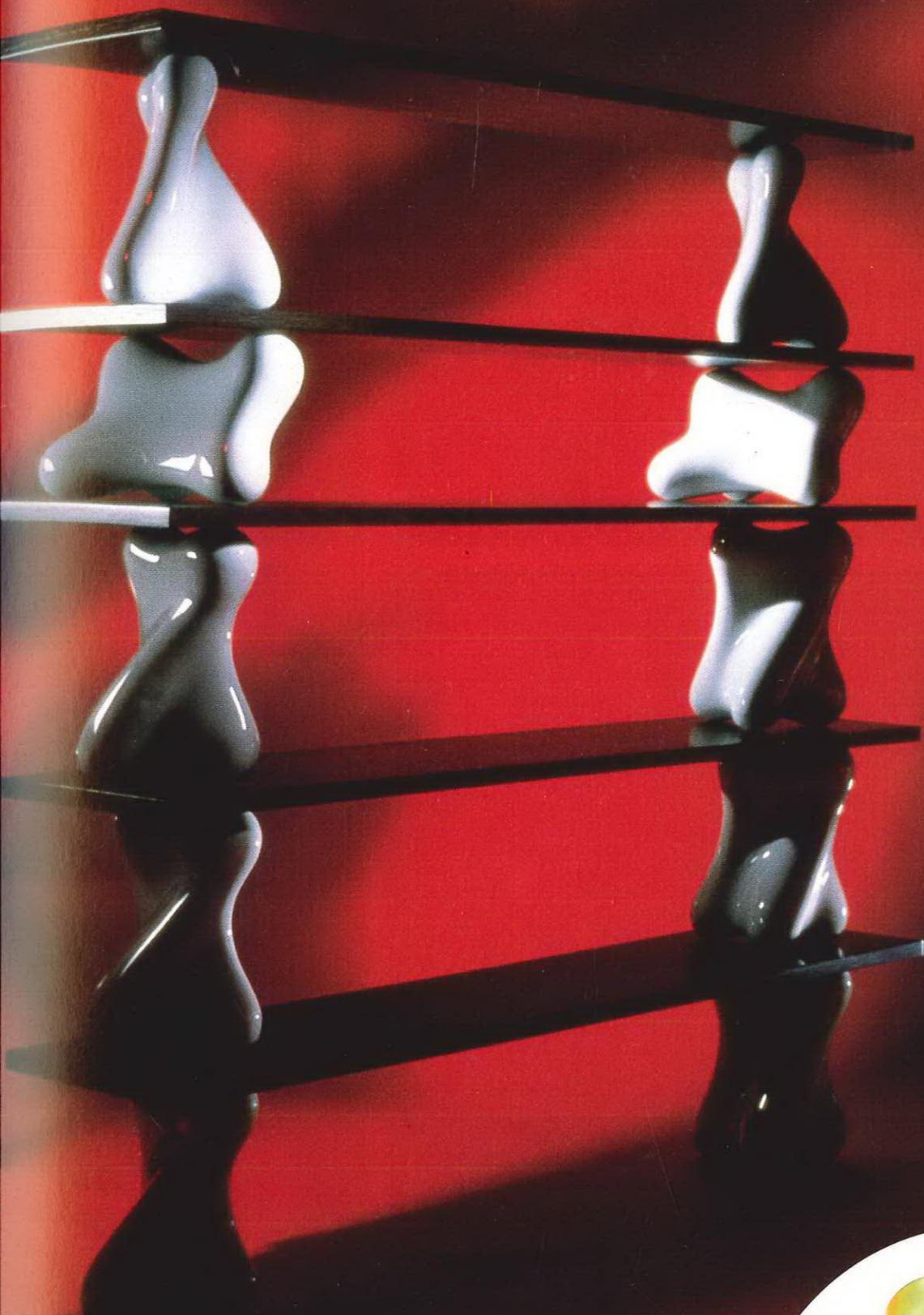
Opposite. OS Library, shelving system with ceramic support elements and The Tooth, stool/table in polypropylene, formed using rotational moulding (XO-design).

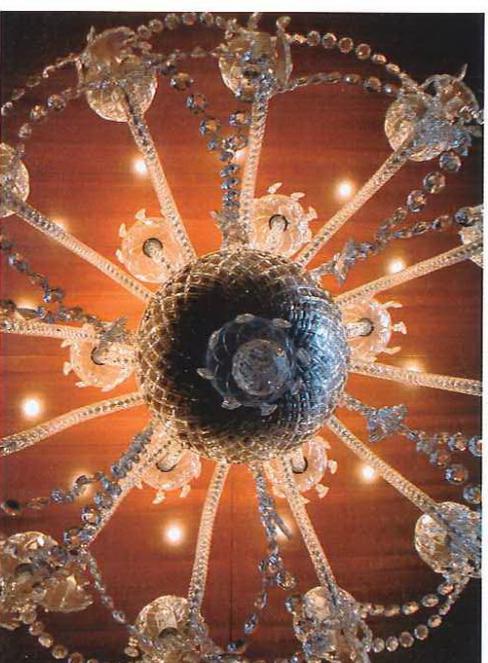
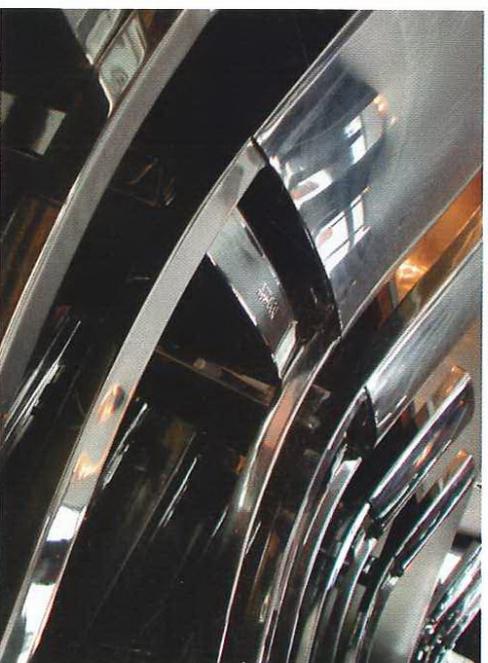
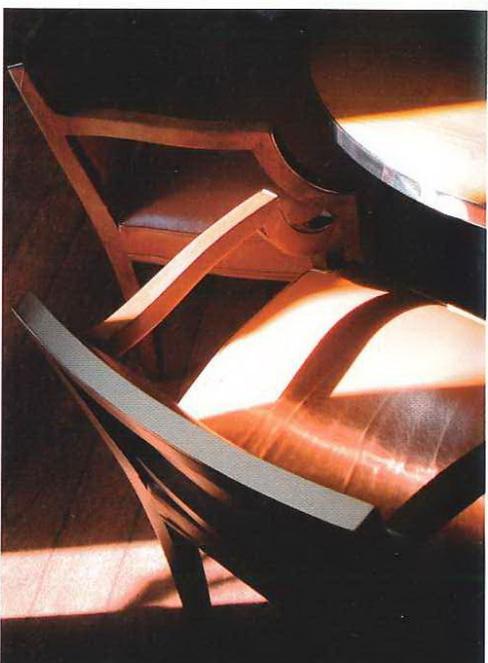
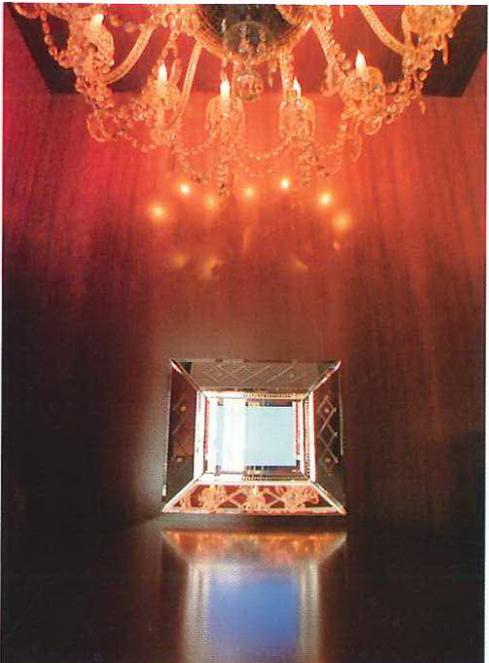
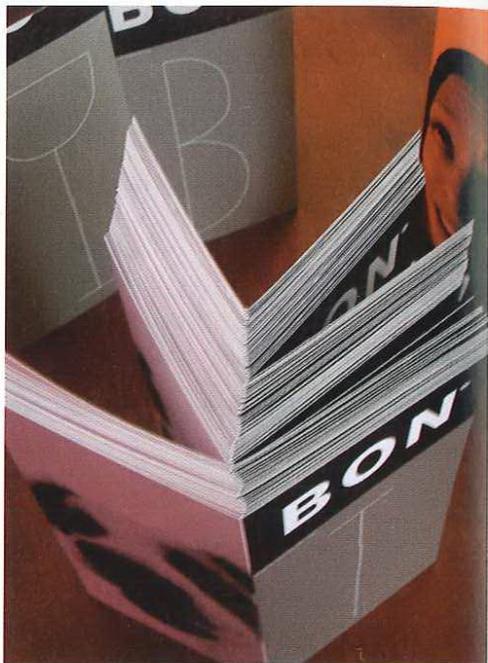


**A sinistra, S. T. strange thing poltroncina e divano a scocca portante (Cassina).**

**Foto Bitetto Chimenti. A destra, PLOOF divano e poltrona realizzati con stampo rotazionale in polietilene e sorretti da quattro piedini in alluminio lucidato inseriti a pressione (Kartell).**

Left, S. T. Strange Thing armchair and sofa with rigid structure (Cassina). Photo Bitetto Chimenti. Right, PLOOF sofa and armchair, in polyethylene formed with rotational moulding techniques and upheld by four polished pressure-inserted aluminium feet (Kartell).





no permettersele, non c'è più la necessità di dare un nome a quello che abbiamo sempre attorno.

Oggi, grazie a questa impresa e alle sue conseguenze, il design scomparirà dalle nostre vite: non sarà più qualcosa da guardare dall'esterno, ma sarà semplicemente il nostro tavolo o la sedia.

**Non c'è il rischio di far perdere forza a messaggi e contenuti attraverso una distribuzione così capillare?**

Ogni azione umana di per sé può essere buona o cattiva. Io ho cercato di creare i presupposti per una libera circolazione delle idee, ho lavorato per la democratizzazione del design. Ormai si è instaurato un nuovo sistema, dipende ora dalla capacità dei designer di adattarsi alle nuove esigenze, di inventare prodotti di alto livello formale che siano alla portata di tutti, di mantenere quella qualità che prima costava 1000 € sviluppando prodotti da 10 €.

**Come funziona l'elaborazione di un progetto, da quali aspetti viene ispirato?**

I miei progetti partono molto semplicemente dall'osservazione della vita quotidiana. È facile constatare cosa è ben fatto e cosa è invece stato giostrato da chi si occupa solo di marketing: da persone che si preoccupano solo e soltanto di raggiungere il target. Parto dalla volontà di cambiare un prodotto che penso possa essere fatto meglio o che mi rendo conto mancare, poi ci dormo su. Lascio che il subconscio interiorizzi il problema e la soluzione viene da sé.

Lavoro sempre sull'idea del cambiamento di prospettiva, perché le alternative non sono mai abbastanza. Partendo da intuizioni, da esperienze e da scelte, lavorandoci sopra, sono arrivato a definire una visione non del tutto stupida. Sono riuscito a definire quale prospettiva mi interessa maggiormente: non rimane altro che comunicarla.

**La tua prima produzione era decisamente più shockante, sentivi la necessità di denunciare che qualcosa non andava?**

Sì, ma non sono mai stato shockante per il gusto di esserlo, non era una provocazione. A volte hai bisogno di fare qualcosa di veramente forte, ma da giovani non sempre si riesce a raggiungere quella asciuttezza, quella pulizia del segno che raggiungi nella maturità espressiva.

**Tra i tuoi progetti, quello più ermetico è senz'altro l'orsetto Teddy.**

Teddy è strettamente correlato con quello che è il concetto fondante della nostra civiltà: l'amore. Un orsacchiotto non dovrebbe parlare che di questo concetto. Dovrebbe insegnare ai bambini e ai genitori a non acquisire un senso consumistico nei rapporti: chiedo alle persone di essere ricche di punti di vista diversi e di avere un solo orsacchiotto e non dodici. Perché quando un bambino ha dodici orsacchiotti non coglie il significato dell'amore. Questo atteggiamento lo applico a tutto quello che faccio. Io non sono interessato ai prodotti, anzi disprezzo i prodotti, ma è indispensabile usarli, per trasmettere le cose in cui credo.

Quando ho progettato Motò per Aprilia, non intendevo parlare della motocicletta, ma mi sono posto il problema di pensare una moto ad alto livello qualitativo, che non avesse l'aspetto di un'arma. Inizialmente fu

*Today, thanks to this mission and its consequences, design will finally disappear from our lives. Design is no longer something to look at from the outside, but simply a table or chair.*

***Don't you think we run the risk of losing the strength of the message and its contents through such a wide-reaching distribution?***

*Every human action per se can be good or bad. I have attempted to lay the foundation for a more open circulation of ideas. I have been working toward more democracy in design. We have set up a whole new system; it is now up to the designer's ability to adapt to new needs, create high level products, and maintain quality that once cost € 100, developing products for € 10.*

***How does project development work? Where do you get your inspiration?***

*Designs for my products always start with my observations of daily life. It's easy to see what is well*



*done and what has been manipulated by marketing spin doctors, people who are only concerned about reaching a specific target. I begin with the desire to change a product that I think can be improved on and made better or invent an article I feel is missing. Then I sleep on it. I let my subconscious internalise the problem and then the solution just sneaks up on me on its own.*

*I always work on the idea of changing points of view because the alternatives never seem to be enough. Using my intuition, experience and personal choices as a springboard, I develop and play with ideas until I define a vision that is not half bad. I was able to define which viewpoint was most interesting to me: the only thing left to do is transmit message.*

***Your first work was most definitely the most shocking. Did you feel the need to make a statement that something was not right?***

**BON 2, ristorante a Parigi. Concept e design curati da Starck. Nella pagina successiva, la zona bar con sgabelli Emeco.**

BON 2, restaurant in Paris. Concept and design by Starck. Next page, the bar with Emeco stools.





*Yes, but I have never tried to scandalize for the shock value only – my idea is not intentional provocation. Sometimes you just have to make a strong impression. However, young designers are rarely able to achieve the clarity and straightforwardness in their expression that is reached by more mature visionaries.*

***Of all your designs, the most impenetrable has to be the Teddy stuffed bear.***

*Teddy is closely linked with a fundamental concept in our civilization: love. A teddy bear is the quintessential way to relate this concept. It aims to teach children and their parents not to take a consumeristic approach to their relationships: I am asking people to broaden their perspectives and embrace a single teddy bear instead of twelve. When a child has twelve teddy bears, he can't really understand the significance of love. I apply this attitude to everything I do. I am not interested in products; on the contrary, I have contempt for products, but I must use them to express the things I really believe in.*

*When I designed Motò for Aprilia, I didn't mean to talk about motorcycles. I looked at the issue of designing high quality motorcycle, which didn't necessarily look like a weapon. Initially, Motò raised a few eyebrows. It was a motorcycle with a strikingly feminine shape that did not have that classic macho look. It was branded a motorcycle for homosexuals, but after a little while, people began to understand my motivations and it became a success. When I tackle a project, whether it is a single object or a chain of hotels, the message I want to send is always very clear and this is what gives me my greatest inspiration.*

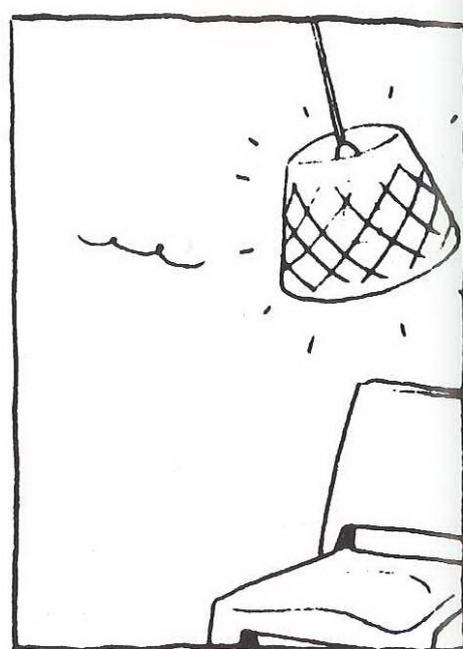
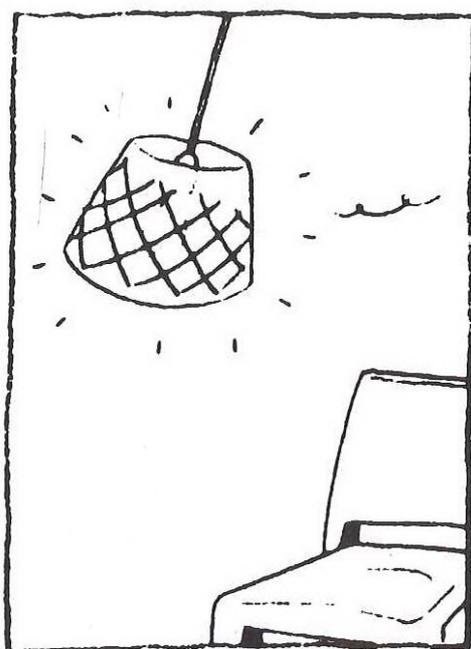
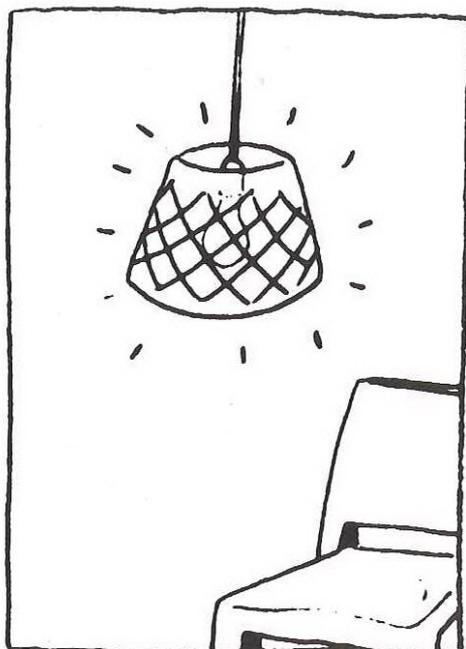
***You often talk about the political message of your designs.***

*My products are always a ruse for talking about something else: they all are part of a very broad line of thought and each one attempts to uncover it.*

*My political idea starts with the "citoyen" concept, from the understanding of each person's role in society. We have to understand the effect our ideas will have on the community, mankind and the entire animal species. If you don't accomplish this process, you can't do your work conscientiously. Unfortunately, design is a very slow, ineffectual and heavy instrument. In design you don't have the same immediacy that literature, music or politics have in expression. A product is not able to deliver more than 5% or 10% of a message, even less if the message is complex. You have to work concurrently on many different designs: the letters of a word become a sentence that people will gradually begin to understand. But you need at least 15 or 20 years to develop a steady and understandable message through design.*

***Therefore, a product is not able to convey more than 5% or 10% of a message. What changes are you trying to promote?***

*Today, all of us feel a sense of restlessness due to the lack of value attached to our roots. We don't know who we are anymore, not to mention where we are going. Recently, we have to come to the realisation that our*



**Soft Lux. Prototipo di lampada in cristallo soft, sviluppato assieme a Patrick Douglas (Flos).**  
Soft Lux. Prototype lamp in soft cristal, studied with Patrick Douglas (Flos).

uno scandalo presentare una moto dalla forma femminile, che non avesse un aspetto macho: hanno detto che era una moto per gay, ma passato un po' di tempo il messaggio è stato capito ed è stato un successo. Quando affronto un progetto, sia un oggetto o una catena d'alberghi, per me è sempre evidente il messaggio che voglio diffondere ed è questo che mi dà una forte motivazione.

**Parli spesso dell' intento politico dei tuoi progetti.**

I miei prodotti sono sempre un pretesto per parlare di qualcos'altro: rientrano tutti in una linea di pensiero molto ampia e ognuno cerca di palesarla.

La mia idea di politica parte dal concetto di "citoyen": dalla consapevolezza del proprio ruolo nella società. È in questa prospettiva etica che dobbiamo essere consci dell'effetto che avranno le nostre idee sulla società, sugli uomini e anche sulla specie animale. Se non compisci questo processo, non fai con coscienza il tuo lavoro. Ma purtroppo il design è un mezzo molto lento, debole, pesante. Per esprimere qualcosa, non possiede l'immediatezza della letteratura, della musica o della politica. Un prodotto non riesce a sostenere più del 5% o il 10% di un messaggio, a maggior ragione se è complesso. Diventa così indispensabile lavorare su molti progetti: lettere di una parola, di una frase che le persone finalmente possono intravedere. Ma ci vogliono almeno 15 o 20 anni per sviluppare un messaggio coerente e comprensibile attraverso il design.

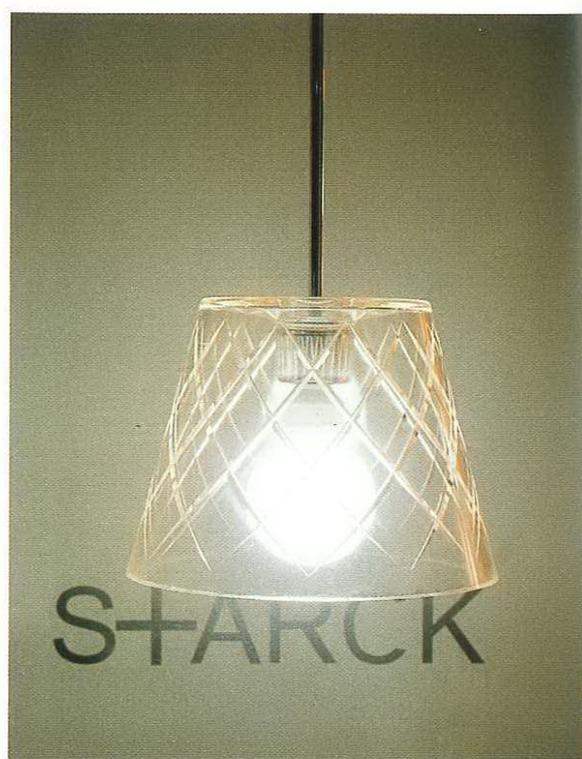
**Dunque, un prodotto non riesce a sostenere più del 5% o il 10% di un messaggio. Ma quali cambiamenti vuoi stimolare?**

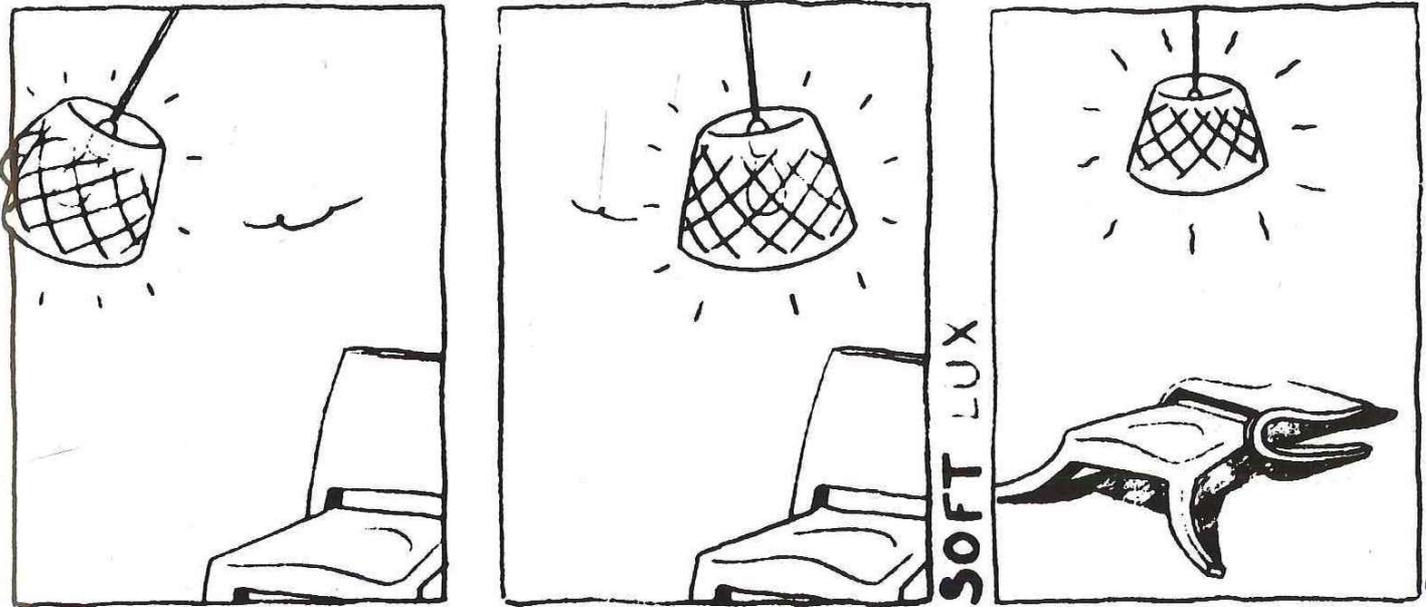
Al giorno d'oggi proviamo tutti un senso di inquietudine dovuto alla mancanza di riflessione sulle nostre origini. Non capiamo chi siamo e tanto meno dove ci stiamo dirigendo. Ora, dobbiamo anzitutto prendere atto che il nostro stato evolutivo è un percorso cosciente: cosa che ci distingue dalle altre specie animali. L'evolu-

*evolutionary state is a conscious path. It is what distinguishes us from other animal species. The evolution of our civilization unfolds at a specific speed. When this process slows down, a revolution takes place. If we swerve forward, we are compelled to get back on track with the evolutionary rate. This is why it is better to try to keep up with evolution and head off traumatic circumstances.*

**So we are all victims of this developmental evolution. Where is it leading us?**

*Towards beauty. It will lead us toward true compassion, toward a better understanding of our innate*





zione della nostra civiltà ha una velocità. Quando questo processo si rallenta accade una rivoluzione: uno scarto in avanti che ci costringe, in maniera traumatica, a tornare al passo con la curva evolutiva. Per questo motivo è meglio essere costantemente al passo con l'evoluzione, scongiurando momenti traumatici.

**Siamo così tutti sottoposti a questo ritmo evolutivo, ma dove ci conduce?**

Verso la bellezza: ci porta verso la nostra reale sensibilità, verso la consapevolezza delle nostre differenze. Siamo già consapevoli del nostro scenario: abbiamo davanti 4.2 miliardi di anni prima che il sole collassi su se stesso. Da quando eravamo dei batteri, poi delle scimmie, abbiamo avuto una evoluzione incredibile e ancora proseguiremo per strade inimmaginabili, ma è indispensabile lavorarci su.

**Quindi i tuoi prodotti intendono essere uno shock per riportarci al passo con il nostro stadio evolutivo.**

Senz'altro. Il mio design cerca ogni volta, in una maniera diversa, di mostrare una via. Questo processo si coglie bene nella ricerca che ho fatto per Fossil. Sono partito dall'orologio tradizionale, per aggiornarlo alle esigenze di oggi – pensando allo sviluppo di domani – e infine indico la prospettiva futura: la dematerializzazione dell'oggetto. Attraverso l'uso dell'humour arrivo a una sorta di sviluppo bionico. Quando non potremo più procedere attraverso la natura, adotteremo metodi bionici: metteremo la nostra intelligenza al lavoro per diventare super-uomini.

**In quest'ottica, il tuo prossimo lavoro sarà la modificazione del genoma: progetterai l'uomo del futuro.**

Io sto ricercando il "vero" uomo, non tanto l'uomo "nuovo". È per questo che ho fondato dei marchi che mi permettessero di essere più libero da vincoli e di seguire un progetto più ampio. Ogni marchio segnerà un nuovo

*differences. We are already very aware of our circumstances; we know that we have another 4.2 billion years before the sun implodes. Since we were mere bacteria, and then monkeys, we have undergone an incredible evolution and we are still moving in previously unimaginable directions, but it is crucial to keep working on it.*

**Therefore, your products represent a kind of shock that brings us back up to pace with our evolutionary cycle?**

*Precisely. Every one of my products has a different method of leading the way. This process is well demonstrated in the research I conducted while designing for Fossil. I began with a traditional watch. Then I updated it to meet today's needs while keeping in mind the developments of tomorrow. Finally, I worked on a possible future by dematerializing the object. Using irony and humour, I reached a sort of bionic development. When we can no longer go forward through nature, we have to adapt to bionic methods. We have to put our intelligence to work to become supermen.*

**From this perspective, your next task might involve modification of the genome, designing the man of the future!**

*I am looking for the "real" man, not so much the "new" man. This is why I founded brand names that liberate me from restrictions and follow a broader-based project. Each brand name signifies a new way to produce and to live. About two years from now, my theory will become clearer and you will be able to grasp the breadth of the project and how it opens up new ways of thinking.*

**Is your new strategy to found new brand names? It seems like a very complex strategy.**

*Oh yes, it is very complex and very slow, but it has been set in motion and I am beginning to see the*

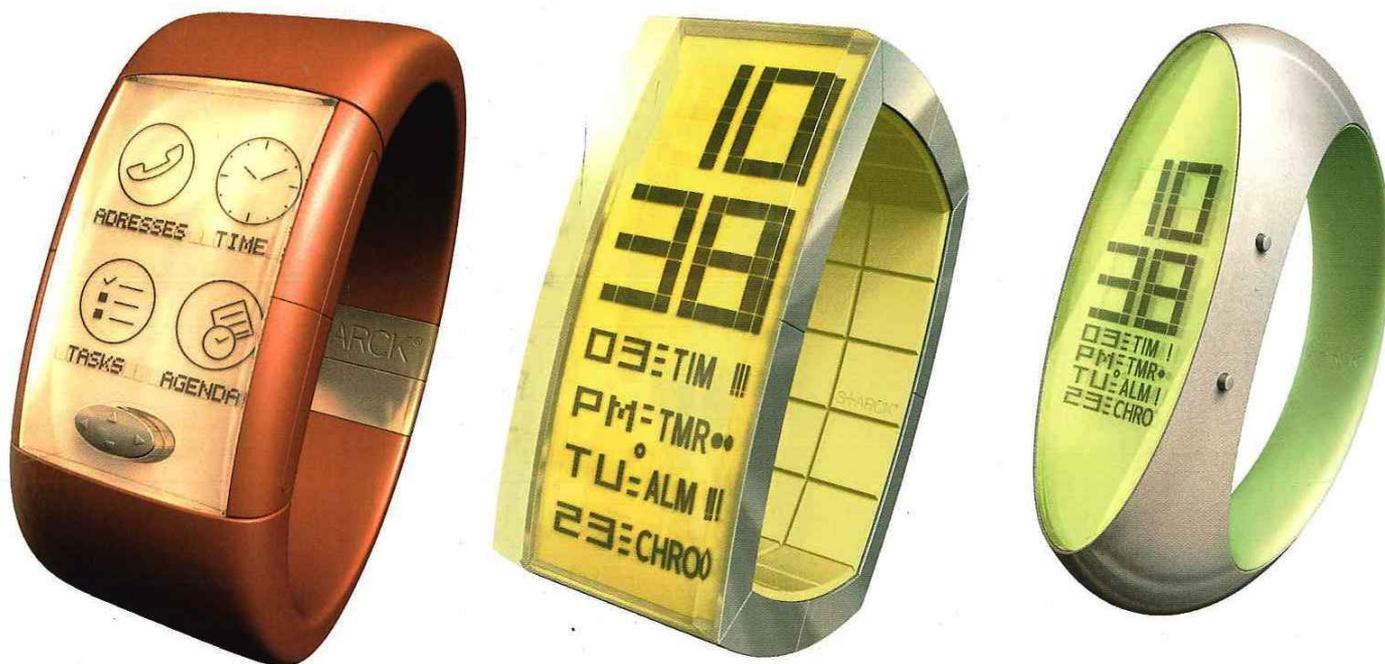


**S+ARCK watch, orologio realizzato per Fossil. In questa pagina, in alto l'orologio in produzione, nella pagina a fianco le prospettive di sviluppo future fino ad arrivare alla scomparsa dell'oggetto.**

S+ARCK watch, for Fossil. On this page, top, the watch during production. Next page, prospective future developments leading to the disappearance of objects altogether.

Philippe Starck vive e lavora a Parigi, dove è nato nel 1949. Dall'adolescenza si appassiona al disegno anche grazie all'influenza del padre, costruttore di aerei. Nel 1968 fonda la sua prima impresa producendo oggetti gonfiabili, mentre negli anni Settanta e Ottanta si afferma come interior designer di locali notturni, prima a Parigi e poi all'estero - tra i primi La Main Bleue, 1976, e Les Bains-Douches, 1978. A New York è responsabile dell'arredo degli Hotel Royalton (1988) e Paramount (1990) e, in Olanda, partecipa alla costruzione del Groningen Museum (1991). Dalla fine degli anni ottanta Starck si afferma come uno dei più versatili product designer al mondo: oggetti per la cucina per Alessi; radio e televisori per Thompson, Saba e Telefunken; sedie per Driade e Kartell; lampade per Flos; e una moto per Aprilia (Motò 6.5, 1995). Le sue collezioni sono nei più importanti musei internazionali di design.





Philippe Starck lives and works in Paris, where he was born in 1949. His interest in design emerged as a child, most likely inspired by his father, an aircraft designer. In 1968, he founded his first company making inflatable objects. Later, in the 1970s and 1980s, he gained valuable experience and status decorating nightclubs, first in Paris and later abroad. His first Paris clubs were La Main Bleue, 1976, and Les Bains-Douches, 1978. In New York, he headed up the interior design work of the Royallton (1988) and Paramount (1990) hotels and, in Holland, he was a key member of the design team of the Groningen Museum (1991). Since the end of the 1980s, Starck has gradually become known as one of the most versatile product designers in the world: kitchen gadgets for Alessi; televisions and radios for Thompson, Saba and Telefunken; chairs for Driade and Kartell; lamps for Flos; even a motorcycle for Aprilia (Motò 6.5, 1995). His collections can be seen on display in the most important design museums around the world.

modo di produrre e di vivere, da qua a due anni la mia teoria sarà evidente e si potrà cogliere l'ampiezza del progetto e l'apertura verso diversi modi di pensare.

**La tua nuova strategia è fondare nuovi marchi? È una strategia molto articolata.**

Sì, articolata e molto lenta, ma ormai inizio a vedere i primi frutti dell'energia spesa. Molti aspetti sono già percepibili. Riosservando alcuni vecchi progetti si può già cogliere questa prospettiva. Prendi i miei occhiali per esempio. Non c'è un disegno evidente, né un marchio forte: tutto sta nell'uso della migliore tecnologia oggi al mondo. Ma questa tecnologia si ispira alla micro-biomeccanica, a un uso bionico, perché il raccordo dell'asticella è risolto come una micro-clavicola: è evidente e, insieme, irraggiungibile.

**C'è un grande scarto tra il suo ultimo design - fatto di messaggi e immaterialità - e le tue architetture, che si ispirano maggiormente al mondo onirico, all'oscurità.**

Questo accade perché lavoro con mezzi diversi. Il messaggio è sempre lo stesso, il resto è un pretesto. In una macchina esprimo una serie di cose e in uno spazzolino altre, in una barca altre ancora, ma esprimere qualcosa che è semplice in uno spazzolino, diventa complicatissimo in un edificio.

I miei edifici sono pensati per essere una sorpresa, cerco di far vivere un'esperienza alle persone: voglio essere molto forte. In macchina si ha cognizione di un edificio in 30 secondi, a piedi in 5 minuti, mentre in un albergo si sta dalle due ore, tempo di un aperitivo, a tre giorni. È un tempo molto breve per esprimersi e allo stesso tempo questa brevità mi permette di essere molto diretto: potremmo parlare di velocità di comunicazione. Quando invece progetto oggetti che ci stanno attorno per anni, devo essere molto più discreto. Ma dal

*first fruits of my labours. Many aspects are already perceptible. Looking back on my older projects, you can already see this idea. Take my glasses for instance. They don't demonstrate a particularly marked design, or a strong trademark. My idea is to use the best technologies available in the world today. This technology is inspired by micro-biomechanics and the use of bionics. Look at the hinge of the arm of the glasses - it has been designed like a tiny collarbone. It is evident, and at the same time, elusive.*

**I see a great deviation between your most recent design - based on messages and intangibility - and your architecture, which is inspired by a dream-world and the unknown.**

*This happens because I work with different resources. My message is always the same; the rest is a pretext. When designing a car, I express a series of ideas, others when designing a toothbrush, others still for a boat. Still, expressing something that is simple in a toothbrush becomes very complicated in a building.*

*My buildings are designed to surprise, I try to get people to live my experience: I want to be very powerful. In a car, you get a grasp of a building in about 30 seconds; on foot, in about 5 minutes. When you are inside a hotel, you may linger for anywhere from two hours to have an aperitif to three days. It doesn't give you much time to express yourself. Still, this brevity forces me to be very straightforward: we could talk about the speed of communications. When I design objects that will surround us for years to come, I have to be very discreet. But when I design a variety of different chairs, I can design one chair in a very discreet*



momento che produco molte sedie, posso farne una molto discreta e una dal forte impatto iconico, lasciando agli acquirenti la possibilità di scelta.

Non c'è un solo modo di pensare, io non sono sofisticato, sono un po' stupido, ma la mia strategia intuitiva mi spinge a usare al meglio tutti i mezzi e le armi a mia disposizione; e dal momento che so che il design è un mezzo di espressione molto debole, lo spremo per ricavarne il massimo.

**Ti occupi ancora di architettura?**

Il meno possibile, non mi piace molto: semplicemente non è il mio mezzo. Fare architettura è molto complicato, ci sono sempre forti implicazioni politiche e spesso situazioni non tanto pulite. Me ne occupo solo quando sono certo che non ci siano complicazioni, e quando so di poter suscitare sorpresa. Faccio case per gli amici, poi sto lavorando a un bel progetto per una

*style and another with strong iconic quality, so the customer can decide which one to choose.*

*There isn't just one way of thinking. I'm not sophisticated, I am actually a bit stupid, but my intuitive strategy has encouraged me to use all the resources and tools available to me as best as possible. Plus, I know that design is not the most powerful means of expression, so I squeeze it to get as much out of it as I can.*

**Do you still work with architecture?**

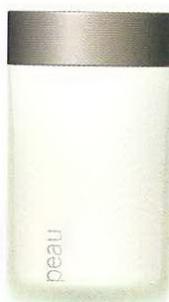
*As little as possible, as I am not a big fan of architecture. It is not my favourite subject. Designing architecture is quite complicated, there are many strong political implications and the circumstances are not always legitimate.*

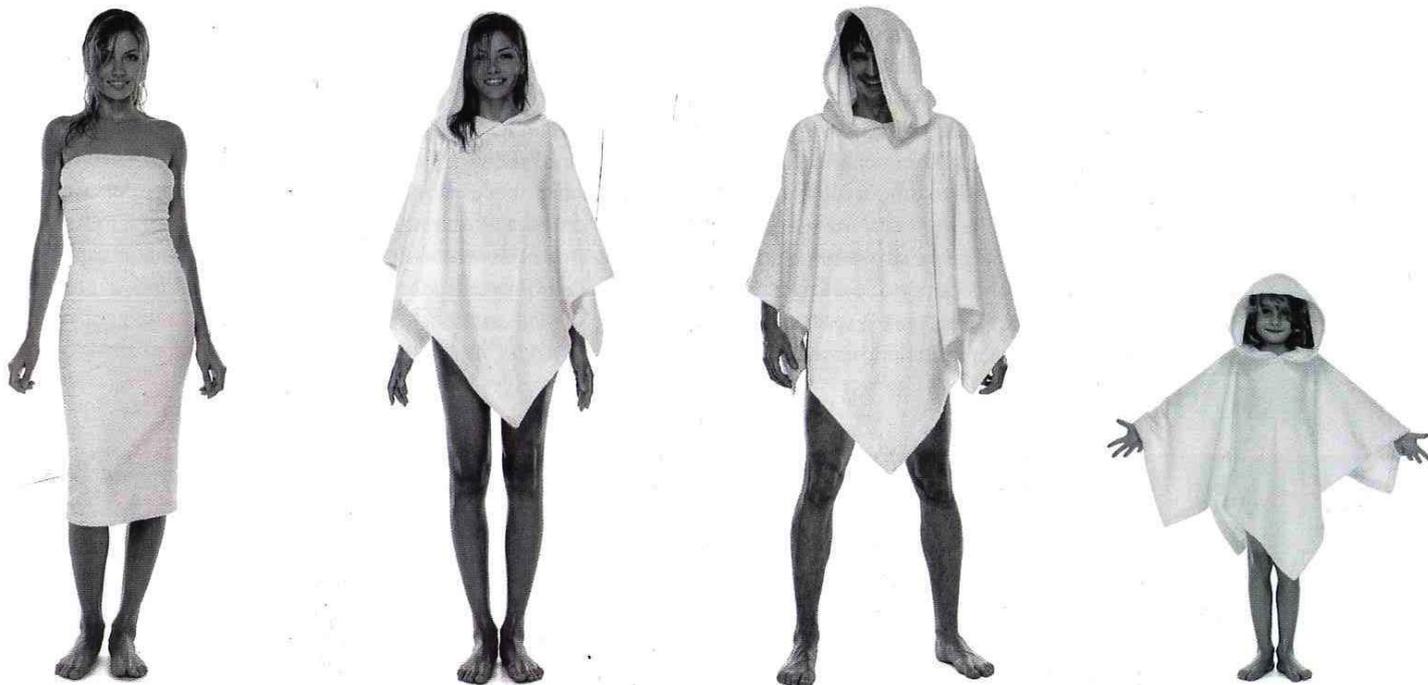
*I only work in architecture when I am certain that no strings are attached and when I know that I can elicit surprise.*

**STARCK night and day.**  
Sviluppato con il gruppo Descamps è un sistema di prodotti per il bagno, l'igiene personale e la camera da letto.



UN ASSOPLISSANT BON POUR CUISSON: UN ASSOPLISSANT qui ne participe pas réellement au processus de lavage...  
 STARCK  
 DOVER  
 ASSOPLISSANT  
 CONCENTRÉ





STARCK night and day. Developed with the Descamps group, this is a series of accessories for personal hygiene, the bathroom, and the bedroom.

compagnia inglese che costruisce appartamenti in tutto il mondo. You are You è un sistema molto semplice che permette alle persone di costruirsi da soli la casa.

**E per il futuro, a che cosa stai lavorando?**

Continuerò senz'altro a sviluppare prodotti per la grande distribuzione: ormai il sistema è stato avviato.

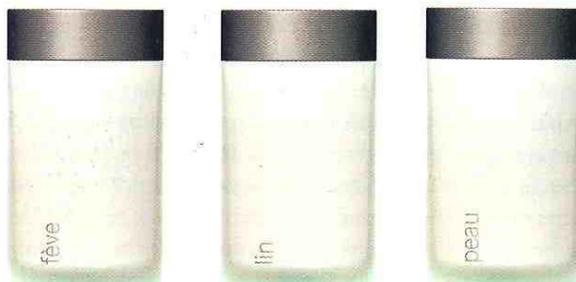
Sto lavorando a una maggiore diversificazione dei prodotti, proponendo marchi molto attenti al corpo. Ho fondato OAO, una azienda di prodotti biologici e ho da poco aperto il secondo ristorante Bon. Oggi penso che una delle armi più eleganti per far stare meglio le persone sia il cibo, per questo mi interessa tanto. Abbiamo prodotti da tutto il mondo, il meglio che potessimo selezionare.

**Questi prodotti pongono in un certo senso lo stesso problema posto dal design: sono molto costosi.**

*I still design homes for my friends. Presently, I am working on an interesting project for an English company that builds apartments all over the world. You are You is a very simple system that lets people design and build their own homes.*

**What are your plans for the future?**

*I will unquestionably keep developing products for large-scale retailing: the gears have been set in motion. I am working toward more diversification in the products, introducing very body-conscious brands. I founded OAO, a company involved in producing biological products and I recently opened up my second restaurant, Bon. Today, I believe the most effective and elegant tool for keeping people happy is food and I find this very interesting. We have products from all over the world, the very best we could get our hands on.*



Anche se mantengo il controllo qualitativo, purtroppo ho dovuto vendere il marchio a una azienda americana per sviluppare il progetto con la forza necessaria a garantire la caduta dei prezzi. Le coltivazioni biologiche oggi sono rare e il prezzo è strutturalmente il 20% superiore ai prodotti tradizionali. È un sovrapprezzo difficile da ridurre, ma è decisamente meglio che le persone spendano meno per comprare inutili gadgets e di più per la qualità del cibo! Non capisco perché spendere del denaro per comprare l'olio migliore da mettere nel motore della macchina e risparmiare comprando

***In a certain sense, the products pose the same problem as design. They are very expensive.***

*Even though I was able to maintain good quality control, I regrettably had to sell the brand name to an American company with the wherewithal necessary to develop the project and still guarantee low prices. Biological farms are rare today and the prices are almost always 20% higher than traditional products. It is a premium difficult to reduce, but it is infinitely better for people to spend less on useless gadgets and more for the quality of their food! I cannot fathom why someone would spend good money to*



dei prodotti di scarto da mettere nel nostro corpo? È molto stupido, dobbiamo pensarci un momento.

**Una volta chiesero a Sottsass che cosa significassero per lui termini come ecologia e sostenibilità. Lui rispose così: "Deve preoccuparsi dell'ecologia chi fa le navi da guerra e usa tonnellate d'acciaio. Non lo vengano a dire a me che faccio una maniglia ogni cinque anni."**

Questa non sarebbe la mia stessa risposta. Perché le armi e le guerre inquinano e noi non possiamo farci niente, ma possiamo controllare noi stessi. Le responsabilità nella produzione verso l'ecologia sono di importanza vitale. Per questo, prima ancora di pensare al riciclo, dobbiamo assicurarci che le aziende lavorino seguendo degli standard etici: utilizzando buone

*buy a superior quality oil for the engine of their car yet try to save money by buying inferior products to put into their bodies. It is a very stupid concept. We should take a minute to stop and think about that.*

***Sottsass was once asked what ecology and sustainability meant to him. He replied, "The people who should be thinking about ecology are the ones who build warships and use tons of steel. They needn't come and lecture me about it because I make a door handle once every five years."***

*This wouldn't be my answer. We all know that weapons and wars pollute and we can't do anything about it. However, we can control our own actions. The responsibility in ecologically oriented production is vitally important. This is why, before thinking about recycling, we have to make*

materie prime, in quantità minori possibili, con metodi ecologici e devono senz'altro rifiutarsi di fare prodotti che non si meritino di esistere. Questa è una responsabilità fondamentale per qualunque progettista e azienda. Procedendo in questa direzione sto lavorando a un progetto per diffondere la cultura del noleggio. Sono molto contento che alcune aziende, come l'Ariston, stiano già adottando questo sistema: stiamo aprendo la strada a una nuova sensibilità. C'è sempre una visione da seguire e scelte politiche da fare: dobbiamo soltanto scegliere.

*sure that companies work while following certain ethical standards: they use good raw materials, in the lowest quantities possible, with ecological methods. They should also refuse to make products that do not deserve to exist. This is a fundamental responsibility for every designer and every company. Following this direction, I am working on a project to promote renting over buying. I am very happy to see that a few companies like Ariston are already adopting this system. We have embarked on the road toward a higher awareness. We still have a vision to follow and political choices to make: we just have to choose.*



**Accessori sviluppati per Target.**

Accessories studied for Target.

**Sembra che tu stia facendo sempre meno prodotti: con una coscienza sempre maggiore.**

È così. La mia aspirazione per i prossimi anni è di produrre sempre meno prodotti e di dedicarmi solo alla progettazione di concetti e di servizi. Ma non è così facile inventare un nuovo mezzo espressivo, non so ancora come fare. Inoltre ho una piccola tribù, tra collaboratori e aziende che non posso mollare su due piedi. Anche se nel mio studio siamo veramente in pochi: per il design lavoro con tre collaboratori e per l'architettura con altri due. È incredibile, ma anche se riesco a fare quasi tutto da solo, molte persone dipendono dal mio lavoro e non posso lasciare tutto da un momento all'altro, anche se tendo a ridurre sempre più il mio lavoro.

**It seems that you are making fewer products, but with a higher consciousness.**

*That's true. My objective for the coming years is to produce fewer products and dedicate my efforts to designing concepts and services. It's not so easy to invent a new expressive vehicle, I still haven't figured out how. Plus, I have a whole company behind me, including associates and companies that I can't just drop like that. Just a few of us work in the studio: I work with three associates in design and another two in architecture. It is incredible, but even if I can do something practically wholly on my own, a lot of people depend on my work and I can't just leave everything from one moment to the next. However, I am reducing my workload more and more recently.*