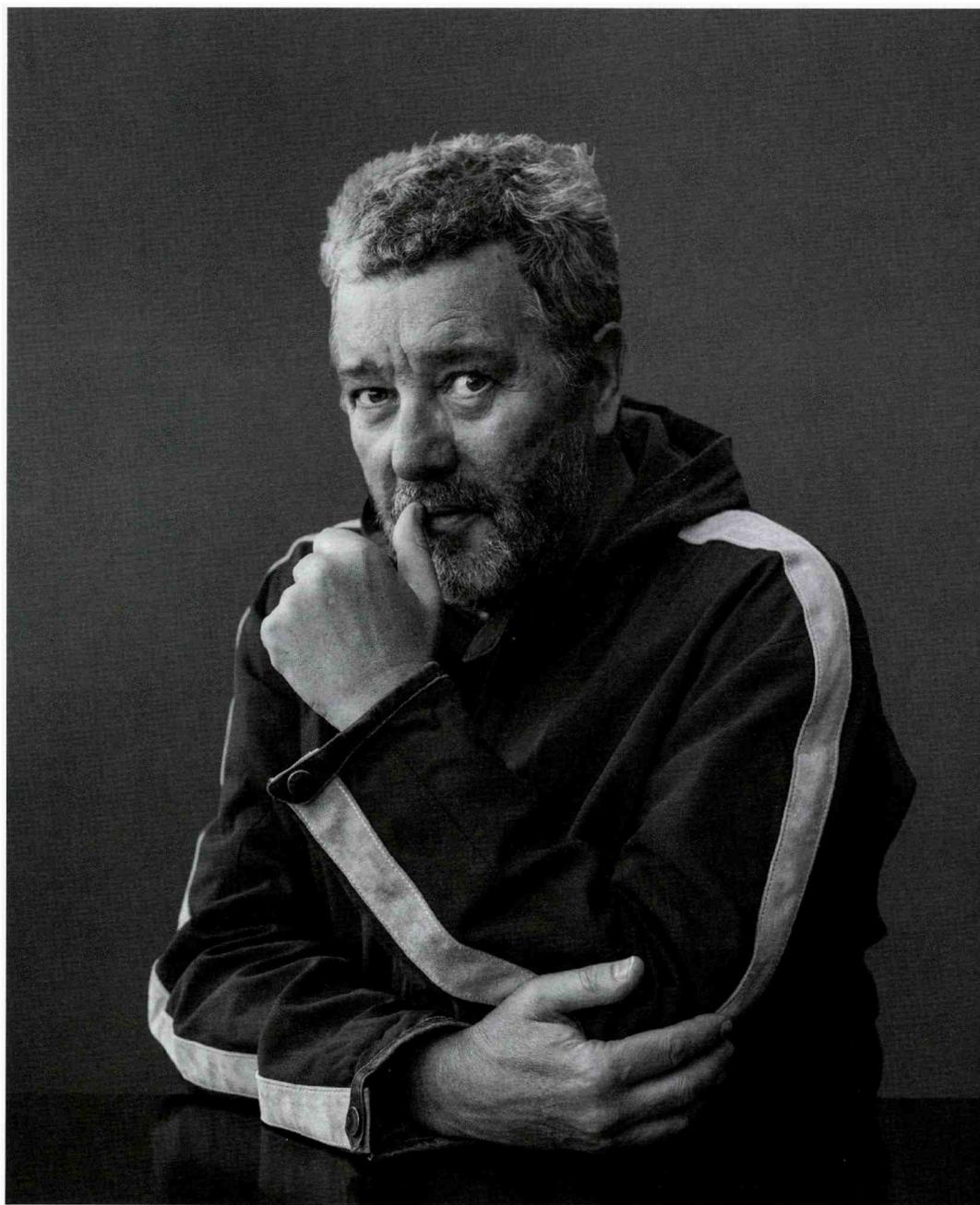


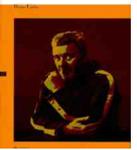


## Design Update

24



AB novembre 2017



# SILENZIO PARLA STARCK

25

**C'**erano tutti i principi e i valori che caratterizzano la sua concezione del processo creativo nella relazione con la quale Philippe Starck ha concluso la prima edizione del meeting Think Next di Franke (azienda svizzera specializzata nella produzione di lavelli da cucina). "Quando nasciamo sottoscriviamo un patto con la società che ci obbliga a cercare di contribuire al progresso con l'intelligenza. Questo impegno trova la propria parte più qualificante proprio nella creatività. Nessuno è obbligato a essere un genio, ma tutti devono partecipare, perché solo la creatività può risolvere tutti o quasi i problemi e le sfide coi quali ci confrontiamo", ha esordito Starck. Chiarendo che, fatta eccezione per i pochi - ad esempio i medici o i pompieri - che salvano vite, il contributo richiesto a tutti gli altri è di aiutare a migliorare la vita della propria comunità. È parte integrante di questo ▶

novembre 2017 AB



## Design Update

concetto di creatività, che non deve mai essere fine a sé stessa e inutile, l'idea di design democratico nel quale l'oggetto è concepito per essere accessibile all'intera società.

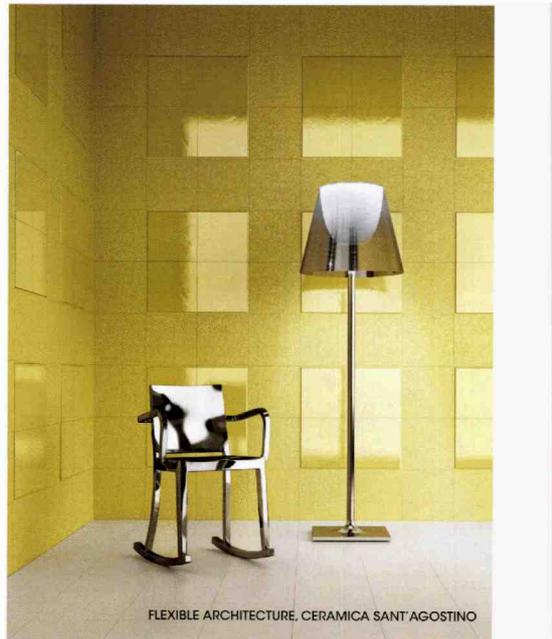
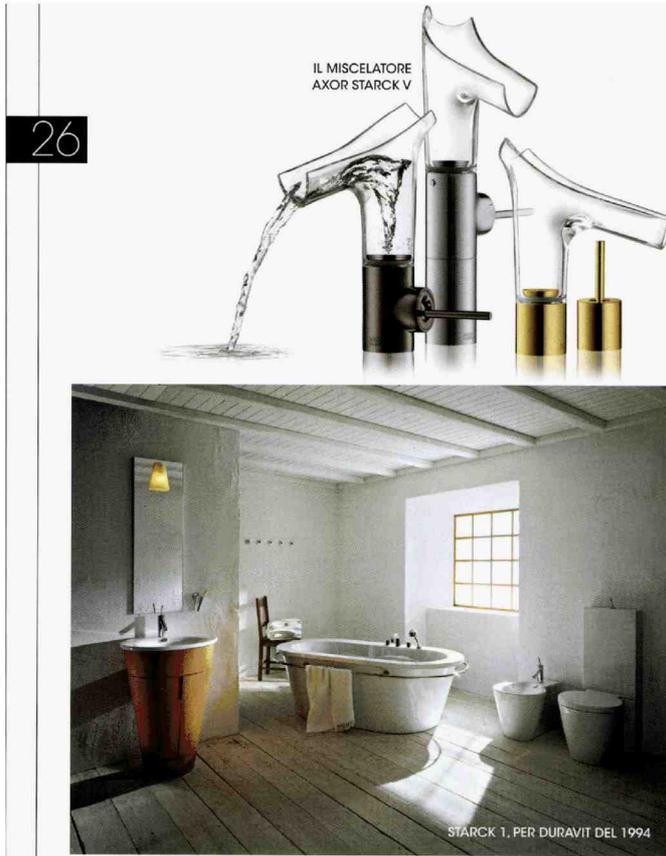
### L'ACCESSIBILITÀ DEL DESIGN

"Quando ho cominciato a lavorare come designer", ha spiegato, "una sedia di design, e di buona qualità, costava intorno ai 1.000 euro. La sola idea che una famiglia dovesse impegnare una decina di migliaia di euro per avere un tavolo e delle sedie era ridicola. Questo mi ha convinto a dedicare tutta la mia vita a fare in modo di proporre l'oggetto di design a un prezzo accessibile per tutti". Un risultato a cui si arriva attraverso l'industrializzazione e la moltiplicazione dell'oggetto e, soprattutto, affrontando la sfida della customizzazione. "Più il prodotto è su larga scala, più i prezzi calano e la qualità aumenta. Il problema è che le persone non vogliono essere uguali a un milione di altri individui. Questo alimenta il bisogno di unicità. Perciò mi sono impegnato per fare in modo che le persone potessero personalizzare il prodotto di massa,

in modo da avere il meglio dei due mondi". Una concreta attuazione di questo impegno si trova nelle collezioni Convert e Generic disegnate in momenti diversi per Kartell che, in più, sono anche rappresentative del suo porre la funzionalità alla base della progettazione, senza rinunciare a proporre oggetti utili e pratici, ma allo stesso tempo scherzosi e divertenti. Il superamento del design come fenomeno circoscritto a un'élite altospesente va di pari passo con una moderna concezione dell'eleganza. "Mi rattristano le ragazze che sulle riviste di moda ammirano scarpe griffate proposte a un prezzo inaccessibile per loro", premette Starck ricostruendo la genesi di Ipanema With Starck. "Pensando a loro abbiamo creato queste calzature in plastica molto eleganti che, per il 30%, sono fatte di materiale riciclato e costano solo 20 euro. Il fatto che ne produciamo 280 milioni di paia ogni anno mi sembra la migliore conferma che si tratti davvero di design democratico".

### LE SFIDE DEL TEMPO E DELLA SOSTENIBILITÀ

Una connotazione di questa concezione del design è anche la ricerca di un'estetica slegata dalle mode e dalle tendenze e adatta a un contesto nel quale "la società del kleenex è finita e heritage e longevità sono tornati a essere concetti d'avanguardia. Oggi abbiamo tutti il dovere di comprare oggetti che devono durare non solo per tutta la nostra vita, ma anche per quella dei nostri figli e discendenti. Il che significa che un designer deve progettare oggetti di altissima qualità, ma dal design senza tempo", chiarisce Starck nel suo intervento. Sul versante della sostenibilità il design è chiamato a soddisfare anche altri requisiti. Primo fra tutti la riduzione dei consumi delle risorse naturali, da perseguire mettendo a frutto le opportunità offerte





dall'innovazione tecnologica. "Ci sono voluti 10 anni per disegnare Axor Starck V", ha proseguito Starck, "ma il risultato ottenuto è un vero e proprio miracolo tecnologico. Il vetro fa sì che questo rubinetto sia quasi invisibile e che il mistero del vortice si riveli ogni volta in tutta la sua potenza a chi compie il gesto quotidiano del lavarsi". E questo, nonostante il fatto che Axor Starck V abbia una portata di soli 4 litri al minuto. Soddisfa il criterio della funzionalità il fatto che il corpo in vetro di questo rubinetto possa essere estratto dalla base e pulito anche in lavastoviglie. Il riferimento alla tecnologia e all'essenzialità del design torna anche nella collezione di elettrodomestici disegnata due anni fa per Gorenje. Nel caso specifico "la sfida era creare qualcosa di tecnologicamente impeccabile, che però sapesse ancora offrire una sensazione accogliente, calda e umana e un'eleganza nata dalla discrezione della sua alta qualità e del suo design minimalista", spiega il designer francese.

Sul fronte del risparmio energetico, l'idea di Starck è così riassunta: "È il momento di passare dall'abbattimento dei consumi alla creazione di energia". Nasce da questa visione la pala eolica domestica, disegnata per l'italiana Pramac, che può essere installata in giardino come sul tetto e sfrutta anche i minimi fenomeni di turbolenza eolica per produrre energia. La lampada da tavolo D'e-light, che consente anche di ricaricare l'ipad o lo smartphone, incarna alla perfezione un altro must del design contemporaneo: minimizzare l'utilizzo di materiale.

#### LESS IS MORE...

Ma proprio il fatto che "facciamo oggetti sempre più potenti usando sempre meno materiale e che tutto vada verso la dematerializzazione", è uno dei fattori che porta Starck a porre la questione del futuro del design. L'altro è l'avvento della biomeccanica da lui anticipato nella cerniera senza vite concepita sul modello della clavicola umana degli occhiali Starck Eyes,

#### I SUOI LAVORI NELL'ARREDOBAGNO

Un rapporto intenso e di lunga data quello che lega il designer francese con il mondo del bagno. Ecco alcuni dei suoi prodotti più noti

- TOOTHPASTE DISTRIBUTOR (FLUOCARIL 1987)
- AXOR STARCK (AXOR 1992)
- BATHROOM, DURAVIT, HANSGRÖHE, HOESCH, AXOR (1992)
- EXCALIBUR, EXCALIBUR, TOILET BRUSH (HELLER 1994)
- EXCALIBUR (AXOR 1994)
- BATH TOWEL (TARGET 2000)
- SOAP DISPENSER (TARGET 2000)
- SOAP DISH (TARGET 2000)
- AXOR STARCK X (AXOR 2002)
- SENSOWASH (DURAVIT 2009)
- AXOR STARCK ORGANIC (AXOR 2010)
- AXOR STARCK V (AXOR 2012)
- ME BY STARCK (DURAVIT 2013)
- CAPE COD (DURAVIT 2013)

© James Beart (2)

disegnati per Luxottica. "Per la prima volta nella storia i medici hanno affermato che gli atleti non possono correre di più perché le ossa non resisterebbero. Non solo, da due anni a questa parte, pare che anche l'intelligenza umana abbia cominciato a regredire, segnando un'inversione di tendenza rispetto a tutta la nostra storia", ha affermato Starck, secondo cui questo significa che, se vogliamo dare nuovo impulso allo sviluppo della curva della evoluzione, "dobbiamo accettare di inserire qualcosa nel nostro corpo". Anche se il prezzo da pagare è l'uscita di scena del design stesso. (m.d.f.)