

dd FREE

- DESIGN DIFFUSION NEWS
- ARCHITETTURA
- ARTE
- FASHION
- CITY INVADERS

MILANO 2012 _ SPECIALE SALONE DEL MOBILE



18

COVER STORY: **CARLO COLOMBO CON LUCA E MAURO GUZZINI PER TEUCO**

IL TEMPO DEL PESCE, FRANCESCA MERONI E CHIARA PISA

FUORI DAL CORO: HOMELESS, DALLA CREAZIONE ALL'ACQUISTO

reddot design award
winner 2010



Luca Guzzini

Mauro Guzzini

Carlo Colombo



HOMELESS, DALLA CREAZIONE ALL'ACQUISTO



HOMELESS È UN PROGETTO AMBIZIOSO CHE INTENDE RINNOVARE IL RAPPORTO TRA DESIGNER E ARTIGIANO, PROMUOVENDO UN DESIGN INTELLIGENTE CREATO GUARDANDO ALL'OTTIMIZZAZIONE DI MATERIALI E TEMPO DI PRODUZIONE, E VENDUTO SENZA STEP INTERMEDI TRA PRODUTTORE E CONSUMATORE

Homeless è una piattaforma che mira alla distribuzione di oggetti dal design intelligente, con un alto tasso di artigianalità, realizzati in piccole serie e venduti a un prezzo giusto. Si tratta di un nuovo modello di business che mette in comunicazione il consumatore finale con il produttore e il designer, partendo da un approccio non inedito - soprattutto nel nord Europa, dove molti designer si avvalgono dell'artigiano per piccole autoproduzioni - ma che si sviluppa su un nuovo equilibrio tra le parti; infatti promuove un rapporto sinergico tra progettista e artigiano, unendo la creatività

di uno con l'esperienza dell'altro, e dando visibilità a entrambe le categorie. Il prodotto finale viene venduto tramite piattaforma web, grazie alla quale i consumatori possono anche verificare il processo di produzione, i materiali utilizzati e il lavoro degli artigiani, relativamente ai prodotti che acquistano. Avendo una visione complessiva del processo di produzione, il consumatore vede pienamente giustificato il prezzo di vendita. Abbiamo chiesto a Carla Guilhem, una delle tre ideatrici - insieme a Beatriz Ruipérez e Blanca Ortiz -, di raccontarci il progetto nel dettaglio.



Sopra in senso orario, serie di ciotole per la frutta Mamut, in legno e polipropilene, progetto di Studio La Mamba; ritratto delle ideatrici di Homeless: Carla Guilhem, Beatriz Ruipérez e Blanca Ortiz, e seduta in cartone d'imballaggio One box One chair, progetto di SungUN Chang. A destra, tavolino/tavola/panchetta Leftover realizzati con legno d'imballaggio, progetto di Alfred Von Escher, Studio 427.



Serie di bicchieri in vetro di Murano Hanglass, progetto di Idoia Mendiola.



QUAL È LA POSTA IN GIOCO? QUALE IL PREMIO PER IL PROGETTO VINCITORE?

Innanzitutto vedere il proprio progetto realizzato e, importantissimo, vederlo esposto durante il Salone del Mobile. Esponiamo infatti 20 prodotti intelligenti, creati artigianalmente, selezionati tra tutti i progetti del concorso. Il designer che ha progettato il migliore si aggiudica una settimana di workshop estivo presso l'importante Scuola Estiva di Design Boisbuchet, in Francia, organizzato dalla prestigiosa azienda svizzera Vitra, oltre a un certificato firmato dai fratelli Fernando e Umberto Campana, giurati del concorso.

Tavolino in legno e ceramica Nort, progetto di Estudio Estrés.



HOMELESS, UN TITOLO CURIOSO: COSA VUOLE INDICARE?

Il nome è un gioco di parole, più "casa" e meno "spreco-prezzo-povertà-marchio", ossia progettare e produrre oggetti trovando l'equilibrio perfetto tra i materiali utilizzati e tempi di produzione al fine di offrire al consumatore un prodotto di design a un prezzo ragionevole. E, come seconda intenzione, trovare una casa per gli oggetti creati con la filosofia "Homeless".



COME INTENDETE RINNOVARE IL RAPPORTO LAVORATIVO E CREATIVO TRA DESIGNER E ARTIGIANI?

Il rapporto non è una cosa nuova, però quello che è sempre mancato è un supporto all'incontro tra queste due categorie; il designer deve sperare in un colpo di fortuna per riuscire a farsi notare e a far industrializzare il suo prodotto da un'azienda, e l'artigiano negli ultimi anni ha praticamente visto svilire il suo lavoro e la sua professionalità, con una conseguente drammatica perdita di fatturato. Quello che vogliamo è riaccendere questo rapporto, facendo sì che il designer possa avere visibilità e possa vendere le proprie creazioni senza dipendere dall'industria, dando lavoro agli artigiani e offrendo ai consumatori un prodotto di design curato, pensato e di qualità.



COME VIENE COMUNICATO E DISTRIBUITO IL PRODOTTO FINALE?

Il prodotto finale sarà inizialmente venduto attraverso il sito web www.homelessdesign.net, che offrirà un servizio di e-commerce oltre a dare visibilità a designer e artigiani attraverso un valido supporto di comunicazione e di marketing. I designer che hanno già una propria pagina web, utilizzeranno il sito web di Homeless come piattaforma di visualizzazione; invece ai designer che non hanno una propria struttura di vendita on-line, Homeless offrirà una piattaforma di e-commerce per promuovere e vendere i propri prodotti. Inoltre, in una seconda fase, i prodotti potranno essere venduti anche attraverso punti vendita al dettaglio selezionati che si dimostreranno in sintonia con la filosofia.



PARLIAMO DEL CONCORSO: COME SI È SVOLTO? A CHI ERA RIVOLTO?

Homeless Competition è nato come supporto di questa iniziativa con l'obiettivo di valorizzare le potenzialità e la filosofia del progetto. Era rivolto a qualunque designer che avesse voglia di far conoscere i propri lavori. Tra tutti i progetti ricevuti abbiamo selezionato quelli più interessanti per esporli durante la settimana del Salone del Mobile di Milano 2012 in uno spazio dedicato, nella centralissima zona Brera. Durante la design week, la sera del 20 aprile, proclameremo il vincitore.



Lampada Micol Lamp, realizzata in legno, mattone e policarbonato, Progetto di Cristiano Mino.



IL FUORISALONE MILANESE È LA VOSTRA PRIMA ESPERIENZA DIRETTA COL PUBBLICO? COSA VI ASPETTATE?

Sì, questa è la prima esperienza diretta col pubblico, ci aspettiamo e speriamo che questa iniziativa possa incontrare i favori del pubblico e del mondo del design, acquisendo visibilità e offrendo ai consumatori un nuovo modo per avvicinarsi e acquistare prodotti di design.



www.homelessdesign.net