

INTERNI

THE MAGAZINE OF INTERIORS
AND CONTEMPORARY DESIGN

N°5 MAY
MAGGIO 2017

MONTHLY ITALY/ MENSILE ITALIA € 8
AT € 16,30 - BE € 15,10 - CA \$can 27 - CH CHF 28
DE € 20 - DK kr 145 - F € 15 - F € 15
MC, Côte D'Azur € 15,50 - UK £ 12,10 - IT € 15
SE kr 160 - US \$ 28

Poste Italiane SpA - Sped. in A.P.D.L. 355/03
art.1, comma1, DCB Verona

GRUPPO **A** MONDADORI



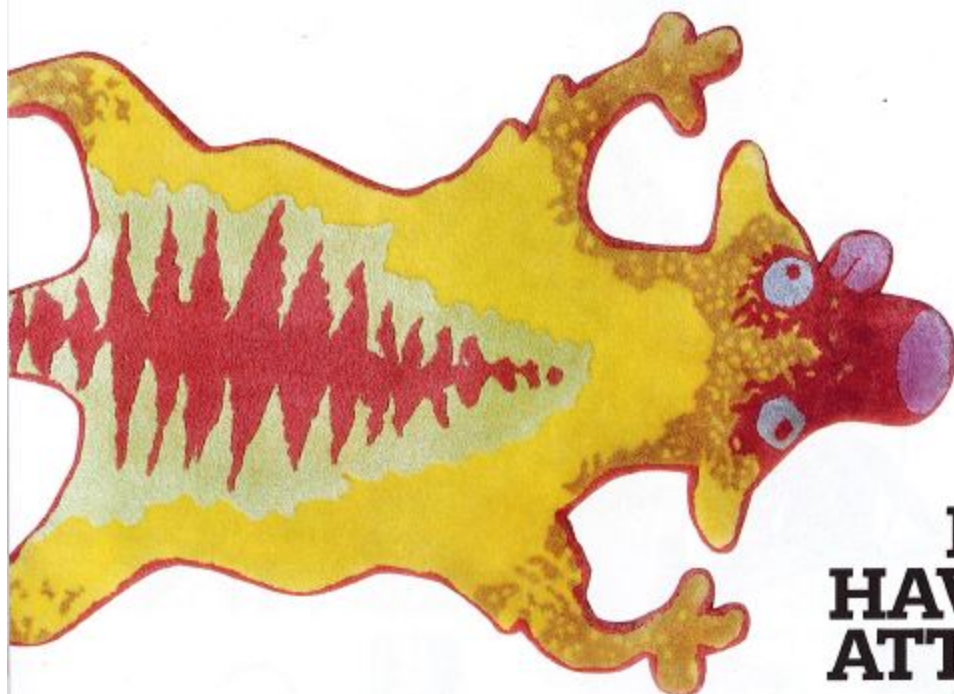
INTERNATIONAL ENGLISH ISSUE

THE ARTISTS OF DESIGN



9 771122 365001

DesignING PROJECT



On these pages: three of the five wool rugs - *Taz-Been*, *thylacine*, *La Brea Brad Pitt mammoth*; *Fruit Stripe*, *quagga* - by the Haas Brothers, part of **Woven Forms**, 25 signature carpets in limited editions, made by hand in Nepal thanks to collaboration with Amini Carpets, presented during the 57th Venice Art Biennale by the New York-based gallery **R & Company** (www.r-and-company.com). Below: **Nikolai and Simon Haas**



MAY WE HAVE YOUR ATTENTION PLEASE?

Darlings of Hollywood stars, the wacky **Haas Brothers**, 33-year-old fraternal twins, navigate in the **Californian** sea of cinema, fashion, music, art and 'bestial' design. They are more interested in **the joy of the creative act, made by hand**, than in the actual results

by Olivia Cremascoli





Make it odd: this might be the hashtag/principle of the Haas Brothers, i.e. Simon (painter) and Nikolai (musician), twins from Texas (Austin, 1984), from a creative family (their mother is an opera singer, their father a sculptor, and their older brother's an actor). The two are now stars, residing in the Los Angeles of stardom, thanks to their hard-to-categorize creations: calling them design might be stretching it a bit, but calling them art is also rather dodgy. Be that as it may, after setting up shop in LA in 2010, the duo has met with remarkable success in the media and on the market – that of collectors and elite consumers – thanks to their hypercrafted works that cross various disciplines: fashion, cinema, music, design and art. Today the Haas Brothers are exploring aesthetic-formal themes related to nature (especially animals), science fiction, sexuality, psychedelia and color theory (Goethe is turning over in his grave, perhaps). Two years ago, in 2015, they put what is maybe their most complex project together, a successful adventure with the craftswomen of Cape Town, South Africa, leading to an irresistible collection of intricate sculptural objects. *Afreaks*, one-of-a-kind pieces portraying fantastic animals, completely made by hand with billions of tiny beads of colored glass, a typical material in South Africa. Now, from May to July, they will arrive at Palazzo Benzon in Venice, during the 57th Venice Art

Biennale, together with their New York gallery R & Company (www.r-and-company.com), which thanks to the collaboration with Amini Carpets is presenting *Woven Forms*, a collection of 25 carpets, in numbered limited editions, made by hand by artisans in Nepal based on the creations of international artists and designers. The Haas Brothers play a leading role with five zoomorphic rugs, representing the mantles of five extinct animals, also with playful titles like *La Brea Brad Pitt*. In short, a new but prehistoric zoo, almost emulating the characters of Lewis Carroll: from the March Hare to the Mock Turtle... ■

La percezione del design americano da parte dell'Europa è sempre stata mutevole. Per decenni gli USA sono stati il rifugio per designer e teorici del vecchio continente che Oltreoceano trovavano un mondo produttivo in cui la semplificazione e il pragmatismo vincevano sopra ogni logica stilistica e decorativa. Basti pensare al modello fordista di organizzazione della fabbrica e della filiera produttiva, per anni riferimento per Olivetti e ogni imprenditore illuminato in Europa.



Il design americano ha sempre avuto una fierezza seriale, una dimensione di appartenenza alla vita reale e quotidiana. Non a caso, il primo designer approvato alla copertina di un rotocalco di diffusione di massa è stato Raymond Loewy sul Time, santomo questo della

popolarità e domestichezza col prodotto industriale acquisite dal pubblico americano a partire dagli anni '30. E, infatti, nel Dopoguerra si affermano due colossi dell'arredamento: da un lato la Knoll, con la sua vocazione internazionale, il suo guardare ai maestri europei del razionalismo; dall'altro la Miller, con un catalogo che rivendica radici autenticamente americane e uno lifestyle che insegna al pubblico statunitense una maniera disinvoltata dell'abitare. Il che corrisponde anche a filosofie progettuali incarnate alla perfezione da Saarinen, il grande architetto che progetta furniture con la Knoll per completare la sua idea di spazio, e gli Eames, che con la Miller sperimentano forme, materiali, colori ma anche comunicazione in tutte le sue sfaccettature. Se questi esempi restano pietre miliari, note ai più, della storia del design made in USA, non altrettanto sconosciuta è la conoscenza della condizione contemporanea del progetto americano, in un contesto dalle potenzialità economiche altissime, ma, per certi versi, incredibilmente ancora molto da indagare. Un Paese dove, rispetto all'Europa, il design non rima inevitabilmente con l'arredo e, anzi, dimostra esempi avanguardisti in campi di prodotto molto lontani dal mobile.



Nike, Apple, Google sono solo alcune delle compagnie che identificano il design americano come eccellenza in settori diversi. In questi casi, inoltre - tranne per Apple, che dichiara da anni la centralità della figura di Jonathan Ive - il prodotto e il brand di solito coprono ogni autorità. Eppure le scuole statunitensi diplomano ogni anno centinaia di talenti, i più promettenti dei quali escono dalla Rhode (Island School of Design (RISD), dal Savannah College of Art and Design (SCAD) e dalla mitica Cranbrook Academy of Art (quella di Eames, Saarinen, Berioia e Florence Schust, per intenderci). Storicamente, un campo di attività che ha sempre contraddistinto i progettisti americani è quello della grafica.

Basti pensare che il blog di design più visitato al mondo, con circa un milione di visite al mese, è Design Observer, fondato da Michael Bierut, graphic design del celebre studio Pentagram. Tuttavia, la scena americana mantiene un che di sfuggente alla codificazione. Marc Benda, titolare della Friedman Benda Gallery di New York, uno dei massimi talent scout mondiali, sostiene che "una nuova generazione di progettisti individuali sta emergendo. Quello che è affascinante è che questi stanno costruendo un nuovo significato del design contemporaneo americano, che va oltre la relazione con la tradizione. Spesso, esso intercetta il pensiero scultoreo contemporaneo e un approccio alla creazione che è intuitivo e artigianale. Il design americano sta diventando molto espressivo e gestuale, piuttosto che restare ancorato alla funzionalità dei suoi oggetti". Questo si conferma nella presenza di autori statunitensi tra le scelte della galleria che non a caso sono, insieme agli olandesi, tra i più giovani di tutto il loro catalogo. Osservando, infatti, le opere di Adam Silverman, Chris Schank e Misha

Kahn sorgono pochi dubbi che il territorio di riferimento sia quello dell'Art Design e della commistione tra generi che di certo nulla hanno a che fare con la ripetitività della serie industriale. Anche Steven Haulenbeek, designer con base a Chicago, racconta della sua formazione scultorea, sebbene il suo approccio risulti più internazionale, vicino a quello di tanti suoi colleghi e coetanei europei. "Ho iniziato come scultore", racconta, "e poi sono passato al design industriale, ma oggi mi sono posizionato nella zona grigia intermedia alle due aree. Sono più interessato alla scoperta del materiale e alla ricerca di nuovi processi di fabbricazione, come è visibile nelle mie ultime opere". Pezzi che Steven vende autonomamente o attraverso piattaforme online, grazie a un e-commerce che in Usa conosce una disinvoltura ancora tutta da acquisire per noi. Tutti gli attori della scena americana contemporanea concordano su un punto: il design statunitense non è definibile in via univoca, essendo composto da realtà culturalmente e geograficamente troppo vaste per trovare linee di identificazione assoluta. Ma, al tempo stesso, la figura del nuovo progettista conosce una condizione di imprenditorialità personale che forse alle generazioni precedenti non era così familiare. Marc Thorpe è un tipico esempio di come un singolo possa creare una piccola impresa con uno studio che opera tanto nella limited edition quanto nella serie, in quella artigianale, come in quella per le grandi compagnie internazionali. Costringerlo nell'etichetta di giovane designer americano non farebbe giustizia né alla sua attività, né al ritratto fatto di tanti piccoli volti che emerge come l'unica autentica valutazione della scena.



"Ho sempre avuto una grande difficoltà ad essere etichettato secondo il mio Paese d'origine", spiega Thorpe dal suo studio di New York. "Quello che ho capito è che il design americano è uno slogan vuoto, che non esiste realmente. L'America non è uno stile, l'America è un'idea. E l'idea riguarda la diversificazione nella quale ognuno trova la sua propria voce". L'unica cosa certa, quindi, è che l'America del design di oggi è pluralista e di certo non progetta, né alza, muri col mondo.

DIDASCALIE: pag. 80 I lavori di alcuni autori statunitensi presentati dalla Friedman Benda Gallery di New York. Dall'alto in senso orario: Wendell Castle, *Wandering Mountain*, 2014; Adam Silverman, *Untitled*, 2017; Misha Kahn, *Stool, Pluto*, 2016; Chris Schank, *Alufoil*, 2016. **pag. 81** Alcuni progetti di Steven Haulenbeek. Accanto, da sinistra: un ritratto del designer basato a Chicago, lampade *Webcoat*, 2002, in fibra di PVC e metallo, il vaso in bronzo *Ice-Cast*, 2017. Sotto: la consolle *RBS* e i vasi *GeoSand*, in sabbia rinforzata con resina. In basso, un dettaglio del vaso *Ice-Cast*. **pag. 83** Alcuni progetti del designer newyorkese Marc Thorpe (nel ritratto qui sopra). In alto, da sinistra: sistema di tavoli *Lily*, *Casomania*, 2015; tavolino *Marò*, *Moroso*, 2010; tavoli *Ratio*, *Moroso*, 2013. Qui sopra, altri progetti di Thorpe per *Moroso*: da sinistra, seduta *Husk*, 2016; divano *Blur*, 2013; tavolini *Set*, 2017. Accanto a sinistra: tavolini *Morning Glory*, *Moroso*, 2014. Nella pagina accanto: la lavorazione dei pezzi disegnati da Marc Thorpe per la collezione *MAfrique* di *Moroso*, realizzata in Senegal mediante l'intreccio di fibre normalmente utilizzate per le reti da pesca.

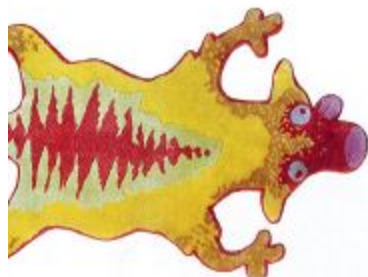
P84. MAY WE HAVE YOUR ATTENTION, PLEASE?

di Olivia Cremascoli

PREDILETTI DALLE CELEBRITÀ HOLLYWOODIANE, I BALZANI TRENTATREENNI HAAS BROTHER SQUAZZANO, IN CALIFORNIA, NELL'OCEANUS MAGNUM COSTITUITO DA CINEMA, MODA, MUSICA, ARTE E DESIGN 'BESTIALE'; E, PIÙ CHE IL RISULTATO, A LORO IN PRIMIS INTERESSA LA GIOIA DELL'ATTO CREATIVO HAND MADE

Famolo strano: questo potrebbe essere l'hashtag - principe di The Haas Brothers, al secolo Simon (pittore) e Nikolai (musicista) Haas, gemelli

texani (Austin, 1984) figli d'arte (la madre è una cantante d'opera, il padre uno scultore, il fratello maggiore un attore), ormai piccoli divi residenti nella Los Angeles dei grandi divi, grazie alle loro strampalate creazioni, che definire design è un filo azzardato e definire arte è un po' audace. In ogni caso, il tandem professionale degli Haas - fondato a L.A nel 2010 - ha un notevole successo sia di stampa che di mercato, evidentemente collezionistico-elitario, grazie ai suoi lavori iper-artigianali d'impollinazione incrociata tra discipline: moda, cinema, musica, design e arte. Attualmente gli Haas stanno esplorando temi estetico-formali correlati alla natura (in particolare, agli animali), alla fantascienza, alla sessualità, alla psichedelia e alla teoria dei colori (chissà se Goethe si rivolterà nella tomba). Due anni fa, nel 2015, hanno messo insieme il loro progetto forse più impegnativo, imbarcandosi in una riuscita avventura con le donne artigiane di Cape Town, Sudafrica, da cui è scaturita l'irresistibile collezione d'intricati oggetti sculturali Afreaks!



pezzi unici raffiguranti animali fantastici, in toto realizzati a mano con miliardi di minuscole perline di vetro colorato, peculiari dell'artigianato sudafricano. Ora, da maggio a luglio, stanno invece per sbarcare a palazzo Benzon di Venezia, per la 57ª Biennale arti visive, insieme alla galleria newyorkese R & Company, che, grazie alla collaborazione con Amini Carpets, presenta Woven Forms, collezione di 25 tappeti, in edizione limitata e numerata, realizzati a mano da artigiani del Nepal su disegno di artisti e designer internazionali. Tra questi, gli Haas Brothers che fanno però la parte del leone aggiudicandosi ben cinque tappeti zoomorfi, che rappresentano il manto di cinque animali estinti, alcuni anche battezzati con titoli non-sense quali La Brea Brad Pitt, parafrasi di La Brea Tar Pits & Museum, il nome del popolare sito all'aperto e museo di storia naturale losangelino. Insomma, uno zoo nuovo ma paleolitico, che pare quasi emulare i personaggi di Lewis Carroll: dalla Lepre marzolina alla Falsa tartaruga...

DIDASCALIE: in queste pagine: tre dei cinque tappeti in lana - Tot-Beez, lupo marsupiale (thylacine), La Brea Brad Pitt mammut (mammoth), Fruit Stripe, zebra delle pianure (quagga) - di **The Haas Brothers** che fanno parte di Woven Forms, 25 tappeti d'autore in edizione limitata, realizzati a mano in Nepal grazie alla collaborazione con Amini Carpets, che viene presentata durante la 57ª Biennale arti visive di Venezia dalla galleria newyorkese **R & Company**. Qui sotto: **Nikolai e Simon Haas** con un'opera di Jean-Michel Basquiat alle spalle.

186. LUCE FLUIDA

di Maddalena Padovani

CON IL TAVOLO FOUNTAIN PER GLAS ITALIA, TOKIJI YOSHIOKA SPERIMENTA PER LA PRIMA VOLTA IL VETRO COLATO DI MURANO E SEGNA UN NUOVO CAPITOLO DELLA SUA INDAGINE PROGETTUALE SULLA TRASPARENZA

Ci sono pochi designer che hanno la capacità di reinventarsi e di stupire a ogni nuovo progetto, pur rimanendo sempre rigorosamente coerenti con se stessi. Uno di questi è Tokijin Yoshioka, capofila di quella generazione di progettisti giapponesi che nell'ultimo ventennio hanno iniettato nella linfa vitale e sempre più mista del design made in Italy la cultura estetica del Sol Levante, così diversa e per questo così affascinante agli occhi degli occidentali. Il tavolo Fountain, presentato con Glas Italia in occasione del Salone del mobile 2017, segna la nuova tappa di un percorso progettuale



da sempre improntato alla sperimentazione dei materiali e, in particolare, di quelli capaci di interagire con la luce. La luce costituisce da sempre un punto fermo del lavoro del designer, l'impalpabile legante con cui, in tutti i suoi allestimenti, anima i materiali più banali e crea magiche visioni partendo dal nulla. Così è stato per l'ultima e suggestiva installazione "S.F., Senses of the Future", creata per LG sempre in occasione della design week di aprile: nessuna macchinosa costruzione scenica, ma un magico arazzo di luce, tanto intangibile quanto avvolgente, capace di proiettare lo spettatore in una dimensione altra rispetto a quella della quotidiana materialità. Nel caso del tavolo Fountain, il nuovo progetto di Yoshioka per Glas Italia, la luce diventa invece lo strumento per dare anima, movimento e sensorialità a un materiale freddo quale è il vetro. Il freddo, in realtà, è la sensazione che questo oggetto suscita a prima vista: un unico blocco di vetro dalla superficie increspata, che nella sua tridimensionale trasparenza, ricca di riflessi e sfumature, rimanda allo scintillante fluire dell'acqua di una fontana, fissato, come per magia, da un improvviso colpo di gelo che lo ha tramutato in ghiaccio. Non è la prima volta che il designer ci stupisce con l'invenzione di un prodotto di apparente consistenza fluida. Risale al 2002 l'iconica panca Water Block, realizzata con un cristallo ottico lavorato a mano, che regala all'utilizzatore la sensazione di sedersi su una sostanza liquida, instabile e mutevole come l'acqua. Da questo progetto - e dall'affinamento della tecnica di lavorazione del materiale - sono successivamente nate la seduta "Chair that disappears in the rain" del 2003 e la panca Waterfall del 2006, due tappe milari del percorso sperimentale del progettista. Con il tavolo per Glas Italia, Tokijin prende però una nuova direzione di ricerca e si focalizza su un processo che, per quanto antico, per lui è tutto nuovo: quello del vetro colato di Murano. "Fountain", spiega Lorenzo Arosio, direttore generale di Glas Italia, "rappresenta il quinto progetto che l'azienda presenta a firma di Tokijin. Sinò a questo momento, il designer giapponese ha lavorato prevalentemente sull'idea del prisma e sul riflesso della luce che la superficie di vetro è in grado di creare. Ma ha sempre utilizzato un vetro float industriale, lavorato con tecnologie e macchinari di tipo industriale. Per la prima volta, quest'anno, ha voluto sperimentare una lavorazione più classica, tipica della tradizione muranese, dove la componente manuale è molto importante. Il vetro viene infatti colato in lastre di forte spessore, quindi viene adagiato su uno stampo per essere poi modellato e cesellato a mano secondo sapienti tecniche di lavorazione artigianale, con un risultato formale e decorativo che è diverso da pezzo a pezzo". Un significativo passaggio di scala per il progettista, interessato a indagare i processi di crescita naturale nei suoi progetti di ricerca, ma quasi ossessionato dal controllo della forma nei suoi lavori per le aziende del design. A legare in modo unico e distintivo questo progetto con quelli precedenti è, ancora una volta, una capacità tutta orientale di indagare la materia in un dialogo aperto tra presenza e assenza, tra fisicità e rarefazione, che sembra fissare le cose all'interno del divenire continuo e inarrestabile della natura, piuttosto che secondo un

