



IL salone raccontato da GREGORIO CAPPA dello STUDIO R+W

di Costanza Rinaldi

Con una carriera dal respiro internazionale e un'attitudine pragmatica e dal taglio economico, Gregorio Cappa è consulente a tutto tondo per designer e aziende. Le sue competenze sono ibride e versatili, si muovono tra il mondo dell'arredo e quello della moda. Ai primi passi professionali nella progettazione di accessori per ufficio per Nava Milano (1986) e poi per Cappellini (1989), è seguito un trasferimento prima a Londra e poi negli Stati Uniti dove ha ricoperto il ruolo di Direttore delle Licenze da Donna Karan Home Division. Una volta tornato a Milano, ha ricoperto il ruolo di capo acquisti e stile per la collezione casa di Giorgio Armani. Oggi, come socio di R+W, studio che si occupa di design e brand management, è un punto di riferimento per trend e novità ed è sempre alla ricerca di nuovi spunti di creatività.

Cominciamo dal Lighting Design, quest'anno è tornata la presenza dei padiglioni dedicati alla luce. Come è stata Euroluce?

Essendo un evento a cadenza biennale Euroluce propone sempre grande novità. La trasformazione tecnologica a cui stiamo assistendo, con il passaggio al LED, ha dato grande spazio alla creatività: i limiti della lampadina ad incandescenza a questo punto appartengono al passato.

Per quanto riguarda le forme e i materiali, da un lato abbiamo assistito al proliferare di corpi luminosi lineari legati all'utilizzo dei LED, dall'altra al ritorno alla sfera e all'ottone. Il tema della forma geometrica tonda con l'aggiunta del metallo a impreziosirla, satinato, brunito o dorato, è un fil rouge che si è ritrovato in quasi tutti gli stand.

5 Aziende o prodotti che l'hanno colpita piacevolmente in questo settore?

Parlando di progetto d'azienda, non c'è dubbio che a primeggiare per coerenza aziendale e per novità nei prodotti sia stata FLOS, interessanti anche Fontana Arte, al primo anno

della nuova proprietà, e Barovier&Toso, con lo scenario multimediale progettato da Calvi e Brambilla. Foscarini ha colpito per la qualità dell'allestimento quasi museale; Ferruccio Laviani, sempre sorprendente, ha firmato anche il set up di OLUCE, non un semplice display di prodotto ma una casa reale in cui collocare i corpi illuminanti tessendo una storia. Un prodotto su tutti da ricordare, è la lampada da tavolo di Analogia Project per Montblanc prodotta da Slamp, che combina tecnologie di ultima generazione e aspetto poetico.

Quali invece hanno spiccato nel settore Xlux, dedicato al mondo del lusso?

Il settore Xlux, che dà spazio ad un lusso senza tempo spesso riletto in chiave contemporanea, rappresenta un trend innegabilmente in crescita, come dimostra il numero dei suoi padiglioni raddoppiati quest'anno. Qui l'approccio è meno di avanguardia: non manca l'opulenza, materiali ricchi, forme e stili che spaziano tra i secoli passati e presenti. Sono i padiglioni dove è possibile vedere finiture di legni straordinarie, tessuti artigianali, intagli su pietra: insomma tutto il potenziale dell'artigianato italiano concentrato in una sola vetrina, dagli stand dei grandi marchi della moda, alle eccellenze italiane per la casa, come Rubelli e Ginori.

Interior design, quale scenario si può tracciare oggi?

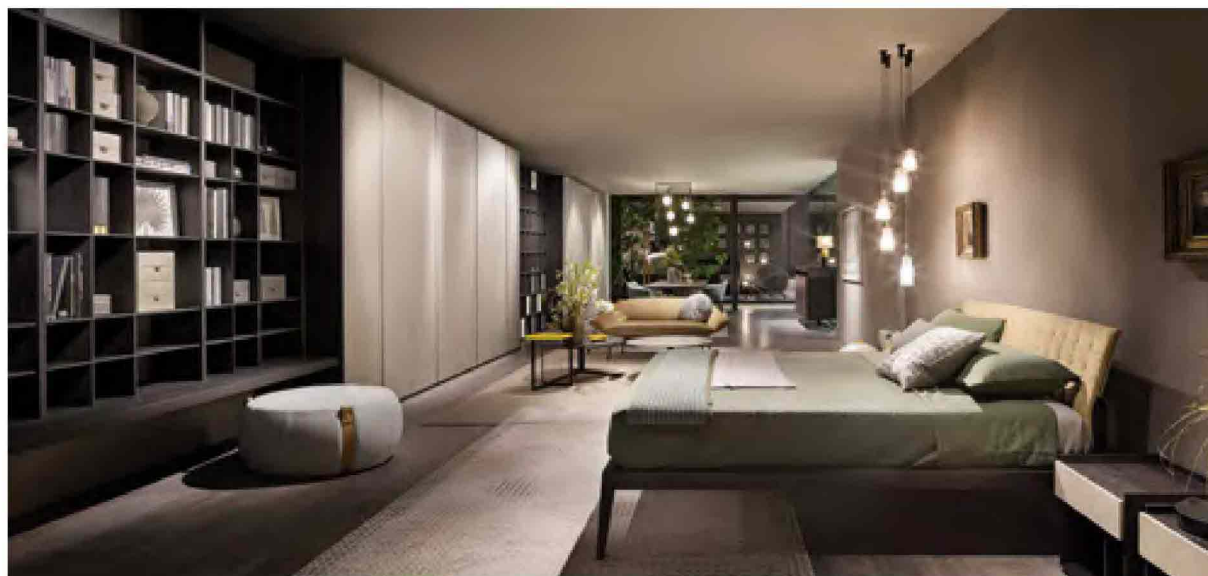
Uscite ormai da tempo dalla sbornia del minimalismo, le aziende del design si orientano sempre più verso una proposta molto borghese, sempre più sofisticata e legata ai dettagli. Allo stesso modo, le aziende del lusso estremo

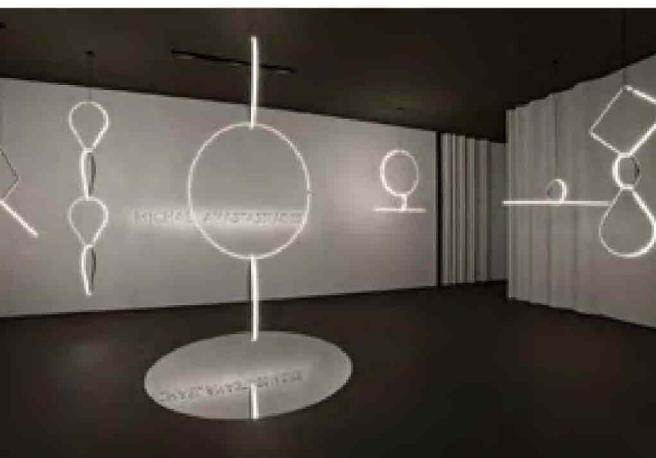
come Fendi e Visionaire stupiscono per la pulizia: l'ostentato non è più di moda, c'è una volontà diffusa di forme pulite e contemporanee, seppur molto importanti. Dalle aree di gusto nettamente scandite e diversificate degli scorsi anni, si assiste quindi ad una maggiore uniformità, alla convergenza verso un lusso piacevole quasi sobrio che per tradizione rappresenta il territorio di brand quali Minotti, Flexform e Molteni. Si sta delineando una nuova tendenza "Minimal chic" con un perfetto mix tra essenzialità, modernità e materiali nobili, che viene rappresentata in primis da Piero Lissoni e poi da designer come Vincent Van Duysen, David Lopez Quincoces, Gabriele e Oscar Buratti, e Michael Anastassiades.

Quali i trend?

L'interno portato verso l'esterno e viceversa, con le aziende outdoor come Roda, Potocco e Paola Lenti sempre più protagoniste con qualità e quantità anche tra le pareti domestiche. Il decorativismo, con forme tondeggianti, stampe, ricami, con un forte rimando al mondo botanico di cui Moroso è stato il miglior interprete. Infine un razionalismo confortevole: forme pulite, semplici, con grande attenzione all'ergonomia e un tocco di colore, come ad esempio ad Arper e MDF. Per la ricerca sui materiali, molto interessante il lavoro di Glas Italia, che ha saputo dare nuova vita al vetro lavorando con texture e nuovi modi di colorarlo, della fuoriclasse dei materiali plastici

In apertura: "invisible outlines" allestimento firmato da Nendo nello showroom di Jil Sander. Sotto, lo stand di Lema al Salone del Mobile 2017.





Kartell, e di Porro, con la sua selezione di essenze sempre più vasta. A proposito invece dei grandi marchi degli imbottiti, dove ormai le dimensioni degli stand sono impressionanti, prevale la concretezza: Cassina è forse l'unica azienda che ha osato presentare prodotti molto particolari, seppur di designer blasonati come Konstantin Grcic, Patricia Urquiola e Ronan & Erwan Bouroullec, mentre B&B Italia è uscita dal coro rispetto ad ambientazioni domestiche puntando su prodotti singoli, come il divano frutto dell'inedita e riuscita collaborazione con Piero Lissoni.

Infine, il FuoriSalone. Gli eventi quest'anno erano più del 30% rispetto all'anno scorso...Cosa rimane?

Anche nel FuoriSalone si possono ritrovare dei filoni principali. Tecnologia, Purezza e Natura si sono intrecciate in allestimenti di particolare suggestione: la personale di Nendo "Invisible Outlines" con oggetti di sorprendente leggerezza, l'esperienza multisensoriale interattiva creato da Studio Swine per Cos, l'installazione luminosa di Tokujin Yoshioka per LG e il paesaggio di luci e di ombre di Neri Oxman del MIT media LAB per Lexus, fino ad arrivare al televisore "The Frame" di Yves Behar per Samsung, che rende invisibile la componente tech e sembra una foto di Andreas Gursky. Artigianato e Tradizione hanno ispirato la "passeggiata" di Martina Mondadori per Airbnb nella splendida cornice della Casa degli Atellani, il progetto "Doppia Firma" a cura della rivista Living alla GAM, le ceramiche Yixing di Christopher Jenner da H+ in via Varese, la collezione Dimensione di Ci In lo, designer cinese che produce in Italia in maniera sublime, e gli immancabili Louis Vuitton ed Hermes. Un tema suggestivo è rappresentato anche dalle piccole unità abitative, come la casa di Matti Suuronen "Futuro House" (1968) da Luis Vuitton, e il Refuge Tonneau di Charlotte Perriand and Pierre Jeanneret (1938), la cosa più interessante da Cassina.

E' stato anche l'anno delle aziende fuori-settore, in particolare i grandi brand dell'automotive, e dei brand di materiali e superfici per interni che sempre più affollano l'appuntamento aprendo nuovi showroom, dai legni Alpi, alle piastrelle Lea Ceramiche, alle lastre Laminam.

Una menzione particolare per i designer che sono diventati azienda: da Tom Dixon, oggi vero e proprio brand, a Marcel Wanders con Mooi. Non si può non citare infine come icone visive di questo Salone la giostra Carosello in bianco ottico di Lee Broom nel nuovo distretto di Ventura Centrale e i grandi orsi delle vetrine La Rinascente a cura dell'artista Paola Pivi.

Dall'alto, allestimento "Accordi" di Paola Lenti, allestimento "Hermès home universe" allo spazio Pelota (Fuorisalone 2017).

Sotto, stand Flos e stand Foscarini (Euroluce 2017)