

Designers' Talk sul design svizzero Gute Form, digitalizzazione e influssi internazionali: una fotografia del design svizzero

La sedia Landi di Hans Coray, le sedie in legno di horgenglarus, il pelapatate Rex e il coltellino tascabile Victorinox sono le icone storiche del design svizzero. Ma oggi, quali sono i suoi tratti distintivi? I cliché e i critici lo vogliono razionale, essenziale e parco nell'uso dei materiali. I progetti contemporanei rispondono ancora a questi canoni? Quali sono le origini del principio della Gute Form? Otto designer si sono confrontati su queste domande e hanno discusso sullo stato dell'arte del design elvetico. Aurel Aebi (atelier oï.), Jörg Boner, Alfredo Häberli, Stephan Hürlemann, Charles O. Job, Moritz Schmid, This Weber e Stefan Zwicky hanno parlato del DNA e della versatilità del design elvetico, delle opportunità offerte dalla digitalizzazione e del significato di eventi analogici quali fiere ed esposizioni.

Alla fine di agosto Stefan Zwicky, architetto e creatore del salone "neue räume 17" dedicato tradizionalmente al design svizzero, ha organizzato una tavola rotonda alla quale hanno partecipato designer elvetici di primo piano. Con la moderazione del giornalista HG Hildebrandt sono stati dibattuti, in maniera costruttiva, le sfide e gli influssi attuali e futuri ed è stata discussa la necessità di trovare sempre una nuova collocazione nell'eterna dialettica fra tradizione e innovazione. Un assaggio di quello che sarà il prossimo neue räume 17.

Il tentativo di definire il design svizzero

È ancora possibile, oggi, parlare di design tipicamente svizzero e quali sono le radici della tradizione nazionale del design? Le risposte dei designer a questa domanda sono state interessanti e, talvolta, sorprendenti. Per **Aurel Aebi** «Il design svizzero è espressione di precisione e, allo stesso tempo, di una certa semplicità». Vi sono tuttavia differenze culturali fra le varie regioni linguistiche e, su questo, tutti i partecipanti alla tavola rotonda si sono detti d'accordo. «La Svizzera è la summa di diverse culture: tedesca, ticinese e romanda. Per questa ragione è difficile voler ricondurre tutto alla Svizzera tedesca», sottolinea Aebi. Dello stesso avviso è **Jörg Boner**, che ha imparato in particolare ad apprezzare l'approccio dei designer francesi durante la sua permanenza alla ECAL, la scuola cantonale d'arte di Losanna. «Noi abbiamo sempre bisogno di un motivo per fare qualcosa. I francesi, invece, fanno qualcosa anche senza un motivo specifico. Trovo che questo sia fantastico! Disegnare una bella linea: già questo può essere un motivo sufficiente». Mette in guardia dal fatto che esiste il mito svizzero tedesco e che questo, spesso, viene venduto come "oggetto svizzero" tout court. «Spesso sono solo cliché, anche se, naturalmente, dietro a ogni cliché si cela una parte di verità», aggiunge Boner. **Stefan Zwicky** concorda: «I produttori stranieri lavorano volentieri con gli svizzeri perché sono puntuali e molto precisi. Oggi come in passato». Zwicky fa risalire l'origine del tipico design elvetico agli anni '30 e '40 e, soprattutto, al dopoguerra, alla tanto invocata Gute Form, anche se sottolinea la presenza di un mix di diversi design nazionali.

This Weber collabora molto con produttori italiani, è consapevole dell'influenza del design svizzero sul suo lavoro, anche se le sue creazioni non possono essere definite esclusivamente frutto di questa tradizione: «Molti dei miei committenti non sanno neanche che sono svizzero. Tuttavia, è ovvio che le mie origini mi accompagnino in tutto quello che faccio, ma credo che probabilmente nessuno mi recluterebbe solo perché sono un designer svizzero». Anche **Moritz Schmid** è dello stesso avviso: «Quando lavoro non penso mai se quello che sto realizzando è svizzero o no». Coniuga le ispirazioni raccolte durante i suoi viaggi con la tradizione e il know-how specifico della sua terra natale che fa parte del suo DNA di

designer. L'architetto e designer di origini nigeriane **Charles O. Job** ammira le creazioni del design svizzero e afferma: «Sono l'unico straniero nel gruppo e prima di arrivare in questo Paese non avevo idea di cosa fosse il design svizzero. Una volta conosciuto, ne sono rimasto molto, molto affascinato e ho capito subito che era permeato da un grande estro inventivo».

Anche per **Stephan Hürlemann** è difficile dare una definizione del design svizzero: «I clienti svizzeri e la maggior parte dei designer operano ormai a livello internazionale. Non riesco ad apporre un timbro formale sul design elvetico. Tuttavia, molti dei miei clienti sono svizzeri e in loro ritrovo un certo atteggiamento conservatore, propenso alla riservatezza». È però convinto che il cambiamento sia inarrestabile, anche sul fronte del design: «Siamo testimoni del nostro tempo. Siamo tutti influenzati da ciò che vediamo, dai media in particolar modo. Il Giappone, il Sudamerica, tutto quello che vediamo esercita un'influenza formale sui nostri progetti e, in fin dei conti, anche sul design svizzero». Nonostante il crescente carattere internazionale, per **Alfredo Häberli**, lui stesso di origini argentine, persistono differenze nazionali, soprattutto per quanto riguarda la casa. «Paese che vai usanze che trovi: gli scandinavi, per esempio, dipingono le pareti una volta all'anno, le loro case sono molto più colorate. I francesi, gli italiani e gli svizzeri sono diversi».

Sostenibilità e resistenza continuano ad essere componenti importanti nel design svizzero

Oltre a puntare sull'innovazione, l'estro creativo e la precisione, i designer svizzeri aspirano a creare progetti in grado di durare nel tempo. Per questo, la sostenibilità non è solo una questione di qualità e scelta di materiali ecologici. Per **Jörg Boner**, queste sono le radici stesse del design: «È esattamente questo il compito di un designer: creare oggetti in grado di resistere nel tempo, sia come contenuto che come forma. È un grande stimolo anche per il mio lavoro. Naturalmente capita di fallire, di non centrare l'obiettivo, ma è proprio questo l'aspetto interessante». Anche **Stephan Hürlemann** ha osservato che i suoi clienti desiderano prodotti destinati a una fase specifica della loro vita. «I momenti, per esempio, in cui i bambini sono una componente fissa della vita quotidiana sono relativamente brevi». Per questa ragione, spesso, i designer devono sottostare alle esigenze specifiche e circostanziali dei propri clienti anche se preferirebbero disegnare mobili destinati a durare per sempre.

Anche le trasformazioni sociodemografiche del nostro tempo pongono i designer di fronte a nuove sfide e, oltre a progetti in grado possibilmente di accompagnare le persone per gran parte della loro vita, devono essere in grado di pensare anche a valide alternative. **This Weber** sottolinea a questo proposito: «Dobbiamo offrire opzioni diverse e realizzare mobili sia economici che costosi». Per **Alfredo Häberli** la grande sfida del futuro consiste nel riuscire a superare la crescente pressione sul fronte dei costi: «I prezzi sono ormai completamente sotto pressione. Credo che la sfida maggiore sia trovare un equilibrio, fare in modo che la qualità non ne risenta».

Acquistare online e incontrarsi alle fiere

I designer concordano che la digitalizzazione del settore dell'arredamento rappresenti una sfida e un'opportunità. «I giovani in particolare, oggi, non hanno alcun problema ad acquistare su internet un divano senza provarlo. In futuro dovremo ampliare la nostra offerta e creare occasioni che spingano le persone ad uscire di casa per toccare con mano le nostre creazioni. In questo senso le esposizioni dovranno rispondere a canoni di progettazione sempre più complessi», afferma **This Weber**. «Dobbiamo riuscire a instaurare un rapporto più sereno con il mondo digitale», aggiunge **Jörg Boner**. È proprio l'intreccio fra mondo digitale e mondo analogico ad offrire possibilità interessanti. Che problema c'è se un divano viene provato in uno show-room il sabato mattina e poi acquistato comodamente da casa, la sera, davanti a un bel bicchiere di vino rosso? «Il design deve avere l'opportunità di potersi raccontare: ecco perché organizziamo da 16 anni una fiera aperta al pubblico come "neue räume" spiega **Stefan Zwicky**.

Le presentazioni classiche degli espositori rappresentano un'opportunità unica «per mostrare ai rivenditori specializzati e ai consumatori la propria professionalità generando così fiducia nei propri prodotti», aggiunge **Stephan Hürlemann**. Per **Charles O. Job** sono centrali la presenza e la possibilità di sperimentare gli oggetti: «Vado sempre alle fiere. Certo, apprezzo molto anche la realtà digitale, faccio molte foto, sono attivo su Facebook e Instagram. Ma per scattare una foto, appunto, devi essere sul posto». Le fiere sull'arredamento, però, non sono solo ricercate dal consumatore finale perché importante fonte d'ispirazione, esse rappresentano anche un'occasione d'incontro per gli operatori del settore: il feedback immediato del cliente che si ottiene in queste kermesse è, infatti, impagabile.

neue räume 17 con una rassegna speciale sul Designers' Talk svizzero

Anche quest'anno "neue räume 17" attirerà pubblico specializzato e consumatori finali con rassegne speciali particolarmente interessanti. Per la prima volta il Designers' Talk sarà disponibile non solo su supporto multimediale, ma anche come esperienza tangibile. I designer, infatti, racconteranno in brevi video aneddoti della loro vita di creativi, forniranno una visione personale delle loro opere e presenteranno i loro oggetti preferiti. Parallelamente una selezione di opere illustrerà i valori di ciascun designer in termini di design e progettazione.

Un estratto del Designers' Talk è disponibile per la stampa.

neue räume 17 contatti stampa:

neumann communication
Anne Polch-Jahn, Christina Brincker, Nadine Pringnitz
Eigelstein 103-113
50668 Köln
Germania
Tel. +49 (0) 221 – 91 39 49 0
E-mail: neueraeume@neumann-communication.de

NR Neue Räume AG
Stefan Zwicky, Sandra Farje, Olivia Holzer
Zweierstrasse 35
8004 Zürich
Svizzera
Tel. +41 44 298 34 05
E-mail: info@neueraeume.ch
www.neueraeume.ch