



1 dicembre 2021
L'Arca International

Ufficio Stampa La Cividina
0432 1746101
pr@carterandbennett.com

Marco Bonetto

SUPER SALONE IL SEGNALE DELLA RIPRESA?

I Salone del Mobile di Milano 2021 ha voluto aprire i battenti per dare un forte segnale di ripresa in un periodo ancora incerto a causa della pandemia, per fare ciò il progetto è stato affidato all'architetto Stefano Boeri che ha fatto nascere il Super Salone.

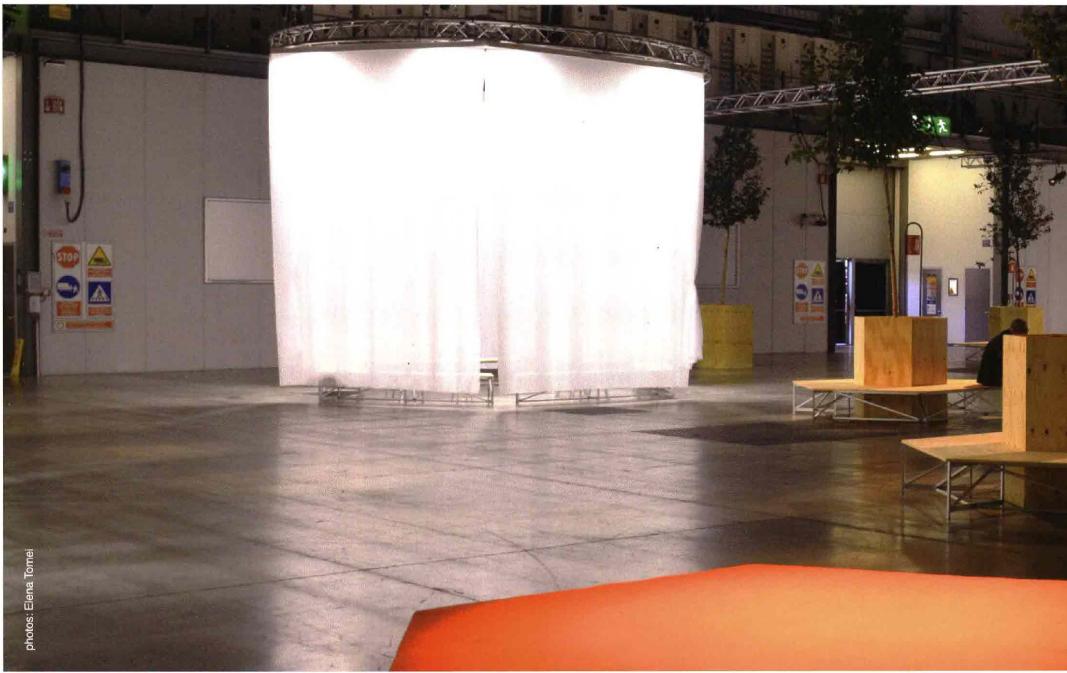
Dopo quasi due anni di forzata inattività questo Salone andava fatto a tutti i costi, e così è stato con un risultato di scarsa affluenza e tante critiche, pochi padiglioni con un allestimento standard e spazi contingenti. Il pubblico e gli addetti ai lavori si sono trovati davanti a un Salone inconsueto che si sviluppava attraverso ampi percorsi in un trionfo di legno e materiali naturali e la possibilità di acquistare i prodotti direttamente o attraverso un sito web.

Siamo abituati a un Salone del Mobile ricco nel suo aspetto generale, con stand faraonici e creativi, un appuntamento che ogni anno richiama circa 500.000 visitatori da tutto il mondo che affollano non solo i padiglioni ma anche i numerosissimi eventi collaterali che mandano in tilt Milano per una settimana, ma

tutto questo quest'anno non c'è stato, certo mancavano i visitatori di molti Paesi come l'Asia e gli Stati Uniti, ma mancavano anche tanti visitatori italiani. Un Salone che andava fatto, ma forse non in questo modo, sicuramente è stata una sollecitazione a riflettere su un aspetto più ampio quale un modello espositivo nuovo, penso che Boeri abbia il merito di aver realizzato un progetto di un modello nuovo, bello o brutto che sia, è stato un tentativo di trasformare un Salone del Mobile tradizionale, e aggiungo, forse obsoleto, in un Salone del Mobile 5.0.

La visione del progetto di Boeri è stata prettamente rivolta ai materiali naturali e alla uniformità, mentre ormai siamo abituati all'immortalità del virtuale o alla enfatizzazione della tecnologia, ambedue assenti in questa manifestazione.

Lo spirito della grandiosità degli stand è stato abbandonato a favore di uno spirito privo di identità dei singoli produttori che si sono presentati con numerosi prodotti dedicati al tema pandemia, un trionfo di divisorie e "anti socialità", osservando il progetto



photos: Elena Tornei

complessivo cerco di trovare un punto di riflessione e grazie a Boeri comprendo che probabilmente dobbiamo trovare un modo differente di realizzare il concetto di fiera espositiva basata sui tradizionali stand realizzati dagli espositori.

Come ho scritto, gli espositori erano ridotti numericamente, i prodotti esposti ancora una volta denotano un settore in crisi di concept nuovi.

Ma cosa manca allora? Manca quello che si dice un prodotto innovativo, un prodotto scaturito dalla ricerca, quella ricerca che negli anni passati ha generato prodotti straordinari e veramente innovativi creati da designer e architetti meno modaioli e più concreti nel progetto. Da alcuni anni, ormai, si pensa esclusivamente al tessuto o al colore, al piedino o a un design che fa notizia ma poi vende poco.

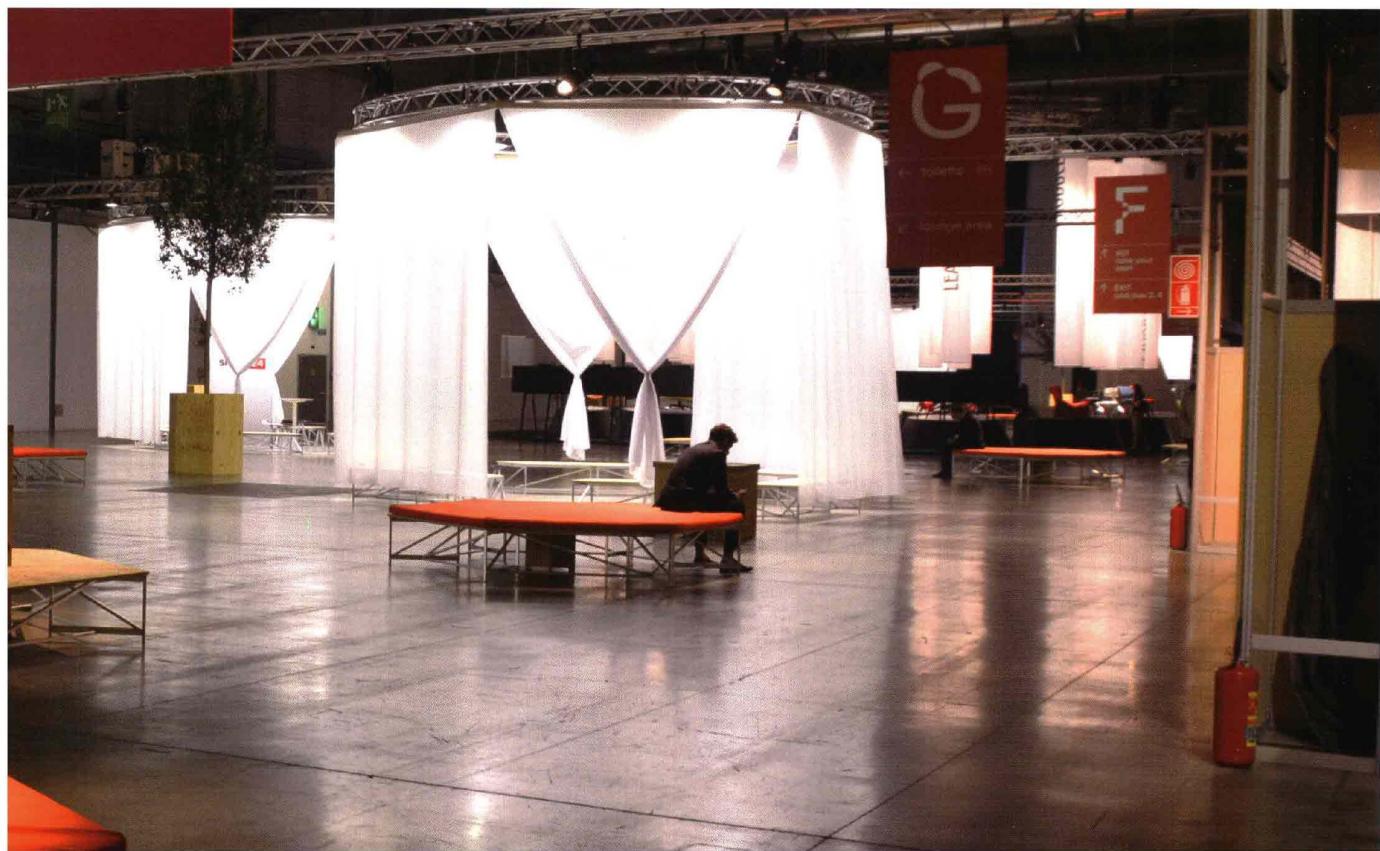
Voglio ricordare che Zanotta, B&B, Tecno, iGuzzini, Driade e molti altri hanno realizzato la loro fortuna con prodotti studiati e ragionati con il designer ponendo l'innovazione estetica e funzionale come obiettivo finale, senza seguire le mode bensì creando

nuove visioni e tendenze. Se solo pensassimo a come è cambiato lo stile di vita, le abitazioni e i riferimenti di utenti ci sarebbe davvero molto da fare.

A questo si aggiunge un diffuso modo nuovo di lavorare, lo smart working, che obbliga a trasformare le nostre abitazioni in uno spazio multifunzione, spazi domestici che vedono come utilizzatori ben 4 generazioni estremamente diverse tra di loro, con abitudini tradizionali e nuove, con la tecnologia che ormai ci accompagna sempre maggiormente e richiede un'integrazione maggiore.

Certamente non è semplice pensare a prodotti con caratteristiche che soddisfino tutti, ma pensare e progettare con intelligenza, supportati da una ricerca che tenga conto dei diversi fattori in uno scenario che è cambiato penso sia possibile, anzi necessario.

Il Salone del Mobile ha il dovere di sollecitare anche questo aspetto, magari attraverso esercitazioni tematiche che potrebbero diventare piccole mostre più utili di installazioni prettamente artistiche e assolutamente inutili.



Marco Bonetto **SUPER SALON, UN SIGNE DE REPRISE ?**

Le Salon du Meuble 2021 a tenu à ouvrir ses portes pour donner un signal fort de reprise dans une période encore incertaine en raison de la pandémie, et pour ce faire, le projet a été confié à l'architecte Stefano Boeri qui a inventé le "Super Salon". Après près de deux ans d'inactivité forcée, il fallait organiser ce salon à tout prix, et c'est ce qui a été fait, avec pour résultats peu d'affluence et de nombreuses critiques, peu de pavillons avec un aménagement standard et des espaces restreints.

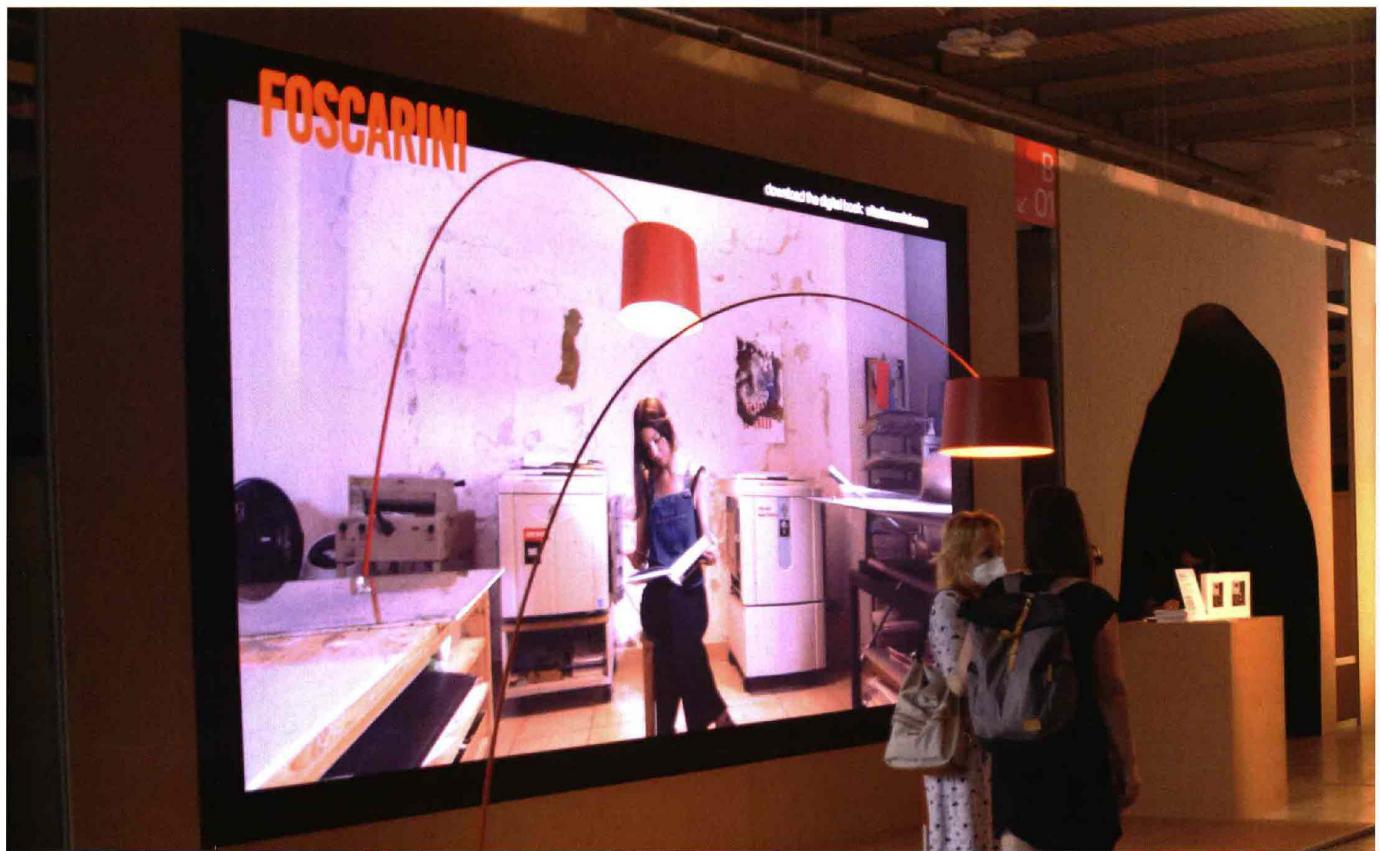
Le public et les professionnels se sont retrouvés devant un Salon insolite qui se déployait le long de larges parcours dans un décor de bois et de matériaux naturels et la possibilité d'acheter les produits directement ou par le biais d'un site Internet.

Nous sommes habitués à un Salon du Meuble foisonnant, avec des stands pharaoniques et originaux, à un rendez-vous qui attire chaque année près de 500 000 visiteurs du monde entier qui se pressent non seulement dans les pavillons mais aussi pour assister aux très nombreux événements parallèles qui animent Milan pendant une semaine.

Mais cette année, il en a été autrement, car si les visiteurs de plusieurs pays, comme l'Asie et les États-Unis, n'étaient pas au rendez-vous, il manquait aussi un grand nombre de visiteurs italiens.

Un Salon qu'il fallait faire, quoi qu'il en soit, mais peut-être pas de cette manière. Cela a certainement été l'occasion de réfléchir à un aspect plus général de nouveau modèle de foire-exposition. Je pense que Stefano Boeri a le mérite d'avoir conçu un projet nouveau, beau ou laid peu importe, c'est-à-dire une tentative de transformer un Salon du Meuble traditionnel, et peut-être obsolète ajouterais-je, en un Salon du Meuble 5.0. L'approche conceptuelle de Boeri se base essentiellement sur les matériaux naturels et sur l'uniformité, alors qu'aujourd'hui nous sommes plutôt habitués à l'immatérialité du virtuel ou à la primauté de la technologie, toutes deux absentes de cet événement.

L'esprit de magnificence des stands a été abandonné au profit d'un esprit dénué d'identité de producteurs qui se sont présentés avec de nombreux produits dédiés au thème de la pandémie, une profusion de cloisons et d'"anti sociabilité". En observant le projet dans son ensemble, j'essaie



de trouver un point de réflexion et grâce à Boeri, je comprends que nous devons probablement trouver une autre manière de réaliser le concept de foire-exposition basé sur les stands traditionnels conçus par les exposants.

Comme je le disais, les exposants étaient peu nombreux, les produits exposés témoignaient une fois de plus d'un secteur en mal de nouveaux concepts.

Mais alors, que manquait-il ? Ce qui manquait, c'est ce que l'on appelle un produit innovant, un produit né de la recherche, celle qui, au fil des ans, a généré des produits extraordinaire et réellement novateurs, conçus par des designers et des architectes moins tournés vers la mode et plus concrets dans leurs projets. Depuis quelques années, on ne pense qu'au tissu ou à la couleur, à un design qui fasse l'unanimité des revues, mais qui ensuite se vend mal. Je tiens à rappeler que Zanotta, B&B, Tecno, iGuzzini, Driade et bien d'autres ont fait fortune avec des produits conçus et développés avec le designer dont l'objectif final était l'innovation esthétique et fonctionnelle, sans suivre les modes mais en créant plutôt de nouvelles visions et de nouvelles tendances. Si seulement nous pensions à quel point

ont changé le mode de vie, les intérieurs et les références des utilisateurs, il y aurait vraiment beaucoup à faire.

Ajoutons à cela la diffusion d'une nouvelle façon de travailler, comme le "smart working" qui nous oblige à transformer notre maison en un espace multifonctionnel, un espace domestique occupé par pas moins de quatre générations extrêmement différentes l'une de l'autre, avec des habitudes aussi bien traditionnelles que nouvelles, avec une technologie qui nous accompagne toujours plus et qui nécessite une plus grande adaptation.

Certes, il n'est pas facile d'imaginer des produits dont les caractéristiques satisfont tout le monde, mais je crois qu'il est possible, voire nécessaire, de penser et de concevoir de manière intelligente, en s'appuyant sur des recherches qui tiennent compte des différents facteurs d'un contexte qui a changé.

Le Salon du Meuble se doit de stimuler également cet aspect, peut-être par le biais d'exercices thématiques qui pourraient devenir des petites expositions plus intéressantes que des installations purement artistiques et absolument inutiles.



Marco Bonetto

SUPER SALONE: A SIGN OF RECOVERY?

The 2021 Furniture Show in Milan (the Salone) was finally able to open its gates as a powerful sign of recovery during still uncertain times due to the pandemic. The project for the show was placed in the hands of the architect Stefano Boeri, who developed the concept for a Super Salone.

After an enforced two-year break, the Salone had to take place at all costs and it did, although it was not very well attended and received plenty of criticism. There were very few pavilions with just basic installations and ancillary facilities.

The public and people working in the industry had to get to grips with an unusual Salone set out along lengthy pathways amidst a wealth of wood and natural materials. Products could be purchased either directly or through websites.

We are used to the Salone being an extravagant event with highly creative, eye-catching stands, an event that attracts around 500,000 visitors from all over the world every year, who do not just flock to the pavilions but also attend all the side events that take over the city of Mi-

lan for an entire week. None of this happening this year. There was a distinct lack of visitors from many nations, such as Asia and United States, but lots of expected visitors from Italy also stayed away.

It was, indeed, quite right for the Furniture Show to be held, but perhaps not in this way. In any case, it certainly gave us the chance to ponder over the possibility of devising exhibitions along new and quite different lines. I think Mr Boer deserves credit for coming up with a project for a brand-new style of show (regardless of whether it was an attractive or ugly event). This was a genuine attempt to transform the traditional and, I might add, obsolete Furniture Show in a new 5.0 Salone del Mobile. Boeri's project was basically focused on natural materials and a certain standardisation, whereas nowadays we are more familiar with the intangible nature of virtuality or an emphasis on technology, both of which were missing from this event.

The idea of grandiose eye-catching stands was abandoned in favour of a less identity-driven approach by the various manufacturers, who presented numerous



projects focused on the pandemic in a startling array of partitions and “anti-socialising” artefacts. Considering the project as a whole, I have tried to draw my own conclusion and, thanks to Boeri, I realise that we probably need to find a different way of organising exhibitions based around more conventional stands designed by the exhibitors themselves.

As I have already noted, there were only a small number of exhibitors and the products on display once again highlighted an industry lacking in new concepts.

So, what is missing? What is missing is what we call an innovative product, a product based on research, the kind of research that produced some extraordinary and truly innovative products in the past created by less trendy designers and architects adopting a more down-to-earth approach. For some years now, attention has focused exclusively on fabric or colour, the peculiar design of an individual feature or the creation of something that may be eye-catching but does not sell very well.

I would like to point out that Zanotta, B&B, Tecno, iGuzzini, Driade and many others made their fortune

thanks to products carefully studied and devised in partnership with designers making aesthetic-functional innovation their main aim, choosing not to follow the latest trends but, instead, creating new visions and styles. If only we thought about how lifestyles, homes and users' needs have changed, then we would find plenty to do. To this I would also add a widespread new way of working, agile working, which forces us to convert our homes into multipurpose spaces, domestic spaces used by four generations of very different people with both new and old habits, making full use of technology that is now an ever present and needs to be incorporated even further. Of course, it is not easy to envisage products with features that please everybody but thinking and designing intelligently based on research taking into account various factors in a scenario that has changed is, I think, possible and indeed necessary. The Salone must focus on this aspect, possibly by developing themes that could be turned into small exhibitions that are more useful than predominantly artistic installations that are absolutely useless.



