

## Tortona rocks #4 2019 — Design Awareness

Comunicato Stampa

Milano Design Week  
8-14 aprile 2019  
Zona Tortona

**Progettare consapevolezza è la nuova frontiera del design contemporaneo, che riformula sé stesso tracciando modalità alternative per nuovi stili di vita più sostenibili.**

**Tortona Rocks, nel distretto dove il Fuorisalone è nato, con oltre 20 progetti espositivi internazionali, 60 designer e 50 aziende ci guiderà alla scoperta delle proposte che gettano un nuovo sguardo sul futuro, ispirando cambiamento e creando consapevolezza.**

**Novità di questa edizione è il progetto multidimensionale di design ambientale a firma dell'artista britannico Alex Chinneck per IQOS che cambierà la percezione di Opificio 31**

Zona Tortona è un distretto dove la velocità del cambiamento non ha mai conosciuto battute d'arresto, innescando fenomeni del tutto imprevedibili e spontanei, come il suo legame con il design, che, prima di espandersi ad altri epicentri culturali, l'ha resa suo territorio d'elezione per sperimentare e dare avvio ad un'ibridazione, di forme e contenuti, irreversibile.

Ancora oggi, il distretto si dimostra essere un'area in divenire e polivalente, dove il design torna ogni anno per riparametrarsi e comunicare come sta cambiando, arrivando a toccare tutti gli ambiti delle nostre vite, e contribuendo allo sviluppo della società contemporanea.

Progettare nuova consapevolezza implica il saper decodificare l'era di grande trasformazione, e le sue sfide, che stiamo vivendo.

Dalla crisi ambientale all'impatto delle nuove tecnologie, dai cambiamenti sociali alle trasformazioni culturali in atto l'onda di trasformazione è così rapida che necessita di strumenti in grado di sovvertire sintassi progettuali obsolete per riformulare il presente e trovare, quindi, nuove modalità d'azione.

**Il Design, quale sistema culturale trasversale**, deve costantemente confrontarsi con l'evoluzione dei paesaggi sociali, tecnologici, scientifici, comunicazionali ed emotivi nei quali è costantemente chiamato a svolgere un ruolo di proattività, ripensando alcuni dei suoi paradigmi.

E così il design diventa sempre più sociale, con un interesse che trascende il prodotto ma si concentra sul processo, dove i designer incoraggiano nuovi comportamenti, più attenti e consapevoli.

Da anni **Tortona Rocks** agisce come un'antenna progettuale che raccoglie nuove visioni provenienti da tutto il mondo in un sistema di scambi e contaminazioni, attraverso un'attenta attività di scouting oltre ad ospitare volti noti e brand riconoscibili.

## Highlights Tortona Rocks 2019

Highlight di questa design week sarà il progetto **IQOS WORLD revealed by Alex Chinneck**, un'installazione ambientale dal potere suggestivo, che indaga su come le nostre scelte quotidiane si riflettano sulla definizione di un futuro migliore.

Il palinsesto di eventi curato da **Milano Space Makers** prosegue offrendo stimoli interessanti per acquisire una maggiore "awareness" e riflettere su ciò che il futuro prossimo ci chiede, grazie a progetti che offrono soluzioni concrete per salvaguardare l'ambiente come **Norwegian Presence** che presenta la mostra **JOIN**, un'esposizione di cinque giorni che sostiene il principio della collaborazione e della connessione per progettare un futuro più sostenibile così come la collettiva **Belgium is Design** che presenta l'esibizione **Generous Nature** o **100 domande per domani** dello **IED** che proporrà l'installazione **Under pressure**.

Nuovi scenari tecnologici saranno indagati da **Sony Design** con il progetto **Affinity in Autonomy: Envisioning the relationship between humans and robotics** che palesa come la robotica può arricchire la vita delle persone contribuendo al cambiamento positivo della società mentre **Hyundai**, in collaborazione con **Monocle**, racconta l'approccio innovativo sul design degli interni nei veicoli elettrificati per un futuro più green. La tecnologia per un futuro più sostenibile è il tema che ispira il progetto **#UNBORINGTHEFUTURE** di **Peugeot Design Lab** e **Samsung** coinvolgerà i visitatori in un percorso emozionale grazie a tecniche sofisticate; direttamente dalla Corea, **CA-VA** esplorerà invece nuove possibilità di fruizione per l'arte grazie a tecnologie di ultima generazione e **Autodesk** presenterà il nuovo software "**Generative Design**" per progettisti e costruttori con una selezione di lavori creati da alcuni dei principali designer del mondo. Cambiano gli scenari culturali e sociali e il design spesso diviene il catalizzatore di nuove modalità espressive come nel caso **The impossible story of Israeli design** dove l'identità di un popolo viene comunicata attraverso la sua multiculturalità. **Italdesign**, il cui esordio risale al 1968 e allo studio avviato da Giorgetto Giugiaro e Aldo Mantovani, mostrerà un repertorio che testimonia la creatività a 360 gradi del brand. La dimensione sociale sarà oggetto della ricerca di **SCIVOLA** che in Opificio 31 darà avvio al progetto pilota per trovare soluzioni alle barriere architettoniche garantendo così l'accessibilità della città. Infine **Citroën** presenterà un percorso espositivo tra heritage e futuro a firma di **Matteo Ragni Studio**.

## Progetti espositivi

**Opificio 31**, in Via Tortona 31, cuore del distretto Tortona e tappa imperdibile del Fuorisalone, ospita una selezione di brand e progetti espositivi che restituiscono una nuova mappatura di contenuti tra Europa ed Asia a cui quest'anno si aggiunge la presenza del Medio Oriente con Israele; in mostra saranno **Belgium is Design**, **Istituto Europeo del Design**, **The impossible story of Israeli design**, **Hyundai** in collaborazione con **Monocle**, **SCIVOLA**, **CA-VA**, **Autodesk**, **+d** assieme a **soil e hmny** & **CORGA**, **Archiproducts Milano**, **Italdesign** e **IQOS WORLD revealed by Alex Chinneck**.

**IQOS, il prodotto smoke free** ultimo ritrovato della tecnologia di Philip Morris International, presenta, in occasione della Milano Design Week, la nuova edizione del progetto **IQOS WORLD revealed by Alex Chinneck**, (1984, Bedford – UK) l'artista britannico famoso internazionalmente per interventi site specific che animano, e sovvertono nella percezione, il luogo in cui si trovano, creando spesso effetti stranianti e surreali sulle facciate degli edifici.

Primo progetto dell'artista in Italia, dove arte, architettura e teatro dialogano tra loro in un nuovo linguaggio espressivo di grande impatto, Chinneck ricreerà, all'interno di Opificio 31, un ambiente multidimensionale, realizzando una serie di interventi scultorei che trasformano radicalmente gli spazi, offrendo prospettive inaspettate di indagine e scoperta.

Il progetto è **un intervento ambientale site specific che vede protagonista l'architettura degli edifici frontali all'entrata dell'ex area manifatturiera** dove la facciata – che richiama l'estetica della tradizionale architettura milanese – sembra “aprirsi” in una delle sue estremità attraverso una zip che lascia intravedere l'interno dell'edificio; internamente, invece, gli spazi saranno interessati da “aperture” inaspettate, nel pavimento in cemento e nelle pareti in pietra, che trasformeranno radicalmente la loro percezione.

Tratto distintivo del progetto è la zip, escamotage visivo attraverso cui l'artista dà origine ad una serie di aperture surreali da cui fuoriesce una luce impalpabile che coinvolgerà il pubblico in un'esperienza immersiva. Le superfici dello spazio sono pensate così dall'artista come metafore di un ideale processo di trasformazione: “aperture” fisiche capaci di creare nel suo pubblico una nuova immaginaria narrativa.

È dal 2007 che le organizzazioni regionali belghe di promozione del design **FlandersDC, MAD – Brussels Fashion** and Design Platform e **Wallonie-Bruxelles Design Mode (WBDM)** collaborano per promuovere il design belga con il progetto **BELGIUM IS DESIGN**. Quest'anno sarà presentata la collettiva **Generous Nature**, uno statement con il quale il settore produttivo belga vuole dimostrare la sua forte posizione in fatto di salvaguardia dell'ecosistema e dello sviluppo sostenibile. La mostra vuole evidenziare come la capacità del design e dei designer sia quella di operare un cambiamento importante nell'ambito della produzione industriale, optando per sistemi sostenibili che vadano al di là del semplice prodotto e che ambiscano a un progetto più vasto, olistico, che trascenda la dimensione ambientale e che investa la politica, l'economia, le norme, i comportamenti, e le relazioni sociali e umane alla base della cultura progettuale. Tra elementi d'arredo, tavole da surf, giochi in legno, abitacoli... tutti costruiti con materiali di recupero e prettamente green come il legno riciclato, il muschio, la corteccia.

Il tema ambientale prosegue in Opificio con il progetto dell'**Istituto Europeo di Design 100 domande per domani**, risultato di un contest che ha coinvolto gli studenti IED di Italia, Spagna e Brasile. Un allestimento immersivo, **Under Pressure**, coinvolgerà quindi il pubblico della Design Week in una riflessione sui temi della sostenibilità ambientale, sociale ed economica. Com'è possibile oggi recuperare il rapporto con la natura e quali sono gli equilibri del nostro pianeta sempre più “sotto pressione”? Questo è uno degli interrogativi a cui il progetto cerca di dare una risposta. Saranno 100 complessivamente quelli selezionati esposti in Tortona perchè ritenuti fondamentali per orientare la ricerca e lo sviluppo di 100 progetti di design nei prossimi due anni.

Tra le presenze internazionali, quest'anno Opificio 31 ospiterà per la prima volta una collettiva di design Israeliano **The impossible story of Israeli design** che darà voce alla composita scena creativa del territorio, oltrepassando barriere culturali e politiche dando così forma ad una nuova identità all'insegna del design.

Oltre ad all'esposizione di product design, aperta anche al textile e all'arte, il pubblico sarà coinvolto in progetti di ricerca come la performance proposta da Chana Hauser per indagare il te-

ma delle origini e della storia, dove i visitatori potranno personalizzare una moneta che successivamente verrà loro inviata in modo da poterla sotterrare come “un fossile” creando così evidenza della loro esistenza, che andrà a sedimentarsi nella storia.

Il progetto, presentato da ASIA DESIGN MILANO, il fuorisalone della creatività asiatica nato dalla partnership tra Sarpi Bridge\_Oriental Design Week e Milano Space Makers, promuoverà anche la nascita del suo brand **MAD**, Milano Asia Design, distributore di design asiatico in Italia e contemporaneamente promotore di design italiano in Asia.

Anche **Hyundai** pensa ad un futuro più green con l'esposizione **Style Set Free** dove sarà raccontata l'auto del futuro esaminando ad esempio diverse possibilità legate alla mobilità nell'era della guida autonoma. Il brand racconta così l'approccio innovativo sul design degli interni nei veicoli elettrificati attraverso un concept avveniristico in cui prendono vita forme artistiche legate ai futuri stili di vita. Inoltre, durante la settimana Hyundai – in collaborazione con il magazine **Monocle** – ha organizzato una tavola rotonda guidata da Tyler Brûlé, direttore di **Monocle**, e programmi dedicati in onda sulla radio Monocle 24.

È difficile dare soluzioni definitive alle **barriere architettoniche** nel quotidiano, anche perché spesso la prima barriera è quella culturale, che porta a ritenere che tale criticità sia un problema solo delle fasce più disagiate e minoritarie, e che gli interventi richiesti siano sempre complicati e costosi. **SCIVOLA**, così come suggerisce il nome ha l'intenzione di agevolare in maniera continua e graduale l'adozione di buone pratiche nel campo della accessibilità, in una logica di superamento prima ancora che di abbattimento delle barriere. Il progetto pilota presentato in Opificio si propone di rigenerare gli spazi urbani in maniera partecipata con micro-interventi temporanei e con l'obiettivo generale di individuare, sperimentare e condividere buone prassi, facilmente replicabili, per l'accessibilità della città durante gli eventi.

Il percorso espositivo prosegue con **CA-VA**, progetto coreano che esplora nuove possibilità di fruizione artistica grazie all'innovazione tecnologica.

CA-VA presenta un mercato virtuale in cui si può acquistare l'arte contemporanea, ma non solo, in modo più semplice e veloce.

Più di 500 opere d'arte e 96 artisti selezionati in vari generi come pittura, arte digitale, fotografia, arredamento, ceramica, grafica, moda, video, audio ed i prodotti dello stile di vita in collaborazione saranno mostrati sul sito [www.ca-va.life](http://www.ca-va.life). Saranno 360 le immagini in movimento sugli schermi per dare vita ad un catalogo virtuale sorprendente.

Torna anche quest'anno il pop up store di **+d, soil, hmny and CORGA**, un'ecclettica esibizione con più di cento prodotti che ha coinvolto quattro grandi marchi per mostrare il meglio della creatività e qualità nipponica. Gli oggetti, venduti in store selezionati (ad esempio al Moma e al Design Museum), ci offrono un'opportunità unica e preziosa per capire come tutto ciò che ci circonda può essere tradotto in design. Soil proporrà una gamma di prodotti realizzati in terra diatomea utilizzando tecniche di intonacatura, che ci permettono di beneficiare delle proprietà di questo materiale respirante naturale che eccelle nella ritenzione dell'umidità e nell'assorbimento mentre hmny e CORGA, fedeli alle loro origini risalenti al 1961, proseguono la produzione di articoli in pelle realizzati da artigiani nell'area di Kagawa.

**Archiproducts Milano**, ormai presenza attiva tutto l'anno all'interno dell'Opificio 31, accoglierà professionisti e visitatori per ammirare le ultime tendenze nell'ambito del product design con un setting di grande impatto.

**Italdesign**, il cui esordio risale al 1968 e allo studio avviato da Giorgetto Giugiaro e Aldo Mantovani, nasce come società di servizi per la grande industria dell'automobile. Dal 1981 l'azienda ha sviluppato attività nel settore del Transport Design, occupandosi di vari mezzi di trasporto, dai veicoli commerciali ai veicoli industriali e ai trattori, dagli autobus ai treni, agli aerei ed elicotteri, e nel settore dell'Industrial Design con progetti per beni di consumo, packaging, corporate identity, Graphics Multimedia & Communication. Ha inoltre investito in competenze e strutture nell'ambito dell'interior design e dell'arredo urbano. Alla Milano Design Week 2019, **Italdesign presenterà una raccolta di prodotti a conferma della sua capacità creativa a 360° ed una selezione dei progetti più recenti**, fra i quali: **un prototipo di ricerca per una vettura** futura ma non futuristica, una macchina dal caffè che rispetta ed esalta la grande tradizione del caffè espresso (**Faema E71E, Italia**), una seduta per ufficio altamente funzionale che per ergonomia ed estetica rimanda ai sedili delle auto sportive, in un gioco di favorevoli contaminazioni (Okamura Finora, Giappone), un tavolo di lusso, unico e suggestivo, creato con una sola lastra di legno Kauri millenario pietrificato (**Oxo Lodge Table, Olanda**) e una poltrona massaggiante dalle linee eleganti e al contempo tirate delle supercar, che avvolge il corpo garantendo alte prestazioni di benessere (**BodyFriend massage chair, Corea del Sud**).

**Autodesk**, leader globale nella realizzazione di software specialistici per coadiuvare progettisti, costruttori e ingegneri nel loro lavoro, mostrerà esempi di "Generative Design", metodi di produzione avanzati e altro ancora, con una selezione di lavori creati da alcuni dei principali designer del mondo.

Il circuito espositivo di Tortona Rocks prosegue in zona Tortona con il progetto di **Samsung** che sarà presentato in **via Bergognone 26**.

**Resonance**, questo il nome dell'installazione, permetterà ai visitatori, all'interno di un percorso labirintico e iridescente, di vivere esperienze multisensoriali ed emozionali grazie a tecnologie avanzate.

In via Savona andremo alla scoperta di **Sony Design, Peugeot Design Lab, Norwegian Presence, Functional Art e Citroën**.

In uno scenario tecnologico in rapida evoluzione, **Sony Design** sta sviluppando una visione della robotica che arricchirà la vita delle persone e contribuirà al cambiamento positivo della società. La mostra di quest'anno, ospitata nello **Spazio Zegna di via Savona 56**, si intitolerà **Affinity in Autonomy: Envisioning the relationship between humans and robotics**, attraverso cui i visitatori avranno modo di scoprire il futuro della robotica, in una prospettiva più umana, grazie alla sua evoluzione fatta di emozione e vitalità.

**Peugeot Design Lab**, in **via Savona 56**, sarà presente per la terza volta alla Milano Design Week con il progetto **#UNBORINGTHEFUTURE** firmato da **Peugeot Design Lab**.

L'esposizione svilupperà da diversi punti di vista il percorso intrapreso da Peugeot verso l'elettrificazione: una visione entusiasmante del futuro che sarà raccontata con un'animazione creata ad hoc per l'evento.

Per il secondo anno consecutivo **Norwegian Presence** torna in zona Tortona, in **via Savona 35**, con un progetto, nato da una collaborazione tra **Design and Architecture Norway (DOGA)**, **Klubben (Norwegian Designers Union)** e **Norwegian Crafts**, per raccontare le ultime tendenze del design nordico, attraverso un'esplorazione collettiva che promuove il valore di sostenibilità e il senso di *felleskap* – la parola norvegese che denota il focus sulla comunità, tra artigiano, design e manifattura.

I curatori **Kråkvik & D'Orazio** esplorano le dimensioni sociali, ambientali ed economiche del design circolare - sia nella selezione di designer che in quella di creativi e nella progettazione della mostra. 21 designer e artigiani tra i più all'avanguardia della Norvegia, insieme a sette dei principali produttori del paese, saranno i protagonisti di JOIN una mostra di cinque giorni che sostiene il principio della collaborazione e della connessione per progettare un futuro più sostenibile. Un repertorio di mobili e tessuti, sculture e ceramiche, luci e gioielli che evidenzia come i confini tra artigianato e design non sono chiari come prima e come i progettisti non creano più esclusivamente per la produzione di massa. Oltre all'estetica e alla funzionalità, infatti, gli oggetti selezionati sono denotati da un valore in termini di materialità e durata, restituendo così qualcosa in cambio attraverso la longevità o il modo in cui vengono prodotti.

Il product design all'insegna dell'artigianato sarà il protagonista di **Functional Art** di Francesca Levi Tonolli, in via Savona 33, dove sarà possibile ammirare arredi realizzati interamente a mano con la prevalenza di moduli componibili ed intercambiabili. Nel repertorio risaltano i coffee table realizzati in ferro con finiture in foglia d'oro, corten e pexiglass, sedie-scultura in lamiera di ferro con schienali interpretati in modo originale ed ironico oltre a manichini che diventano lampade da terra dove la luce esce a sorpresa da corone in ferro.

Nell'anno del suo centenario, **Citroën** presenta **MAISON CITROËN CENTENARY EDITION**, un allestimento curato da **Matteo Ragni Studio**. Il progetto, **visitabile in via Stendhal 35**, è percorso espositivo fra heritage e visione contemporanea del marchio francese che culmina in un oggetto di design ispirato al logo Citroën e firmato dal famoso designer italiano **Matteo Ragni**.