

Press Book vol.3

2009- (last up dateMay 2016)

kazuyo komoda design

DESIGN DIFFUSION NEWS

REALLY ITALIAN.IT

dd n

220

E 8,00 "Italy only" - FE 13,00 - D E 13,00 - GR E 14,30 -
PE 15,40 - EE 8,90 - GB GBP 10,00 - NKKR 172,00 -
S SKR 170,00 - CH SFR 23,00 - NL E 19,00 - BE 10,00

ISSN 1120-9720 - Milano: TAVI PER LE STAMPE PRODESA, UFFICIO CLARIZZROGGERO - MILANO
Spedisci in abbonamento postale - C.C. - D.L. 353/2003 (art. 1, comma 1, lett. a) D.D. Milano





Kazuyo Komoda

QUI GLI IMPRENDITORI HANNO 'NASO' PER SCEGLIERE

HERE ENTREPRENEURS HAVE ACUMEN FOR MAKING THE RIGHT CHOICE

foto Cristina Fiorentini

“Sono partita nell'89, il design italiano mi piaceva molto sin da studentessa, avevo già individuato un designer con cui mi sarebbe piaciuto collaborare, Denis Santachiara. Così è stato: sono arrivata, mi ha presa in studio. Il mio progetto di vita era restare da lui 2 o 3 anni e poi tornare in Giappone. Invece sono rimasta. Dalla seconda metà degli anni '90 ho cominciato a proporre i miei oggetti alle aziende, alcune molto prestigiose hanno cominciato a produrre i miei pezzi, come Driade, Acerbis International, Bernini, Dornbracht...”

Quali le differenze tra Tokyo e Milano?

Non sarebbe stato possibile iniziare così se fossi stata in Giappone: l'iniziativa non parte mai dal progettista, ci vuole prima un incarico e in caso

di giovane età è ancora più difficile; in Italia, almeno negli anni '90, era più semplice imparare sul campo, ora la situazione è in po' cambiata. Un altro elemento totalmente differente è la modalità di fare le scelte: qui gli imprenditori hanno 'naso' per capire e prendere decisioni. Da noi invece le decisioni si prendono in maniera collettiva, e si finisce per fare le scelte che a nessuno piacciono ma che a nessuno dispiacciono. Il risultato è neutro, una 'scelta non scelta' senza prendere posizioni. Ho lavorato molto in Giappone, conosco la mentalità. Se presento un progetto, non posso dire che mi piace, devo dire che ci sono motivi oggettivi di funzionalità e gradevolezza per tutti perché è fatto in un certo modo. Una società che non esprime nes-

suna preferenza e non esterna ciò che le piace si dimentica di quello che le piace. Succede per il bene collettivo, un fattore culturale che è molto difficile cambiare.

Milano centro del design, perché?

Merito di un mix di elementi: aziende, progettisti, testate giornalistiche, insieme alla voglia di sperimentare cose nuove, anche azzardate, che ha reso il settore molto più umano, divertente e gioioso.

Com'è cambiata la sua visione progettuale?

Sono molto più libera. Era forte il rigido condizionamento giapponese, questo si riflette sul mio progetto.

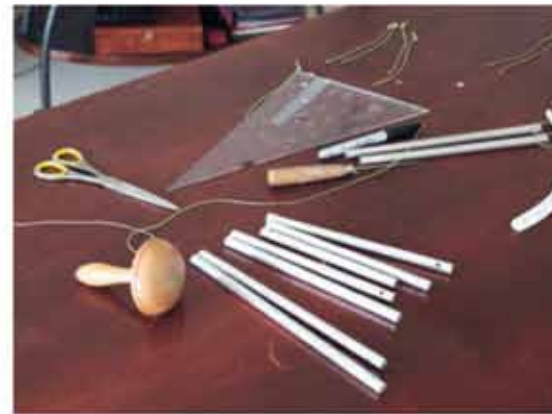
Quali gli insegnamenti?

La conoscenza, basilare, della produzione.



Lo studio-abitazione di Kazuyo Komoda si esprime attraverso il linguaggio progettuale della designer che ama lavorare sull'aspetto immateriale ed emotivo cercando l'essenza delle cose. Qui accanto, progetto per bambini: tappeto-cielo appeso sotto il tavolo (nella foto, rovesciato perché in fase di studio) per far giocare i più piccoli. In basso, prototipo di sedia con seduta a dondolo.

The home-office of Kazuyo Komoda well expresses the design language of this designer, who loves to work on the immaterial and emotional sides, searching for the essence of reality. Here, a project for kids: carpet-sky under the table (in the photo, it is overturned, since under development). Bottom, prototype of chair with rocking seat.



Qui si lavora a stretto contatto con gli artigiani e i tecnici delle aziende che ci mettono le loro idee, danno consigli e aiuto, partecipazione, rispettando però il progetto. Ci sono confronto, flessibilità, sino a cambiare idea in corso d'opera, se c'è bisogno. In genere, nel mio Paese si esegue il prodotto esattamente come è disegnato, col rischio che sia sbagliato.

Che cambiamenti ha riscontrato nel tempo?

Le aziende sono molto più marketing oriented rispetto a prima. Molti artigiani, poi, stanno smettendo di lavorare e questo mi spiace molto. Il momento è difficile, ma da straniera spero che ci siano giovani che portino avanti la tradizione. www.kazuyokomoda.com

M.D.M.

"I left in 1989, I have been fond of Italian design since University time, and I had already identified the designer I wanted to work with: Denis Santachiara. That's it: he hired me as I arrived. My life project was to work with him for a couple of years, than moving back to Japan. Nevertheless, I decided to stay. From the second half of the Nineties, I started to submit my works to, sometimes well-known, companies; some - Driade, Acerbis, International, Bernini, Dorbracht - brought my works into production..."

What are the differences between Tokyo and Milan?

I wouldn't have started if I had stayed in Japan. In Japan, the designer never 'gives a start', he/she firstly needs an official engagement and, if young, it is bit rough to find it. In Italy, at least in the Nineties, it was easier to gain experience directly working in the field; now everything has changed. Another crucial difference is the way of making choices: here entrepreneurs have acumen for understanding and making decisions. In our country, all decisions are made in a collective manner, therefore opting for a middle way. It results in a neutral choice 'a choice which is not a choice', avoiding to take any positions. I've extensively worked in Japan - I know its mentality. When I submit a project, I can't say that I love it, rather that actual reasons make it functional and pleasant to all, since it is manufactured in a certain way. Japanese

people neither express any preference, nor disclose what they love, thus forgetting their own tastes. This is in favor of the common good, a cultural factor hard to weed out.

Milan is the design hub. Why ever?

This is due to a mix of factors: enterprises, designers, magazines, combined with the willingness to experiment new, sometimes challenging, things, made this sector more human, funny and joyful.

How your design vision has changed over time?

I am freer now than I was. The strict Japanese model had influenced me. This evolution is well expressed in my projects.

What were the teachings?

A basic knowledge of production. Here you work in close contact with artisans and technicians who give their contribute, suggestions, and help, while totally respecting the starting project. Everything is based on ideas-exchange, flexibility, and possible changes during the implementation. Basically, in my country concept and implementation perfectly match, running the risk that it was not the right choice.

What has changed over time?

Companies are increasingly marketing-oriented if compared to the past. Many artisans are quitting their profession: this is a pity. It's a rough time but, being a foreigner, I really hope that young talents will make traditions survive. www.kazuyokomoda.com

INVENTARIO

Tutto è Progetto / Everything is a Project



01.



02.



05.



04.



03.





1 — 140. Copertina/Cover

Pallone da calcio/Football



€ 10

06.

Come altre presenze della nostra quotidianità, il pallone da calcio è continuamente oggetto di riflessioni, riletture e interpretazioni tra design e arte, spunto progettuale per opere tra sorriso e divertimento, impegno e intuizione, paradosso e humour. Tutti, donne e uomini, abbiamo provato almeno una volta, almeno certamente da piccoli, a tirare calci a un pallone. E tutti conosciamo la gioia, l'energia e la vitalità che questo semplice e istintivo gesto regala, e il senso di liberazione che porta con sé. E basta guardare un gruppo di bambini giocare al pallone, anche nei luoghi più sfortunati del nostro mondo, per accorgersi di sorrisi luminosi che affiorano spontanei. "Giocare è una cosa seria", avrebbe suggerito l'infinito Bruno Munari, e inseguire di corsa un pallone, ogni tanto, può far bene proprio come dondolarsi sull'altalena, rincorrersi a perdiffiato o giocare a nascondino, liberandosi di freni inibitori e di reticenze da zavorre culturali. Mentre il pallone è già pronto a rotolare via di nuovo, per farsi raggiungere ancora una volta, sfidandoci semplicemente in velocità e destrezza.

07.

Like other everyday presences, the football is an on-going item for reflection, rethinking and interpretation between design and art, a project stimulus for works ranging from amusement and fun to commitment and intuition, paradox and irony. Everyone, female or male, at least once, at least certainly as a child, has tried to kick a football. And we all remember the joy, the energy and vitality that simple, instinctive gesture gave us, the sense of liberation it brought in its wake. Just watch a group of kids playing football, even in the most troubled places in our world, and you can see the luminous smiles that spontaneously come to the surface. "Play is a serious matter", the infinite Bruno Munari would have suggested, and chasing a ball now and then can have its benefits, just like soaring on a swing, a breathless game of tag or hide-and-seek, freeing us of inhibitions and the reservations caused by cultural baggage. The ball is ready to roll away again, leading us on, slowing to let us catch up, challenging our speed and dexterity.

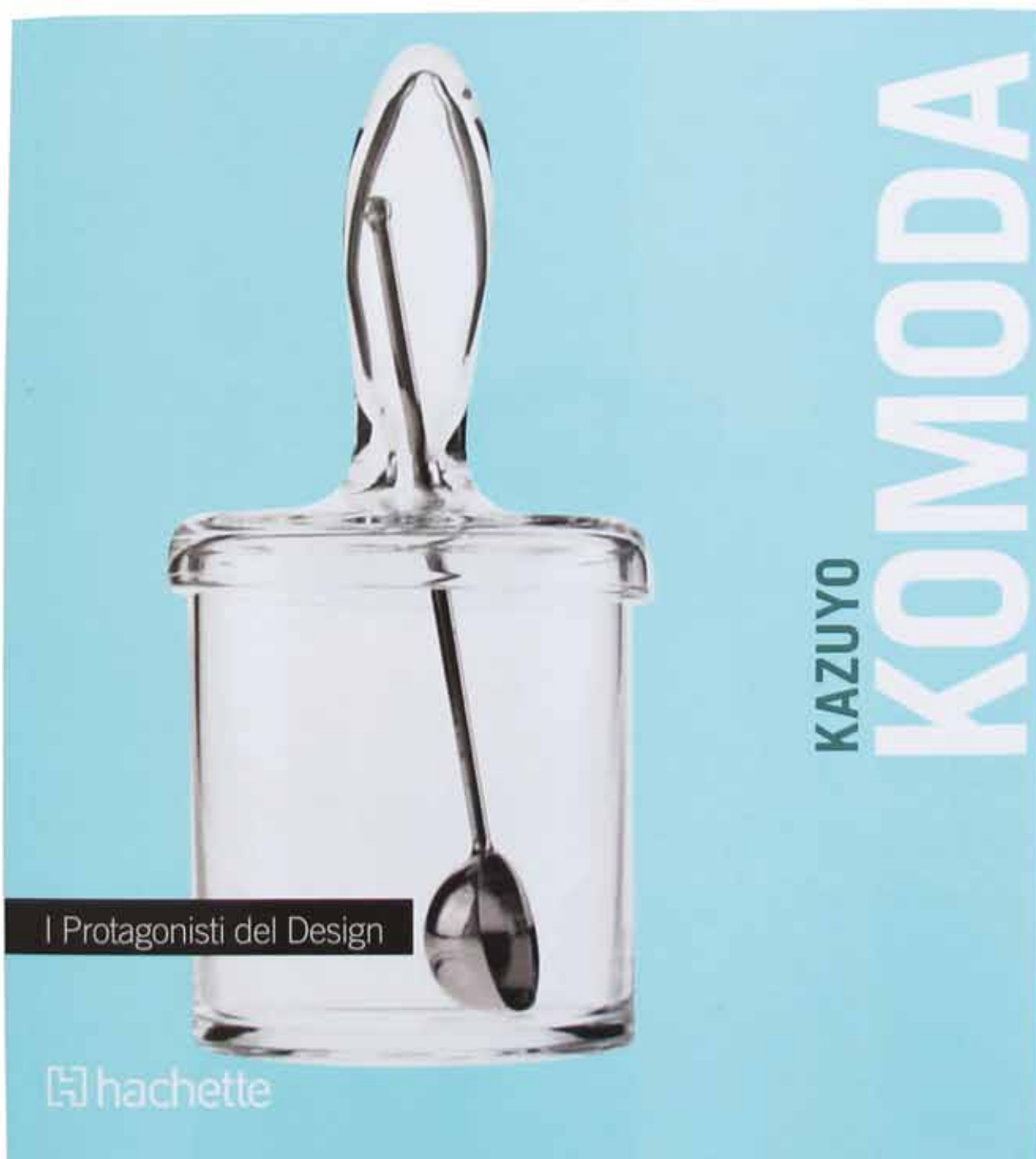


08.



09.





I Protagonisti del Design

 hachette

KAZUYO KOMODA



Kazuyo Komoda

Collana: I Protagonisti del Design

Collana a cura di Vando Pagliardini
Testo di Francesca Acerboni

Editore: Hachette Fascicoli (luglio
2014)

Lingua: Italiana

numero pagine: 48 pagine

Research Experience in Design

Alessandro Biamonti

Kazuyo Komoda

Research Experiences
in Design



FrancoAngeli



Kazuyo Komoda, a cura di Alessandro Biamonti.

Il primo libro della collana Nuova serie di Design. RED - Research Experiences in Design è il nome di un ciclo di incontri e seminari nati all'interno del XXV ciclo di Dottorato in Design del Politecnico di Milano, in collaborazione con il Triennale Design Museum, con l'obiettivo di creare momenti di dialogo e confronto tra la comunità scientifica del Dottorato in Design e le esperienze del design come professione. Un ciclo di incontri con progettisti internazionali, per sperimentare una nuova dimensione del sapere disciplinare, in un ambito dichiaratamente poliedrico come è quello del design, connotato da una marcata e necessaria interdisciplinarietà, così come da sensibilità verso questioni a volte anche contraddittorie.

Editore: Franco Angeli (6 marzo 2012)
ISBN-10: 8856846861

Lingua: Italiano Inglese
ISBN-13: 978-8856846867

CORRIERE DELLA SERA

Milano, Via Solferino 20 - Tel. 02 57501
Sezione Milano - Tel. 02 57501111

Fondato nel 1876   www.corriere.it

Dir. Resp. Paolo Ventura
Tel. 02 57501111



Lo stilista aveva 92 anni
Addio a Missoni, artista del colore
Da atleta all'Olimpiade '48 a re della moda
Paola Di Stefano, Gian Luigi Pascheri, Paolo Polo da pagina 24 a 25



Tensioni sulla giustizia, da Napoli richiesta di processi per Berlusconi. Il Pdl va in piazza: vogliono azzerarci

Il governo prende tempo sull'Imu

Saccomanni: l'acconto di giugno sarà sospeso. Ma il decreto slitta

TAGLI SENZA TRUCCHI

di MASSIMO TRACARO e NICOLA SALERTE

La volta di ritenere la decisione dell'Imu un provvedimento nuovo e più giusto. Il fatto che, in questi giorni, si stia parlando di un'eventuale proroga della misura che rende il provvedimento non facile da mettere in discussione. In qualche modo, allora, la scelta di ritenere il sistema più ragionevole della proposta. Saremmo, però, un errore segnalare il troppa faticosa che non fanno. Gli amministratori la possibilità di tornare con una legge nuova. Dopo un anno e mezzo, il governo, invece, continua a insistere, che proprio in questi mesi avrebbe dovuto essere la maggiore attenzione. La possibilità di tornare con una legge nuova, invece, è un'alternativa. Il governo, però, non ha ancora deciso se riproporre il sistema attuale o se si è già mosso verso una nuova soluzione. Il governo, però, non ha ancora deciso se riproporre il sistema attuale o se si è già mosso verso una nuova soluzione.

Il decreto che introduce la sospensione dei pagamenti della prima rata dell'Imu è il risultato di una lunga e complessa trattativa. Il governo prevede sempre un'eventuale proroga del decreto. Il governo prevede sempre un'eventuale proroga del decreto. Il governo prevede sempre un'eventuale proroga del decreto.



Il Giappone ora sogna il nuovo boom
di GIULIO SANTAVITTORI
L'azienda del Giappone sotto il governo di Shinzo Abe dopo 15 anni di crisi. Il governo ha tentato di tagliare gli investimenti e i salari. Il governo ha tentato di tagliare gli investimenti e i salari.

Polizia, finanza e carabinieri
un'unica festa
di EMBERICA SAKLANDER
È un'idea che si sta diffondendo in questi giorni. Si tratta di un'idea che si sta diffondendo in questi giorni.

Partiti e leader
IL PD NON SA COSA È SUCCESSO NELLE URNE ELETTORALI
di ANTONIO POLITO

Twitter diventa la piazza dell'Ulivo
di PERLUIGIANTINIA
È diverso, soprattutto. L'idea di un'alternativa è un'idea che si sta diffondendo in questi giorni.

WALTER SITI
Resistere non

A Genova lutto e proteste. Da comandante e pilota versioni divergenti
«Blackout sulla nave della strage»



310
Imprese giapponesi fanno investimenti in Italia, secondo i dati pubblicati nel 2011 dall'Istituto del commercio estero. Gli addetti coinvolti sono oltre 30 mila, quasi il 70% lavora nel settore manifatturiero, il 27% nel commercio all'ingrosso. Il fatturato delle aziende supera i 17 miliardi di euro

Da Tokyo a Milano
«SIAMO UN'ISOLA QUI IN ITALIA C'È PIÙ APERTURA»
di MONICA RICCI SARGENTINI
Konuro Komoda è una designer giapponese che vive a Milano dal 1989. Arrivò in Italia poco dopo la laurea in Arte per lavorare con Denis Santachiara, «di cui - dice - ammiravo moltissimo il lavoro». Il contratto è di un anno e lei pensa che sia un tempo giusto per gustare un po' d'Italia e poi tornare a casa. Invece Milano è diventata la sua vita. Da anni si è messa in proprio e tra i suoi clienti ci sono Driade, Acrobati International, Bernini, Fabrizio Boutique, Moleskine.

Chi è
Konuro Komoda è una designer giapponese nata a Tokyo 51 anni fa. Dal 1989 vive e lavora a Milano, dove verso la metà degli anni 90 ha aperto un suo studio. Collabora con varie aziende tra cui Driade, Bernini e Moleskine.

Cosa le manca del suo Paese?
«Ormai considero l'Italia il mio Paese. Il Giappone che mi manca non esiste più. C'è troppo consumismo. Si bada solo a fare soldi».
Anche in Italia, no?
«È diverso. Gli italiani pensano le conseguenze delle loro azioni. Io mi sento più tutelata. Per esempio, nucleare, sugli ogm, siete l'avanguardia. La decisione viene presa solo sulla base del guadagno economico, per questo c'è anche una forte decadenza culturale».
E, comunque, il cibo non le manca?
«Già (ride). Quando sono arrivata a Milano, gli italiani erano molto conservatori soprattutto in fatto di cibo. Così magari se invitavo qualcuno a cucinare qualcosa di giapponese, la mannaera allibito. Ora i giapponesi mangiano di tutto. Però è interessante l'idea di ristoranti giapponesi a Milano non gestiti da cinesi. Alcuni sono buoni ma bisogna stare attenti».

Consumismo
Il Giappone che mi manca non esiste più, si bada solo a fare soldi, c'è troppo consumismo

Consumismo
Il Giappone che mi manca non esiste più, si bada solo a fare soldi, c'è troppo consumismo

Consumismo
Il Giappone che mi manca non esiste più, si bada solo a fare soldi, c'è troppo consumismo

Amica

RCS



Liya Kebede

Moda

MINIMALE
ROMANTICA
ESOTICA

**Speciale
Amica Kids**

INCHIESTA

I GIOVANI
E IL LAVORO
(CHE NON C'È)

VISIONI

DESIGN: PROGETTI
DA... LEGGERE

Special Guest

GIANNA NANNINI
DAVID BECKHAM
FRANCESCA NERI
ANNA VALLE
LOLA PONCE
MARCO MENGONI

R/Evolution

Urban portrait

LE DIECI PAROLE
CHIAVE PER
CAPIRLA DAVVERO
E I DIECI LUOGHI
DEL CUORE
DI UNA CREATIVA
GIAPPONESE CHE
L'HA SCELTA COME
"SUA" CITTÀ

TESTO KAZUYO KOMODA
FOTO LUCA CAMPIGOTTO

SORPRENDENTE



Nottetempo

Piazza Duomo.
Sulla sinistra
c'è il Museo del 900.
Sullo sfondo
il grattacielo
della Terrazza
Martini
in piazza Diaz.

1. Hangar Bicocca

È un luogo che frequento molto e sto bene ogni volta che ci vado. Fanno mostre d'arte contemporanea molto ben curate, quindi ci torno spesso. Belle le installazioni permanenti, come i Sette palazzi celesti di Anselm Kiefer o la Sequenza di Fausto Melotti, ma anche mostre temporanee. La prossima, fino al 28 aprile, si intitola *Primitive*, e presenta un progetto dell'artista e filmmaker thailandese Apichatpong Weerasethakul esposto in un allestimento concepito apposta (info: via Chiese 2, tel. 02.6611573, www.hangarbicocca.org).

2. Studio Museo Achille Castiglioni

È uno dei miei architetti preferiti e dei designer più stimati al mondo. La prima volta che sono entrata nello studio ho pianto. Lui non c'è più, ma la sua presenza è palpabile e vedendo lo spazio si può capire come pensava e progettava (Castiglioni è stato qui per oltre 40 anni). Ogni architetto dovrebbe andarci. Emozionante (info: piazza Castello 27, tel.: 02.805.3606; si effettuano visite guidate solo su prenotazione www.achillecastiglioni.it/it/studio.html).

3. Casa Museo Boschi Di Stefano

Stupenda selezione di opere di arte contemporanea italiana, che nasce come collezione privata. C'è una sala intera di opere di Lucio Fontana. Una mia amica, che gestisce un piccolo museo in Giappone, quando l'ha vista è rimasta esterrefatta: "Noi ne abbiamo solo

uno". L'ingresso è gratuito: cose che possono succedere solo in Italia. È vicino a casa e appena posso ci vado. A proposito: la palazzina che la ospita è stata progettata negli Anni 30 dall'architetto Pietro Portaluppi (info: via Giorgio Jan 15, tel. 02.20240568, www.fondazioneboschidistefano.it).

4. Teatro alla Scala

Può sembrare scontato, ma è il teatro che frequento di più, sia per i concerti e l'opera sia per il balletto. Altri teatri sono più interessanti per struttura architettonica, come il Piccolo Teatro Strehler progettato da Zanuso, ma alla fine, come tanti stranieri, è a La Scala che sono più affezionata (info: via Filodrammatici 2, tel. 02.88791, www.teatroalla-scala.org/en/index.html).

5. Stazione Centrale

Nonostante tutto (nonostante i senzatetto e la gente poco raccomandabile che ci gira intorno, e nonostante la brutta ristrutturazione che l'ha



10 PAROLE

TRAM

Anche se mi muovo molto di più con la bici, trovo il tram favoloso. E molto milanese.

NEBBIA

Da dieci anni è fortemente diminuita (e non altrettanto lo smog). Però quando cala e ti ci trovi sommersa, pensi: "Già, sono a Milano!".

CENA A CASA

A Tokyo, per le distanze e perché le case sono in generale molto più piccole, non si invitano persone per la cena. Qui si

EVENTI

Il Milano Film Festival, non solo per i film selezionati ma per come è gestito, da Esterni; le Mostre della Fondazione Trussardi.

Passo svelto

Perché non si corre come fanno in Giappone, ma per essere una città italiana, si va di fretta.

FIERA

Non solo per il design. Per tantissimi altri mestieri e attività. Dalla cartotecnica ai tessuti. C'è un calendario fittissimo!

NAVIGLI

Il grande, il Pavese, simboli della città.

DISUGUAGLIANZE

Le disuguaglianze ci sono, e anche forti. Però c'è un diffuso e sentito senso di solidarietà, tantissime persone impegnate nel volontariato per aiutare chi soffre, chi ha bisogno. Anche designer e artisti tengono laboratori per bambini maltrattati.

FUORI SALONE

Un evento fantastico, specie perché aperto a tutti!

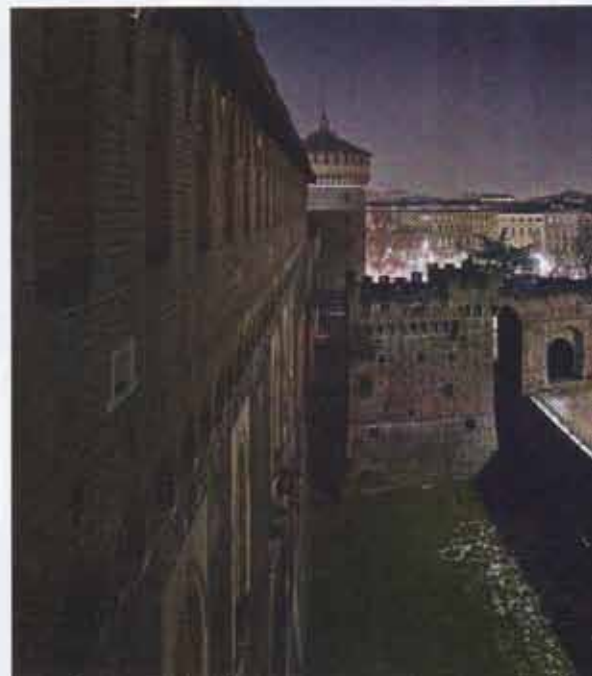
MULTI_ETNICO

Si vive un clima multi culturale, anche se in modo meno visibile che a Londra o Parigi.

resa un po' un centro commerciale) ritengo che sia ancora una delle stazioni ferroviarie più affascinanti del mondo. Si trova in piazza Duca d'Aosta, tra piazza Luigi di Savoia e piazza IV Novembre, Milano.

6. Biblioteca Ambrosiana

Mi ha colpito proprio per gli ambienti. Come la grande Sala Federiciana, un monumentale spazio di lettura dove il fondatore, il cardi-





Luci della città
A sinistra, via Vittor Pisani vista dalla Stazione Centrale. A destra, piazza Cordusio. Sotto, il Castello Sforzesco e uno scorcio delle mura di cinta.

nale Federico Borromeo, pose un grande braciere per confortare il lavoro degli studiosi. Collegata alla Federiciana, si trova la Sala Luini, dominata dall'importante affresco dell'Incoronazione di Bernardino Luini (info: piazza Pio XI 2, tel. 02.806921, www.ambrosiana.eu/jsp/index.jsp).

7. Il mercato aperto

Un normalissimo mercato rionale, come ce ne sono tanti a Milano (anche 15 nello stesso giorno, in diverse zone della città), ma per me è un posto di riferimento per un modo di vivere all'italiana. In questa città si mangiano verdure fresche e si comprano a buon prezzo soprattutto nei mercati. Quello che frequento io è in via Benedetto Marcello, il più vicino a dove abito, e si tiene ogni martedì e sabato mattina.

8. Artigiani

In Italia ci sono ancora artigiani che lavorano a regole d'arte, come Pepino Drali, che a 84 anni, costruisce e ripara bici nel suo negozio nella periferia sud di Milano. Ho fatto fare da lui quasi 20 anni fa la mia bicicletta che va ancora come il vento.

D'altronde è stato "telaista" di Fausto Coppi (info: via Agilulfo 16, tel. 02.89504840).

9. Parco Sempione Triennale

Anche Milano, sebbene in modo limitato, ha i suoi spazi verdi con giardini e parchi: il parco Sempione è quello che preferisco perché una passeggiata a piedi o in bici può finire con una visita alla Triennale di cui apprezzo sempre le mostre dedicate al Design, sia durante il Salone del Mobile sia nel corso dell'anno (info: viale Emilio Alemagna 6, tel. 02.724341, www.triennale.it).

10. Pasticceria Cucchi

Locale storico, ma per nulla lezioso. Quando lavoravo allo Studio Santachiara, che si trova sui Navigli, mi fermavo qua tutte le mattine per fare colazione. Ancora adesso ogni volta che riesco a passarci, mi rende felice. E poi il proprietario è stato molto solidale con la popolazione giapponese: ha ospitato nel 2011 un concerto di beneficenza dedicato alle vittime del terremoto (info: corso Genova 1, tel. 02.89409793, www.pasticceriacucchi.it).●



Kazuyo Komoda

Nata a Tokyo, dove si è laureata in design, dal 1989 vive e lavora a Milano. Dopo aver collaborato con Denis Santachiara, dalla metà degli anni '90, ha aperto il suo studio (www.kazuyokomoda.com). Attualmente è impegnata nella realizzazione di progetti d'interni, product design e fa consulenze in colori e materiali. Ha partecipato a diverse mostre e manifestazioni in Europa e in Estremo Oriente. Collabora con varie aziende, tra cui Acerbis International, Bernini, Fabriano Boutique, Calligaris, Driade, Dornbracht, Elica, Ferrero, Lumen Center, Mitsubishi, Mogu, Moleskine, Panasonic, Pandora Design, Sony and Yamaha Motor.



1961年東京都生まれ。1982年武蔵野美術短期大学デザイン科工業デザイン（プロダクト）専攻卒業。自費出版『ジ・エアークラウドデザイン』（株）を経て、1989年渡伊。
スタジオ・サンタキアラに勤務の後、フリーランスとしてミラノを拠点に活動。インテリアデザイン、家具、小物等のプロダクトでデザインを中心に、カラーリング、パッケージング、インスタレーションまで、活動範囲は多岐にわたる。
主な仕事にドリアア社、モレスキン社、アキセルビスインターナショナル社、ドーンブラウト社などのヨーロッパ一流メーカーのプロダクト、フィロ・ディ・セツのブティックインテリアがある。

海外からこんにちは

Art from Italy

Art from Italy

Kazuo Komoda

「主観を主張することに躊躇しない国民性がデザインを面白くしている。」

初めてイタリアのデザインを目にしたのはムサビの図書館だった。日本伝統工芸に興味があり、入学した短大の工業デザイン科の当時の授業に登場する海外のデザインと言えば20世紀前半のバウハウスに關する事だけだったから、洗練されているが人間的に溢れ表情豊かなイタリアのデザインは衝撃的に新鮮だった。卒業後日本で仕事をした7年間はバブル経済最盛期、同年代の同業者が次々と独立して行く中、例に漏れず私も独立を考えたが、その前に

23年日本を海外から見たい。イタリアのデザインの現場を見てみたい。ミラノのサンタキアラの事務所志願の手紙と作品集を送った。週数人応募のある事務所のたった一つのコラボレーターの席を得たのは幸運と思ったが、数年後自分の志願の手紙を読み返し、我ながら驚く程熱心で採用も納得出来た。事務所での仕事は一言で表現すれば、楽しかった。日常の暮らしの中での喜びがデザインに注がれているようだった。当時のミラノの若い同業者たちは流行ではなく、文化や生活の質の向上について熱く語り合っていた。一方日本ではヨーロッパの最新トレンドばかりが雑誌に掲載されていた。日本にいるデザイナーが、本当にヨーロッパのデザインを理解しようと考へたら最も知るべき部分ではないかと、コンタクトのあった日本の雑誌にその内容の記事を書く提案をしたが、編集部からは最新情報ではないからとズバリ知るという行為さえも、考え難く下げるためより消費材としての情報に価値を置く消費主義社会に幻滅した。

3年間フルタイムで仕事をした後、数年間は外部コラボレーターとして継続しながら自分の仕事をする事にした。ミラノはデザイナーの激戦区で独立は簡単ではない。それでも、一つをクリアすると次のステップに挑戦したくなる。翌伊5年程経った頃、日伊の社会や価値観の違いから、いずれ日本に帰るのなら



出来るだけ早く帰った方が良く、海外で仕事をしたという実績だけならここまで十分だと気付いたが、海外でどこまで出来るか試してみたい好奇心の方が強く、残ることに決めた。



製品化されるため、メーカー側の選択基準や抜擢の仕方は、仕事の質への影響が大きい。イタリアでは新聞やテレビのチャンネルにより、物事は様々な視点で報道され真実は一つではないことが良くわかる。製品化の選択基準も客観的な無難を求める日本と比べ、主観を主張することに躊躇しない国民性がデザインを面白くしている。最近ではマーケティング志向が強くなったが、何かを売りたい、好きだ、と人が感じることはまず主観であるという認識にまだ変わりはない。

今年で在伊23年になる。改めて振り返ると帰国は是非にせよ何にせよ、選択の余地があった時に常に難しそうな方を選んで来た。要領が良いとは言えないが、その方が人生は豊かになると私は思っている。



1961年東京都生まれ。1982年武蔵野美術短期大学デザイン科工業デザイン（プロダクト）専攻卒業。自費出版『ジ・エアークラウドデザイン』（株）を経て、1989年渡伊。
スタジオ・サンタキアラに勤務の後、フリーランスとしてミラノを拠点に活動。インテリアデザイン、家具、小物等のプロダクトでデザインを中心に、カラーリング、パッケージング、インスタレーションまで、活動範囲は多岐にわたる。
主な仕事にドリアア社、モレスキン社、アキセルビスインターナショナル社、ドーンブラウト社などのヨーロッパ一流メーカーのプロダクト、フィロ・ディ・セツのブティックインテリアがある。



1. Proecta (トマソ・カッパ) プラスチックカトラリー 武蔵野美術大学 美術科 芸術部 資料センター デザイン性 2004年
2. Ansel (アキセル) ステンレスの4年製をベースに差し込むだけで7つの角度により変化する曲線を活かしたデザイン。(アキセル) ビスインターナショナル社 1988年
3. WWF スターン ナリコロレクション WWF イタリアのスターン ナリコロレクション、素材から製造過程までエコロジー。(フランコ・パルビニ) スコーラ社 2011-2012年
4. Carretto di Lucina (カレット) ネットワークのクリスタルスマイルとオーシャン ムービングヘッドプロジェクターによるクリスタルスマイルとオーシャン。(カステル・ダレフィオ) サ・スタイル・アットレイト 2008年
5. 今年3月に出版された『デザイナーズ』日本の第一巻。ミラノ工科大学博士課程でのワークショップをベースにした他の講師陣アリ・クラシエ・セルカ・スパンノ・パロ・ウリアン等の本が収録予定。(フランコ・アンジエリ社) 2012年 (ISBN: 978-0956040807)

ddn

202

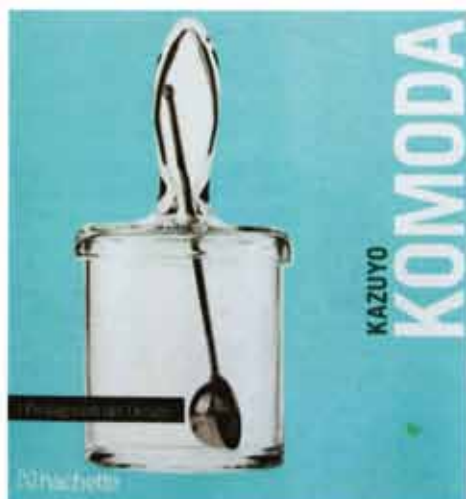
DESIGN DIFFUSION NEWS

BACKSTAGE PROJECT FOOD DESIGN A KM ZERO PARIGI TODAY

REALLY **ITALIAN.IT**



FRANCE: 01 47 33 10 00 - DE: 03 00 00 00 00 - GRE: 01 00 00 00 00
UK: 020 7799 0000 - CH: 022 22 22 22 - NL: 020 00 00 00 - BE: 02 00 00 00 00



KAZUYO KOMODA

Kazuyo Komoda, classe 1961, è una designer giapponese, milanese di adozione, che si è da tempo affermata con progetti in grado di esprimere un mirabile mix di poesia, freschezza, sensualità ed emozione. A lei oggi Hachette dedica una monografia, realizzata a cura di Vando Pagliardini, che amplia la collana dedicata a 'I protanagonisti del design' (collana di cui fanno parte i profili di architetti e designer del presente e del passato quali Le Corbusier, Achille Castiglioni, Philippe Starck, Gio Ponti...). Sfolgiando le pagine del nuovo volume, con testi di Francesca Aceboni, si entra in un mondo lieve e quasi incantato, in cui il lavoro di chi immagina e progetta spazia dal product (di lampade, mobili, specchi, gioielli, complementi...) alle installazioni luminose, arrivando fino all'architettura d'interni, con boutique e alberghi realizzati sia in Italia che all'estero. Ricercatissima da aziende europee ed asiatiche, Kazuyo Komoda propone infatti un'opera sempre in divenire, in cui la cultura giapponese e quella italiana si fondono dando vita ad oggetti animati da uno spirito di pura invenzione, capaci di intessere un dialogo colto con lo spazio in cui vengono inseriti.

www.hachette-fascicoli.it

Francesca De Ponti

Kazuyo Komoda, born in 1961, is an established Japanese designer, Milan being her adoptive city. She can boast projects based on a unique blend of poetry, freshness, sensuality and emotion. Hachette has published a monograph on the designer, edited by Vando Pagliardini, to supplement the series on big names in design. (The series includes profiles of present and past architects and designers, such as Le Corbusier, Achille Castiglioni, Philippe Starck and Gio Ponti). Leafing through the new volume, with texts by Francesca Aceboni, you enter a gentle, nearly enchanted world, where the designer's work covers all the fields, including products (lamps, furniture, mirrors, jewels, furnishing complements...), lighted installations, interior architecture, with boutiques and hotels in Italy as abroad. Very popular among European and Asian companies, Kazuyo Komoda provides ever-growing projects, where the Japanese and Italian cultures fuse into objects enhanced by pure invention, finely interacting with the spaces they belong to.

www.hachette-fascicoli.it



FEDRIGONI CONSTELLATION
PER MERCEDES-BENZ ITALIA

UN PLANISFERO D'AUTORE



Mercedes-Benz, forte di una tradizione centenaria, distribuisce alcuni dei marchi automobilistici più prestigiosi al mondo. In occasione del lancio della vettura Classe B Traveler è stato realizzato un prezioso omaggio artistico, la cui idea creativa, coordinata al tema del viaggio, è risultata vincente grazie alla sinergia instaurata tra tutti i soggetti coinvolti nel proget-

to. Il risultato è un'opera d'arte (il planisfero, in cartone) rivestito con Fedrigoni Constellation Jade Fluid, una carta di grande impatto visivo e tattile. Infatti, è perlescente e questo crea una miriade di riflessi, luci, ombre e movimento che rendono ancora più esplicito il concept di comunicazione e più evidente la trama modulata della goffatura Fluid, con un risultato immediatamente percepibile alla vista e al tatto. "Qualità, eleganza, tecnologia e sicurezza" non sono solo i valori che contraddistinguono i prodotti Mercedes, ma de-

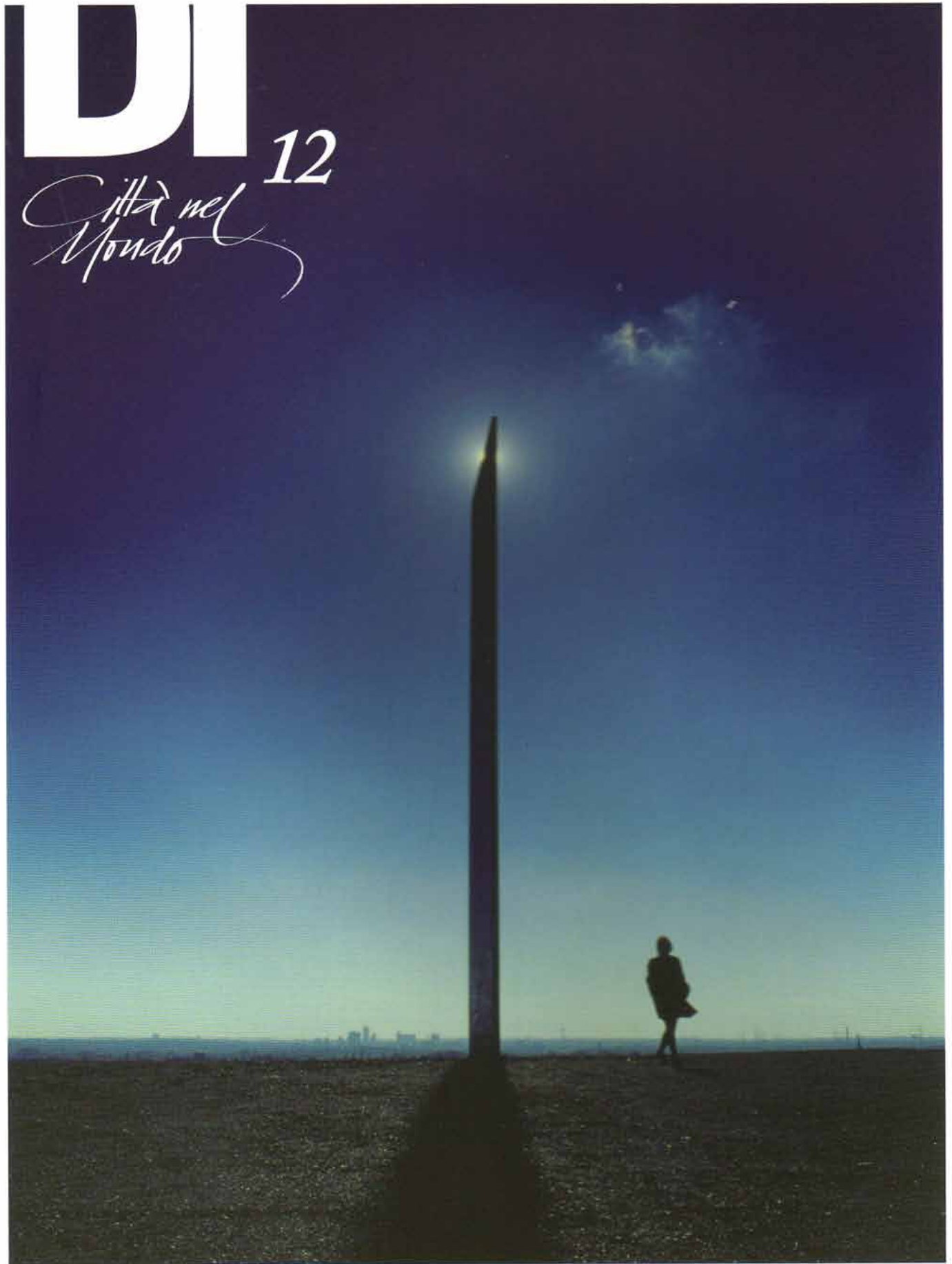
Mercedes-Benz, a company
... name, distribute
... brands. To mark t
... commissioned a v
... to ordines v
... needs by genera
... in the proje
... the printer

CASA D

Progetti anarchici
**MESSNER
E I MUSEI
DELL'AVVENTURA**

Design eccentrico
**COLORI LACCA &
SALOTTI ANNI 40**

**OSPITALITÀ
VINTAGE**



Bruno Mondadori



FLUTTUAZIONI

di Kazuyo Komoda, designer

Conversazione con Pasquale Alferj

«Stare *in between*, vivere tra due culture è intrigante, ma non certo semplice. Decodificare valori diversi, ricostruire identità, cambiare ambiente e mentalità sono azioni che fanno soffrire prima che tu acquisisca una nuova stabilità» dice pensierosa Kazuyo Komoda. E prosegue: «Qualche anno fa, nel 2006, ho curato una mostra della Biennale di Saint-Étienne. Il titolo era “JapGap/Cohabitation” e presentavo i lavori di sei designer giapponesi che, oltre a me, avevano stabilito un’identità di mezzo». Da intendersi non come “via di mezzo” per risolvere un conflitto tra due culture differenti, ma uno “stare nel mezzo” di due culture, stare nel luogo in cui separazione e approssimazione, distanza e prossimità possono incontrarsi.

Kazuyo Komoda è un’affermata designer giapponese che abita da molti anni a Milano. Nel suo lavoro non ha mai smesso di rielaborare la sensibilità estetica del suo paese interrogando quella italiana e viceversa.

PASQUALE ALFERJ. QUANDO È ARRIVATA IN ITALIA, A MILANO?

KAZUYO KOMODA. Sono arrivata a Milano, all'aeroporto di Linate, il 7 luglio del 1989, da Tokyo, via Amsterdam. Ricordo perfettamente la data perché in Giappone è la festa degli innamorati, il giorno in cui esprimere un desiderio vuol dire realizzarlo. Sono arrivata alle nove di sera e c'era ancora luce. A Tokyo, anche d'estate, il buio cala alle sette di sera. Prima di partire, un'amica che da piccola era vissuta in questa città mi aveva detto che Milano era "verde". Non era vero, ma prima di entrare in città, attorno a Linate, era tutto verde e dissi tra me come buon augurio: "Forse è vero".

P.A. C'ERA QUALCUNO AD ASPETTARLA?

K.K. Dei conoscenti che abitavano a Como vennero a prendermi per portarmi a Milano nel piccolo appartamento che avevo affittato per tre mesi.

P.A. QUANTO PENSAVA DI FERMARSI? CHE TIPO DI VIAGGIO ERA IL SUO?

K.K. Be', non ero una turista. Ero venuta a Milano con delle motivazioni molto serie, ma all'inizio non pensavo di restarci tanto. Poi, invece, via via che gli anni passavano, questa condizione è diventata sempre più reale. A un certo punto ho capito che la società italiana era molto diversa da quella giapponese. Due popoli con due mentalità distinte. A dire il vero, dopo quattro-cinque anni di permanenza a Milano mi sono detta "è meglio tornare in Giappone". Però poi non l'ho fatto, proprio per la mia curiosità di andare avanti. Non so se è stata una scelta intelligente, ma non mi sono mai pentita.

P.A. IL VIAGGIO IN ITALIA NON ERA UN VIAGGIO TURISTICO ED ERA QUALCOSA DI PIÙ DI UN VIAGGIO DI STUDIO. CHE COSA L'HA SPINTA A VENIRE A MILANO?

K.K. Sono arrivata a Milano dopo aver studiato Design, lavorato in uno studio, vinto diversi premi, partecipato a mostre e pubblicato in riviste i miei primi lavori. Devo però aggiungere due cose. Sono nata e cresciuta nel centro di Tokyo e la mia è una famiglia di architetti: lo sono mio padre e mio fratello e lo è stato anche mio nonno. Ho frequentato un ottimo liceo privato, ma invece di iscrivermi ad Architettura ho scelto la Scuola di Belle Arti di Tokyo, molto nota in Giappone, e *Product design* come specializzazione perché mi interessava l'artigianato tradizionale giapponese. Purtroppo avevamo un professore, figlio di un famoso artista, che si rivelò una delusione. Nel frattempo nella biblioteca della mia scuola avevo scoperto il design italiano.

P.A. E QUINDI SI È INNAMORATA DEL DESIGN ITALIANO...

K.K. All'epoca tutte le riviste giapponesi di architettura e design parlavano dell'Italia come se tutti i suoi artisti fossero dei geni. Questi designer dicevano e facevano delle cose interessanti, però alla fine i loro lavori restavano terribilmente formalistici e poco innovativi. Uno di loro mi colpì veramente e volevo capire non solo il suo modo di progettare, ma anche di vedere le cose. E allora mi sono detta: "Devo collaborare con lui". Gli ho scritto e lui ha accettato di prendermi nel suo studio. Il designer in questione è Denis Santachiara. A colpirmi è stato l'aspetto innovativo del suo lavoro e l'ironia che mette in tutti gli oggetti che progetta.

P.A. UN ALTRO CONTINENTE, UN'ALTRA CULTURA. COME È ANDATA ALL'INIZIO?

K.K. L'avvio è stato molto duro. Forse anche per il mio carattere non certo mediterraneo. Ci sono degli stranieri che riescono subito a fare proprie delle cose diverse da quelle a cui sono abituate, dalla loro cultura, e altri che le rifiutano. Io, prima di accettarle ci penso a lungo, cerco di metabolizzare i cambiamenti e quindi ho impiegato più tempo ad abituarli allo stile italiano.

P.A. E POI?

K.K. Dopo qualche anno di collaborazione mi è venuta voglia di rendermi autonoma e avviare un'attività tutta mia. Ho così cominciato a contattare le aziende italiane per vendere i miei progetti.

P.A. QUANDO È ACCADUTO?

K.K. Nei primi anni novanta. L'avvio dell'euro aveva reso critica la situazione economica, ma fin dai primi contatti quasi nessuno si è rifiutato di ricevermi e di vedere i miei progetti. In Giappone questo si verifica raramente. Certo, adesso le cose stanno cambiando anche laggiù, ma non c'è ancora quell'apertura che ho trovato a Milano. Deve sapere che in Giappone la maggior parte dei prodotti è progettata da designer che lavorano all'interno delle aziende. Queste ultime sono mediamente molto grandi e quindi non puntano a un mercato di nicchia. Anche la più grande azienda italiana è molto più piccola di una media azienda giapponese. In Italia è evidente che nel mercato del design ogni marchio è un mercato di nicchia. Inoltre, sempre in Giappone, vengono scelte prevalentemente

le cose gradite a tutti, non necessariamente belle. Questa differenza cambia molto il rapporto designer-committente.

P.A. QUAL È LA DIFFERENZA TRA IL DESIGN IN ITALIA E IN GIAPPONE?

K.K. In Giappone il ciclo vitale dei prodotti è molto breve. Il consumo è frenetico e le aziende puntano sfacciatamente al portafoglio. Per esempio, i ragazzi di diciassette-diciotto anni hanno oggi buone possibilità di spesa e allora le aziende si concentrano su questa fascia d'età: tanti prodotti per loro senza preoccuparsi che siano belli e utili.

In Italia il design è molto più presente nella vita quotidiana di quanto non lo sia in Giappone. Forse perché nel mio paese la qualità della vita è in generale più bassa e il design giapponese è rivolto più all'arredo di ristoranti e negozi e meno alle abitazioni private. In Italia, invece, la fantasia trova spazio e ciò che poteva restare solo un bel disegno si traduce, grazie ad aziende disposte a crederci, in oggetto d'uso. Per questo mi piace lavorare qui. Lavoro per lo più con aziende italiane, ma non mancano tra i miei clienti quelle francesi o tedesche. Le aziende giapponesi mi conoscono e se qualcuno di loro mi chiama e mi fa una proposta non la rifiuto. Ma lavorare con gli italiani significa avere a che fare con persone che hanno un amore vero nei confronti dell'oggetto, gli affari vengono dopo e questo li porta a rischiare. Per il cliente giapponese, invece, gli affari vengono prima dell'oggetto, prima di ogni cosa.

P.A. AI LETTORI CURIOSI DELLA NOSTRA RIVISTA CONSIGLIAMO DI ANDARE A VISITARE IL SUO SITO (WWW.KAZUYOKOMODA.COM) PER VEDERE TUTTO CIÒ CHE LEI HA PROGETTATO E

REALIZZATO FINO A OGGI. MA QUAL È STATO TRA I PRIMI OGGETTI PROGETTATI QUELLO IN CUI È VISIBILE L'INTERFERENZA TRA LE DUE CULTURE?

K.K. Mi viene in mente "Kasumi", uno dei miei primi lavori ma ormai fuori commercio. In Giappone i piatti da tavola hanno infinite varianti di forma e dimensione: ci sono piatti ovali, rettangolari, tondi, quadrati. Naturalmente alcune dimensioni sono più usate delle altre. Inoltre, nella cucina non si porta a tavola un piatto alla volta, ma si mette tutto insieme e ogni piatto contiene una pietanza diversa. In Italia ho invece visto che tutti i tipi di piatto hanno la stessa forma, mentre variano le dimensioni. Per me è stata una novità e ho progettato una credenza in legno, alluminio e fogli di policarbonato, a



Kasumi (prodotto da Bernini, 1994)

forma di tronco di cono allungato, con piani adatti alle dimensioni dei piatti.

Devo anche dire che un'altra grande differenza tra il Giappone e l'Italia, per quanto riguarda il committente, è che nel mio paese se progetti un bicchiere ti arriveranno altri lavori relativi ai bicchieri e così per le sedie ecc. È difficile che se progetti una lampada da interni ti commissionino delle installazioni di luce. Invece in Italia mi è successo proprio questo. Avevo progettato una normalissima lampada da terra per un'azienda milanese, che l'aveva poi messa in produzione. Uno dei soci dell'azienda in vacanza a Montecatini Terme l'ha fatta vedere al presidente del locale ente per la promozione turistica Associazione albergatori (duecento circa gli iscritti), che stava pensando a come celebrare con qualcosa di particolare il passaggio di millennio. Una volta visti la lampada e il catalogo dei miei lavori, mi ha proposto di preparargli un progetto. Poiché Montecatini è una città molto nota per le sue acque, ho fatto una specie di fiume di luce ("La forma dell'acqua"),



La forma dell'acqua (Installazione, 1999-2000)

che teneva assieme tutta la città. All'inizio avevo dato maggiore importanza alla piazza principale dandole più luce. Poi ho scoperto che nelle strade secondarie i commercianti facevano fatica a attirare le persone e allora ho dato anche a queste maggiore illuminazione. In tal modo il lavoro ha non solo assolto alla sua funzione decorativa, ma ha anche cercato di cambiare i flussi delle persone.

P.A. C'È UN PRODOTTO A CUI È PARTICOLARMENTE AFFEZIONATA?

K.K. Be', la mia zuccheriera. Quando sono arrivata a Milano ho dovuto comprare tutto, ma anche inventarmi tante cose, costruirmele. Tutte le zuccheriere in commercio avevano un coperchio in cui passava



Mimi (prodotto da Driade, 1997)

un cucchiaino. Cosa che a me non piaceva, perché un oggetto così non si poteva chiudere bene. E allora ho disegnato la "mia" zuccheriera e poi l'ho inserita in una collezione di oggetti che stavo preparando per un'azienda. Driade l'ha prodotta nel 1997 chiamandola "Mimi". Ha dodici anni e si vende ancora bene!

P.A. VEDO CHE, OLTRE A PROGETTARE DIVANI, SEDIE, GIOIELLI E VARI OGGETTI, REALIZZARE INSTALLAZIONI, DISEGNARE INTERNI DI NEGOZI O DI STAND ESPOSITIVI, LAVORA MOLTO ANCHE NEL SETTORE DELLA CARTOLERIA...

K.K. Lavoro molto con Fabiano Boutique. Per loro ho anche disegnato il negozio che hanno aperto a Milano per una clientela medio-alta, con tanti prodotti di cartoleria. Progettare questa tipologia di prodotti – quaderni, agende, contenitori, notes – mi piace molto e credo di poter sfruttare bene il mio DNA giapponese e farlo dialogare con la tradizione cartotecnica occidentale. Lavoro anche con Moleskine. Il rapporto è nato alcuni anni fa, quando mi occupavo di ricerche sulle superfici e ho progettato per loro una nuova copertina standard nera. Quest'anno alcune mie agende sono entrate in produzione. Due anni fa feci però per loro un progetto molto particolare. Si trattava di una tiratura limitata di packaging e il materiale da usare ricordava la lacca giapponese. Doveva essere un contenitore a costi contenuti, ma che si presentava come una cosa importante. Progettandolo ho pensato molto a quelle coperture che noi giapponesi facciamo piegando un fazzoletto di carta.



Quaderno Docking (sottili, per riunioni).
Brevetto Kazuyo Komoda



Fabriano Boutique Milano (interni)



Quaderno Onda (copertina cuoio naturale
a onda, colori diversi e contrasto)



Nuovi prodotti Moleskine 2010 (calendario giornaliero da tavola; *prospect planner* a striscia continua; agenda Panoramic Planner, formati A4 e A3). Tutte le foto sono di Davide Zanardi

macef mag

Anno 3 - giugno 2009

005

- TUTTI IN CERCA DI UNA CASA BELLA
EVERYONE WANTS A BEAUTIFUL HOME
- NELLA TERRA DELL'ORO ROSSO
IN THE LAND OF RED GOLD
- LA CITTÀ: VENEZIA
THE CITY: VENICE





In Italia per sognare

La designer giapponese che ama il colore,
i materiali e la pulizia degli spazi vuoti

Nella loro filosofia prevalente, dice, i designer giapponesi aspirano soprattutto a qualche cosa che sia "vero", che non sia smentibile. Basta guardare gli spazi collettivi, come gli aeroporti: tutto ci appare grigio perché è pensato per non essere brutto prima ancora che per essere bello.

Nata a Tokyo, figlia di architetti, laureata in design presso la Musashino Università di Belle Arti, Kazuyo Komoda aspirava invece al bello, e l'Italia degli anni Ottanta pareva fatta apposta per chi avesse voglia di sognare. "I giornali giapponesi – dice – sembrano fotocopie fra loro: la verità è una e tutti vi si adeguano, omologandosi. I giornali italiani sono tutti diversi: gli italiani non hanno paura di prendere posizione, di esprimere ciascuno la propria opinione, poco male se è diversa da quella degli altri".

Dall'89 vive e lavora a Milano, cercando di far convivere le sue due passioni, quella per il design industriale e quella per l'architettura d'interni. Attualmente è impegnata nella realizzazione di progetti d'interni, di product design e come consulente specializzata per colori e materiali. Ha partecipato a mostre e manifestazioni in Europa e in Estremo Oriente. Collabora con varie aziende tra cui Acerbis International, Bernini, Calligaris, Driade, Dornbracht, Elica, Ferrero, I4 Mariani, Lumen Center Italia, Mitsubishi Heavy Industries, Mogu, Panasonic, Pandora Design, Sony e Yamaha Motor. Ha firmato mobili (divani, pouff), oggetti d'uso originali (come il packaging di un'agenda che diventa "espositore", per

Moleskine), progetti di illuminazione e persino gioielli originali ("amo il lusso contenuto e non esibito" dice).

Ha una scuola di riferimento, dei tratti-forme-materiali cui è particolarmente legata?

Non ho una "coerenza formale", se è questo che intende. Per ogni oggetto parto da zero perché le funzioni degli oggetti sono tutte differenti. Certo, c'è una costante ed è l'innovazione: non ha senso progettare se non si inserisce in un oggetto d'uso una caratteristica innovativa. Ogni designer, nel corso della sua esperienza professionale, finisce per privilegiare un aspetto sugli altri: per qualcuno è la forma, per un altro il colore, per un altro ancora un materiale. Io privilegio il "pensiero", cioè la possibilità che il nuovo oggetto migliori il comportamento d'uso, inserendo elementi utili al soddisfacimento dei bisogni e togliendo il superfluo. Non amo gli "schemi": non è vero, per esempio, che una porta può essere aperta o chiusa, in realtà può essere socchiusa e "più o meno" aperta. Ho anche disegnato una porta con un elemento rotante al centro, in modo che si possa vedere al di là anche mentre la porta è chiusa...

Come per il quaderno da riunione di Fabriano...

Sì. Avevo notato che nessuno usa per intero i quaderni di appunti. Allora tanto vale disegnare un oggetto molto sottile, piccolo; cui in caso di necessità (con un sistema brevettato) si possano aggiungere dei moduli...

Anche quello della sostenibilità è un suo riferimento fisso...

... Perché sostenibilità non è solo l'uso di materiali naturali ma anche e soprattutto l'utilizzo senza sprechi. Effettivamente uno dei pregi del più moderno design è proprio quello di "togliere" anziché di aggiungere. E questo vale nel design degli oggetti come nella progettazione degli spazi. Il troppo genera un "rumore" che distrae dall'uso e che si traduce in uno spreco.

Parlando di progettazione degli spazi parliamo anche di negozi, di punti vendita. E' vero che un layout efficace aiuta a vendere di più?

Verissimo. Lo abbiamo sperimentato proprio a Milano, quando abbiamo trasferito il negozio di Fabriano da Montenapoleone in Brera. Quello di prima aveva forma rettangolare e perciò si prestava a una grande esposizione di prodotti ben disposti sugli scaffali. Qua abbiamo avuto a disposizione una forma più irregolare, che abbiamo arredato con banchi ovali, così che la gente non si fermasse mai in un angolo ma

“Il senso più profondo della progettazione è l'innovazione”



potesse continuamente "scorrere"... difficile dire se e quanto questa impostazione abbia portato dei benefici di tipo commerciale al negozio; certamente le vendite sono aumentate, pur se il negozio si trova ora in una zona di minor passaggio.

Anche per la Rinascente nel 2006 ha arredato spazi commerciali: ha utilizzato delle cannette intrecciate a maglia larga. Per "chiudere" o per "aprire"?

Quel visual era trasparente però ostacolava la visione. L'obiettivo era non fare vedere tutto insieme. Tanti oggetti che coesistono non si valorizzano abbastanza. Un oggetto da solo richiama maggiore attenzione, si valorizza di più. Questo dovrebbe valere in genere per tutti i punti vendita. La voglia dei negozianti di mettere in mostra una grande massa di oggetti non è il modo migliore di vendere molto.

Nel nostro mondo di oggi esiste comunque una ridondanza di oggetti, non le pare?

Sì, sono troppi. E la colpa è dei produttori e di noi designer. E' vero che il nostro compito è quello di inventare, ma l'impresa dovrebbe commissionare e accettare poi di vendere solo delle reali novità. In genere: una vera novità è qualche cosa di non molto visibile e di non molto esaltante che però mentre si usa lascia avvertire la differenza... così come "novità" è un progetto che dura nel tempo. Con il senno di poi si può dire di tanti prodotti che sono venuti e che sono rapidamente "passati", che non erano davvero "novità".

Il grande design e il grande artigianato un po' si assomigliano, anche se in realtà non dovrebbero avere niente in comune perché l'oggetto industriale è riproducibile identico in molte copie e l'altro no...

E' vero ma con un paio di considerazioni: la prima è che i prodotti di vero design (che sono più cari della media...) non si vendono poi così tanto, così ciascuno può avere in casa, con essi, una ragionevole unicità. E anche i prodotti artigianali, quelli fatti a mano, oggi assomigliano molto ai prodotti di design perché sono letteralmente "pezzi unici" però gli artigiani ne producono in serie e molto simili fra di loro. Quindi alla fine entrambi si ritrovano a metà strada, con caratteristiche di innovazione e di unicità molto simili. In Italia questo aspetto non si nota molto perché – a dispetto di quanto si ritiene comunemente (e a dispetto della grandissima tradizione dell'artigianato italiano) – c'è una netta prevalenza di prodotti industriali. Ma in paesi dove l'artigianato è ancora molto diffuso – penso al Regno Unito o all'Olanda – questo concetto è chiaro.

Può essere una vera novità il colore?

Altroché! Io mi circondo di bianco e di spazi vuoti ma solo per pensare meglio, per non farmi distrarre dalla ridondanza degli oggetti. In realtà per alcuni prodotti il colore è decisivo: penso

ai motorini di qualche anno fa: proprio grazie al colore l'Italia era l'indiscussa "guida" a livello mondiale. In genere, e per molti aspetti, una innovazione di colore può avere maggiore valore commerciale rispetto a una innovazione formale. Colore è poi anche la luce, i grandi effetti cromatici degli spazi pubblici (penso all'atmosfera di certe piazze a Natale...) e degli spazi privati, delle case e dei negozi, dove una luce ben dosata produce anch'essa, alla fine, un buon risultato commerciale.

L'oggetto che non ha mai disegnato e con il quale vorrebbe misurarsi?

Non ho mai disegnato un servizio da tavola. Non ho ancora

trovato una vera ispirazione, un vero riferimento di "innovazione e unicità". E non ho ancora disegnato una sedia (pur lavorando per Calligaris...). Anche se si tratta di un prodotto con il quale si sono cimentati centinaia, se non migliaia, di designer, sinceramente è una tipologia che non mi attira molto.

Il progetto cui è più affezionata?

La zuccheriera in vetro che disegnai nel '95 per me stessa e che tenni per più di un anno senza proporre a nessun produttore e che poi l'anno successivo venne messa in collezione da Driade. Sono passati dodici anni dall'inizio della produzione e si vende ancora bene e piace non solo all'élite ma anche a bambini e anziani.



In Italy to dream

The Japanese designer who loves colour, materials
and the clean feeling of empty spaces

The prevailing philosophy of Japanese designers, she says, is to aspire above all to something that is "true", that cannot be refuted. It's enough to look at collective spaces such as the airports – everything appears grey because it has been conceived not to be ugly rather than to be beautiful.

Born in Tokyo, the daughter of architects, a design graduate from Musashino Fine Arts University, Kazuyo Komoda, on the other hand, aspired to beauty, and Italy in the 'Eighties seemed tailor-made for those who wanted to dream. "Japanese newspapers – she says – are like photocopies of each other; there is one truth and they all adjust to it, becoming standardized. Italian newspapers are all different; Italians are not afraid of taking a stand, everyone expresses their own opinion, never mind if it's different from that of others."

She has lived and worked in Milan since '89, trying to reconcile her two passions – for industrial and interior design. She is currently working on interior design projects, product design and as

a consultant specializing in colours and materials. She has taken part in exhibitions and events in Europe and the Far East. She collaborates with a number of companies, including Acerbis International, Bernini, Calligaris, Driade, Dombracht, Elica, Ferrero, I4 Mariani, Lumen Center Italia, Mitsubishi Heavy Industries, Mogu, Panasonic, Pandora Design, Sony and Yamaha Motor. She has designed furniture (couches and pouffes), original objects such as the packaging for a diary that becomes a "display stand" for Moleskine, lighting projects and even original jewellery. "I love understated, not obvious luxury" she says.

Do you have a school of reference, of lines/shapes/materials that you are particularly tied to?

I don't have a "formal consistency", if that's what you mean. I start from scratch for every object, because the functions of the objects are all different. Certainly, there is a constant and that is

innovation – it makes no sense to design if you don't include an innovative feature in an object. During his/her professional life, each designer ends up favouring one aspect over the others. For some it is the shape, for others, the colour, and for yet others, the material. I favour the "thought", that is the possibility that the new object can be an improvement on the way it is used, including elements useful to satisfy needs and taking away the superfluous. I'm not fond of "schemes". For example, it isn't true that a door has to be open or closed. In reality it can be half-closed or "more or less" open. I've even designed a door with a rotating element in the middle so you can see through to the other side even when the door is closed.

Like the Fabriano notebook...

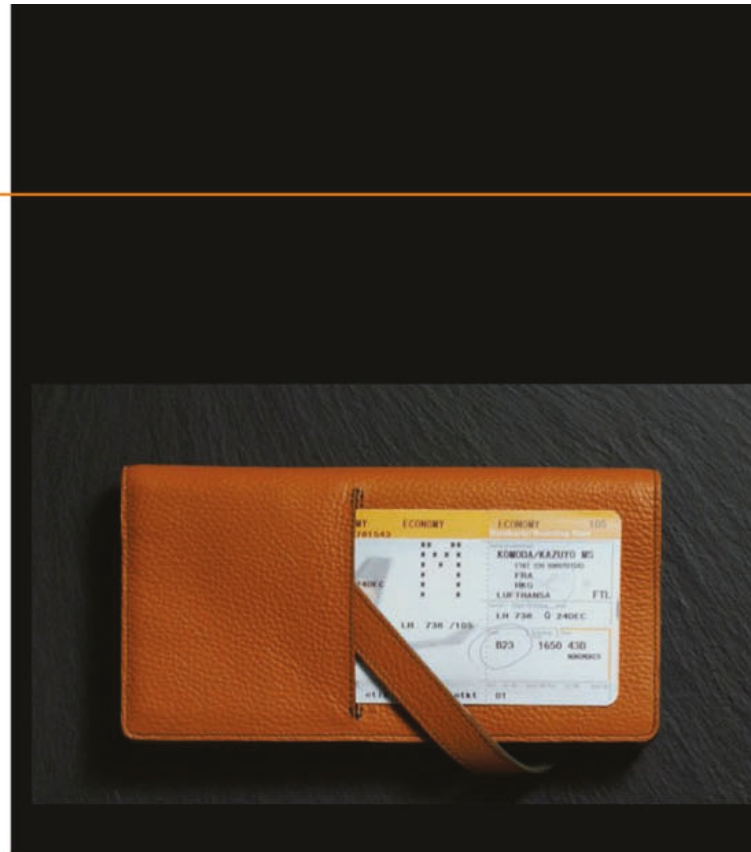
Yes. I'd noticed that no-one uses up a whole notebook. So you might as well design a small, very slim object to which modules can be added if necessary (with a patented system).

Sustainability is another of your references...

Because sustainability is not just using natural materials but also, and above all, using them without waste. Actually, one of the merits of modern design is that of "taking away" rather than adding. And this is as valid for the design of objects as it is for the planning of spaces. Excess generates a "noise" that distracts from use and translates into waste.

Talking of planning spaces, let's also talk about shops and sales points. Is it true that an effective layout helps to sell more?

Absolutely. We proved that right here in Milan when we moved the Fabriano store from Montenapoleone to Brera. The former had a rectangular shape that lent itself to a big display of products well laid-out on the shelves. Here we had a more irregular shape that we furnished with oval counters so people would



never stop in a corner but could continually "flow". It's hard to say whether this layout has brought economic benefits to the store; sales have certainly increased even if it is now in an area with less passing traffic.

You also furnished sales areas for the Rinascente in 2006: you used loosely-woven cane. To "open" or to "close"?

That visual was transparent yet it hindered the view. The aim was not to show everything at once. A lot of things co-existing together do not make much impact. An object on its own draws more attention and makes a bigger impact. This should be a general rule for all stores. The storekeeper's desire to put a mass of objects on display is not the best way to sell much.





There's a superabundance of things in today's world though, don't you think?

Yes, there's too much. And it's the fault of manufacturers and we designers. It's true that our job is to invent, but the undertaking should be to commission and then accept to sell only truly new ideas. Generally a novelty is something that is not very visible or exciting but makes its presence felt when the object is used. In the same way, a "novelty" is a design that lasts over time. With hindsight it could be said of lots of products that came and quickly went that they were not really "novel".

“The deepest sense of design is innovation”

Great design and great craftsmanship are somewhat alike, even if in reality they shouldn't have anything in common since numerous identical copies can be made of the industrial object, and not of the other.

It's true, but with a couple of considerations: the first is that true design products (which are more expensive than the average) are never sold in such large quantities that everyone has one at home, so there is a reasonable uniqueness. And today also artisanal products, those made by hand, are very similar to design products because they are literally "one-off pieces". However, the artisans produce them in series very much alike. In Italy this aspect is not very noticeable because – despite what is com-

monly held and despite the great tradition of Italian craftsmanship – there is a distinct prevalence of industrial products. But in countries where craftsmanship is still very widespread – I'm thinking of the United Kingdom or Holland – this concept is clear.

Can colour be a true novelty?

And how! I surround myself with white and empty spaces, but only so I can think better, so I'm not distracted by superfluous objects. In reality, colour is decisive for some products: take the scooters of some years ago, for example. Thanks to colour, Italy became the undisputed world "leader". Generally, and under many aspects, an innovation in colour can have a greater economic value than a formal innovation. Colour is also light; the great effect of colour in public areas (I'm thinking of certain squares at Christmas) and in private areas, homes and stores, where well-dosed light also produces a good commercial result.

What is the object you have never designed and against which you'd like to measure yourself?

I've never designed a table service. I haven't yet found true inspiration, a true point of "innovation and uniqueness". And I haven't yet designed a chair (even though working for Calligaris...). Even if it is a product with which hundreds, if not thousands, of designers have put themselves to the test, quite honestly it is not a category that attracts me much.

The design that you are most fond of?

The glass sugar bowl that I designed in '95 for myself and that I kept for more than a year without offering it to any manufacturer, and that the following year was put in a collection by Driade. More than twelve years have passed since production began and it still sells well and is liked not only by the elite but also by children and older people.

pen

with New Attitude

2/1

2009 No.237
特別定価 550 yen

懐かしいデザインに惹かれて、
ぬくもりの文具。

スイスベルン現地取材!
線と色彩の芸術家、
パウル・クレーをめぐる旅へ。





ダイアリー
2009 限定版

DIARY LIMITED EDITION
樹脂をコーティングしたイタリア製
パテントレザーで装丁したダイア
リー。各色240冊限定。手前から：
見開き1週間のレザーウィークリー
¥7,560、1日1ページのレザーダイ
アリー¥7,980/ともにカファ



Il concerto
Tutte per l'Abruzzo
a San Siro
il giorno delle donne

LUGI BOLOGNINI
A PAGINA XV



Il tennis dell'Harbour
su milano.repubblica.it

Sarà tra Alessio Di Mauro e
il francese Millot la finale
del torneo di tennis
dell'Harbour. Servizio su
miano.repubblica.it



La danza
Carolyn Carlson
balla da sola
a Mantova

LAURA MAGNETTI
ALLE PAGINE XVII E XIX



MILANO

la Repubblica

DOMENICA 21 GIUGNO 2009



REDAZIONE DI MILANO Via G. de Ammazzis, 11 | 20144 | Tel. 02/480961 | fax 02/48096236 | CAPO DELLA REDAZIONE ROBERTO RHO | VICE CAPOREDATTORE FLIPPO AZIMONTI | CAPOCRONISTA CARLO ANNOZZI | INTERNET milano.repubblica.it | e-mail: segreteria_milano@repubblica.it
SEGRETARIA DI REDAZIONE Tel. 02/480961 | fax 02/48096236 dalle ore 12.00 alle ore 19.00 | TAMBURINI fax 02/48096239 | TUTTOMBILANO milano@repubblica.it | tel. 02/480961 | fax 02/48096236 | PUBBLICITÀ A. MANZONI & C. S.p.A. | Via Nervana, 21 | 20130 MILANO | tel. 02/57494563 | fax 02/57494050

Non solo il referendum in città e provincia. Undici Comuni oggi e domani scelgono anche il sindaco **Penati-Podestà, parte la sfida** Seggi aperti dalle otto, in due milioni e mezzo al voto

I REFERENDUM come in tutta Italia ma qui oggi e domani si voterà anche e soprattutto per la Provincia. Parte la sfida tra Filippo Penati e Guido Podestà: al primo turno il candidato Pdl aveva ottenuto il 48,8% contro il 38,8% del presidente uscente. Seggi aperti oggi dalle otto alle ventidue, domani dalle sette alle quindici. Al voto due milioni e mezzo di persone, ma l'incognita vera è l'astensionismo. Undici comuni del Milanese sceglieranno il loro primo cittadino.
STEFANO ROSSI A PAGINA II



Il racconto
Quelli che sperano nell'effetto-lunedì
ANDREA MONTANARI
RODOLFO SALA
L'ASCOMMESSA è solo su quanto crescerà il partito dell'astensione, già uscito rafforzato dal primo turno.
SEGUE A PAGINA III



La doppia sorte dei graffitari
Il Comune li punisce anche quando colorano, con l'autorizzazione, un muro, la moda li porta al Pac: è la duplice sorte dei graffitari. E Milano si divide sul loro valore
ILARIA GARRA A PAGINA IX

IL RISTORANTE DELLA DOMENICA
Il branzino firmato da Mendini
MARIELLA TANZARELLA

IL SIGNOR Shang ogni tanto ritorna nel ristorante che aveva fondato nel 1962 in via Rubens. Due anni fa suo figlio Massimo, con la complicità di un cliente celebre e affezionato, Alessandro Mendini, l'ha trasformato da banale locale cinese in design restaurant. E il signor Shang, quando ci torna, non lo riconosce più. Ma non si tratta di tristezza, perché il locale è bellissimo. Inaugurato con una mostra di copertine di Domus realizzate da Occhio Magico, omaggio all'architetto, da poco ha cambiato look. Ma non cambiano solo i muri. In cucina si continuano a studiare soluzioni diverse e contaminazioni fra tradizioni asiatiche e la lista si è arricchita di novità: insalata di papaya verde con gamberi e polmonaccio alla vietnamita, un sorprendente branzino «firmato» Mendini, al vapore con frutta fresca, e lastrepitoso anatra al curry rosso con lychees. Non è però il caso di trascurare i classici dello chef, polpettine di gambero con miele e senape, involtini crudi o verdure saltate leggerissime. La cantina è curata da un esperto e non mancano ottimi champagne.
Collina d'Oro, via Rubens 24, tel. 02.4043148, chiuso lunedì, sui 35 euro, carte di credito.

Piste d'atletica, vasche, spogliatoi: rinviate al prossimo anno le ristrutturazioni **Niente fondi per gli impianti è fermo il piano dello sport**

La strana storia della piscina che il Comune non valorizza
È chiusa ma la Caimi viene premiata con la tutela paesistica
ANNA CIFILLO
A PAGINA V



La piscina Caimi

IL PIANO per lo sport del 2009, con investimenti e ristrutturazioni degli impianti della città, a metà dell'anno è ancora in alto mare. Come i 30 milioni di euro promessi dal Comune a Milano-sport e non ancora arrivati nelle casse della società, con i lavori congelati in molte piscine e centri. A cominciare dal XXV Aprile, dove la pista di atletica aspetta da tre anni di essere rifatta. Ma i cantieri non sono stati ancora aperti neppure all'Arena Gianni Brera, al Palastsharp, al Vigorelli.
GALLIONE E LISO
A PAGINA IV

Il caso
Quattro episodi in pochi giorni, paura sui sedili e mistero
Il cecchino di viale Sarca che spara contro l'autobus
PIERO COLAPRICO

I CECCHINO di viale Sarca colpisce ancora. Sarà una bravata, sarà un ragazzino, sarà un folle, sarà quello che sarà: ma si scorge una «dinamica americana» nella storia di un autobus che, carico di estranei, sfreccia nella notte, e diventa un bersaglio generico, lontano, ma preciso. Io sono onnipotente e tictono. Io posso, tu subisci.
SEGUE A PAGINA VII
DE RICCARDIS A PAGINA VII

PETRIOLO SPA & RESORT

Speciale Estate - a partire da € 135,00 per notte, per due persone

ATAHOTELS
Luxury Collection

Tel. +39 0564 90991 - fax +39 0564 919064
www.petriolosparesort.com

STANZE PRIVATE
Nella casa nascosta c'è tutto ma non si vede
ANNAMARIA SBISA

«**C**HI entra qui pensa sempre che io abbia appena traslocato, invece il vivo da sei anni», racconta divertita. Ad avvolgere l'appartamento-studio di Kazuyo Komoda è un bianco assoluto, sintesi del suo abitare per esclusione.
La designer, che ha scelto Milano dopo 27 anni di vita a Tokyo, non vuole nulla intorno a sé: vive in ambienti che superano l'idea dell'ordine, e affidano il vuoto.
SEGUE A PAGINA XIII



L'ingresso di casa Komoda



SCOMPARSA
 A destra, la sala candida e vuota, solo una pianta e uno scorcio dell'ingresso sullo sfondo. A sinistra, gli armadi dentro i quali gli oggetti spariscono dalla vista



Stanze private *Kazuyo Komoda*

Nel bianco assoluto e raffinatissimo la sparizione degli oggetti è una precisa strategia. Per lasciare libera la creatività

La casa nascosta

(segue dalla prima di Milano)

ANNAMARIA SBISA

NEL caso di Kazuyo, la tremenda semplicità degli ambienti, da sfidare un Lord Brunel in fuga da colori ed effetti arditi, tradisce necessità lavorative: l'assenza di forme è la scenografia necessaria per poterne creare di nuove. Più precisamente: «Non mi piace vedere cose che ho disegnato nel passato, non voglio distrarmi, non voglio vedere nemmeno il dorso dei libri che ho letto».

Quindi, via tutto. Non già dalla finestra o in pattumiera, ma dietro le quinte. In questo bianco movimentato dai riflessi della sfera stroboscopica, che dal terrazzo fa ballare palle di luce nella stanza, tutto è incastolato, archiviato tra ante d'armadi. Basta aprirli, e la vita quotidiana riprende i colori dei suoi oggetti e del suo caos. Lì basta far scorrere le ante d'alluminio in studio, oppure dei mobili nelle altre stanze, e tutto torna a sparire, dietro il sipario del design. L'ingresso è segnato al centro dalla gruccia agganciata ad un cavo d'acciaio, su cui appendere il cappotto, e dal porta ombrelli, nome Asisi, tre fili d'acciaio armonico

C'è tutto, ma non si vede nulla Ogni cosa riposta dietro le ante



CITAZIONI DA TOKYO E DESIGN D'AUTORE

In cucina l'orologio un po' "cartoon". Al centro, Trinacria", servizio per cene in piedi. Sul muro in studio, oggetti e una poesia in giapponese. A sinistra, Kazuyo Komoda



curvati e fissati sulla base, un vuoto in tensione che finge da pieno, e qui contiene rami d'albero e l'ombrello affusolato come una linea retta, comprato a Londra 15 anni fa. In bagno, dove il lavandino piatto ha un piano in marmo sintetico che si alza e svela un secondo e profondo lavabo, l'attenzione cade sulla linea diagonale con pallina rotolante disegnata sulla parete: «Io la vedo salire».

precisa Kazuyo. Sapendo che chiunque altro facilmente la visualizzerebbe mentre rotola in giù.

Ma i suoi pensieri arrivano dal Giappone, o ne sono influenzati. La scala disegnata sulla parete della sala, per esempio, tradisce la nostalgia per l'ascensionalità delle villette e degli interni di Tokyo («Mi manca lo spostamento in verticale»), mentre le nicchie ricavate nei

10 centimetri che profilano la libreria, dove si addensa un mare di piccoli oggetti, fanno eco alla sua ossessione per la compattezza. In un mini scaffale profondo 40 cm come quello dei libri, le cose piccole si perderebbero e non sarebbero ordinabili. Mania ideale per la Tokyo odierna, dove le case da consumarsi accaniti sono sovrappioggiate di gadget di ogni colore e sorta, come

racconta. Ancora oggi inseguita dal ricordo del disordine della madre, Kazuyo vive invece in un asettico nulla abitato di luce, dove disegna oggetti ridotti all'osso. Come il Trinacria, tre posate in una. La tavola è una passione, e una gran quantità di pezzi dedicati al tema è armonicamente archiviata nel mobile che riempie la cucina, lasciandola vuota. La piccola stanza a parte, separata da una porta e dotata di finestra autonoma, con i fuochi e null'altro, è retaggio della casa d'infanzia, e un segreto per cucinare serenamente i fritti.

Il poco di sé esposto in camera da letto non è innanzi alla riservatezza ma una strategia per combattere il dramma della polvere: «Meno cose ci sono in giro, meglio è». Come le ricorda quotidianamente Polvere Contemporanea, stampa di Luca Pancruzzi appesa dietro al suo piano di lavoro che ingrandisce il problema, cioè il granello maledetto, fino a farlo sembrare una riva del mare. Mentre il cancello in granito appeso sopra il calorifero in realtà è un'opera in cartea. Ma in questo luogo tutto può essere, perché non si vede niente, o forse quello che si vede così non è. Per esempio le tende, che in Giappone usano sempre e ovunque, e in versione doppia: qui dove sono?

INTERNET
 Tutte le immagini di casa Komoda nella gallery su milano.repubblica.it (foto Annamaria Sbisà)



Top Restaurants

A cura della Manzoni. Per essere inseriti in questa rubrica 02/57494560

Info: www.repubblica.milano.it.

RISTORANTE IL CORNIOLO
 Cucina regionale contemporanea
 CORNAREDO (MI) - Via Merendi, 24
 Tel. 02.93484450
 Cell. 3479007463
www.ristoranteilcorniolo.it
 Chiuso Sabato a pranzo e Domenica sera

CALABIANCA
 di FRANCESCO FRANCHILLA
RISTORANTE PIZZERIA
 SPECIALITÀ CALABRESI E PIZZE
 Via S. Andrea, 113 - 20121 Milano - Tel. 02.58325708 - Fax 02.58325709
 Chiuso sabato e domenica

Cucina Persiana
 Specialità carne alla brace
 Corto di Porta Romana, 129 - Milano
 Tel. 02.34071515 - Telefax 02.5512090
www.ristorantepersiana.com
 Chiuso sabato mezzogiorno

Antica Osteria ai Vini
 Largo del Cavallazzi, 4
 (portici Uipim - lato Angolo delle Ore)
 28100 - NOVARA
 Tel. e Fax 0321 34346
info@anticaosteriaivini.it

Capricci Mediterranei
 Antica Trattoria
 Via Lazzaro Palazzi, 23 Milano Tel. 02/29405454
 Chiuso martedì e sabato solo a mezzogiorno
www.milanodaberi.it

A Pazziella
 Via Palladio n. 4/6 Milano
 Tel. 02/58325708 - 02/50301452 - Fax 02/58435007
apazziella.ristorante@yahoo.it
 Chiuso sabato a mezzogiorno