

1.200

Le "michette condivise" che Pane Quotidiano Onlus distribuirà nei due eventi organizzati assieme al Salone del Mobile per sensibilizzare i visitatori sul tema del cibo

La fiera è anche l'occasione di mettere in mostra l'anima altruista di Milano e di riflettere sul futuro alimentare del nostro pianeta

CATERINA MACONI

Il tema del SaloneSatellite quest'anno è il cibo. Inteso come sostenibilità alimentare, dei metodi di produzione e consumo, ma anche di accesso. Milano negli anni si è resa protagonista di una lunga serie di iniziative su questi argomenti, non da ultimo Expo 2015 si è concentrato proprio su una problematica così avvertita. Ora anche il mondo del design ci si sofferma, grazie alla collaborazione dei giovani talenti che in Fiera Milano durante il SaloneSatellite, e quindi in concomitanza del Salone del Mobile, attenderanno i visitatori sul problema, proponendo la loro interpretazione e possibili soluzioni attraverso le proprie opere. Tra le attività in agenda c'è anche un'iniziativa solidale, "Michetta condivisa", che mette al centro il pane simbolo della città di Milano. Una speciale michetta impastata con 5 grani diversi - il grano tenero, il sorgo, la quinoa, il riso, il mais - provenienti da cinque continenti e ideata dal noto panificatore Davide Longoni per Pane Quotidiano Onlus, in collaborazione con l'Associazione panificatori di Confcommercio Milano, verrà distribuita in occasione di due eventi: la premiazione del 10° SaloneSatellite Award, il 10 aprile, e la premiazione del 6° Design Award Riva 1920, prevista per venerdì 12 aprile. La michetta del Salone ha diverse valenze: è immagine semplice e concreta del cibo come momento di condivisione, sottolinea la dimensione aperta e globale che caratterizza Mi-

lano, e soprattutto nasce per sostenere un'associazione, Pane Quotidiano Onlus, che nelle sue sedi di Viale Toscana e Viale Monza distribuisce ogni anno gratuitamente pane e generi alimentari a più di 900mila persone che si trovano in stato di fragilità. L'Associazione Panificatori fornirà in occasione dei due eventi del 10 e 12 aprile, 1.200 "Michette condivise" e donerà con il contributo del Salone del Mobile un carico di michette a Pane Quotidiano per i suoi ospiti. Negli stessi giorni del Salone, Pane Quotidiano è protagonista anche di un altro progetto con 75 studenti internazionali di Naba, Nuova accademia di Belle arti di Milano. I ragazzi, dopo aver passato del tempo a contatto diretto con i volontari, gli ospiti della onlus e gli abitanti della zona dove ha sede, hanno sviluppato una riflessione sulla figura del designer, il suo ruolo nella col-

Al centro del SaloneSatellite il "Food as design object"

Per i designer in erba è solo uno l'appuntamento immancabile a livello internazionale, per farsi conoscere: il SaloneSatellite. Si tiene in contemporanea al Salone del Mobile, quindi dal 9 al 14 aprile, in 3mila metri quadri ai padiglioni 22 e 24 della Fiera di Milano, dove i designer under 35 selezionati possono mostrare le proprie opere. Quest'anno sono chiamati a riflettere sul futuro dell'alimentazione in un'ottica di responsabilità. Lo slogan è infatti "Food as a design object" e sono 550 i protagonisti da tutto il mondo che esporranno la propria interpretazione di questa tematica. L'attenzione sul problema alimentare è alta. E anche il design sollecita un cambio di passo per rendere più sostenibile l'intera filiera. L'auspicio degli organizzatori è che ai giovani del SaloneSatellite lo slogan possa richiamare risposte e soluzioni sotto forma di idee, progetti e contributi originali. Soprattutto dove ci sono ancora margini di intervento per farlo, e quindi puntando non solo su nuove forme di stoviglie o ambienti cucina, ma anche, per esempio, su inediti modi di mangiare e produrre. Questo processo si inserisce nell'anima stessa del SaloneSatellite, vetrina degli sperimentatori e fucina per i talent scout. E infatti sempre su questa scia prosegue - è alla 10a edizione - il SaloneSatellite Award, premio che annualmente viene assegnato ai tre migliori prodotti in esposizione. (C.Mac.)

I giovani del design scoprono il cibo sostenibile e solidale

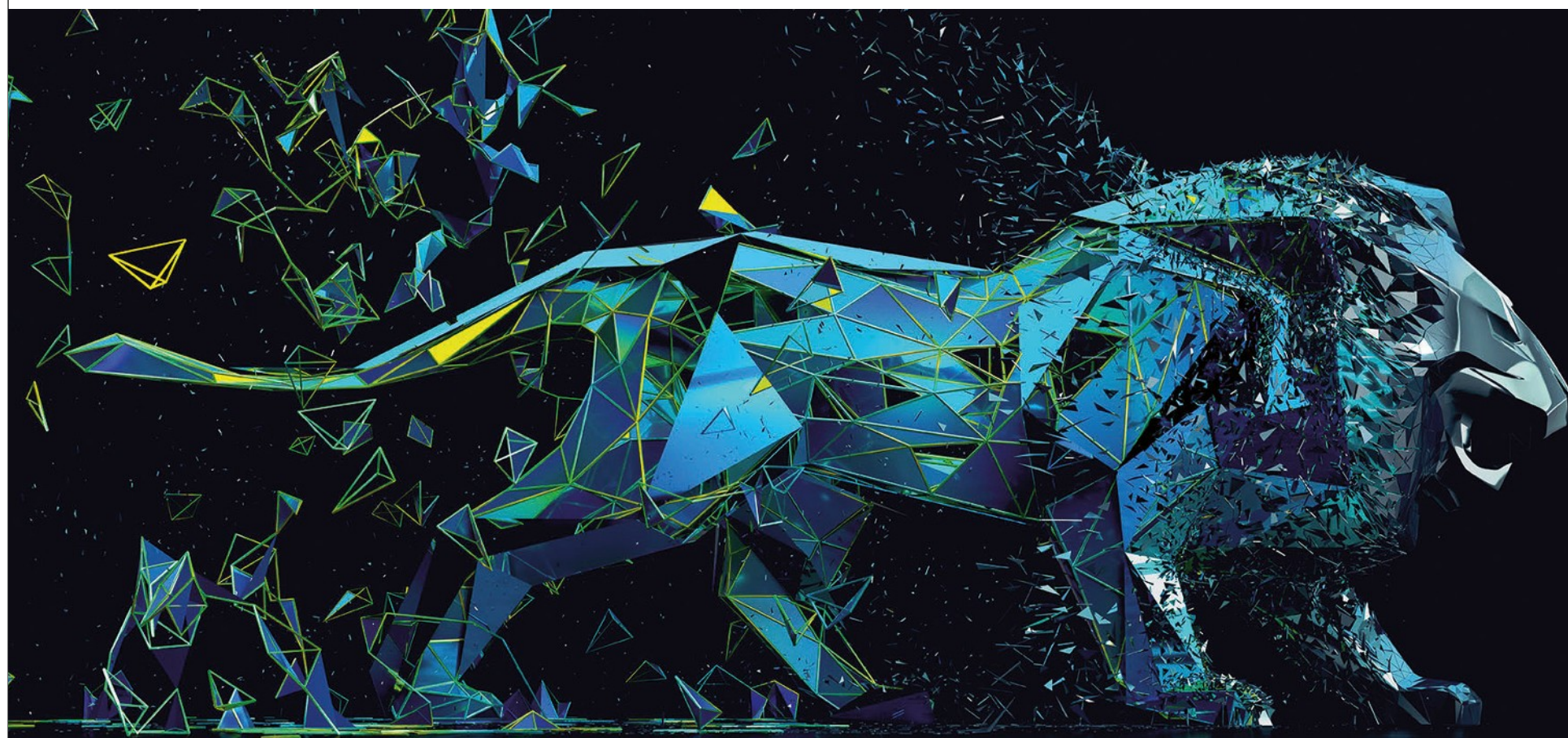


lità dei bread coin, buoni da spendere presso negozi convenzionati. Gli studenti hanno anche ideato una campagna di comunicazione integrata per la promozione della onlus: una serie di affissioni pubblicitarie, costruita lavorando con immagini e elementi iconici della cultura pop, rivisitati. Il pane fa così la sua comparsa all'interno di un'opera di Andy Warhol, sostituendosi ai barattoli di Campbell's soup, per esempio. Ogni poster è corredato da un QR code che consente di approfondire e scoprire la campagna. Questi sono solo alcuni dei progetti dei ragazzi. Molti altri sono visionabili nella sede di Pane Quotidiano, dove chiunque può scoprire come giovani talenti abbiano sviluppato soluzioni concrete per creare consapevolezza su un tema, quello dell'accesso al cibo, sempre più attuale nelle nostre città.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il Leone e la 208, Peugeot dà spettacolo

Peugeot torna alla Milano Design Week con uno spettacolo luminoso e sonoro concepito e realizzato dal suo Design Lab. Il Leone, simbolo e ambasciatore del marchio dal 1858, nella sua dimensione monumentale sarà al centro di quest'avventura, circondato da un branco di 40 leoni a grandezza naturale che si distribuiranno all'interno dell'installazione della Casa. L'evento si terrà fino al 14 aprile a Milano, in via Savona. La nuova Peugeot 208 sarà l'ospite d'onore, esposta sia in versione termica che 100% elettrica, accanto alla futuristica Peugeot E-Legend Concept e ad alcune biciclette della gamma del marchio francese.



Visioni elettriche Anche l'auto fa progetti

Da Hyundai a Mini, Audi e Citroën: Milano invasa da installazioni e suggestioni sulla mobilità del futuro

ALBERTO CAPROTTI

Innovazione, stile, visioni. L'automobile che non riesce più a farsi piacere i suoi Saloni tradizioni, non perde occasione nemmeno quest'anno per "sgomitare" spazi nella Milano Design Week a caccia di pubblico giovane e trasversale, e di riflettori meno costosi. Ecco dunque che - main sponsor del Fuorisalone per il nono anno consecutivo - Hyundai presenta in anteprima presso l'Opificio 31 la sua innovativa visione della mobilità del futuro, attraverso il concept Style Set Free, che mostra come le auto diventeranno veri e propri spazi di vita per gli individui. Jaguar porta la XE nel Cortile dell'Orologio di Palazzo Litta, mentre Land Rover circonda la nuova Range Rover Evoque con due installazioni artistiche all'aperto in Zona Tortona e a Brera. Nell'anno del suo centenario invece, Citroën espone due vetture simboliche della sua storia, l'iconica 2CV e la nuovissima C5 Aircross all'interno di "Maison Citroën Centenary Edition": un percorso espositivo in via Stendhal 35 che culmina in un oggetto ispirato al logo Citroën e firmato dal designer Matteo Ragni. Debutto assoluto per Honda che negli spazi di Casa Connessa (davanti alla stazione di Porta Genova) espone la e-Pro-

totype. E per Polestar, il neonato brand totalmente elettrico di Volvo, che in Zona Tortona ha preparato un'originale installazione - composta da una stazione di servizio e una pista per automobili - incentrata sul passaggio della mobilità verso l'elettrificazione. "Leading with Light" è il concept alla base dell'evento di Lexus al Superstudio Più, in collaborazione con lo studio di design Rhizomatiks che ha realizzato un display immersivo con un gioco dinamico di luci e sistemi robotici avanzati. I visitatori possono ammirare le opere dei 6 finalisti del Lexus Design Award 2019, arrivato alla sua settima edizione. Come sarà il futuro? Tutto fuorché noioso. Questa è invece la promessa di Peugeot alla settimana milanese del design: il messaggio, sintetizzato nell'hashtag #Unboringthefuture, è il tema guida dell'allestimento del suo tradizionale spazio espositivo in Via Savona 56, con la transizione energetica come elemento chiave. Protagonista la nuova 208, che si presenta con l'importante novità della propulsione 100% elettrica in alternativa al benzina o al diesel. Mini ha scelto piazza Beccaria per la tappa del suo road show basato su Biosphera Equilibrium, il modulo abitativo itinerante che avrà al suo fianco una Mini Plug-In-Hybrid. Stile tutto italiano da esaltare invece per Alfa Romeo, il solo mar-

chio presente direttamente negli spazi espositivi della Fiera di Rho dove porta la Tonale, il prossimo e attesissimo Suv che dopo il debutto al Salone di Ginevra farà così la sua prima apparizione per il pubblico italiano. Fino al 14 aprile Audi è presente in Piazza Sempione presso l'Arco della Pace e i Caselli Daziani, con l'installazione e Domesticity progettata da Hani Rashid e Lise Anne Couture dello studio Asymptote Architecture New York che simboleggia una rivoluzionaria stazione di ricarica. Audi City Lab darà vita a un laboratorio di idee e di innovazione, ospitando attività e incontri multidisciplinari. Musa ispiratrice dell'installazione è l'Audi e-tron, primo modello di serie totalmente elettrico del Marchio dei quattro anelli, capostipite della gamma che entro il 2025 potrà contare su 12 vetture completamente elettriche. Ritorna poi la partnership tra la Volkswagen e Archiproductions, il più grande network online dedicato all'architettura e al design: protagonista è il nuovo Volkswagen T-Cross, che sarà esposto davanti all'installazione in Via Tortona 31 e che potrà essere usato come navetta dai visitatori per raggiungere il quartiere Brera, altra area di svolgimento della Milano Design Week.

© RIPRODUZIONE RISERVATA