

L'hub dei giovani. Oltre tremila metri quadrati per i 550 esordienti al Salone a caccia di visibilità e di contatti con le imprese e gli studi più affermati

Il Satellite resiste anche all'ondata del social design

Marta Casadei

Uno spazio per mettere in vetrina le idee più nuove, plasmate da quei giovani talenti che rappresentano una linea necessaria all'evoluzione del design. Da 22 anni, quando è stato fondato, il SaloneSatellite ha assunto il ruolo di vetrina degli emergenti nell'ambito della manifestazione milanese: uno luogo interamente dedicato a creativi (selezionatissimi, con un limite di partecipazione a tre edizioni) che si affacciano sulla scena del design arrivando da ogni parte del mondo, magari con pochi prototipi, ma senza dubbio carichi di energia. L'edizione 2019 del Satellite - allestito ai padiglioni 22 e 24 della Fiera di Milano-Rho, con ingresso libero anche per il pubblico di non addetti ai lavori - ospiterà circa 550 tra creativi e brand in uno spazio di oltre 3mila metri quadrati. Il fil rouge "tematico" dei prodotti che verranno presentati - alcuni dei quali sono nelle foto in pagina - è il rapporto tra l'alimentazione e il progetto, complice la tecnologia. Il cibo viene immaginato come fosse un oggetto di design (lo slogan è proprio "Food as a design object") del quale vanno ri-

pensati i metodi di produzione, imballaggio, trasporto e consegna, anche in relazione all'impatto sull'ambiente e ai cambiamenti climatici. Il Satellite, in un contesto ampio e variegato come quello del Salone, è lo spazio in cui farsi notare. Lo è sempre stato. E con risultati positivi. «Noi ci affacciavamo al mercato in un'epoca in cui non esistevano i social - racconta Diego Grandi, designer che ha "spiccato il volo" proprio dal Satellite, edizione 2000 - e quindi l'incontro con i compratori in Fiera, il rapporto diretto, era fondamentale. Il Satellite mi ha dato sicuramente un'occasione importante». Grandi, che all'epoca presentò i "Mapper. Tappeti satellitari" e, invece, al Salone 2019 presenterà un'installazione con Ceramica Azzurra e Davines, continua ad andare al Satellite per fare scouting, nonostante il lavoro della maggior parte dei giovani designer oggi possa essere "osservato" già sui social: «Il Satel-



Fromhence. Lo studio con sede a Londra e Seul presenta Lighting 1701



Cyryl Zakrzewsky. Il creativo polacco porta al Salone la Dune chair



Hannah Hanonen. Finlandese, arriva a Milano con una serie di prodotti tra cui Bebee



Florence Atelier Qda. Orologio bicolore che spicca per essenzialità



Jflemay. Al Satellite con un coffee table realizzato al 100% in legno d'acero



Hsian Han Design. Lo studio di Shanghai/Taiwan presenta la Leaf chair

Brunelli e Crestani. Camilla e Simone presentano, tra gli altri, Metamorphosis (2017)

lite rimane un ottimo strumento per misurare la temperatura della creatività contemporanea - spiega il titolare dello studio Dgo -; mi piace osservare l'approccio delle giovani generazioni al progetto anche se oggi vedo cose fin troppo perfette». Anche Gabriele Pardi e Laura Fiaschi, fondatori e anima di Gumdesign, ricordano un SaloneSatellite fatto di prototipi il cui «senso di "non finito" determinava un vero elemento innovativo», dicono. La loro esperienza risale a vent'anni fa: «Nel 1999 il SaloneSatellite era probabilmente l'unica opportunità offerta al giovane designer per mostrare il proprio lavoro e per entrare in contatto con il mondo del design: un vero e proprio "laboratorio" con caratteristiche vicine alla ricerca ed alla sperimentazione». Per loro ha rappresentato un trampolino di lancio: «Ha significato molto per la nostra crescita professionale; ha aperto porte con le aziende, i designer e la stampa permettendo di costruire una nostra prima identità, una nostra prima riflessione sul tema design». Il loro percorso professionale si è evoluto in più direzioni: architettura, grafica, eventi, art direction. E hanno un brand autoprodotti, LaCasa di pietra, pensato per esaltare l'artigianato italiano: conta 60 collezioni che coinvolgono circa 40 artigiani e sarà protagonista con i nuovi prodotti al Salone 2019, presso Meroni&Colzani. Filip Gordon Frank, designer che vive e lavora a Zagabria, ha partecipato al Satellite esattamente 10 anni dopo Gum design, con la lampada "Mini me": «Era la prima volta che andavo a una fiera per presentare i miei prodotti - dice - e devo ammettere che avevo quasi paura. Una volta arrivato le cose hanno cominciato a ingranare, ho conosciuto molte persone e ho potuto mostrare i miei prodotti. Penso di aver guadagnato molta fiducia in me stesso grazie a quell'esperienza. Poi, ovviamente, ho stretto contatti utili e mi ha aiutato in termini di visibilità». Dopo il Satellite, Filip ha anche deciso di produrre da sé le proprie creazioni: «Ho iniziato a farlo nel 2012; oggi il mio obiettivo è di potenziare lo showroom che ho aperto a Zagabria». Il Salone, per lui, è un punto fisso: «Ho partecipato molte volte, sia in Fiera sia al Fuorisalone, e continuerò a farlo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



FIND YOUR DIFFERENCE

Milano

IED INTERNATIONAL OPEN DAY

12 Aprile

Vieni a scoprire i Master in lingua inglese di Italia, Spagna e Brasile nelle aree di Design, Moda, Arti Visive, Comunicazione e Arte.

Registrati su IED.edu/openday