

DESIGN TRAVEL



HADAHAA

O ALILA VILLAS DAS MALDIVAS. A VITRAHAUS NA ALEMANHA.
VIAGEM À ALMA DO MANDARIN ORIENTAL BARCELONA.
A ELEGÂNCIA CHIQUE DO ALTIS AVENIDA. EVIDÊNCIA LIGHT
STª CATARINA E O DESIGN GASTRONÓMICO DE JOSÉ AVILLEZ

Culto do móvel

A 49ª edição do Salão Internacional do Móvel de Milão, decorrida em Abril passado, demonstrou o reforço do compromisso por parte dos seus organizadores, no que diz respeito ao incremento da inovação e do fascínio exercido pelo design. A DESIGN TRAVEL sentiu-se honrada por ter sido convidada oficial de tão importante evento.

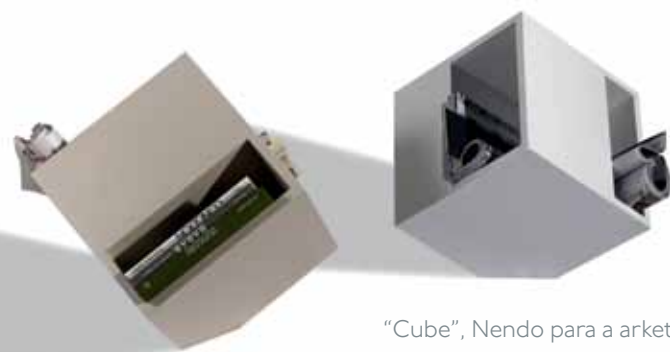
Reportagem: Tiago Krusse



"Piccola Papilio", Naoto Fukasawa para a B&B Italia.



"Magic Hole", Philippe Starck com Eugeni Quittlet para a Kartell.



"Cube", Nendo para a arketipo.

Os cidadãos de Milão já há muito que não estranham a azáfama e a agitação provocadas por aquela que é considerada a feira de design mais importante do mercado global. A 49ª edição do Salão Internacional do Móvel, decorrida entre 14 e 19 de Abril, para além de dedicar a grande parte do seu parque expositivo ao design de mobiliário, teve mais uma edição da Eurocucina, exposição do segmento de cozinha, exposição do segmento casa de banho e o SaloneSatellite, este último espaço uma referência como plataforma de divulgação de novos talentos do design.

A DESIGN TRAVEL não esconde a satisfação pelo reconhecimento da parte dos promotores do evento, que nos incluíram na sua lista de convidados oficial. Não foi estranho para os responsáveis da Cosmit perceberem a orientação editorial do nosso projecto e vislumbrarem as ligações muito fortes entre o design e toda a indústria do turismo.

Quanto à importância da feira, os números são claros: 10 mil novos produtos apresentados, 2500 expositores e uma ocupação de área de exposição de 209 mil m². A principal nota que registámos, foi um claro regresso à simplicidade e sobriedade no segmento do mobiliário. O piscar de olho aos mercados russo e chinês foi posto de lado. Marcas como a Kartell ou a Moroso, por exemplo, regressaram a um apelo clássico, numa estética claramente europeia e menos fantasista. Nos expositores percebemos uma mudança radical de acolhimento, onde foi notória uma atitude privilegiada para os negócios e uma menor exuberância comunicativa para com a imprensa. Percebemos que os



"Lb3", da Laufen.

segmentos dedicados à cozinha e à casa de banho estiveram um pouco mais retraídos quer em número de expositores quer na apresentação de novos produtos. O facto de que na altura do ano em que decorre o salão se realizarem outras feiras importantes para estes dois segmentos por si só não explica a falta de expressão. Podemos avançar uma clara contenção em novos investimentos resultante da crise económica e financeira dos diversos mercados.

O SaloneSatellite, uma plataforma muito interessante que se estabelece entre novos designers e marcas estabelecidas, revelou uma tendência com um pendor mais artístico e político do que uma preocupação na utilidade e funcionalidade do produto. Registámos a presença de selecção de peças do designer português Rodrigo Vairinhos, a trabalhar na Alemanha para a Neo Design Studio.

A par do Salão Internacional do Móvel e das habituais agitações complementares ao evento, quer do Politécnico de Milão ou dos acontecimentos exclusivos nas lojas das principais marcas de mobiliário italianas, a Zona Tortona ganha o seu espaço e o seu peso indo este ano mais além dos beberetes e das festanças, focando a sua missão no negócio puro e duro.

Uma nota final para referir que os promotores do Salão Internacional do Móvel e uma grande generalidade de marcas de design começaram a adjudicar uma considerável parte dos seus orçamentos de comunicação, num patamar máximo na ordem dos 10%, nomeadamente publicidade e vendas de catálogo, por via das novas plataformas digitais como o Facebook ou o Google. www.cosmit.it



"Jade", Christophe Pillet para a Porro.