

ITALIA MILANO FUORISALONE IN GREEN

Dove Milano

Dopo due anni di stop forzato a causa della pandemia da Covid-19 è ritornata la Milano Design Week che, per una settimana, ha trasformato la capitale lombarda in una fucina di eventi, *talk*, mostre e installazioni. Il Fuorisalone, quindi, in concomitanza con la fiera del Salone del Mobile, si conferma il più importante incontro internazionale con il *design*. Tema scelto per il Fuorisalone 2022 è stato "Tra spazio e tempo", due parole che rappresentano dimensioni interconnesse e interessate dai profondi cambiamenti che caratterizzano il mondo di oggi, cambiamenti necessari per generare innovazione nei processi e nei contenuti. Spazio e tempo esprimono due variabili utili a valutare il nostro impatto sul pianeta e programmare decisioni e azioni concrete per progettare il cambiamento. Tra le installazioni dedicate alla natura che hanno animato la settimana milanese vi è certamente "The Floating Forest", progettata da Stefano Boeri Interiors per Timberland, il cui obiettivo non è solo trasmettere nuove forme di responsabilità ambientale e nuove modalità di occupazione e trasformazione degli spazi urbani, ma offrire un luogo di incontro e conciliazione tra la sfera naturale e i cittadini. Uno spazio per la socialità dove accorciare la distanza che di solito si frappone tra i cittadini e la natura. La foresta è concettualmente e fisicamente studiata come un ecosistema indipendente, dove 610 alberi forniti da Peverelli Srl (Acero, Betulla e Malus; arbusti come Aronia Nera, Ortensia, Mahonia e Pittosporo; erbacee perenni come Stipa, Eulalia, Anemone, Emerocallide, Verbena viola e Pampa) e più di 30 specie moltiplicano la biodiversità, attivando i benefici ambientali legati alla forestazione urbana, in connessione con gli altri spazi verdi di Milano, e offre un'immersione sia fisica che virtuale, che attraverso il profumo dei fiori e la qualità tattile delle specie selezionate, coinvolge tutti i sensi. Nel percorso, che ha portato i visitatori a interagire con le ultime eco-innovazioni di prodotto e i valori del brand, gli elementi sensoriali sono stati integrati con un'esperienza digitale *in loco* per cui tramite un QR Code si è potuto accedere a ulteriori contenuti in realtà aumentata, mentre per chi non ha potuto partecipare al Fuorisalone l'esperienza si è svolta online. Gli utenti infine sono rimasti particolarmente coinvolti dal messaggio più importante, l'obiettivo del marchio per avere un impatto netto positivo sulla natura, creando contenuti *social* e lasciando il loro segno positivo. Un'altra installazione dal sapore green è certamente Labyrinth Garden, a cura di Raffaello

Galiotto per Nardi Outdoor, un affascinante e coinvolgente percorso multicursale, sviluppato sui 625 metri quadrati del cortile del Settecento dell'Università degli Studi di Milano e delineato dal sistema modulare di pareti divisorie per esterno in plastica rigenerata e riciclabile al 100%. In questo percorso, il pubblico è stato invitato a entrare nel labirinto, a perdersi nei suoi meandri e a trovare, per tentativi, la via d'uscita confluendo al centro dell'area dove è collocata una torre alta più di 5 metri: salendovi è possibile scorgere il disegno dell'intero percorso e intravedere, finalmente, l'uscita. A metà tra il ludico e la riflessione sul mondo contemporaneo, questo labirinto assume, nelle intenzioni del *designer*, la valenza simbolica dello smarrimento della strada in riferimento al delicato periodo storico che viviamo, in un instabile equilibrio sui temi dell'ambiente, della pace e della salute. Labyrinth Garden è un'installazione dove nulla andrà sprecato, in particolare le 850 piante di bambù e le 6 *Calamagrostis acutiflora*, che a fine manifestazione saranno donate al Comune di Chiampo. Cristina Mazzucchelli invece ha firmato due installazioni: la prima, "Natura Urbana" per Corona, brand di eccellenza AB InBev. Il Ponte Alda Merini lungo il Naviglio Grande ha ospitato una suggestiva installazione green con l'obiettivo di avvicinare i visitatori alla bellezza e alla purezza incontaminata della natura. Rivestita interamente di verde, Natura Urbana è una speciale *experience* multisensoriale che ha coinvolto tutti i passanti con effetti sonori come se si trovasse in mezzo alla natura. Inoltre sul Ponte è installato un conta alberi: per ogni 500 persone che lo attraverseranno, Corona si impegnerà a piantare un albero nelle zone dell'hinterland milanese di Trezzano e Gaggiano. Al termine dell'esperienza tutte le piante presenti sull'installazione godranno di una seconda vita e verranno ricollocate nell'area del Municipio 6. L'obiettivo è aumentare gli spazi verdi in alcune aree di Milano. La seconda, "Reflection", su iniziativa di sensibilizzazione e divulgazione sul tema dello spreco alimentare promossa dal Gruppo Orsero, sostenuta e patrocinata dall'Amministrazione comunale e realizzata in collaborazione con Pane quotidiano, Banco alimentare e Recup, realizzata in Piazza del Cannone. La struttura, un grande parallelepipedo "riflettente", di circa 4 metri e mezzo di lato, ha proposto ai visitatori un percorso di immagini, suoni e profumi "impatto per comprendere le conseguenze degli sprechi e, a confronto, dei comportamenti rispettosi dei prodotti della terra. Infine, l'esordio di Porsche alla Milano Design Week fa parte della serie di interventi artistici immersivi "The Art of Dreams". Il brand con l'artista floreale Ruby Barber dello Studio Mary Lennox, ha realizzato l'opera d'arte scultorea "Everywhereness", a Palazzo Clerici nel cuore di Brera, combinando la fragilità dei fiori alla prospettiva tecnologica del XXI secolo. Affascinante già nello stato di riposo, l'installazione onirica prende vita attraverso *performances* coreografate.





Everywhereness



Natura Urbana



Reflections



Everywhereness



Labyrinth Garden

The Floating Forest



LEAVE YOUR FOOTPRINT
AND BE PART OF THE CHANGE

GIARDINO ITALIANO | 9_2022 | 219