

LA FOTO

Le installazioni del Coachella 2019



MERCATO

Dorotheum ci riprova con Artemisia



GIRO DEL MONDO

Emil Nolde il degenerato



MILANO DESIGN WEEK/5. DIN-DESIGN, L'ANIMA DEL FUORISALONE, CON IL CUORE A NEW YORK



pubblicato martedì 9 aprile 2019

A Milano, **Din-Design In** è l'anima del Lambrate Design District e, arrivato alla sua settima edizione, dal 9 al 14 aprile, si riconferma come uno degli eventi dedicati al design internazionale più ricchi della Design Week, con oltre 100 partecipanti, tra designer, realtà imprenditoriali indipendenti, scuole e accademie internazionali, che offrono mostre e stand, all'insegna della ricerca e dell'innovazione.

Da quest'anno, Din-Design In attiva anche uno scambio tra Milano e New York City, che nel 2020 porterà i designer selezionati in entrambe le città. Abbiamo parlato di tutto ciò con Enzo Carbone, CEO di Prodes Italia, società che da sette anni organizza Din-Design In e da due coordina il Lambrate Design District.

Quale è la maggior novità dell'edizione 2019 di Din-Design?

«La novità 2019 di Din-Design In è sicuramente il coinvolgimento che Prodes Italia ha ottenuto grazie alla collaborazione con l'ufficio commerciale del Consolato Americano a Milano, che ha reso possibile la Partnership con NYCxDesign, la più grande manifestazione di Design a New York. Milano e New York rappresentano a livello internazionale due icone consolidate nel settore del design, influenzando e ispirando tendenze di tutto il mondo. L'accordo vuole essere un ponte di collegamento tra le due città, che per l'edizione 2019 si declina in una collaborazione mediatica, ma che nel 2020 vuole essere un vero e proprio scambio concreto di palcoscenici per i designer selezionati. Riteniamo che questa fusione possa giovare ad entrambe le parti, valorizzando ancora di più i brand e i designer che si affidano a noi per promuovere i propri concept e prodotti».

Quali sono le caratteristiche più rilevanti di Din-Design In?

«Din-Design In rappresenta l'anima del Fuorisalone: uno spazio dove il visitatore può gratuitamente fruire dei contenuti selezionati appositamente per lui, scoprendo nuovi nomi del design e nuove tecnologie. È raro riuscire a trovare un intero spazio che racchiuda così tanti designer e brand (per il 2019 sono 100 i nomi confermati): un punto sicuramente a favore dell'iniziativa, che convogli e coinvolga i visitatori in un'oasi dove perdersi, fermarsi a riflettere e ampliare i propri orizzonti. Din-Design In si rivolge al tempo stesso anche agli esperti del settore, travolti da tutte le iniziative che la città offre durante la Milan Design Week, ma pronti a lasciarsi affascinare da questo appuntamento, forse l'evento per eccellenza di Product Design riconosciuto a livello mondiale».

Come è nato Din-Design e come è cambiato nel corso delle sue sette edizioni?

«Din-Design In, dalla sua prima edizione nel 2013, si è evoluto ed è maturato, aumentando in primo luogo la metratura espositiva: da 600 metri quadri della prima edizione si è passati ad oltre 2000 di superficie interna e 2000 di esterna, per un totale di oltre 4000 metri quadri allestiti. Sicuramente lo scopo primario è stato quello di mostrare un volto del design inedito, fatto di piccole realtà autoproduttrici, designer indipendenti e piccoli brand, con grandi idee e grandi prodotti da mostrare. Nel corso degli anni Din-Design In si è aperto sempre di più verso l'estero, coinvolgendo oltre 50 nazioni diverse, così come alle accademie di Design provenienti da tutto il mondo, che hanno arricchito ancor di più lo spazio con i loro progetti sperimentali ed elaborati finali».

Che rapporto c'è tra Din-Design e Lambrate? Come è cambiato nel tempo?

«Din-Design In è nato a Lambrate e rappresenta la vera anima del distretto. La location infatti, un ex capannone industriale, viene svuotato della sua funzione primaria e allestito per far emergere al meglio le linee e i colori dei prodotti, che spiccano così ancor di più tra le mura di cemento e i carroponti. Nel 2018 Prodes Italia, società fondatrice dell'evento, prende inoltre le redini dell'intero distretto, curandone la logistica e la comunicazione. È stata per noi una scelta scontata: non volevamo lasciar morire il distretto, la nostra casa da oltre sette anni e affermato tra i tre poli principali del Fuorisalone. Abbiamo accettato quindi questa scommessa, superata a parer mio a pieni voti dagli 85mila visitatori registrati del 2018. Durante l'edizione 2018 abbiamo piacevolmente constatato negli occhi dei visitatori lo stupore nel trovare così tante realtà internazionali e innovative all'interno di un unico spazio così ampio. Per il 2019 abbiamo lavorato attivamente per coinvolgere organizzazioni e aziende da tutto il mondo, che con i propri prodotti possano valorizzare il Distretto di Lambrate». (*Silvia Conta*)