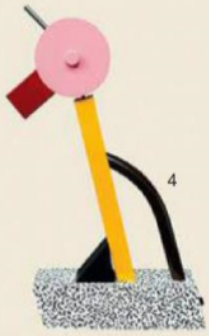
2

3



4

1. ET 2. PARMI LES CRÉATIONS DES ANNÉES 60 DEVENUES CULTE, LES *COMPONIBILI* (1) DESSINÉS PAR ANNA CASTELLI FERRIERI POUR KARTELL (1967) ET LE CANAPÉ MODULABLE *CAMALEONDA* SIGNÉ MARIO BELLINI POUR B&B ITALIA (1970).
3. ET 4. EN 1981, ETTORE SOTTSASS LANCE LE COLLECTIF MEMPHIS : 57 OVNIS POSTMODERNES, DONT L'ÉTAGÈRE *CARLTON* (3) ET LA LAMPE *TAHITI* (4).
5. MARQUE ESSENTIELLE DU DESIGN ITALIEN, LIVING DIVANI EST LE SPÉCIALISTE DES CANAPÉS MINIMALISTES. ICI, LE *GREENE* DESSINÉ PAR DAVID LOPEZ QUINCOCES.

5

PHOTOS : DR – KARTELL COURTESY – TOMMASO SARTORI

Paola Navone et Enzo Mari (disparu juste avant l'ouverture de l'exposition que lui consacre actuellement la Triennale). Dans la Brianza se déroulait en simultané un recentrage sur des matériaux et typologies de produits plus conventionnels, mais non moins créatifs. Parmi les best-sellers de ces années-là où la mondialisation courait à bas bruit en arrière-fond, il faut citer la lampe *Tizio* (1972) de Richard Sapper pour Artemide ou le canapé *Maralunga* (1973) de Vico Magistretti pour Cassina. En 1981, Ettore Sottsass frappait un grand coup en plein *off* du Salone en lançant le collectif Memphis : 57 ovnis postmodernes, dont l'étagère *Carlton* et la lampe *Tahiti,* contrastant fortement avec l'habituelle production industrielle élégante de la Brianza. Ce qui n'a pas empêché le mouvement de bénéficier d'emblée du soutien actif d'Ernesto Gismondi, président d'Artemide, tandis qu'Abet Laminati fournissait le stratifié.

Radicalement photogénique, Memphis préfigurait, avec quelques décennies d'avance, l'avènement de la primauté médiatique de la culture visuelle d'Instagram. Ce n'est d'ailleurs pas un hasard si le mouvement, en plein *revival* depuis le milieu des années 2010, continue d'être une source d'inspiration partout dans le monde. Aux architectes-designers qui plaçaient la théorie en première ligne ont succédé des profils suractifs, plus sensibles sans doute aux briefs du *contract,* sans lequel le design en général, et le design *made in Brianza* en particulier, ne survivrait pas. Piero Lissoni ou Patricia Urquiola en sont les nouvelles stars, de même que certains designers internationaux, comme Philippe Starck, qui a noué une fructueuse collaboration avec Kartell, entre autres. En passant très récemment de marque familiale indépendante à marque intégrée à une multinationale, Cassina (groupe Haworth) ou Flos (Design Holding, un regroupement entre Investindustrial et The Carlyle Group, dont le portefeuille contient aussi Louis Poulsen, B&B Italia, Maxalto, Azucena and Arclinea) bénéficient aujourd'hui de (plus) puissants leviers de développement international, même si la pandémie à certainement mis en suspension temporaire quelques projets. À commencer par la 59e édition du Salone. Le 60e anniversaire est annoncé pour septembre, cependant tout peut encore être décalé… Mais la créativité lombarde n'est pas à l'arrêt pour autant, bien au contraire : avec la vidéo *Desiderio,* les designers de Studiopepe ont imaginé un showroom virtuel où se découvre la collaboration avec le très dynamique éditeur CC-Tapis. Logiquement, l'e-commerce gagne des parts de marché, d'autant plus que le recentrage forcé sur la maison va dans le sens de l'achat design. En 2014, la Triennale proposait une passionnante exposition intitulée *Le Design italien au-delà des crises : autarcie, austérité et autoproduction.* Soit un scan de trois décennies ayant su stimuler l'altercréativité – celle qui a suivi la grande dépression de 1929, celle qui a dû affronter le premier choc pétrolier de 1973, et celle des années 2000 basculant sous le règne conjugué de la finance et de la mondialisation. Gageons qu'un jour la créativité engendrée par la pandémie nous éblouira au Museo del Design Italiano. ■

> Memphis préfigurait, avec quelques décennies d'avance, l'avènement de la primauté médiatique de la culture visuelle d'Instagram.

The Good Life

48

BUSINESS | CULTURE | DESIGN | ARCHITECTURE | MODE | VOYAGES | LIFESTYLE | N°48 MAI/JUIN 2021 | 5,90 € | www.thegoodlife.fr

Le premier magazine masculin hybride : business & lifestyle

NUMÉRO SPÉCIAL LOMBARDIE

DOSSIER
SPÉCIAL MONTRES
The Good Life
40 PAGES SUR LE MARCHÉ DE L'HORLOGERIE DE LUXE

Pensa positivo

Think Global

Pensa Milano

POUR TOUT SAVOIR SUR CETTE PARTIE DE L'ITALIE INDUSTRIEUSE QUI REPRÉSENTE 20 % DU PIB DU PAYS

Crea dipendenza

L 14005 - 48 - F: 5,90 € - RD