

CRÉATEUR DE L'ANNÉE 2015

www.nendo.jp

NENDO, DESIGN PER TUTTI I SENSI

PROTAGONISTA DI UNA MOSTRA-INSTALLAZIONE ISPIRATA AL CIOCCOLATO, IL GIAPPONESE OKI SATO HA PROGETTATO PER LA FIERA PARIGINA ANCHE UNA SERIE DI PRALINE DALLE TEXTURE POETICHE E IRONICHE. COME IL SUO STILE



Il giapponese Nendo, ovvero Oki Sato, designer dell'anno 2015 M&O Paris e la serie limitata e "firmata" di cioccolatini proposta nella sua installazione "Chocolatexture lounge". (ph. M-A. Tondou e A-E. Thion)

Uno spazio raffinato, limpido e insieme evocante il gusto del cioccolato: è in questa atmosfera dolce e ironica della sua "Chocolatexture lounge" che incontriamo Nendo, ovvero il designer giapponese (ma nato a Toronto nel 1977) Oki Sato, designer dell'anno 2015 di Maison&Objet Paris, oggi uno dei più apprezzati - e super impegnati - progettisti del pianeta. Nendo in giapponese significa "creta": una dichiarazione di intenti, visto che prodotti e brand molto diversi tra loro nelle mani di Nendo vengono plasmati con un gusto raffinato e originale, che stempera il minimalismo in umorismo poetico. Nella fiera parigina lo spazio era delimitato da una sorta di goloso e raffinato "shangai" (una piccola foresta di sottili tubi di alluminio, di altezze differenti e come "intinti" in modo diverso nel colore del fondente): all'interno pochi arredi, già progettati da Oki Sato: qualche poltroncina, tavolini, un divanetto. Tutto colore del cacao, tutti di brand eccellenti tra cui Desalto, Emeco, Moroso, Gislaitalia.

Poi, il piccolo banco dove è possibile acquistare e letteralmente "gustare" la sua creazione: nove tipi di cioccolatini, ludici e architettonici, progettati facendo riferimento "ai diversi modi della lingua giapponese di descrivere la texture alimentare" e ispirati ai loro suoni onomatopeici, quali "toge-toge", "suka-suka", "sube-sube" "poki poki". Attivo come Studio Nendo dal 2002, tre sedi internazionali (Singapore, Tokio e Milano), amato particolarmente dai grandi brand europei e italiani, Oki Sato ha una inconfondibile cifra stilistica. L'avevamo incontrato lo scorso anno a Eurocucina, nello stand Scavolini, per cui ha firmato l'originale cucina Ki. A Parigi, nel suo spazio punteggiato di color cacao, l'abbiamo ritrovato sempre gentile e sorridente, sintetico nelle risposte, comunque rigorose.

Come mai ha voluto cimentarsi in un progetto di "chocolatexture" per Maison&Objet? E cosa pensa del food design?

Amo molto i dolci, particolarmente il cioccolato. In questo caso, a Maison&Objet ho voluto mettere insieme due cose che solitamente sono separate: esporre dei prodotti già progettati e realizzare una nuova installazione, oltre a disegnare dei prodotti inediti. Volevo creare e offrire un'esperienza completa. Per me è questa la dimensione dell'installazione "Chocolatexture lounge". Non si tratta tanto di food design, ma di design da gustare con tutti i cinque sensi, avendo un'esperienza del cioccolato e delle sue diverse, possibili texture.

Qui ci sono alcuni arredi progettati per brand italiani: qual è il suo il suo legame con l'Italia? L'abbiamo vista a Eurocucina 2014 cimentarsi con una cucina per Scavolini: è una collaborazione che continuerà?

In Italia posso dire che ho cominciato ad amare il design, e ho avviato delle collaborazioni eccellenti che continuano ancora oggi. Penso a Cappellini, ad esempio. La stessa collaborazione con Scavolini è stata molto positiva e con ogni probabilità avrà un seguito. Tra l'altro nel 2015, sarò presente con i miei lavori in Triennale e alla Permanente a Milano.

Le sue opere hanno un'intensa componente poetica. Ma qual è l'influenza della tecnologia, come limite o come stimolo, nella sua progettazione?

La tecnologia non deve essere un limite, ma non è necessariamente uno stimolo: è solo un elemento con cui confrontarsi. Ma può essere pericoloso per un designer farsi condizionare troppo dalla tecnologia, con cui bisogna mantenere un rapporto di libertà, di possibilità.

Un esempio concreto di nuove tecnologie utilizzate nella progettazione sono le stampanti 3D: tra l'altro, lo Studio Nendo realizza splendide minia-

ture consegnate ai clienti per anticipare il progetto. Questo strumento sta cambiando qualcosa nel rapporto tra designer e creatività?

Sì, le utilizziamo anche noi e offrono la straordinaria possibilità di toccare subito la tridimensionalità di un progetto. Sono solo uno strumento, ma da un punto di vista concettuale ridimensionano l'onnipotenza del designer, il suo sentirsi demiurgo: ci sono cose che possono essere fatte da uno strumento tecnologico. Dall'altra parte, la creatività non può che venire dall'intervento puro del designer.

Lei ha progettato anche per il mondo del retail. Non solo prodotti, ma spazi. Valgono gli stessi criteri o ci sono delle difficoltà specifiche?

Per il retail si tratta di creare un'esperienza, perché entrando in un punto vendita non si acquista tanto un prodotto, ma una vera e propria esperienza. I criteri, però, sono sostanzialmente gli stessi.

Come vede il futuro del design?

Sono fortemente concentrato sul qui e ora: attualmente lo Studio Nendo sta lavorando su 300 progetti differenti, il futuro per noi è un work in progress. Ma se devo segnalare un obiettivo, penso che il design deve e può risolvere dei piccoli problemi, rendere la vita di ogni giorno migliore, fare più facili e belli i nostri gesti. Il lusso non è tanto avere delle cose, ma apprezzare la vita, avere buoni momenti nella nostra quotidianità. Anche qui il design può "divertire", nel senso di determinare un sorriso nella nostra vita.

Esiste un'etica nella progettazione di Nendo?

Raccontare piccole e belle storie, facili da capire, che anche un bambino possa comprendere. Arrivare a determinare un nuovo oggetto con semplicità, rendendolo caloroso, pieno di umorismo, amichevole, friendly. Che induca al sorriso. È semplice, ma è molto.