

## SALONE SATELLITE PARLA MARVA GRIFFIN WILSHIRE, LA MADRINA DI Cibo e stile, il contributo dei giovani

-MILANO-

vengono in mente alcuni, Tommaso Nani e Noa Ikeuchi, Cristi-

**MARVA GRIFFIN** Wilshire, è fondatrice e curatrice del SaloneSatellite, la più importante rassegna dedicata ai designer under 35, costola del Salone del Mobile.

### Qual è il tema di questa edizione?

«Ho scelto il cibo, "Food as a Design Object". Il design può veicolare idee e generare progetti intelligenti, responsabili e fruibili anche per il sistema alimentare del futuro. E invito i ragazzi a pensare a qualcosa, senza disturbare la loro creatività. E proprio pensando al tema del cibo mi è venuta un'altra idea, un omaggio alla città di Milano».

### Quale?

«Mi sono chiesta, cos'è che si man-

gia di più a Milano e in tutto il mondo? Il pane! Quindi è nata così la *Michetta condivisa*, un omaggio a Milano, città che adoro e che mi ha accolta a braccia aperte. Davide Longoni è il panificatore che produrrà la michetta realizzata con i grani dei cinque continenti, il grano tenero, il sorgo, la quinoa, il riso, il mais, con l'intento di sottolineare la dimensione aperta e globale del presente che caratterizza Milano. Il designer Alessandro Guerriero ha avuto l'idea per Pane Quotidiano Onlus, in collaborazione con l'associazione Panificatori di Confcommercio. La offriremo mercoledì (alle 15) durante la premiazione del 10° SaloneSatellite Award e del 6° Design Award Riva 1920, presso l'Arena del SaloneSatellite, padiglione 22».

### Lei è la madrina di tanti giovani talenti. Pronta ad accogliere una nuova ondata di aspiranti designer?

«Sì. Nonostante siano passati 22 anni, sono emozionata come il primo giorno. Sono orgogliosa di tutti i miei ragazzi che si sono fatti valere in ogni angolo del mondo. Ogni edizione del SaloneSatellite ha una storia a sè, e c'è sempre qualche giovane che emerge. La soddisfazione maggiore per me? Quando incontro imprenditori di grandi aziende che mi dicono: "Marva ho preso un ragazzo del Satellite!"».

### Qualche nome...

«L'elenco sarebbe lungo... me ne



**CREATIVA**  
Marva Griffin  
Wilshire





# Il Salone segna un +12%

*Visitatori da 181 Paesi del mondo  
«Il mondo crede in noi più  
di quanto crediamo in noi stessi»*

di STEFANIA CONSENTI

- MILANO -

**E ALLA FINE I NUMERI** rendono perfettamente il «sentiment» di questa settimana vissuta all'insegna della creatività, di un Salone del Mobile che ha bissato il record dello scorso anno, nonostante manchino le due rassegne (biennali) dedicate al bagno e alla cucina, sostituite quest'anno da Euroluce e dagli arredi per uffici. Sono stati 386.236 i visitatori in sei giorni, provenienti da 181 Paesi e fanno registrare un incremento del 12% rispetto all'edizione 2017 sempre con Euroluce e Workplace3.0. E 2.418 gli espositori di cui il 34% esteri, da 43 Paesi del mondo. Sono tornati mercati assenti (nel comparto illuminazione) come gli Stati Uniti, buyer di qualità. E poi il pubblico, quello che sabato e ieri ha invaso giosamente gli spazi fieristici per curio-

sità, per fare parte «di un sogno», a «caccia di bellezza ed emozioni» assicurati da allestimenti artistici come in Project. Questa edizione è stata la più bella - concordano tutti - della lunga storia del Salone che ha dimostrato di saper fare rete con le altre istituzioni culturali della città offrendo una movida multi-etnica viva e affollata a tarda sera, grazie al ricco e sempre più selezionato palinsesto.

**UNA PRIMA** edizione «olimpica» che, in attesa di un responso sui cinque cerchi nel 2026, ha dimostrato come Milano sia in grado di ospitare il mondo offrendo cultura, affari, divertimento. «Milano che fa la capitale mondiale di creatività e tecnologia ci inorgoglisce», ha detto il primo giorno della manifestazione il premier Conte dopo aver visitato in anteprima una delle due installazioni - De Signo - dedicate a Leonardo,

il primo geniale designer della storia del Made in Italy. Una celebrazione dell'ingegno - altra parola aggiunta al Manifesto - che ha avuto una rappresentazione plastica nei padiglioni di aziende che hanno fatto la storia del design italiano ma anche di new entry piccole e coraggiose (come Colè, nata nel 2011, distintasi nella ricerca a cavallo tra arte e moda) e medie imprese che hanno fatto per la prima volta il loro ingresso in fiera e hanno sviluppato molto bene il tema della sostenibilità (da Lago a Riva 1920) ambientale.

«Sicuramente è stata un'edizione speciale - dice Emanuele Orsini, presidente di Federlegno -. Si è visto come non era mai accaduto prima il fatto che le aziende si sono messe in gioco facendo prodotti e innovazioni che sono veramente il vanto del Paese». Le preoccupazioni per le incertezze economiche sono rimaste fuori, ben pre-

sentì, ma sullo sfondo. Però poi dal Governo è arrivato un forte riconoscimento del ruolo del Salone come «uno dei motori dell'economia italiana, grazie al fertile rapporto fra impresa, città e territorio». Perché «il mondo crede in noi più di quanto noi crediamo in noi stessi», ripete Orsini. «Abbiamo investito sulla qualità e abbiamo fatto business ma soprattutto tutti hanno percepito il nostro entusiasmo, la nostra capacità di fare sistema e quindi di andare oltre il mero business per offrire un'esperienza globale, in cui quello che conta sono le idee». E poi il SaloneSatellite, vera fucina di giovani talenti, particolarmente apprezzato quest'anno.

Il mondo è venuto a Milano a ora che le luci sul Salone si sono spente un po' dispiace. C'è già, però, la data da segnare sul calendario. Appuntamento al 2020, dal 21 al 26 aprile.



## LE CIFRE

### L'exploit

Successo certificato dai numeri: 386.236 presenze in sei giorni provenienti da 181 Paesi fanno registrare un incremento del 12% rispetto all'edizione 2017 che proponeva Euroluce e Workplace3.0



### Le creazioni

Folla per installazioni come Aqua creata da Marco Balich [foto] La visione di Leonardo che ha registrato in media 2mila persone alla Conca dell'Incoronata. Altrettanti per De-Signo con la voce narrante di Abatantuono



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

**L'AZIENDA  
DI GARBAGNATE**

# Stand fashion PharmaLife Research brilla in fiera



– GARBAGNATE –

**PHARMALIFE** Research debutta a Cosmofarma Exhibition, l'evento leader per il mondo della farmacia a livello europeo nell'ambito dell'health care che si è appena concluso a Bologna. L'azienda lecchese guidata da Anna Crupi (nella foto) si è presentata con uno stand che è specchio della sua filosofia - il connubio armonioso fra scienza e natura - dove 2100 piantine di essenze aromatiche - rosmarino, menta piperita, menta marocchina, melissa, agathea coelestis - si arrampicano lungo le pareti dell'area espositiva occupata dall'azienda, diffondendo i loro aromi a partire dalla parte più alta dello stand fino al pavimento in ferro naturale, che accoglie un originale e naturale tavolo in Briccole, di Riva 1920, pezzo unico mostrato per la prima volta all'esposizione universale di Shanghai. Tra le novità presentate Tolero-ben, la recente linea di prodotti nata per contrastare le intolleranze alimentari, insieme alle novità delle linee dermocosmetiche Collagenat e Aspersina, leader nel mondo dei prodotti di bellezza a base di bava di lumaca e collagene vegetale.

