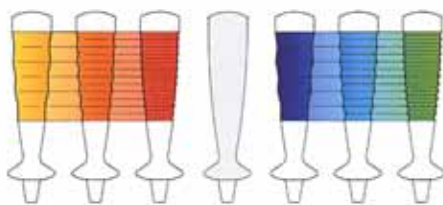




NUOVI DESIGNER NEW DESIGNERS

## PROGETTARE, COMUNICARE

DARIO MORETTI



DESIGN,  
COMMUNICATION

**Affrontare insieme il progetto e la sua comunicazione. La forma e il significato dell'oggetto dialogano strettamente nel lavoro di Lorenzo Gecchelin, architetto e designer in Milano**

*Dealing jointly with the design and its communication. The object's form and meaning are closely related in the work of Lorenzo Gecchelin, an architect and designer based in Milan*

Che la comunicazione di un prodotto sia parte integrante del suo progetto è un'idea che ormai appartiene al bagaglio professionale di ogni designer e di ogni produttore accorto. Più difficile è che il designer possieda l'attenzione necessaria a fornire con efficacia entrambe le prestazioni: l'equilibrio di funzionalità e semantica è una qualità tanto centrale



per il progettista che può costituire di per sé la chiave generale del suo lavoro.

Lorenzo Gecchelin, architetto, unisce all'esperienza di progettazione acquisita in uno studio di design un'attenzione alla comunicazione coltivata con un'esperienza olandese in uno studio di Enschede e raffinata a Milano nella collaborazione con il Comune e nel lavoro al Corso di laurea in Disegno industriale del Politecnico, con Giancarlo Iliprandi.

Affrontare insieme il progetto e la sua comunicazione significa pensare insieme la forma e il senso dell'oggetto: dato che nessuna comunicazione può creare il successo dove non ci sono contenuti, far nascere le due facce del design dallo stesso ceppo garantisce che il messaggio che arriva al pubblico sia fondato, onesto, convincente senza prevaricazioni. Così i progetti per la casa di Gecchelin non nascono come "mobili" ma come oggetti per rispondere a un'esigenza di spazio duttile e di funzionalità multipla. Sfruttano i materiali più per la loro capacità di scomparire o di trasformarsi che per le loro qualità di rappresentanza: plastiche trasparenti, colori puri, forme elementari addizionabili.

L'atteggiamento generale è quello di un'economia che va al di là dell'ovvia scelta del materiale più adatto e ri-

*Every astute designer and manufacturer by now acknowledges the professional importance of considering the communication of a product as an integral part of its design. What is more unusual is to find a designer who possesses the necessary care to deal effectively with both of these aspects: get the balance of functionality and semantics is such a central quality for a designer that it may in itself represent the key to his work. The architect Lorenzo Gecchelin combines his experience acquired in a design studio in Holland working in a studio in Enschede, and then fine-tuned in Milan working with the City Council and on the degree course in Industrial Design at the Politecnico, together with Giancarlo Iliprandi. Dealing with the project and its communication together means thinking together of the object's form and sense. Given that no communication can create success where there is no substance, a unified approach to the two aspects of design guarantees that the message reaching the public is*





- Innovativa
- Autopulente
- Economica
- Compatta
- Versatile

1, 2. Sette matite colorate per unire esperienze tattile ed esperienza visiva: scelta dei colori (tre caldi, tre freddi, nero) e impugnatura sono studiate per aiutare a superare il disagio della discromatopsia (disabilità più o meno spiccata alla percezione del colore) nei bambini (1998, premiato alla sezione Progetto giovane del XVIII premio Compasso d'Oro ADI).

3, 4. Progettare e comunicare: al centro del progetto del portafrutta Bowling (prod. Göttingen-Bronoli, 1999) c'è un'impugnatura ispirata a un'idea semplice: la palla da bowling, il che suggerisce anche il nome del prodotto. Il messaggio visivo rende evidente il legame, sottolineando l'idea di gioco.

5. Una tenda da doccia che è quasi una cabina: da una colonna verticale un foglio di vinile trasparente si svolge da un cilindro motorizzato: dopo la doccia si riavvolge, pulendosi. Variabile nella forma come una tenda, meno invadente di una cabina (1998, 1° premio Teuco Award.net).

1, 2. Seven coloured pencils uniting tactile and visual experiences: choice of colours (three warm, three cold, black) and grip are designed to help overcome the embarrassment caused by dyschromatopsia (the more or less marked disability to perceive colour) in children. (1998, prize-winner in the young designers section of the 18th Compasso d'Oro ADI awards).

3, 4. Design and communication: the design for the Bowling fruit bowl (prod. Göttingen-Bronoli, 1999) centres around a grip inspired by a simple idea: a bowling ball, which also gives the product its name. The visual message makes the link evident, and underlines its playful character.

5. A shower curtain that is almost a cubicle: a sheet of transparent vinyl is unfurled from a motorised vertical column; after the shower, it is rolled back up and cleaned at the same time. Can be varied in shape like a curtain, and is less intrusive than a cubicle (1998, 1st prize Teuco Award.net).



well-grounded, honest, and convincing without being heavy-handed. Consequently, Gecchelin's designs for the house are not born as "pieces of furniture" but as objects responding to a need of ductile space and multiple functionality. They exploit materials more for their capacity to disappear or be transformed, than for their ornamental qualities: emphasis is made on transparent plastics, pure colours, and modular elementary forms.

The general attitude is that of an economy that goes beyond the obvious choice of the most suitable materials and reflects above all the tendency of young Italian designers to consider consumption in function of energy saving, which has by now become an ethical imperative of design (even if not yet of manufacturing and the market). But these designs also seem to be attempts at embodying one of the fundamental characteristics handed down by the forefathers of Italian design: the ability to focus on the user and construct around him the objects he needs, innovating on the basis of inspiration offered by materials or functional needs. This attitude is clearly adopted by Lorenzo Gecchelin, whether in simple projects or those of extreme technical complexity: greaseproof paper reformulating the appearance of ovenware, making it more cheerful and lightweight; and the shower cubicle, becoming less intrusive than a curtain.

specchia innanzitutto la generale tendenza dei giovani designer italiani a organizzare i consumi in funzione di un risparmio di energia che è divenuto ormai un imperativo etico del design (anche se non ancora della produzione e del mercato). Ma questi progetti in più danno l'impressione di mirare a uno dei punti centrali dell'eredità dei padri storici del design all'italiana: la capacità di mettere l'utente al centro del discorso e di costruirgli intorno gli oggetti che gli servono, innovando le tipologie sull'ispirazione di un materiale oppure di un'esigenza funzionale. Un atteggiamento che per Lorenzo Gecchelin vale nei progetti semplici come in quelli di estrema complessità tecnica: la carta da forno rinnova l'aspetto dei contenitori da forno rendendoli più allegri e lievi; la cabina da doccia si fa meno invadente di una tenda.

6. Il gioco formale dell'origami, grazie alle tecnologie della carta moderna, diventa il perno di un progetto semplice di piacevole impatto estetico: tortiere usa-e-getta in carta da forno piegata, che resiste oltre i 200°C (1998, Foto Maiolo).

6. The formal game of origami, combined with modern paper technology, serves as the lynchpin for a simple yet attractive project: a disposable cake-tin in folded greaseproof paper, which is resistant to heats of over 200°C (1998, Photo Maiolo).



**Lorenzo Gecchelin**  
via Desiderio da Settignano, 9  
I-20149 Milano  
tel./fax +39.02.4981140  
lorenzog@comm2000.it