

The purpose of the projects united under the logo **Life in I Style** is to optimize the efforts for the penetration of the global market in three vital industries for Italian economy: clothing, furniture and audiovisuals.

Within the triennial program of road shows and events (from the US to Japan), Italian design has played and still plays a key role, generating a "second melody" also at home, stimulating other initiatives.

Enthusiastic moments for "Made in Italy", which Casa Oggi has documented "live".

Un nuovo "progetto di comunicazione", un tour espositivo e fotografico che, partito da Zurigo, è già approdato a Milano, Venezia, Londra (in concomitanza di **100% design**) per toccare nei prossimi tre anni anche Verona, Valencia, Courtrai, Dubai, Parigi, Colonia, Francoforte. Progetti e prodotti che **Casa Oggi modi di vivere** ha guardato con lo spirito del reporter ma anche con l'ambizione dello storico che intende "fissare" i momenti più significativi di un percorso iniziato nei primi anni '50 e che continua tutt'oggi in un'atmosfera di fermento ed entusiasmo. Un'interessante documentazione che abbiamo raccolto per Casa Oggi convinti, come ha scritto Bruno Munari che "Il designer stabilisce il contatto da tempo perduto tra arte e pubblico, tra arte intesa in senso vivo e pubblico vivo. Non più il quadro per il salotto ma l'elettrodomestico per la cucina. Non ci deve essere un'arte staccata dalla vita: cose belle da guardare e cose brutte da usare. Se quello che usiamo ogni giorno è fatto con arte non avremo niente da nascondere."

Al centro: "UP5", design Gaetano Pesce, **B&B Italia**; 1. "Collezione Larius", design Franco Poli, **Matteograssi**; 2. "Cestello", design Gae Aulenti e Piero Castiglioni, **IGuzzini Illuminazione**; 3. "Minni", design Antonio Citterio, **Halifax -Unitec** 4. "Minima 40", design Bruno Fattorini, **MDF Italia**; 5. "Donald", Studio Cerri & Associati, **Poltrona Frau**; 6. "Hula", design Barber Osgerby, **Cappellini International**. Le fotografie sono state realizzate da Maurizio Marcato per **Italian Design on Tour**.

A new "communication project", an exhibition and photo tour which, starting from Zurich, has reached Milan, Venice, London (together with **100% design**) and in the next three years will be staged in Verona, Valencia, Courtrai, Dubai, Paris, Cologne and Frankfurt. Projects and products that **Casa Oggi modi di vivere** has watched from a reporter's perspective, but also with the ambition of a historian who wants to illustrate the most significant moments of a journey undertaken in the early 1950s and that is still continuing in an atmosphere of excitement and enthusiasm. Interesting documentation will be published in the next issue of Casa Oggi, as we are confident - like Bruno Munari wrote - that "the designer restores the long-lost contact between art and audience, between living art and living people. This means an electric household appliance rather than a painting. Art should not be detached from life: beautiful things to see and ugly things to use. If our everyday tools are artistic pieces, we won't have nothing to hide."

I.

Italian Design Furniture On Tour (Selection and certification of the best products of Italian design) è patrocinata dall'Associazione delle Camere di Commercio Italiane all'estero e dal Ministero per i Beni e le Attività Culturali. Sponsor ufficiali **Lavazza e Barilla**. La mostra, espositiva e fotografica prevede 12 tappe, tra quelle già effettuate ricordiamo: Venezia, Zurigo, Milano e Londra (**THE ROUNDHOUSE** in concomitanza con **100% Design**). Le successive saranno Courtrai, Colonia, Dubai, Francoforte, Parigi, Valencia.

I. CASAOGGI, nr. 276, Giugno 2001, pag.12

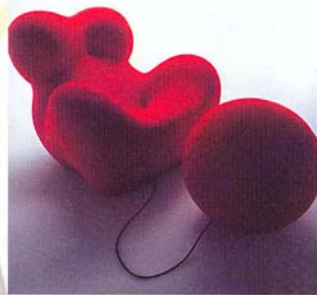


MILANO **modi:vivere** **CASAOGGI** in the world 100% DESIGN Londra

L'obiettivo dei progetti uniti dal logo **Life in I style** è quello di ottimizzare gli sforzi di penetrazione nei mercati internazionali di tre filiere trainanti per la nostra economia: l'abbigliamento l'arredo e gli audiovisivi.

Nel programma triennale di manifestazioni ed eventi itineranti (dagli USA al Giappone) il design Italiano ha avuto, ed ha, un ruolo determinante tanto da provocare un controcanto anche in Patria stimolando altre iniziative. Momenti entusiasmanti per il "Made in Italy" che Casa Oggi ha vissuto in "presa diretta".

Un piano d'iniziativa ordinarie e straordinarie per un investimento di 80 miliardi in tre anni sta impegnando congiuntamente il settore pubblico e privato affiancando per la prima volta i sistemi industriali dell'Abitare, della Moda e dell'Audiovisivo. L'obiettivo dei progetti, uniti dal logo **Life in I style** è quello di ottimizzare gli sforzi di penetrazione nei mercati internazionali delle aziende dei tre sistemi: coordinando le loro iniziative, non solo a livello settoriale, ma anche intersettoriale, incanalando le "energie" verso l'obiettivo unico di promozione del Made in Italy; progetti specifici di settore reciprocamente sinergici, per i tre sistemi Abitare, Moda e Filmare che insieme valgono più di 300.000 miliardi. **Life in I style** è la rappresentazione simbolica dei progetti; il logo ufficiale racconta i valori dello stile di vita italiano, che riconosce il centro del mondo nell'uomo stesso, come sottolinea lo stesso logo in quella I dalla doppia valenza volutamente ambigua: I come l'lo inglese e I come sigla dell'Italia all'estero. **Casa Oggi modi di vivere**, impegnato da oltre trent'anni nella promozione del Made in Italy ha subito affiancato questa iniziativa facendosi portavoce delle aziende più rappresentative del design italiano. Un itinerario che ci ha portato all'**International Contemporary Furniture Fair** a New York e a tutte le manifestazioni collaterali, come **Abitare Italia Exercises in Style** (che ha tradotto in un linguaggio visivo e facilmente accessibile le varie declinazioni dello stile abitativo italiano) presentata anche a Tokyo in concomitanza alla Mostra di Roberto Cappucci, **Creatività al di là del tempo**, e poi ancora a Minneapolis con la mostra **Zero to Infinity: Arte Povera 1962-1972** che evidenzia l'arte concettuale italiana degli anni Sessanta che dalla Tate Modern di Londra si è trasferita al Walker Art Center di Minneapolis (dove sarà fino al 13 gennaio 2002) per poi approdare successivamente a Los Angeles e Washington. Affermazioni del Made in Italy che hanno stimolato in Patria altre iniziative come **I.Do.T** (Italian Design on Tour), una mostra ma soprattutto una selezione e una certificazione dei migliori prodotti di design italiano.



A plan of ordinary and extraordinary initiatives for an 80 billion lira investment in three years is jointly involving public and private actors, for the first time integrating the industrial systems of housing, fashion and audiovisuals. The goal of the projects under the **Life in I style** logo is to optimize the efforts of Italian companies for the penetration of global markets: coordinating their initiatives, not only within each industry, but also across different industries, funneling "energy" towards the single objective of Made in Italy; specific projects for mutually synergetic industries, for the three areas of housing, fashion and filming which are worth more than 300,000 billion lira in total. **Life in I style** is the symbolic representation of projects; the official logo reproduces the values of Italian life style, which recognizes man as the center of the world, as indicated by the logo itself with the ambiguous, ambivalent I: I like the first person in English, and I like the international code of Italy. **Casa Oggi modi di vivere**, for more than 30 years committed to the promotion of Made in Italy, has immediately supported this initiative, conveying the message of the most representative companies of Italian design. An approach that has taken us to the **International Contemporary Furniture Fair** in New York and all related events, like **Abitare Italia Exercises in Style** (which translated the many expressions of Italian dwelling style into a visual, easily accessible language), presented also in Tokyo simultaneously with the show by Roberto Cappucci, **"Creatività al di là del tempo"** (Creativity beyond time), and then in Minneapolis with the show **"Zero to Infinity: Arte Povera 1962-1972"**, illustrating Italian concept art in the Sixties, which has moved from the Tate Modern gallery in London to the Walker Art Center in Minneapolis (where it will remain until January 13, 2002), then moving to Los Angeles and Washington. These successes of Made in Italy have stimulated other initiatives at home, like **I.Do.T** (Italian Design on Tour), a show but most of all a selection and certification of the best products of Italian design.