

CERCA nel sito:  VAI

OVERVIEW LUXURY

ARCHIVIO NOTIZIE

GALLERY

IN BORSA

ARCHIVIO SPECIALI

SHOPPING

TAGS

SOUNDTRACK

ULTIMI ECO&CHARITY

1. Madonna, la material girl è diventata avara?
2. Ghd si tinge di rosa per la ricerca sul cancro al seno
3. A Milano "Lovedesign": creatività in beneficenza
4. Buckland: «La creatività salverà il pianeta»



Lovedesign

SCORRI 1/4

PIU' VISTI

PIU' LETTI

PIU' VOTATI

MONDO LUXURY

Top Five



**Heidi Klum**  
La supermodel - che ha appena avuto il suo quarto figlio - insegna come non rinunciare alle ...



Gli eco-film del Roma Film Festival



Backstage

Il Blog di Paola Bottelli che vi svela tutti i retroscena e le curiosità del mondo della moda e del lusso. ▶

Ultimi Post

Rimbalzano le vendite di diamanti grezzi

Le miniere della De Beers nel Botswana stanno lavorando all'80% della capacità produttiva g ...

Terzo trimestre, vendite Gucci -7%

Le vendite di Gucci nel terzo trimestre 2009 sono diminuite del 7% a 531 milioni di euro ris ...

WEEK END

# A Milano "Lovedesign": creatività in beneficenza

L'iniziativa prevede la vendita di 3.500 oggetti per finanziare i programmi dell'Airc

di Antonietta Demurtas

Rating: 0.0Rating 0.0

Tags: Zanotta, Driade, Berkel, Caimi, Danese, Pac, Lovedesign, Airc, Aless, Philippe Starck, Lorenz, Emo Design

Archivio

Stampa Invia De.li.cious. Commenta



LOVEDESIGN

> Vai alla gallery

Su un pavimento bianco appaiono in successione una serie di oggetti: la poltrona Sacco Zanotta, la sedia Armchair della Driade, l'affettatrice Berkel, il candelabro Marie Antoinette di Caimi, la lampada Amami della Danese, le più belle icone del design si dispongono una accanto all'altra e formano una scritta. Quando l'inquadratura si apre, si scopre che quella parola è: cancro. Ma in un attimo, un susseguirsi di persone entrano in scena, scelgono ognuna un oggetto e lo portano via con sé, spazzando via quella scritta e lasciando spazio al claim della campagna: "Cancro: facciamolo sparire!" È così che il regista Stefano Quaglia ha immaginato nello spot The exhibition

quel che succederà dal 23 al 25 ottobre al Pac, il Padiglione d'arte contemporanea di Milano, che per tre giorni sarà il cuore di Lovedesign. L'iniziativa, ormai alla sua quarta edizione, prevede anche quest'anno la vendita di oggetti di design per finanziare i programmi dell'Associazione italiana per la ricerca contro il cancro (Airc).

A dichiarare guerra alla "malattia del secolo" tre donne, madrine di Lovedesign, che sperano di portare una speranza in più, unendo le forze e racimolando 600mila euro per continuare la lotta. Il sindaco di Milano Letizia Moratti, la principessa Bona Borromeo, presidente dell'Airc e Luisa Bocchietto, presidente dell'Adi (Associazione per il disegno industriale), ci credono. "Attraverso Airc si aiuta la ricerca e visto che l'Adi promuove il design, che è prima di tutto ricerca e innovazione - racconta Bocchietto - siamo legate a filo doppio".

Oltre 3.500 oggetti firmati dai più noti designer e prodotti dalle migliori aziende di design italiano saranno in vendita a circa metà prezzo a un pubblico che farà della beneficenza il suo migliore affare.

Ce n'è per tutti i gusti. Grazie alla generosità di 50 aziende che hanno donato i propri prodotti all'Airc, sarà possibile portare a casa lo spremiagrumi della Alessi Juicy Salif disegnato da Philippe Starck a soli 30 euro, così come la sauna Koko di Effegibi disegnata da Giovanna Talocci a 5 mila euro, o l'orologio Lorenz 75 Love Design, progettato con Emo Design in edizione limitata a 75 esemplari numerati (200 euro).

Designer al servizio della ricerca quindi, perché come diceva Achille Castiglioni: «Se non siete curiosi, lasciate perdere. Se non vi interessano gli altri, ciò che fanno e come agiscono, allora quello del designer non è un