



Leftloft e Gio Pastori firmano la nuova campagna di comunicazione del Salone del Mobile.Milano

Colorato, geometrico, ultra-pop: è questo l'alfabeto universale del design secondo lo studio e il giovane artista milanese, che realizza un nuovo abbecedario del Salone del Mobile.Milano.

Dopo Emiliano Ponzì, il Salone del Mobile.Milano affida a **Leftloft**, studio milanese di design della comunicazione, e **Gio Pastori**, illustratore e collagista di grido sulla scena artistica dei millennial milanesi, **le immagini della campagna di comunicazione per l'edizione 2023**. Il giovane artista mette in forma e colore un concept elaborato da **Leftloft**. A loro, congiuntamente, è stato dato il compito di condensare in un racconto visivo, distintivo e originale, identità, temi e protagonisti della Manifestazione così come la sua evoluzione: esercizio non semplice in quanto imponeva una riflessione e un equilibrio tra diversi piani concettuali – contemporaneo e futuro, innovazione e continuità.

Punto di partenza è stato un viaggio a ritroso teso a sviscerare il linguaggio artistico del Salone che, con sintesi visiva e verbale, ha saputo, negli anni, affascinare il suo pubblico con un'aura di iconicità. Si è arrivati, poi, a una riflessione sul progetto tout court: in un mondo e in un tempo come il nostro il design è ovunque – può essere visto, abitato, fruito, maneggiato, goduto, sfruttato, riciclato. *“Abbiamo avvertito l'esigenza di mettere ordine nelle tassonomie del progetto”* racconta **David Pasquali**, co-fondatore e direttore creativo di **Leftloft**. *“Un ordine leggero e ironico che, attraverso un approccio enciclopedico quasi didattico, torni a mettere in luce i fonemi fondamentali del design che, con il loro suono, il loro significato, la loro forma e sequenza definiscono, chiariscono, esplicitano e raccontano”*.

Paradossalmente, per modellare un lessico contemporaneo ma, soprattutto, immediato e universale, si è tornati alle origini, quando la grafica soverchiava la mera pubblicità, quando il senso artistico prevaleva su quello commerciale, quando il disegno era più vicino al progetto. È nata, così, l'idea di un **nuovo abbecedario del design: archetipi e icone raccontano i protagonisti del Salone, gli oggetti attorno ai quali si è sviluppato il sistema del design milanese**. Un **alfabetiere alla Munari: inaspettato, mai noioso, semplice nella sua originalità**, composto da **forme assolute** – legate al concetto di semplificazione e sintesi – e **animato dall'uso di luce e nuance pure e intense**. Sono **ventisei, uno per ogni lettera dell'alfabeto accompagnata da un oggetto o un arredo, i coloratissimi Manifesti della campagna di**



comunicazione del Salone del Mobile.Milano 2023, la cui headline ***Do you speak design?*** interroga direttamente l'osservatore. Scorrendo visual e lettering – *A is for armchair, B is for bookcase, C is for chair ...* – la risposta sorge davvero spontanea.

Una volta scelto il concept, si trattava di “animare” il messaggio e di colorare questo alfabeto progettuale. Ed è proprio a questo punto del viaggio che si inserisce **l'intuizione, la sensibilità e il talento di Gio Pastori**. Classe 1989, bizzarramente (o forse no), Pastori non lavora in primis con il digitale, ma con carta e forbici: la tecnica del papercut è la sua firma. Taglia, separa, cuce, giustappone, incolla e i risultati sono collage geometrici nella loro imperfezione, gioiosi e scattanti, freschi quasi leggeri, ma pur sempre acuti e intelligenti. A lui è stato chiesto di dare, alle forme universali e archetipe del design, una veste carica di energia, di dinamicità unica e nuova, come quella che il Salone esprime nei giorni della Manifestazione.

“Illustrare un abbecedario di oggetti, un mezzo che inviti il pubblico di Milano e del mondo a re-imparare a leggerli, guardarne l'anima, svincolandosi da trend o brand. Una richiesta solo apparentemente semplice, quella arrivata dal Salone del Mobile attraverso Leftloft, che insieme intendono puntare i riflettori sugli oggetti come essenza del Salone” afferma **Gio Pastori**. *“Per realizzarlo ho individuato una combinazione cromatica brillante, a tratti molesta per ostacolare l'immediata messa a fuoco dei soggetti. Linee essenziali e volumi discreti sono inseriti in un'atmosfera onirica e fluttuante, dettata da prospettive errate e assonometrie improbabili”*.

“Il design come linguaggio comune a tutte le culture del mondo, quindi universale: questo il concetto di base della nuova campagna del Salone del Mobile che vuole, da un lato, riportare l'attenzione sugli archetipi del progetto e, dall'altro, suggerire l'importanza del dialogo e della possibile coesione culturale fondata sulla lingua universale del design che è quella parlata dalle migliaia di centinaia di persone che in quella settimana si danno appuntamento a Milano” commenta **Maria Porro**, presidente del Salone del Mobile.Milano. *“Così come un alfabeto, il Salone è un sistema di connessioni e opportunità e un'emozione: trasmette energia, positività, entusiasmo, intraprendenza – tutte suggestioni che i collage, pop e contemporanei di Gio Pastori, sicuramente nuovi per il Salone, riescono a trasmettere con forza immediata”*.

La comunicazione prenderà forma e dimensione nelle pagine quotidiane e periodiche della carta stampata, in banner nel mondo web e digitale, sui social network e nelle affissioni



dell'out of home. La campagna, che svelerà a poco a poco i ventisei manifesti, ha preso avvio da gennaio all'estero e tra poche settimane anche in Italia.

A presto con ulteriori dettagli. Stay tuned!

Milano, 17 gennaio 2023



GIO PASTORI

Gio Pastori nasce nel 1989 a Milano dove vive e lavora. Studia Arte e Design e si specializza nell'illustrazione. Utilizza la tecnica del collage, servendosi di carta a tinta unita che intaglia senza seguire un disegno, utilizzando la lama del bisturi come se fosse una matita. Crea contenuti visivi contraddistinti da una forte sintesi formale e cromatica che definisce il suo stile. Milano rappresenta per lui la possibilità di muoversi trasversalmente con il suo lavoro all'interno di diverse realtà, dalla moda alla musica, dalla scenografia all'editoria.



LEFTLOFT



Leftloft è uno studio indipendente di branding e comunicazione con sede a Milano che aiuta i brand a connettersi con le persone, progettando identità visiva, comunicazione e prodotti digitali dal 1997. Lo studio crede che la fusione di bellezza, cultura e pensiero sia la chiave per creare progetti ambiziosi. Leftloft ha realizzato più di mille progetti in diverse aree in ogni settore per clienti quali Autogrill, Calligaris, Castello di Rivoli, Documenta, Ferrari, Fiera Milano, FC Internazionale, Gruppo Mondadori, Marelli, Moleskine, Philip Morris International, Pirelli, Pirelli HangarBicocca, RCS Media Group, Webuild. I progetti di Leftloft hanno ricevuto diversi riconoscimenti internazionali quali D&AD Award, ED-Awards, ADI Design Index, Laus Award, Creative Review Annual, TDC Annual. Nel 2015 Leftloft ha creato Luft una piattaforma di ricerca dedicata al design-thinking e alla co-progettazione.

Ufficio Stampa Salone del Mobile.Milano

Andrea Brega – andrea.brega@salonemilano.it – 02/72594629

Marilena Sobacchi – marilena.sobacchi@salonemilano.it – tel. 02/72594319