

kiat

INTERVIEWS

CONTEMPORARY ART

DESIGN

ARCHITECTURE

PRIMAVERA / SPRING 2011

ISSUE #05

ITALIANO + ENGLISH

SEMESTRALE / SIX-MONTHLY

€ 9,00 / £ 9,90 / US\$ 21,99



0924-4702 ISSN

NIGEL COATES
FLAVIO FAVELLI
FORMAFANTASMA
JOOST GROOTENS
MARTÍ GUIXÉ
TOYO ITO
JASPER MORRISON
PETER ZUMTHOR



CARLO STANGA

Klat

COATES > FAVELLI > FORMAFANTASMA > GROOTENS > GUIXÉ > ITO > MORRISON > ZUMTHOR

PRIMAVERA
SPRING
2011

ISSUE
#05



JASPER MORRISON

interview by Laura Traldi

Per me, la parte più eccitante rimane ancora osservare come vivono le persone e vedere che influenza hanno gli oggetti sull'atmosfera quotidiana: è questo che mi spinge a fare cose nuove, e a farle bene / The most exciting thing for me is to see how people live and the influence objects have on everyday atmosphere: that's what gives me the impulse to do new things and to try to get them right

JASPER MORRISON

Jasper Morrison (Londra, 1959) studia design in Inghilterra, alla Kingston Polytechnic Design School e al Royal College of Art, e in Germania, presso la HdK di Berlino. Nel 1986 fonda a Londra il primo studio, Office for Design. Alla fine degli anni Ottanta inizia il sodalizio con Cappellini, per il quale organizza una mostra allo Spazio Gigli di Milano (1989) e realizza la collezione di oggetti per la casa *Progetto Oggetto*, con James Irvine (1992). L'attività espositiva ha sempre affiancato la sua produzione di design, dalle prime collettive e personali (ospitate presso Documenta 8, DAAD Galerie di Berlino, Frankfurt Museum für Kunsthandwerk, Arc en Rêve di Bordeaux, Christopher Farr di Londra, Yamagiwa Centre di Tokyo) fino alle più recenti *Super Normal* (Axis Gallery, Tokyo, 2006) e *Take a seat!* (Musée des Arts Décoratifs di Parigi, 2009). Ha disegnato gli arredi della Tate Modern di Londra e alcuni suoi progetti fanno parte delle collezioni permanenti di importanti musei internazionali. Il suo studio Jasper Morrison Ltd. collabora con Alessi, Vitra, Alias, Cappellini (il *Camp sofa & table* è del 2010), Flos, Magis, Ideal Standard, SCP, FSB, Canon Camera Division, Rosenthal, Rowenta, Sony, Muji, Camper (il modello *The Country Trainer* è del 2011), Punkt. È Designer of the Year 2000.
www.jaspermorrison.com

Jasper Morrison (London, 1959) studied design in England, at the Kingston Polytechnic Design School and the Royal College of Art, and in Germany, at the HdK in Berlin. In 1986 he set up his first studio, Office for Design, in London. At the end of the eighties he started to work with Cappellini, organizing an exhibition for the company at the Spazio Gigli in Milan (1989) and designing the *Progetto Oggetto* collection of household articles, with James Irvine (1992). His exhibition activity has always gone hand in hand with his design work, from the first joint and solo shows (staged at Documenta 8, the DAAD Galerie in Berlin, the Frankfurt Museum für Kunsthandwerk, Arc en Rêve in Bordeaux, Christopher Farr in London, the Yamagiwa Centre of Tokyo) to the more recent *Super Normal* (Axis Gallery, Tokyo, 2006) and *Take a Seat!* (Musée des Arts Décoratifs in Paris, 2009). He designed the furniture of the Tate Modern in London and some of his designs are in the permanent collections of important museums in various parts of the world. His studio, Jasper Morrison Ltd., works with Alessi, Vitra, Alias, Cappellini (the *Camp sofa & table* dates from 2010), Flos, Magis, Ideal Standard, SCP, FSB, Canon Camera Division, Rosenthal, Rowenta, Sony, Muji, Camper (The *Country Trainer* model, 2011) and Punkt. He was named Designer of the Year 2000.
www.jaspermorrison.com

Jasper Morrison is the sort of guy who would much rather stay in a rundown hotel than a designer one. "It's a question of atmosphere," he explains, "designer spaces make me uncomfortable." Others may share this view, but it is somewhat surprising to hear such a comment from an industrial designer, and a very well-known one at that. The fact is that in the era of Designer Stardom, the super-sleek, fashion-oriented types who would wish to be spotted only in ultra-stylish places have sort of become the norm. And within such a panorama, Jasper Morrison definitely stands out of the pack. Professionally for his clean, almost austere (and often slightly ironic) designs; and personally for being someone who is proud to admit his love for all that is ordinary. The adjective "normal" is a great compliment for Jasper Morrison. In his almost twenty five year-long career as a creator, he has designed all sorts of things: furniture, lighting systems, bathroom ranges, electronics, home and fashion accessories, and even urban and transport systems. And despite the massive amount of work produced, the fifty one year-old Brit has never developed a "signature style," an iterative attention-grabbing form to be easily applied to all product categories: something that so many companies actively look for as a marketing stunt, and that so many designers are only too pleased to provide. Naturally quiet, openly critical of the marketing-driven approach to the profession, he certainly does not owe to PR the fact that he has gone a long way since the time when, aged sixteen, he decided to become a designer. Initially driven by some sort of romantic dream (in which he spent the days "walking the streets looking for inspiration"), he was never too keen on schools that applied a traditional "problem-solving approach" to design, and he grew thanks to his extreme respect for the past and through his curiosity about all that went on around him. And, today, he has no doubt: the highest possible value that design can strive towards is normality. Or, rather, supernormality. "The Super Normal object," writes Jasper Morrison in *Super Normal*, the book-catalogue of the 2006 exhibition of the same name co-curated with Naoto Fukasawa, "is the result of a long tradition of evolutionary advancement in the shape of everyday things, not attempting to break with the history of form but rather trying to summarize it, knowing its place in the society of things."

"Normal is more common in the world of totally anonymously designed things, but it is also possible in the world of designer signatures: this is not only

Jasper Morrison è il tipo di persona che preferisce passare il suo tempo in un alberghetto anziché in un hotel di design. “È una questione di atmosfera”, dice, “gli spazi firmati mi mettono a disagio”. Non è il solo, ma un’affermazione del genere fatta proprio da un designer, per di più uno decisamente famoso, fa pensare. Il fatto è che nell’Era dei Celebrity Designer, i tipi supereleganti e modaioli che mai si farebbero vedere in giro se non in luoghi superglam sono diventati la norma. E in un simile panorama, Jasper Morrison certo si distingue. Dal punto di vista professionale, si distingue per il suo design pulito, quasi austero (e spesso leggermente ironico). Da quello personale, per il fatto di non esitare ad ammettere con orgoglio il suo amore per tutto ciò che è normale. Per Jasper Morrison, l’aggettivo “normale” è un grosso complimento. Durante la sua ormai venticinquennale carriera, ha progettato di tutto: mobili, sistemi d’illuminazione, sanitari, oggetti elettronici, accessori per la casa e per la moda, e persino sistemi di trasporto urbano. E malgrado l’enorme quantità di oggetti realizzati, il cinquantunenne inglese non ha mai sviluppato una “griffe” immediata e riconoscibile, applicabile a ogni categoria di prodotto: quella che molte aziende cercano, e che tanti designer sono più che felici di fornire, perché rappresenta un valido supporto alle acrobazie del marketing. Uomo riservato, apertamente critico nei confronti di un approccio marketing-oriented alla professione, Jasper Morrison non deve certo nulla alle PR se ha percorso tanta strada da quando, all’età di sedici anni, ha deciso di diventare un designer. Spinto inizialmente da una specie di sogno romantico (“volevo trascorrere le giornate camminando per le strade del mondo in cerca di ispirazione”), non è mai stato portato per le scuole che insegnavano un approccio “problem solving” tradizionale, ed è cresciuto professionalmente nel rispetto estremo per il passato e nella curiosità per tutto ciò che gli accadeva intorno. E oggi ne è più che sicuro: il valore più alto a cui il design può aspirare è la normalità. O, per meglio dire, la supernormalità. “L’oggetto Super Normale”, scrive Jasper Morrison in *Super Normal*, il libro-catalogo della mostra omonima del 2006 curata assieme a Naoto Fukasawa, “è il risultato del lungo percorso evolutivo, formale, che caratterizza gli oggetti d’uso quotidiano: non vuole creare una spaccatura nella storia della forma, cerca piuttosto di farne una sintesi. E lo fa a partire dalla consapevolezza del proprio ruolo all’interno del sistema degli oggetti”.

“La normalità è più frequente nel mondo degli oggetti completamente anonimi, eppure è possibile anche



Jasper Morrison,
maniglia/door handle,
mod. 1144, 1990.
Design per/for FSB

Jasper Morrison,
Air-Chair, 1999.
Design per/for Magis

nell'universo del progetto: non soltanto è preferibile, ma sembra addirittura offrire un orizzonte nuovo al design". Queste sono le tue parole, pubblicate nel catalogo della mostra *Super Normal*. Come descriveresti questo "intero mondo nuovo" che la normalità può offrire al design?

Il risultato è migliore quando il designer non si preoccupa di lasciare ovunque la sua firma. Gli oggetti firmati risultano spesso meno riusciti. Lo stesso accade agli ambienti di design, quando l'ego creativo è troppo presente: è un errore che spesso i progettisti fanno senza nemmeno volerlo. Ti faccio un esempio. Un giorno, un sushi bar vicino al mio studio di Parigi ha comprato quaranta *Air-Chair*, sedie che ho progettato per Magis e le ha messe sul marciapiede. Peccato che fossero tutte rosa! Non appena le ho viste, mi sono quasi vergognato e mi sono sentito colpevole: che attirassero l'attenzione era indubbio, però il colore era diventato dominante e la sedia aveva perduto il suo senso. Quando mi sono reso conto di questo inquinamento ambientale, ho capito che eliminare l'elemento "designer" era un imperativo quanto il dare priorità alle performance dell'oggetto. In fondo, se vuoi acquistare una sedia ti interessa di più chi l'ha progettata o se è comoda e si adatta alla tua casa? Da un punto di vista creativo, la soppressione dell'ego è sorprendentemente efficace per la creatività! L'obiettivo è la Normalità, anzi la Super Normalità. Con questo mi riferisco all'opposto di quanto è "speciale" in termini di forme e materiali, perché gli oggetti così concepiti sono più performanti nell'uso quotidiano sui tempi lunghi. Si tratta, insomma, di progetti più riusciti.

Hai nominato spesso, come prime fonti di ispirazione, lo studio in stile modernista di tuo nonno e una mostra di Eileen Grey al Victoria and Albert Museum. Però hai anche ammesso il fascino subito alla prima mostra di Memphis a Milano nel 1981. Non esattamente uno "stile normale" in quella mostra! In che senso questi due approcci opposti hanno influito sulla tua creatività?

Gli interni inglesi in cui sono cresciuto erano molto bui, con molta tappezzeria. Non mancavano mai tende pesanti, moquette e tappeti. Nella sua casa, mio nonno aveva una stanza moderna. Il suo registratore Braun, i pochi tappeti bianchi a pelo lungo, il pavimento di legno e i mobili mi facevano un certo effetto quand'ero piccolo, sebbene a un livello non del tutto conscio. E così, quando molti anni più tardi ho visto una mostra di Eileen Grey al V&A ho potuto collegare per la prima

preferable but it also seems to offer a whole new world to design." These are your own words, expressed in the catalogue of the *Super Normal* exhibition. How would you describe this "whole new world" that normality can offer to design?

Design is better when the designer is not concerned with writing his signature all over. Just as signature objects often under-perform, so do designer environments, usually because the creative ego is too evident. Sometimes it happens even if the designer did not intend it to occur. Once a Sushi bar near my office in Paris purchased forty of my Magis *Air-Chair* and put them out on the pavement. They were all pink! The moment I saw them, I felt a wave of shame and guilt: they certainly grabbed people's attention, yet the color had taken over and the chair had lost meaning. Noticing this environmental pollution, I started trying to eliminate the "designer" element in my work and giving priority to the performance of the object. After all, if you are looking to buy a new chair do you care more about who designed it or about whether it's comfortable and it fits well into your home? Creatively speaking, suppressing the ego is surprisingly good for creating! The goal is Normal, Super Normal. With this I mean the opposite of Special in terms of forms and materials because objects conceived in this way tend to perform better in daily use over the long term, which makes them better designs.

You have often quoted your grandfather's modernist study and an Eileen Grey exhibition at the V&A as your early inspirations for design. Yet you also admitted to a fascination provoked by Memphis's first exhibition in Milan in 1981. Hardly a "normal" style there! In which way have these two opposite approaches to design impacted your creativity?

The England that I grew up in was very dark and kind of over upholstered. Every interior had curtains and carpets. My grandfather, though, had one single modern room in his home. His Braun record player, his white shag pile carpets, the wooden floor and the furniture certainly made an impression on me when I was little, although more subconsciously than anything else. So when I saw, much later, an Eileen Grey exhibition at the V&A I was first able to connect that impression with the modernist design language and had the impression I could understand what she was doing. Memphis, on the other hand, was a provocation rather than an inspiration. It was the opposite of everything I had been taught design should be. I had been going to the Milan Salone a few



volta quell'impressione infantile con il linguaggio del design modernista e mi è sembrato di capire che cosa stava facendo lei. Memphis, invece, ha rappresentato più una provocazione che un'ispirazione. Era il contrario di tutto quello che doveva essere il design secondo gli insegnamenti che avevo ricevuto. Frequentavo il Salone da qualche anno prima del lancio di Memphis, e avevo già visto Studio Alchimia, che era più radicale di Memphis. Con Memphis, però, a risultare più scioccante fu la contraddittoria combinazione tra le ambizioni commerciali del gruppo e la quasi non attuabilità dei suoi progetti. Ti sentivi respinto (o perlomeno io mi sono sentito respinto!) dagli oggetti di Memphis e allo stesso tempo immediatamente liberato dalla totale frattura delle regole che esprimevano. Dopo Memphis, ho cercato di concentrarmi sulla teoria opposta, secondo la quale il design dovrebbe essere pratico e alla portata di tutti. Senza Memphis, sarebbe stato molto più difficile per me trovare la mia strada.

Oggetti pratici e alla portata di tutti. È per questo che hai lavorato soprattutto per l'industria, anziché autoprodurti?

Da studente, non avendo accesso alla produzione industriale, ho provato a simularla con piccole produzioni di alcuni miei lavori. Un'impresa faticosa e poco redditizia, che mi ha insegnato a concentrarmi sul lavoro di designer e a trovare aziende che volessero realizzare i miei progetti. A Londra, negli anni Ottanta, c'erano due persone che producevano su piccola scala: Sheridan Coakley (che nel 1985 aprì l'esclusivo SCP) e Zeev Aram (dell'Aram Store and Gallery). Accettarono alcuni dei miei progetti. Poi, la rivista *Domus* ne pubblicò altri in un articolo di Manolo De Giorgi che attirarono l'attenzione di un produttore di maniglie tedesco, FSB, il quale mi contattò, seguito poco dopo da Cappellini e Vitra. Suona molto semplice raccontato così, ma non lo è stato. Ho lavorato sodo per arrivarci.

Quando hai cominciato avevi una tua precisa visione del design? E se sì, come si è evoluta nel corso degli anni?

All'inizio avevo una visione esclusivamente romantica della professione. Ero convinto che si trattasse per lo più di ubriacarsi tutte le sere e trascorrere le giornate passeggiando lungo le strade del mondo, in cerca di ispirazione. Viaggiare, parlare con la gente e accogliere tutto ciò che mi circondava era fondamentale per

years before the Memphis launch, and already seen Studio Alchimia, which was more radical than Memphis. But it was the contradiction of the commercial glitz of Memphis combined with the almost completely impractical nature of their products that proved more shocking. With Memphis, you were in one sense repulsed by the objects (or I was!), but also immediately freed by the sort of total rule-breaking. What I did after Memphis was to concentrate on an opposite theory that design should be practical and available. If Memphis had not happened it would have been much harder for me to find my way.

Practicality and availability. Is that why you have mostly worked for industry rather than on self-productions?

While I was still a student, having no access to industrial production, I simulated it with small production runs of some of my work. That was hard work and not very profitable and I knew that I should aim at being just a designer and at finding manufacturers. There were two people in London in the eighties who were producing on a small scale: Sheridan Coakley (who set up the high-end furniture store SCP in 1985) and Zeev Aram (of the Aram Store and Gallery). They took up some of my designs. Then, some of my work was published in *Domus* magazine in an article by Manolo De Giorgi, and this came to the attention of a German door-handle maker, FSB, who contacted me, followed a little later by Cappellini and Vitra. It all sounds so easy, when you make a summary of it, but it wasn't. I worked very hard at it.

Did you have a design vision when you started? And, if so, how has that evolved through the years?

My early notion of being a designer was a romantic one. I thought that it involved getting drunk every night and spending days walking the streets looking for inspiration. Travelling, talking to people, and being open to what was around was fundamental to inspiration, while sitting in front of a white sheet of paper was the death of creative thinking. I wasn't completely wrong and I still believe that design entails a kind of reprocessing of what already exists, of evaluating previous examples of everything and trying to improve them, and that this can only be done by physical experience rather than academic study. The most exciting thing for me is to see how people live, what they live with, and the influence objects have on everyday atmosphere: that's what gives me the impulse to do new things and to try to get them right. But these days I am a lot more Zen about

l'ispirazione, mentre stare seduto davanti a un foglio bianco rappresentava la morte del pensiero creativo. Non mi sbagliavo del tutto, e credo ancora che il design comporti una fase in cui la realtà viene riprocessata, in cui si valutano gli esempi precedenti e si cerca di migliorarli, e ciò può essere realizzato soltanto attraverso l'esperienza diretta, anziché con lo studio accademico. Per me, la parte più eccitante rimane ancora osservare come vivono le persone, di cosa si circondano, vedere che influenza hanno gli oggetti sull'atmosfera quotidiana: è questo che mi spinge a fare cose nuove, e a farle bene. Comunque, in questo momento sono molto più zen riguardo all'ispirazione e non faccio più sforzi coscienti per trovarla: cerco di essere molto spontaneo nella fase di progettazione, di decidere in fretta, basandomi sull'istinto e sull'esperienza.

Ti sei laureato in Design alla Kingston Polytechnic Design School, ti sei specializzato al Royal College of Art. Cosa pensi del tuo percorso di studi? E secondo te, che cosa dovrebbe dare una buona scuola?

Le scuole che ho frequentato erano ottime, e mi hanno insegnato molto. Tuttavia, entrambe erano carenti per quel che riguarda le nozioni sui processi industriali. Importantissime. Credo che questa carenza fosse imputabile al fatto che quasi nessuno degli insegnanti aveva un'esperienza diretta della progettazione industriale. Terminati gli studi, questa per me è stata la conoscenza più difficile da acquisire. Forse oggi è più facile grazie a Internet, tuttavia continuo a pensare che le scuole di design dovrebbero privilegiare gli aspetti tecnici del lavoro piuttosto che quelli creativi.

Qual è stato il tuo primissimo progetto di design industriale a entrare in produzione? E quanto spesso, lavorando per l'industria, si rende necessario accettare dei compromessi sul design?

Il primissimo dei miei progetti prodotti industrialmente è stato una maniglia per FSB. Dopo la pubblicazione dei concept in *Domus*, Jürgen Braun mi scrisse per dirmi che riteneva il mio progetto adatto alla produzione. Durante il primo incontro, mi chiari subito la necessità di alcuni compromessi. La proporzione della maniglia, per esempio, doveva subire un drastico cambiamento, per poter risultare compatibile con il loro sistema di inserimento del meccanismo a molla. Acconsentii ai cambiamenti, perché pensavo che un designer dovesse "farsi forza" e sopportare le condizioni imposte dalla

ispirazione, and I don't make any conscious effort to find it: I try to be very spontaneous in the design process, making decisions very quickly, based on instinct and experience.

You graduated in Design at Kingston Polytechnic Design School and got an MA from the Royal College of Art. How do you feel about your education and what do you think a good school should provide?

They were both good schools and I learnt a lot, but what was missing was hard information on industrial processes. I think it was missing because most of the teachers didn't have the experience of designing for industry. When I left school this was the hardest knowledge to acquire. Maybe these days with the Internet it would be easier, but I still think design schools should focus more on the technical aspect of the job than the creative one.

What was your very first industrial design project that made it into production? And how often, working for the industry, do you feel that you need to compromise on the design side?

My very first truly industrially manufactured product was a door handle for FSB. After the concepts were featured in *Domus*, Jürgen Braun wrote to me saying that he thought my design was suitable for production. At the first meeting he made me immediately aware of the need to accept certain compromises. The proportion of my handle, for instance, had to change dramatically in order to be compatible with their existing system of fitting to the spring mechanism. I agreed because I thought that as a designer you should "bite the bullet" and accept production requirements. But the change killed the design. To date, I'm still not sure how I could have saved the project but it was an early and powerful lesson. There are always moments of compromise in the development of a design, and it's important not to see one's project like the Titanic hitting the iceberg. There's usually a way to turn the need for the compromise into an opportunity to make the design more real, without losing its nature.

So Jürgen Braun was the first to believe in your talent. Yet the world remembers mostly the elective affinity between you and Giulio Cappellini. How did this relationship start and in what way did it impact you, both professionally and as a person?

Meeting Giulio Cappellini was one of the most influential events of my career. He had already started to build a strong reputation for his company, working with Rodolfo



produzione. Ma il cambiamento aveva ucciso il design. Ancora oggi, non so se e come avrei potuto salvarlo, comunque è stata una prima lezione molto utile. Durante lo sviluppo di un progetto ci sono sempre momenti di compromesso, ed è importante non pensare alla propria idea come al Titanic subito dopo lo scontro con l'iceberg. Di solito, c'è un modo per trasformare la necessità di accettare un compromesso nell'opportunità di rendere il progetto più reale senza tradirne la natura.

Quindi è stato Jürgen Braun il primo a credere nel tuo talento. Eppure il mondo ricorda soprattutto l'affinità elettiva fra te e Giulio Cappellini. In che modo è cominciato il vostro rapporto e quale influenza ha avuto su di te, sia dal punto di vista professionale sia da quello personale?

L'incontro con Giulio Cappellini ha rappresentato uno degli eventi determinanti della mia carriera. La sua azienda cominciava ad avere già un'ottima reputazione grazie alla collaborazione con Rodolfo Dordoni e alla produzione dei lavori di Shiro Kuramata. Era stato il primo industriale italiano ad accogliere designer stranieri e per mia fortuna fui uno dei primi con cui scelse di lavorare. Credo che Giulio avesse visto l'articolo su *Domus* che parlava dei miei primi lavori, e rimase colpito dalla poltrona *Thinking Man's Chair*, che infatti scelse come primo pezzo da mettere in produzione. Era il 1986, due anni dopo la laurea, e non è facile spiegare il senso di incredulità che provavo per il fatto di collaborare con un'azienda italiana. Avevo sentito parlare di un solo designer inglese che lavorava in Italia (Rodney Kinsman), ed è inutile dire che fra le mie ambizioni c'era quella di diventare il secondo...

Molti giovani designer dicono che oggi è estremamente difficile farsi notare dalle aziende. Secondo te è più difficile oggi di quanto lo fosse allora?

Ne sono sicuro, perché la competizione è diventata davvero estrema. Per darti un'idea, negli anni Ottanta la Fiera di Milano era piccolissima in confronto a quella odierna, e la maggior parte degli studenti inglesi di design non ne avevano mai sentito parlare. Ero uno dei pochissimi che tutti gli anni affrontava il viaggio a Milano. All'epoca, l'obiettivo di ogni studente, me compreso, era di trovare lavoro in uno studio di design, e l'idea di riuscire a campare con uno studio proprio restava un'ipotesi per sognatori. Perciò, alla fine del mio primo anno al Royal College, frustrato per il programma troppo lento del mio

Dordoni and producing Kuramata's designs. He was the first Italian industrialist to take on foreign designers, and luckily for me I was one of the first he chose to work with. I think Giulio saw the *Domus* article on my early work, and was interested in the *Thinking Man's Chair*, which was the first piece he chose to produce. This was in 1986, two years after leaving college, and it's hard to express how incredible it felt to be working with an Italian company. I'd only ever heard of one English designer working in Italy (Rodney Kinsman) and to say it was my ambition to be the second would be an understatement...

Many young designers say that it is extremely hard to be noticed by companies today. Do you think it is harder now than it was then?

I'm sure it's much harder now, because the competition is so extreme. To give you some idea, in the eighties the Milan Fair was a fraction of the size it is today and most design students in England had never heard of it. I was one of a very few who took the trouble to go to Milan every year. At that time, the goal of every student, including myself, was to get a job in a design studio, and the idea of earning a living with your own studio was an option for daydreamers. So at the end of my first year at the Royal College, as I was frustrated with the slow schedule of the course, I went to Milan and visited many design studios, including Sottsass' and George Sowden's. I don't blame them for not employing me, I think I was not the right "material" to be a design studio employee: I could think well enough, and have plenty of ideas, but carrying them out was not my strongest card. I could work, but only on projects which enthused me. Andrea Branzi was the only one with a proposition: if I came to live in Milan he said he would find some work for me. His offer was very encouraging: hearing that someone like him might give me work gave me enough confidence to consider opening my own studio. In any case, in the end I got a scholarship to study in Berlin at the Hochschule der Künste and I decided to go for it. And after that, I opened my own studio.

Companies clearly trust you in that they allow you to experiment with technologies. In what way were for instance the *Low Pad* chair for Cappellini and the *Air-Chair* for Magis innovative and how did the two projects develop?

Low Pad started out very differently to how it ended up. The first prototype was a very poor project, but the random association of the molded rubber sole of a shoe

Jasper Morrison,
Thinking Man's Chair,
1986. Design per/for
Cappellini

Jasper Morrison,
Plywood Chair, 1988.
 Design per/for Vitra.
 Photo: Studio Frei/Vitra

corso, andai a Milano e visitai molti studi di design, compresi quelli di Sottsass e di George Sowden. Non rimprovero a nessuno dei due di non avermi assunto nel loro studio, probabilmente non ero il “materiale” giusto per essere un dipendente: ero in grado di pensare e avevo moltissime idee, ma realizzarle era al di là delle mie capacità. Lavoravo sodo, ma soltanto se i progetti mi entusiasmavano. Andrea Branzi fu l'unico a farmi una proposta: se mi fossi trasferito a vivere a Milano mi avrebbe trovato del lavoro. Un'offerta molto incoraggiante, la sua: sentire che qualcuno del suo livello mi offriva del lavoro mi diede la sicurezza di cui avevo bisogno per aprire uno studio mio. In quel periodo, però, ricevetti una borsa di studio per l'Hochschule der Künste di Berlino e decisi di accettarla. Dopo di che aprii lo studio.

La fiducia che le aziende ti danno risulta evidente dal fatto che ti consentono di sperimentare nuove tecnologie. Per esempio, in che modo la seduta *Low Pad* per Cappellini e l'*Air-Chair* per Magis sono state innovative? E come si sono sviluppati i due progetti?

La *Low Pad* era originariamente molto diversa da come è diventata. Il primo prototipo era un progetto non molto felice, ma il mix casuale della suola di gomma con la forma di un sedile dell'aeroporto, combinati con la tecnologia delle aziende produttrici di sedili per automobili, l'hanno trasformata in qualcosa di più interessante. La *Hi-Pad* (che secondo me sarà più longeva) è venuta poco dopo, durante un pranzo con Giulio Cappellini. La disegnai su un pacchetto vuoto di crostini e ne realizzammo il prototipo nottetempo, circa una settimana prima dell'apertura del Salone! La *Air-Chair* era molto diversa. Anche in questo caso, la tecnologia veniva da un'azienda automobilistica (maniglie interne) ed Eugenio Perazza mi spiegò l'idea con l'aiuto di un tubo di plastica che sembrava un osso cavo. Progettai la sedia partendo dalla gamba posta sulla sezione ovale del pezzo di tubo e creando una struttura tubolare continua con schienale e sedile. Ha qualche affinità con la *Plywood Chair* che Vitra aveva prodotto molto prima.

Progetti oggetti tecnologici per Muji, Samsung, Rowenta, Olivetti, Punkt. Che rapporto hai con la tecnologia?

Mi piace immaginare che il mio studio possa svolgere qualsiasi lavoro di progettazione su qualsiasi scala

and the shape of an airport seat, combined with the technology of car-seat manufacturing, changed it into something more interesting. The *Hi-Pad* chair (which I think will be the more lasting design) followed very soon after, during a lunch with Giulio Cappellini. I drew it on an empty packet of crostini and we made a prototype overnight, about a week before the Milan Fair! The *Air-Chair* was quite different. The technology again came from car manufacturing (interior door handles) and Eugenio Perazza explained it to me and gave me a length of molded tube, like a bone-hollow in the middle. I designed the chair from the leg up based on the oval section of the tube sample and on creating a continuous tubular structure with the back and seat filled in. It has some affinity with the *Plywood Chair* which Vitra produced much earlier.

You often design technological items: for Muji, Samsung, Rowenta, Olivetti, Punkt. What is your relationship with technology?

I like to imagine that my office could take on any design job, on any scale and in any field of production. The process of designing a chair is different to designing a telephone, but it involves the same kind of practical thinking and decision-making. The more technical the product, the more complex the process of designing it, but otherwise there's not such a big difference. If you can design a chair you can also eventually design a wristwatch or a pair of shoes.

Which is exactly what you did for Camper. Isn't the very basis that makes fashion what it is (its seasonal approach, for instance), miles away from your design approach?

I like companies like Camper and Muji: they make things available and affordable and there is a generosity in their offering that you do not find in the luxury goods business. Why did I say yes to the proposal of designing a pair of shoes? Because I felt I could, and because I appreciate the brand, because I saw the chance of turning the shoe into some kind of standard that can be revamped over many years. Certainly, I designed the Camper shoe to last also in terms of looks but I may be wrong, and the tides of fashion could wash it away...

What is, to date, the project that has given you the most challenges and how did you tackle them?

The biggest challenge and perhaps the biggest failure has been my collaboration with Samsung. Even if some of the





e in ogni settore della produzione. Il processo di progettazione di una sedia differisce da quello di un telefono, però necessita delle stesse capacità decisionali e di pensiero pratico. Più il prodotto è tecnologico, più è complesso il processo di progettazione. Per il resto, non vi sono grandi differenze. Se progetti una sedia puoi anche progettare il cinturino di un orologio o un paio di scarpe.

Che è esattamente ciò che hai fatto per Camper. Ma ciò che nella sostanza rende la moda quel che è (l'approccio stagionale, per esempio), non si trova agli antipodi del tuo approccio al design?

A me piacciono le aziende come Camper e Muji: producono oggetti abordabili e nella loro offerta c'è una generosità che nel settore dei beni di lusso non si trova. Perché ho risposto di sì alla proposta di progettare un paio di scarpe? Perché sapevo di poterlo fare e perché apprezzo il marchio che me l'ha proposto, perché ho visto la possibilità di trasformare la scarpa in una specie di classico da rinnovare negli anni. Ovviamente, ho progettato la scarpa Camper con l'intento che durasse anche dal punto di vista estetico, ma potrei sbagliarmi e magari un'ondata della moda la spazzerà via...

Qual è a tutt'oggi il progetto che ti ha posto davanti alle sfide maggiori e come le hai affrontate?

La sfida più impegnativa, e forse il mio peggior fallimento, è stata la collaborazione con Samsung. Sebbene alcuni dei progetti siano stati realizzati, la sproporzione fra i risultati e gli sforzi fatti per raggiungerli rimane enorme. Non sono riuscito a entrare in relazione con la piramide del management aziendale. Non ero pronto per una corporation, con i suoi imprevedibili processi decisionali, e inoltre i miei lavori non portavano stampato sopra il simbolo del dollaro... Comunque, ho imparato molto dall'esperienza e lavorare con Punkt. sul telefono, anche se in scala minore, sembra aver portato a risultati migliori, sia in termini di qualità del design sia per quanto concerne le potenzialità future.

A che cosa stai lavorando attualmente e per quali marchi?

Sto progettando parecchie sedie! Una per Maruni (l'azienda giapponese il cui direttore artistico è Naoto Fukasawa) e una per Muji. Per Magis, sto lavorando a una sedia di metallo da giardino che è nata dalla seguente osservazione: i prodotti migliori di questa tipologia sono

projects were produced, the proportion of results for the effort applied was very poor. I was unable to deal with the pyramid of management inside the company. I was not prepared for the corporate machine and its unpredictable decision-making processes and my projects lacked dollar signs in their eyes... But I learnt a lot from it and working with Punkt. on the telephone, although smaller in scale, seems to allow for better results in terms of design quality and future potential.

What are you working on at the moment and for which brands?

I am working on quite a few chairs! One for Maruni (the Japanese company whose art director is Naoto Fukasawa) and one for Muji. For Magis, I am developing a wire garden chair which began with the observation that the best products in this typology are almost transparent and consist of fine metal structures. For Vitra, I am continuing on the *Hal* program that we partly showed at Orgatec. We spent almost three years developing the shell of the chair to provide the optimum level of comfort and dynamics in use, to be comfortable both in active and passive use. It's also I believe the first shell to be fully recyclable, as the fixing points within the shell are plastic rather than metal. For Alias, I am working on yet another chair which is quite simple as an idea, but finding the right industrial production and assembly method is quite a challenge and I am not sure whether we will make it for the next Milan Fair.

You have worked with James Irvine on the *Progetto Oggetto* collection for Cappellini. With Naoto Fukasawa on numerous occasions. Why do you like working with fellow designers?

Many of my closest friends are or have been designers. I've known James since 1980 when we went to art school together and Naoto has become a good friend since we did the *Super Normal* exhibition. I enjoy the dialogue that comes from working with and meeting other designers, to discuss specific work (I often see Naoto and Konstantin Grcic, for instance, since we all work for Muji) or just meeting for dinner. I think that the profession brings us close, because we spend our days in similar ways, and probably have common goals. So I enjoy talking to designers even if our work may seem to be very different. I have been recently discussing projects with Martí Guixé and a few years ago I became a good friend of Jaime Hayon after sharing a plane trip: he was sitting next to me wearing blue spectacles and red shoes and even under

Jasper Morrison,
The Country Trainer, 2011.
Design per/for Camper

Jasper Morrison,
DP01 Telephone, 2010.
Design per/for Punk.

quasi trasparenti e fatti con sottili strutture metalliche. Per Vitra, proseguo con il programma *Hal*, che abbiamo parzialmente mostrato a Orgatec. Abbiamo dedicato quasi tre anni allo studio della struttura della sedia, per fornire il livello di comfort e di dinamicità massimi, in modo che risulti comoda nel suo impiego attivo e in quello passivo. Credo inoltre che si tratti della prima struttura completamente riciclabile: i punti di fissaggio all'interno sono di plastica anziché di metallo. Per Alias sto lavorando a un'altra sedia che nasce da un'idea molto semplice, ma trovare la produzione industriale e il sistema di assemblaggio giusti rappresenta una difficoltà che non so se saremo in grado di risolvere in tempo per il prossimo Salone.

Hai lavorato con James Irvine alla collezione *Progetto Oggetto* di Cappellini. E in numerose occasioni con Naoto Fukasawa. Perché ti piace lavorare con colleghi designer?

Molti dei miei amici più cari sono o sono stati designer. Conosco James dal 1980, quando frequentavamo la stessa scuola d'arte. Naoto e io siamo diventati amici quando abbiamo fatto la mostra *Super Normal*. Apprezzo il dialogo che nasce dalla collaborazione e dall'incontro con altri designer, mi piace discutere su progetti specifici (mi incontro spesso con Naoto e Konstantin Grcic, per esempio, perché tutti e tre lavoriamo per Muji) o semplicemente cenare con i colleghi. Penso che la professione ci avvicini perché trascorriamo le giornate in modo analogo e probabilmente abbiamo degli obiettivi in comune. Perciò mi piace parlare con altri designer anche quando i nostri lavori sembrano molto distanti. Recentemente ho discusso di alcuni progetti con Martí Guixé e qualche anno fa sono diventato amico di Jaime Hayon dopo un volo in aeroplano: era seduto accanto a me, con un paio di occhiali azzurri e delle scarpe rosse, e ciò nonostante abbiamo fatto amicizia! A volte mi capita di trascorrere giornate intere con i miei assistenti parlando della vita e di come dovrebbero andare le cose, ed è un piacere.

Questo significa che lasci anche spazio alla creatività dei tuoi collaboratori?

Le discussioni che si accendono nello studio sono la parte migliore della routine quotidiana. Costituiscono una parte vitale dello sviluppo di qualsiasi progetto. Attraverso queste discussioni testiamo tutto quello che facciamo e benché in genere sia io a dare inizio a un

those circumstances we became good friends! Sometimes I spend the whole day talking with my assistants about life and how things should be, and it's a pleasure.

Does that mean that you also give room for creativity in your studio to your collaborators?

What I like most in the daily routine are indeed the discussions we have in the studio. They are a vital part of the development of any project. We test everything we do through these discussions, so while it's typically me who initiates the project, developing is definitely a team effort.

Let's now talk about a couple of controversial issues. In 2000 you accepted a commission from a museum in the Provençal village of Vallauris to produce limited edition ceramics made by local artisans. Due to the "industrial" look of the results, the European craft community was outraged. "Why work with the ancient skills of the Vallauris potters," railed an editorial in one craft magazine, "to make something that looks as if it came from a factory?" Can you describe this project, why you decided to carry it out and how you felt about the comments?

I am not particularly proud of the results of that project and I partly accept the criticism. But if craft is the goal then why not invite a craftsman? Although I like the idea of people making things by hand out of necessity or because they couldn't be made better by machine, I am not much of an enthusiast for the modern day embodiment of craft. I can't see the point in making things by hand that will cost more and be less available. Isn't it better to attempt to make industrial objects that have meaning to us than to pretend that we can only relate to the handmade object?

I am curious, in the light of what you just said, to know what you think of the whole designer limited edition craze...

It has its place, just as *haute couture* does.

Another controversial project of yours was *The Crate for Established & Sons*. Can you tell me how you came to develop it and why?

It's a very simple story. When I moved into my Paris apartment, the builder left behind a wooden wine crate that he'd used to store tiles. I cleaned it up and used it as a bedside table. Two years after that entirely practical gesture, I realized it was a design, maybe even a very good one. Established & Sons asked me to do something and



progetto, il suo sviluppo è indubbiamente il prodotto di uno sforzo collettivo.

Parliamo ora di un paio di argomenti controversi. Nel 2000 hai accettato una commissione da un museo nel villaggio di Vallauris, in Provenza, per produrre ceramiche realizzate da artigiani locali in edizione limitata. A causa dell'aspetto "industriale" del risultato la comunità artigianale d'Europa ha espresso la sua indignazione. "Perché ricorrere alla sapienza antica dei ceramisti di Vallauris", protestava l'editoriale di una rivista di artigianato, "per ottenere un prodotto che sembra uscito dalla fabbrica?". Puoi descrivere questo progetto, e spiegare perché hai deciso di realizzarlo e che cosa pensi dei commenti che ha suscitato?

Non vado particolarmente fiero dei risultati di quel progetto e condivido in parte le critiche. Ma se l'obiettivo è un prodotto artigianale, perché non chiedere a un artigiano di realizzarlo? A me piace l'idea che la gente faccia qualcosa a mano, per necessità o perché a macchina non può venire meglio, ma non sono particolarmente entusiasta della lettura che oggi si dà dell'oggetto artigianale. Non capisco perché si debbano fare a mano cose che costano di più e non sono alla portata di tutti. Non sarebbe meglio tentare di produrre industrialmente oggetti che significano qualcosa per noi, invece di fingere che riusciamo a entrare in relazione soltanto con oggetti prodotti artigianalmente?

Sono curiosa, alla luce di quanto hai appena detto, di sapere che cosa pensi di questa mania delle edizioni limitate...

Le edizioni limitate hanno un loro ambito, come ce l'ha l'*haute couture*.

Un altro tuo controverso progetto è stato *The Crate* di Established & Sons. Ci puoi raccontare come ci sei arrivato e perché?

È una storia semplicissima. Quando mi sono trasferito nel mio appartamento di Parigi, ho trovato una cassetta di legno che l'operaio aveva usato per tenere le piastrelle. L'ho pulita e utilizzata come comodino. Due anni dopo, mi sono reso conto che si trattava di un oggetto di design, forse addirittura di ottimo design. Così, quando Established & Sons mi ha chiesto di progettare qualcosa gli ho proposto di rifare la cassetta, *The Crate*, come articolo di arredamento. Fortunatamente hanno

I proposed they should remake *The Crate* as a piece of furniture. Fortunately they believed in the idea and it was shown at the Milan Fair, provoking a kind of outrage I hadn't ever encountered before. *The Crate* I designed for Established & Sons is almost identical to the original, but it's made from higher quality wood – Douglas fir, rather than splintery pine – and the joints are stronger. I only proposed it as a design, because I had discovered how practical it was and how nice it was to have beside your bed. Some people got it, but many missed the point completely.

What do you think of the Salone in Milan and of the proliferation of the Design Week phenomenon all over the world and the related media attention? Does all this actually help design?

I have started to call the Milan event the Salone del Marketing, which I suppose is an answer to your question! As for the various Design Weeks, they have their role in bringing awareness to the public. Overall, with regard to design communications, it's the message rather than the messenger that may be at fault. In the case of some design magazines, however, I think it's a case of the messenger dictating the message. I don't subscribe to any design magazines except *Apartamento*.

The environmental issue is certainly a great one to tackle for humanity as a whole. Don't designers actually contribute to making more and more stuff that people do not actually need?

I think the designer and the manufacturer have to do whatever they can to design and make products that last. At the same time, consumers have a responsibility to look for products that last, and are not just passing fashions! The media should also make more of an effort to understand and promote better products instead of taking pictures of twenty of them because they're all the same color!

Do you have any advice for young designers today?

Work hard and keep your eyes open. What I mean is that there are qualities that an academic education is not able to provide. The technical knowledge, to start with, but above all the habit of looking which I got from browsing through books and from wandering the streets. In retrospect, I think that this was my education. So now if I ever teach I try to communicate that the most important thing is to learn to use your eyes, then judge and evaluate objects, situations and problems.

creduto nell'idea e l'hanno presentata al Salone di Milano, suscitando un'indignazione che non mi era mai capitato di vedere. *The Crate* per Established & Sons è quasi identica all'originale, ma il legno è di migliore qualità – abete di Douglas invece di un pino che si scheggia – e gli incastri sono più robusti. L'ho proposta soltanto perché aveva un design pratico ed era molto piacevole accanto al letto. Qualcuno ha capito, altri hanno completamente frainteso.

Che cosa pensi del Salone di Milano, della proliferazione del fenomeno delle Settimane del Design nel mondo e della relativa attenzione mediatica? Aiuta veramente il design?

Ho cominciato a chiamare la fiera milanese il Salone del Marketing, e con questo penso d'aver risposto alla tua domanda! Riguardo alle varie Settimane di cui parli, rendono il pubblico più consapevole verso il design. Nel complesso, per quanto concerne la comunicazione, forse è il messaggio a essere in difetto, non il messaggero. E nel caso di alcune riviste di design, comunque, penso che il messaggio sia dettato dal messaggero. Non sono abbonato a nessuna rivista di design, eccetto *Apartamento*.

Il problema dell'ambiente è urgente e tocca tutti. Non credi che i designer contribuiscano a produrre sempre più cose di cui la gente non ha bisogno?

Credo che designer e produttori debbano fare il possibile per progettare e realizzare articoli che durino, al di là delle mode. Allo stesso tempo, il consumatore si deve impegnare a cercare prodotti durevoli, non usa-e-getta. E i media, dal canto loro, dovrebbero comprendere e promuovere i prodotti di migliore qualità, invece di fotografarne venti tutti assieme solo perché hanno lo stesso colore!

Hai qualche consiglio da dare ai giovani designer di oggi?

Lavorate sodo e tenete gli occhi aperti. Con questo voglio dire che vi sono qualità che nessuna formazione accademica vi può dare. La conoscenza tecnica, per cominciare, ma soprattutto l'abitudine a osservare che ho appreso curiosando fra i libri e vagabondando per le strade. Se mi guardo indietro, mi pare che in questo consista l'educazione che ho ricevuto. Così oggi, quando insegno, cerco di trasmettere che bisogna prima di tutto imparare a usare gli occhi, e poi a giudicare e valutare gli oggetti, le situazioni e i problemi.



Jasper Morrison,
The Crate, 2006.
Design per/for
Established & Sons.
Photo: Peter Guenzel