

Italo Renzo Menegon

Nato a Sao Paolo nel 1974 e cresciuto a Rio de Janeiro, Renzo Menegon inizia la sua carriera professionale nel 1998 in Italia. Ha collaborato con aziende leader nel design tra cui ARTEMIDE, PHILIPS, ORAL B, DAINESE, WHIRLPOOL. Con laurea in design e bionica, lavora da oltre vent'anni allo sviluppo di prodotti e strategie di design nel mercato degli elettrodomestici a livello globale. Dal 2013 vive in Brasile gestendo il design di BRASTEMP e CONSUL, due prestigiosi marchi di elettrodomestici. Parallelamente disegna per il marchio zo_studio, di cui è creatore, che opera principalmente nel settore dell'Interior Design



La Bionica. Infinita risorse creativa

Italo Renzo Menegon | menegonrenzo@gmail.com

“C'è un libro sempre aperto per tutti gli occhi: la natura.”

Jean-Jacques Rousseau



[INTRODUZIONE]

Vorrei ringraziare l'amico e maestro Amilton per questa opportunità di 'salvataggio' storico e esercizio di memoria, perchè come si dice dalle mie parti 'ricordare è vivere'. Aver riattivato la memoria di questo periodo è stato senza dubbio un piacere. Detto ciò, intendo raccontare quale sia stato il mio percorso accademico e quale influenza abbia avuto la bionica nella mia formazione. Spero di far giustizia a questa nobile missione.

L'inizio: le prime idee sulla bionica e il progetto di un futuro "bionico".

Il mio primo contatto con la disciplina della Bionica risale al 1996. Non avevo mai affrontato questa tematica all'università, ma ho avuto la possibilità di avvicinarmi alla Bionica grazie al mio insegnante e maestro di allora, l'architetto Ado Azevedo. Ascoltando i suoi racconti della sua esperienza di lavoro in Italia, quando si occupava per la FIAT di un progetto di innovazione basato sull'applicazione della bionica, ho subito intuito quali opportunità ci sarebbero state se avessi provato a seguire le orme del mio professore...ed è andata effettivamente così.

Nel 1998, subito dopo essermi laureato, ho ottenuto il 'permesso economico' di restare per 4 mesi a Milano, presso il Centro Ricerche dell'Istituto Europeo di Design (in via Ripamonti...non mi ricordo il numero). E' qui che ho iniziato la mia avventura con la bionica, e nove mesi dopo il destino (...e la vendita della mia amata Opel Corsa!) ha voluto che conseguissi il master in bionica.

Mi ricordo come se fosse ieri... a darmi il benvenuto era stato un signore piccolino, che assomigliava un po' a Lucio Dalla... Un tipo sorridente, con la voce bassa, vellutata, e un modo di fare da maestro...tipicamente italiano!

Così ho conosciuto Carmelo di Bartolo, un personaggio di poche parole ma giuste, carico di passione e capace di incantare il suo pubblico. Pubblico assolutamente eterogeneo sia per nazionalità che per esperienza professionale: c'erano spagnoli, coreani, croate, italiani, colombiani, cileni e ovviamente brasiliani... e tra i vari mestieri c'erano architetti, designers, ingegneri..





Ci ha dato il benvenuto raccontandoci alcuni casi studio e ci ha sempre offerto delle prospettive positive...tutti al Centro Ricerche erano così; spiriti liberi, creativi e molto collaborativi.

Il maestro Carmelo da subito ha sottolineato quanto l'osservazione e lo sguardo trasversale su quello che ci circonda era il principio fondamentale da non trascurare mai per chi volesse fare questo percorso 'bionico' - parole sacre e premessa tutt'ora cruciale per i cosiddetti "designers bionici".

I principi che Carmelo mi ha insegnato, oltre ad ispirarmi, hanno confermato la mia convinzione rispetto al fatto che l'intuizione e le capacità associative sono fondamentali per poter collegare idee e concetti ai suggerimenti che provengono dalla natura - e così, convinto, sono partito con lo studio!

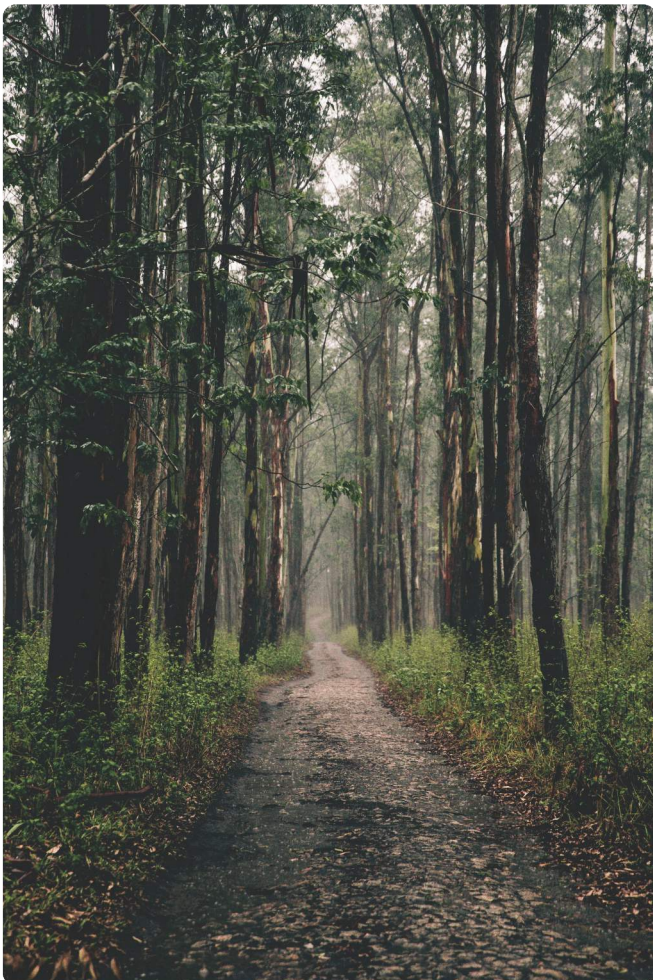
Entusiasta della scoperta ho iniziato ad approfondire certe riflessioni che tutt'ora si mostrano pertinenti:

La natura indubbiamente offre (gratuitamente!) l'eccellenza e intelligenza adattiva in tutti gli ambiti possibili e immaginabili per l'eventuale sviluppo di un prodotto. Spunti strutturali, concettuali, funzionali, estetici...sì, la natura ci offre continuamente tutto ciò, basta saper guardare!

Pensiamo alla composizione strutturale di un albero che si tiene in piedi per secoli, adeguandosi alle intemperie, sviluppandosi e nutrendo al tempo stesso intorno a se un micro ecosistema di parassiti. Oppure pensiamo alla bellezza e ai colori dei fiori che fa sì che le api vengano attratte dai fiori stessi e vadano ad impollinare altri fiori, consentendo così alle specie vegetali di perpetuarsi. Oppure ancora pensiamo alla famosa sezione aurea, simbolo dell'armonia e della proporzione presente in natura, che poi è stata riproposta nelle forme dell'arte e dell'architettura...

Il nostro senso del bello, dell'equilibrio, delle proporzioni... arrivano dalla nostra madre natura, e accettando queste convenzioni su ciò che è bello, noi accettiamo noi stessi, visto che apparteniamo al medesimo DNA strutturale evolutivo: siamo frutti di uno stesso organismo, la natura.

A questo punto, a me sembra evidente che progettare a partire dall'osservazione della natura sia un processo di consapevolezza e di umiltà nei suoi confronti. È capire la sua grandezza e l'opportunità di poterla osservare, per imparare e creare.



alcuni ricordi rimasti da quel periodo a Milano, tra i colleghi e la tessera dell'abbonamento settimanale per trasporti pubblici...era il 1998



[CONTRIBUTO DELLA BIONICA NEL PROCESSO CREATIVO]

L'importanza della bionica nel mio processo creativo proviene dalla possibilità di ingrandire gli stimoli attraverso l'osservazione e la ricerca dei vasti casi e situazioni che ci circondano. Molte volte non si tratta di situazioni strettamente legate allo scopo principale del progetto a cui sto lavorando, ma di dettagli che possono arricchire l'esperienza dell'utente. Sta nella capacità di leggere le informazioni strutturali, funzionali ed estetiche percepite in natura e di tradurle in spunti progettuali olistici al fine di trovare soluzioni a problemi specifici.



I fiori che attraggono l'insetti promuovendo la polinizzazione - colori e odore sono usati come strategie della natura per garantire la sua sopravvivenza. in alto: skizzi di una lampada da terra per ARTEMIDE light & design - creare un punto d'attrazione (elemento sferico) che suggestiona il contatto dell'utente. A partire da questa attrazione, 'la carezza' gestisce l'intensità della luce...come un'atto romantico...

Senza altro, da questo punto di vista, la bionica ha dato un contributo significativo alla formazione del mio profilo creativo. Sono ventun'anni che mantengo vivo questo *modus operandi* olistico-creativo nella concezioni di nuovi idee e prodotti.

Alcuni principi che valgono la pena condividere...

Il primo principio è stato la consapevolezza della capacità e dell'"intelligenza" della natura nello sviluppo - con eccellenza assoluta - di forme che esistono in quanto necessarie. Ognuna di esse è il risultato del bilanciamento ottimale tra la necessità di risorse utili alla sopravvivenza e la partecipazione ad un sistema in equilibrio costante (ecologico). E' la capacità di utilizzare il minimo delle risorse per produrre il massimo della performance: un principio di eccellenza evolutiva che continua a stupirci. Inoltre col passare del tempo anche la natura cambia in continuazione: siamo materia in continua evoluzione.





Poi c'è anche l'aspetto scientifico di ricerca della bionica, che può "chiedere aiuto" ad altre discipline come la matematica, la chimica, la fisica. Ad esempio, la ricerca di nuove tecnologie, l'analisi di strutture della natura come riferimenti di efficienza architettonica e via dicendo...

[LA BIONICA COME VANTAGGIO COMPETITIVO]

Nella creazione e sviluppo di prodotti bisogna considerare le interazioni tra l'utente e l'oggetto che si propone. È necessario "disegnare" l'esperienza capendo il problema che si vuole risolvere e come risolverlo. Partendo da questo principio, fa parte della responsabilità del designer il pensare all'oggetto non solo come ad un mezzo per eseguire una determinata funzione. E' infatti altrettanto importante avere consapevolezza del contesto e di come ciò che sta intorno può avere un impatto (positivo o negativo) nell'esperienza tra il binomio 'utente-prodotto'.

L'analisi con i consumatori, le ricerche, le interviste sul campo e il benchmarking di simili soluzioni nel mercato, sono strumenti che ci offrono un'ampia visione delle possibili direzioni di intervento.

Comunque, in questa fase di ricerca, e' importante non aver pregiudizi ma si, puntare sull'accumulo di informazioni.

La conoscenza del contesto d'uso schiude strade che vanno oltre alla semplice concezione estetica dell'oggetto.

E mettendo insieme queste procedure con il programma del master e l'insegnamento del gran maestro Di Bartolo, ho avuto la possibilità di confrontarmi con aziende leader nei loro rispettivi settori; Artemide, Philips, Whirlpool... un periodo ricchissimo data l'eterogeneità dei marchi e delle problematiche da affrontare, delle scoperte, delle proposte... un periodo di discussione, confronti e tanto apprendimento.

Tornando al processo... in questo esercizio creativo è importante partire dall'individuazione di un problema, e poi cercare attraverso l'osservazione e un approccio divergente le soluzioni che in qualche modo potrebbero direttamente o indirettamente diventare spunti progettuali che, se approfonditi, potranno tradursi nella forma di prodotto.

Pensare a questo processo associativo e creativo, mantenendo sullo sfondo la natura, apre potenzialmente ad un'infinità di soluzioni innovative relativamente a forma, funzione, colori, texture(...) rappresentando vantaggi competitivi per il business.

Col passare del tempo, questo approccio ha influenzato mio modo di lavorare. Questa base concettuale mi guida ed è per me un punto di riferimento importante che mi aiuta a confrontare, mettere in discussione e reinventare oggetti, reinterpretando, innovando...

La disciplina della bionica attinge ad un universo infinito di risorse, ma dipenderà sempre dallo sguardo curioso e connettivo del designer.

Grazie!

[APPLICAZIONI/ Progetti]

Progetto di Spazzolino da dente per Oral B

Bambini da 8 a 12 anni

Briefing: Sviluppare un'idea innovativa per un nuovo spazzolino da denti / a cura di Franco Lodato

Il progetto dello spazzolino per Oral B era rivolto a bambini dagli 8 ai 12 anni, un profilo utente in una fascia di età complessa e in transizione. Il pre adolescente vive l'ambiguità tra l'essere ancora un bambino (a casa) e un adolescente (fuori casa). E lo spazzolino avrebbe dovuto affascinare 'il bambino' da una parte senza togliere un carattere tecnologico e moderno dall'altra.

La prima cosa che è stata fatta è stato capire gli aspetti morfologici dello spazzolino, sezionandoli per parti e funzioni. Setole, testa e impugnatura, ogni parte ha rappresentato oggetto di riflessione e possibile area di intervento.

Setole: si presentavano in tutti i modelli con variazioni di colori, forme e dimensioni, e avevano la finalità di spazzolare e massaggiare denti e gengive.

Testa: seguivano forme che erano allineate alla forma dell'impugnatura...organiche, regolari, geometriche e piuttosto basiche.



Impugnatura. Gran diversità di forme, da quelle più semplici a quelle un po' "sovra-disegnate". Colori e materiali sempre presenti e in diverse versioni, trasparenti, opache monomateriche o bi-iniettati.

Alla fine, era evidente che esisteva un appello formale estetico e tecnologico nell'esecuzione degli spazzolini fondamentale come fattore di attrazione e direttamente legato ad una scala di costi.

D'altra parte, immaginavo che si poteva provare qualcosa di diverso considerando possibili nuove 'forme di esperienza' con il prodotto. Al di là di tecnologie 'pirotecniche' (volevo evitare pile e lucine...), ci tenevo a disegnare un'esperienza genuina che stimolasse l'atto di lavarsi i denti e allo stesso tempo che lo spazzolino fosse considerato un oggetto attraente a punto magari da volerlo collezionare.

Linguaggio formale. E' stata una verifica di quali erano i simboli riconosciuti dai ragazzi di quell'età in quel periodo. In questo modo si cercava di capire l'utente e di creare l'empatia necessaria affinché la proposta potesse essere considerata accattivante.



riferimenti in natura: per fare in modo innovativo ed efficiente e allo stesso tempo

concetto spazzolino da denti per Oral B. briefing: prodotto per bambini da 10 a 12 anni. La peculiarità del target (bambini 10/12anni) rappresenta un fattore decisivo nell'approccio del progetto*. Parallelamente era fondamentale analizzare e riflettere su aspetti costruttivo-funzionale dello spazzolino iniziando a capire potenziale aree d'intervento.

1.testa / 2.settole / 3.cavo

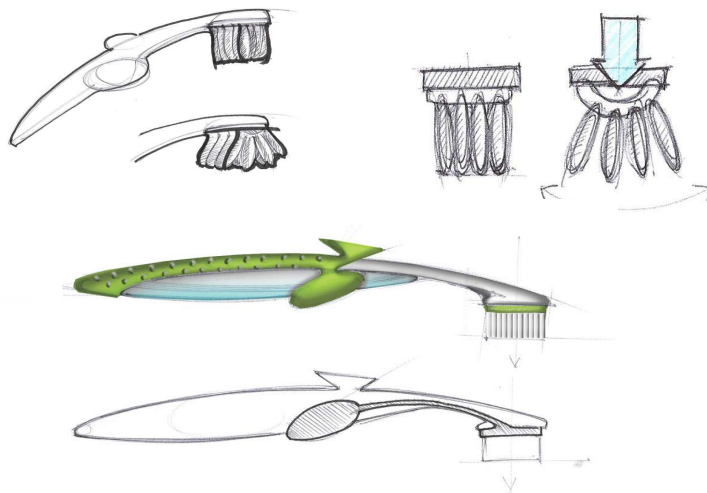
Rapporto tra l'oggetto e suo intorno. Un aspetto importante che va sempre considerato è il rapporto che esiste tra l'oggetto e il suo intorno - prima, durante e dopo l'uso. Capire queste dinamiche ha aiutato ulteriormente ad aprire possibili strade per disegnare una nuova esperienza nel lavare i denti.

Un prodotto differenziato, dalla forma dinamica e con elementi aggiuntivi trapiantati e legati ad una performance superiore...come le scarpe sportive. Colori, texture puntavano come parte di un linguaggio della strada, cosmopolita e impavido come se si dovesse garantire una certa sicurezza e forza... come Godzilla (film di quell'epoca).

Nel dettaglio l'oggetto doveva stupire in diversi momenti...

La pallina nella parte inferiore richiama il contatto, e quando la si schiaccia una spinta muove l'asta in avanti e fa sì che la superficie delle setole si apra come un fiore, aumentando notevolmente la superficie di contatto e creando una forma piuttosto circolare. In questo modo, la sagoma assume una forma adeguata al massaggio della bocca e della lingua. Basta tirare la pallina leggermente in dietro e le setole ritornano alla loro posizione originale, pronte per miglior pulire i denti e le gengive.

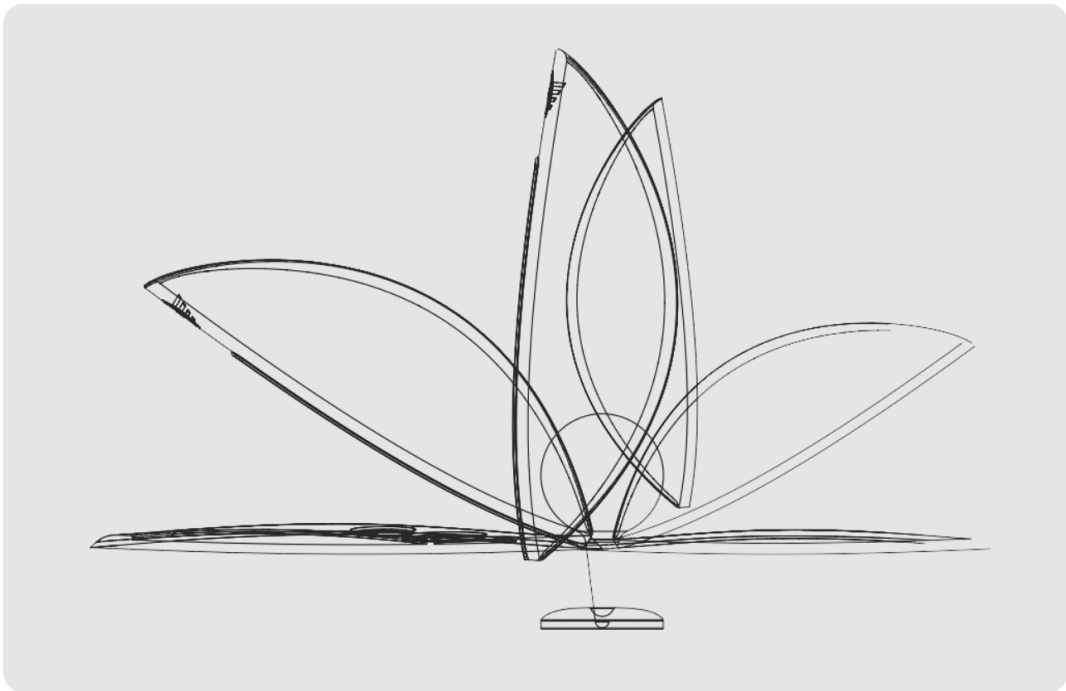
Quando ha finito di lavarsi i denti, il ragazzo può premere lo spazzolino contro lo specchio o contro una piastrella del bagno grazie alle ventose, 'ribellandosi' in questo modo al tradizionale porta spazzolini, e lasciando il proprio segno, la propria impronta, dove vuole (una riflessione psicologica coerente alla fascia d'età considerata).





[Concetto Essence per MINI countryman design contest (BMW) / Renzo Menegon, 2010]

Inspirata nella struttura di un fiore, l'idea consisteva in un sistema composto da petali articolabili, capace di conformarsi diversamente a seconda della necessità dell'utente. A partire dalla funzione basilica di appoggiabraccio si poteva far scorrere la struttura in avanti su un binario, consentendo di inserire una bottiglia oppure, tramite l'apertura dei petali, si suggeriva una superficie d'appoggio.

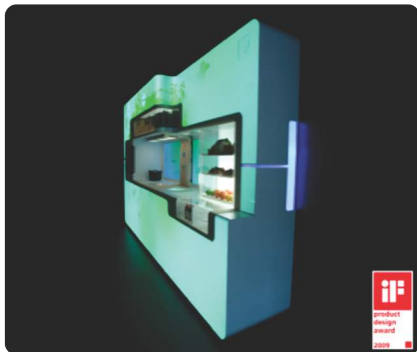
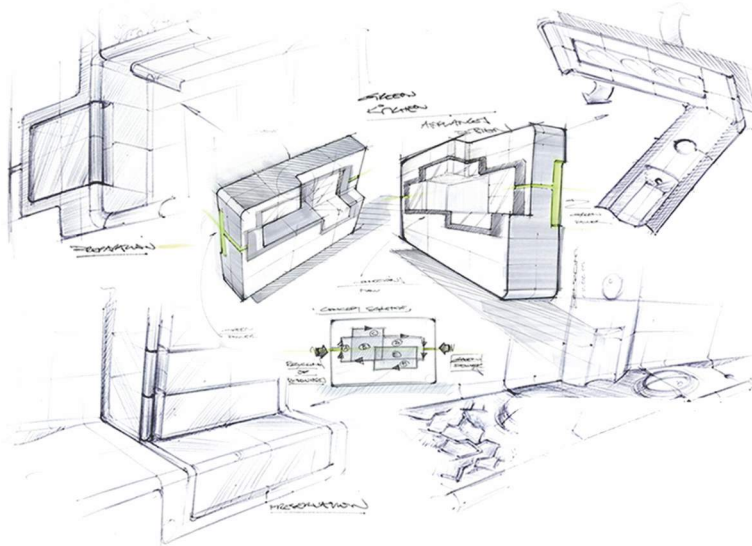


progetti come la serie contour lampada e tavolino hanno come caratteristiche l'essere guidati dalla funzionalità e dalla flessibilità, dando all'utente la possibilità di una gestione personale dell'oggetto (la lampada contour è stata premiata con la menzione d'onore al Museu da Casa Brasileira 31 Edizione - 2018).



[Green Kitchen Whirlpool Corp / Global Consumer Design Whirlpool/Renzo Menegon 2009]

Come la gestione delle risorse in natura, la cucina concettuale Green Kitchen di Whirlpool - prevedeva un sistema integrato di elettrodomestici che sfruttava tutte le risorse generate dai prodotti (caldo, freddo, acqua...) basandosi sul riuso per creare una cucina a basso impatto ambientale e massima performance. Il progetto avanzato ha sollevato l'attenzione della media e rinforzato il messaggio dell'azienda riguardo la sostenibilità. Più tardi, sono stati sviluppati altri progetti più vicini alla realtà di produzione odierna. <https://www.youtube.com/watch?v=mEwG0nJpz2g>



Incontro con prof. Amilton Arruda, nel museo da casa brasileira, nov. 2018 a San Paolo, Brasile