



## Lovegrove: sono un biologo dell'evoluzione

Alto, sottile, aura bianca argento, studio a Notting Hill, Londra, 53 anni, gallese, ha progettato prodotti- icona per numerosi brand internazionali: da Moroso a Issey Miyake. Ora, a Milano, Ross Lovegrove espone per la prima volta in Italia «Liquid Collection», una selezione di limited edition presentate nel 2007 presso Phillips De Pury, New York, cui si aggiungono due nuovi progetti e una videoinstallazione. «Nell'insieme, la genesi dei miei pensieri: un viaggio parallelo nel singolare, nell'unico, in altri mondi», racconta. Il credo? Fedele alle origini: «La forma è emozione». Parola di un «biologo dell'evoluzione», immancabilmente attratto dal nuovo oscillare tra mass production e design art.

### **Design come essenzialismo organico: è una formula in cui si riconosce ancora?**

Sì, ancora oggi resto fuori dai perimetri stretti del design, alla ricerca di nuovi territori.

Considero il mio lavoro una sorta di processo intorno all'evoluzione perché c'è sempre una costanza nel guardare avanti. La biologia ne rappresenta la connotazione estetica, quella di un universo liquido, cresciuto piuttosto che costruito.

### **Quale progetto le ha dato maggiore soddisfazione?**

Le maggiori soddisfazioni arrivano dalle speculazioni future. Non mi piace indugiare su ciò che ho già creato: il concetto di reazione al potenziale è ciò che più mi motiva. Che cosa ne pensa

della design art? Credo che sia una questione di definizioni. Il design è una moltitudine di voci, qualcosa di previsto, l'arte contempla l'unicità, l'inatteso. L'espressione artistica in un'epoca di blanda ripetizione offre arricchimento. Come bilancia successo commerciale e ispirazione? Calcolare formule per raggiungere il successo può portare a buoni risultati commerciali ma lascia un vuoto. Un amico ha recentemente detto che preferiva Picasso a Pollock perché poteva copiare Pollock ma non Picasso. Il che mi ha fatto pensare al valore della tecnica versus il libero istinto.<sup>7</sup>

### **In una stagione di crisi dei consumi come si generano nuovi desideri?**

Non penso al design come strumento per un consumismo indotto artificialmente. Lo vedo più come un'idea di arte accessibile, che beneficia delle economie di scala e dei progressi dell'era digitale.

### **About Author**



[susanna\\_legrenzi](#)

[See author's posts](#)

[+ Condividi](#)