

Ch'ange 2, la seconda edizione del Belgrade Design Week, richiamerà sulla capitale della Serbia l'attenzione dei media di tutto il mondo. Sono stati più di 100 gli ospiti di fama della prima edizione; tra questi i dieci designer che vanno per la maggiore. Anche quest'anno l'obiettivo principale è far leva sulla creatività per promuovere lo sviluppo di un'area che tenta di risollevarsi dopo le tragedie degli anni Novanta

## Così a Belgrado nasce il design dell'Est

EVENTI

di Sanja Lucic

I più importanti creativi dell'advertising, agenzie di design e della pubblicità, esperti indipendenti, direttori creativi, art director, direttori delle più grosse case editrici, esperti di turismo, pubblicitari, creatori di nuovi brand e architetti si troveranno nuovamente insieme a Belgrado per un evento internazionale chiamato Belgrade Design Week (BDW). Con questo appuntamento, che si svolgerà dal 7 al 12 maggio 2007 e che vedrà la partecipazione di addetti ai lavori provenienti da vari Paesi, Belgrado si candida a capitale del design nell'Est Europa. Sei giorni d'energia pura, di creatività e di innovazione che, ancora una volta, richiameranno l'attenzione del mondo creativo sulla città che prova ad allinearsi a metropoli come Milano, Londra e New York, da sempre rappresentanti la Mecca del design. Il successo della prima edizione, nel 2006, ha confermato il bisogno di avere un evento multimediativo di alto livello in questa parte di Europa. L'anno scorso, grazie agli oltre 100 ospiti di fama mondiale e alla partecipazione di molti sponsor, l'evento è stato seguito da televisioni e giornali. C'erano i 20 più grandi creatori di brand contemporanei, i dieci più intriganti designer al mondo, business élite dalla regione, esperti di marketing, dei media e fashion industry. Belgrado ha avuto nella prima edizione ospiti degni della settimana del design di Milano. Alla domanda "Come mai tutto questo successo?", gli organizzatori



rispondono con due elementi chiave: la mancanza di un evento di questo tipo e di questo livello tra Milano e Istanbul e, come confermato dagli ospiti internazionali, "L'era delle grandi metropoli europee sta passando e piano piano si lascia il posto alle città grandi 'esotiche' come lo è Belgrado".

Nel corso della precedente edizione, nelle varie location della città il pubblico ha avuto la possibilità di confrontarsi con Christian Schroeder della Landor, Fernando Gutiérrez – PENTAGRAM, Karim Rashid, Luigi Colani, Eugenio Perazza della Magis Italia (una delle com-

**belgrade design week 2006**

**BRAND SCAPING SERBIA**

**beograd²**  
BELGRADE DESIGN WEEK - OPENING CEREMONY LOCATION: MUSEUM OF UNITED STUDENTS OF DESIGN

**fashion²**  
19TH BELGRADE FASHION WEEK LOCATION: INTERNATIONAL EXHIBITION CENTER ORGANISER: "BECLICK"

**Apr. 17 Monday**  
**market²**  
SERBIAN CREATIVE SPEED-DATING DAY  
SIX STARS SERVICE: Top creative advertising agencies in Serbia under their umbrella, waiting to see who an upstart startup has to watch.  
BANKERS ON TOP: Local advertising agencies have they complete nationally or locally? If not, what? They should...ask LOU!  
INSIDESTORY: "The Design" Art Club's publishing, Belgrade-based design magazine, provides work creative assistance.

**Apr. 18 Tuesday**  
**market²**  
FUTURE OF SERBIA & KEY PANELS  
FOOD FOR THOUGHT: The art of design and branding for business in the 1990s includes well-timed regional summation, content and trends.  
DESIGN FOR RETAIL: What's the best retail design in the region, between major companies, high street, etc...  
BELOGRADE IDENTITY: Working with identity and content issues concerning the capital, how to stay on track, market, quality, history...  
MEDIA AND ENTERTAINMENT: Through the lens of the media, music, entertainment and TV industry of the South-East European region with all the opportunities.  
CO-ORGANISER: "SAMB" LOCATION: SAVA CENTAR

**Apr. 19 Wednesday**  
**brand²**  
BRANDING STRATEGY DAY  
BRAND STATES: "Brand states & content" for local and international designers invited with questions.  
BRANDING FOR SUCCESS: "How strategy leading creative branding business."  
CO-ORGANISER: "SAMB" LOCATION: SAVA CENTAR

**Apr. 20 Thursday**  
**brand²**  
BRANDING CREATIVITY DAY  
BRAND LEADERS: "Strategy leading creativity in branding."  
BEYOND BRANDING: "Other creative of brand communication."  
EXHIBITION OF FRENCH DESIGN @ CENTRE CULTUREL FRANÇAISE LOCATION: O2I, ZMAJ JOVINA  
SUPERSTARS @ SUPERSPACE: RAMP, GREGG PRICE, LOVEGROVE, COLANI  
CO-ORGANISER: "SAMB" LOCATION: SAVA CENTAR

**Apr. 21 Friday**  
**design²**  
INTERNATIONAL SUPERSTARS DAY  
DESIGN ICONS: "Icons of design. How they make design history."  
DESIGN MEGASTARS: "Awarding design - the new global stars."  
CO-ORGANISER: "MUSEUM OF MODERN ART" LOCATION: COUNCIL OF MINISTERS

**Apr. 22 Saturday**  
**design²**  
DESIGNED BY DESIGNERS STARS  
PRODUCT OF SERBIA: "Serbian design stars working internationally."  
DRESS TO SERB: "Serbian Fashion Week."  
FASHION PLAYERS: "Fashion Week, Serbia 2006."  
MAXIM VELCOVSKY & GURUS, PRAGUE EXHIBITION LOCATION: O2I  
CO-ORGANISER: "MUSEUM OF MODERN ART" LOCATION: 142 CUK

09:30 h a  
15:00 h b  
20:00 h c  
20:00 h d  
22:00 h e  
23:00 h f  
00:00 h f



Jelovac: vi spiego Ch'ange 2

Jovan Jelovac, architetto, designer e uno dei più grandi consulenti di branding dell'Europa dell'Est. Direttore creativo di Trans:east Brandvertising, in Serbia, ha realizzato molti programmi e campagne per grosse aziende serbe. Lavora inoltre sulle campagne internazionali per Imperial Tobacco UK, Hoffmann La Roche, Swiss, Inteko, Rus. Membro della rete brandvertising di Berlino, Londra, Budapest, Zagabria, Bucarest, Sofia, Nicosia, Vienna e Mosca. Ogni anno in collaborazione con diversi partner è il produttore di progetti internazionali, serie televisive, film e Belgrade Design Festival.

Nel settembre 2003, Jelovac era l'unico rappresentante dell'Europa dell'Est al World Creative Forum di Londra. Nella capitale inglese tra le altre persone ha incontrato anche Wally Olins, (colui che negli anni Settanta introdusse il termine "branding" in Europa), il quale ha inserito uno dei progetti di Jelovac nel libro *On Brand* uscito nel 2004 diventato poi la pubblicazione di riferimento in tutto il mondo. Jelovac ha capito che grazie a

pagnie leader nel settore, la cui produzione si caratterizza per la ricerca di una nuova semplicità di prodotti ad altissimo profilo tecnologico, alcuni dei quali sono ormai entrati a far parte delle collezioni permanenti del MoMa di New York e del Victoria and Albert Museum di Londra); Ross Lovegrove i cui pezzi sono esposti al Guggenheim, Ben Evans (London design festival), Gaetano Pesce, Christophe Muesser, McCann Erickson.

Le tavole rotonde, le discussioni sul futuro delle quattro aree importanti dell'industria serba (commercio, industria alimentare, turismo e spettacolo) e le due giornate dedicate al brand hanno confermato che oggi Belgrado è pronta a diventare, dopo un passato burrascoso, il centro dell'Europa dell'Est e un fulcro dello sviluppo strategico, della cultura, dell'educazione, del business e dell'industria.

Il Belgrade Design Week 2007 sarà orga-



\_Grande successo fin dalla prima edizione per il Belgrade Design Week (a sinistra il programma del 2006), che ha visto la partecipazione di 20 tra i più grandi creatori di brand contemporanei

questo gesto anche Belgrado e la Serbia possono essere notati dopo 20 anni di isolamento per qualcosa di utile, creativo e intelligente diventando il motore della nuova economia, con nuove strategie, creazioni, comunicazioni, spirito, stile e gusto.

### **Perché un festival di questo tipo proprio a Belgrado?**

Magari è un paradosso che qualcuno osi fare un festival di design, advertising e branding in un paese traumatizzato e povero, un festival delle discipline ai massimi livelli di comunicazione contemporanea legata ai moderni modi di fare business, però io ero sicuro che lo spirito degli anni settanta di Belgrado fosse sopravvissuto. Grazie alle mie convinzioni oggi abbiamo un festival unico perché riunisce i migliori creativi del mondo ponendoli in funzione dell'educazione e non della produzione, facendo sì che questo festival diventi un workshop di idee, concetti, riflessioni con la possibilità di decidere di influenzare la direzione dello sviluppo di un'intera generazione di esperti nell'area della comunicazione e del business.

### **Cosa porta alla Serbia un festival del genere?**

Se tutti noi a Belgrado e in Serbia vogliamo far parte del mondo dobbiamo venire al Change 2 a studiare, prendere appunti e sognare... e alla fine utilizzare questa esperienza perché questa è l'unica possibilità di cambiare. Alcuni dei migliori esperti della comunicazione, persone in grado di cambiare il mondo creando nuove economie globali, faranno da insegnanti in questo festival. Questa settimana di design porta la consapevolezza dei cambiamenti. Coloro che formano il mondo nuovo in una vetrina ideale della produzione globale di cambiamenti a ogni livello. Stiamo dimostrando come sia possibile inserirsi nelle tendenze globali contemporanee e come avere successo in un mercato locale e mondiale sempre più competitivo.

### **Quali sono le impressioni e le reazioni dei partecipanti?**

Gli ospiti del BDW dell'anno scorso come Peter Saville, Jan Rijkenberg, Eugenio Perazza, Kessels Kramer, Landor, Miles Newlyn, Dejan Sudjic, Metadesign, Ben Evans e gli altri hanno creato un



nizzato, come l'anno scorso, dalla Consulting Brand Company Trans:east, in forma di progetto no-profit in collaborazione con l'associazione Mikser. L'ideatore del festival Jovan Jelovac spiega che "è molto importante, in una regione che conta 50 milioni di abitanti con al centro Belgrado, spiegare con il design e la creatività il cambiamento mondiale. Nuove comunicazioni, nuove democrazie, nuovi modi di pensare sono identici alle nuove vite e le nuove possibilità, soprattutto per i popoli più piccoli e gli Stati nuovi. Se il mondo vuole un'Est Europa di successo dovrà venire a Belgrado per farci vedere cosa è buono e possibile nel prossimo futuro."

L'obiettivo della settimana del design belgradese non è solo presentare un processo creativo ma metterlo in un contesto sociale, indagare sulle prospettive del business legate al design, far sì che il design diventi l'arma con il quale alcune economie possano diventare competitive sul mercato mondiale. Design come modo di fare comunicazione, che nel caso della Serbia è molto importante dopo l'isolamento durato quasi un decennio.



\_Wally Olins, colui che negli anni Settanta introdusse il termine "branding" in Europa, ha inserito uno dei progetti di Jelovac nel libro *On Brand*, diventato pubblicazione di riferimento in tutto il mondo



standard molto elevato; avevamo riunito nomi importanti, tutti nello stesso posto. Quest'anno faremo ancora meglio. Guardate solo il programma! Tutti gli ospiti sono stati colpiti dall'energia creativa di questa città. Vogliono essere invitati... sempre. Cosa dire di più?

#### **Quali sono stati i risultati concreti dopo il primo design week?**

Concretamente abbiamo avuto mille giovani che hanno potuto imparare e 100 leader mondiali della creatività che possono testimoniare della fantastica energia che ha Belgrado. Soprattutto siamo contenti perchè grazie a questo festival abbiamo potuto far tornare in patria alcuni nomi importanti che lavorano all'estero ma hanno qua le radici come Konstantin Grcic, Dejan Sudjic e Sasa

\_Jovan Jelovac (in piedi), architetto, designer e uno dei maggiori consulenti di branding dell'Europa dell'Est con Wally Olins, grande nome del design degli anni Settanta, incontrato nel 2003 al World Creative Forum di Londra

Quest'anno molte aziende di successo come Swarovski, Alessi, Gaia & Gino diventeranno la loro esperienza con i visitatori. Donne che oggi sono il numero uno nel design e architettura come Zaha Hadid, Winka Dubbeldam, Matali Crasset, Hella Jongerius, Patrizia Urquiola, dimostreranno cosa c'è di rivoluzionario nel principio creativo di una donna. Ma questa edizione offre anche la presenza di Rem Koolhaas, il gruppo Droog, Ora Ito, l'agenzia Wieden & Kennedy e anche BSUR Consulting, oltre che conferenze educative come Change 2, cinquanta mostre e presentazioni in altrettante locations a Belgrado nell'ambito del festival della cultura Beograd 2.

Il programma di quest'anno è diviso in tre aree:

Innovation2/Revolution2/Evolution2. La conferenza è focalizzata anche sulla creatività dell'editoria innovativa, grazie alla partecipazione di Frame, Domus e Creative Review. La presenza di un partner come l'Olanda garantisce lo scambio delle esperienze con un Paese con una lunga tradizione nel design. L'innovazione e la ricerca costante sono le chiavi del successo.

Negli anni Settanta Belgrado era la città del Festival dell'alta cultura; all'epoca era ancora una metropoli in questa parte d'Europa ed era in grado di riunire, nelle zone dove si conducevano le lotte per la libertà dell'arte nel real-socialismo, il palcoscenico del teatro underground di New York, la produzione teatrale statale della Russia e il teatro dei dissidenti di Polonia e Cecoslovacchia. Belgrado era una città dove alla prima dei film di autori sconosciuti assistevano oltre 10.000 persone. Dopo tanti anni di isolamento, la città sta cercando di tornare a essere se stessa nonostante le realtà del Kosovo, la disoccupazione, la corruzione, il radicalismo politico, le coalizioni senza principio, i visti necessari per viaggiare nel resto del mondo. Belgrade Design Week è una delle poche se non l'unica manifestazione a livello internazionale così ben definita, logica e semplice da utilizzare subito per disegnare il futuro della città e del Paese. Passo dopo passo. Per riconquistare il suo posto nel mondo.

Lekic. Queste persone dopo 20 anni sono tornate a Belgrado e hanno trovato una scena culturale dinamica, un'energia positiva, giovani con livello di istruzione e competenza molto alti.

Parlando in numeri: 100 creativi, 6 giorni, 5 eventi, 3000 visitatori nella giornata Design Superstars, 800 visitatori a ogni mostra (due mostre al giorno durante l'evento chiamato Beograd2), 200 giornalisti e oltre 1.000 articoli sul festival. Per quanto riguarda poi i giornalisti stranieri che hanno seguito l'evento ricordo "Financial Times", "Icon", "Creative Review", "Grafik", "Frame", "Blok" (Czech), "Kak" (Russia), "Egoist" (Bulgaria), "Oris" (Croazia), "Hisa" (Slovenia). Quest'anno veranno inoltre "Creative Review UK", "Domus magazine" (Italia), "Frame magazine" (NL).»

#### **Chi sono i designer serbi conosciuti nel mondo?**

Sasha Lakic Parigi, Branko Iukic San Francisco, Vaso Perovic Ljubljana, Darko Mladenovic Parigi.

#### **E il design in Serbia?**

I progressi più grandi sono stati fatti laddove era

anche più facile: nel campo delle comunicazioni. Le società di advertising e design hanno molto successo e lavorano tanto. Un'altra favorita è la categoria branding, gli esperti di questa categoria sono anche i primi che riescono a esportare il loro know how all'estero. Possibilità minori hanno invece product e fashion designer perché hanno poco appoggio dall'industria che in Serbia non si basa sulle innovazioni, ma sui servizi. Quindi uno dei compiti primari della BDW è creare una piattaforma che lavorerà in varie direzioni: far conoscere i nostri designer, collegare designer, economia e idee. Contemporaneamente, proprio guardando l'esempio italiano, tutto questo non funziona senza l'appropriazione del tema design da parte dei mass-media, il loro sostegno in Serbia è cruciale e importante per rafforzare questa coscienza. In questo senso noi pensiamo che Belgrade Design Week sia esso stesso una specie di media.