

Arredo Design 24 Weekend



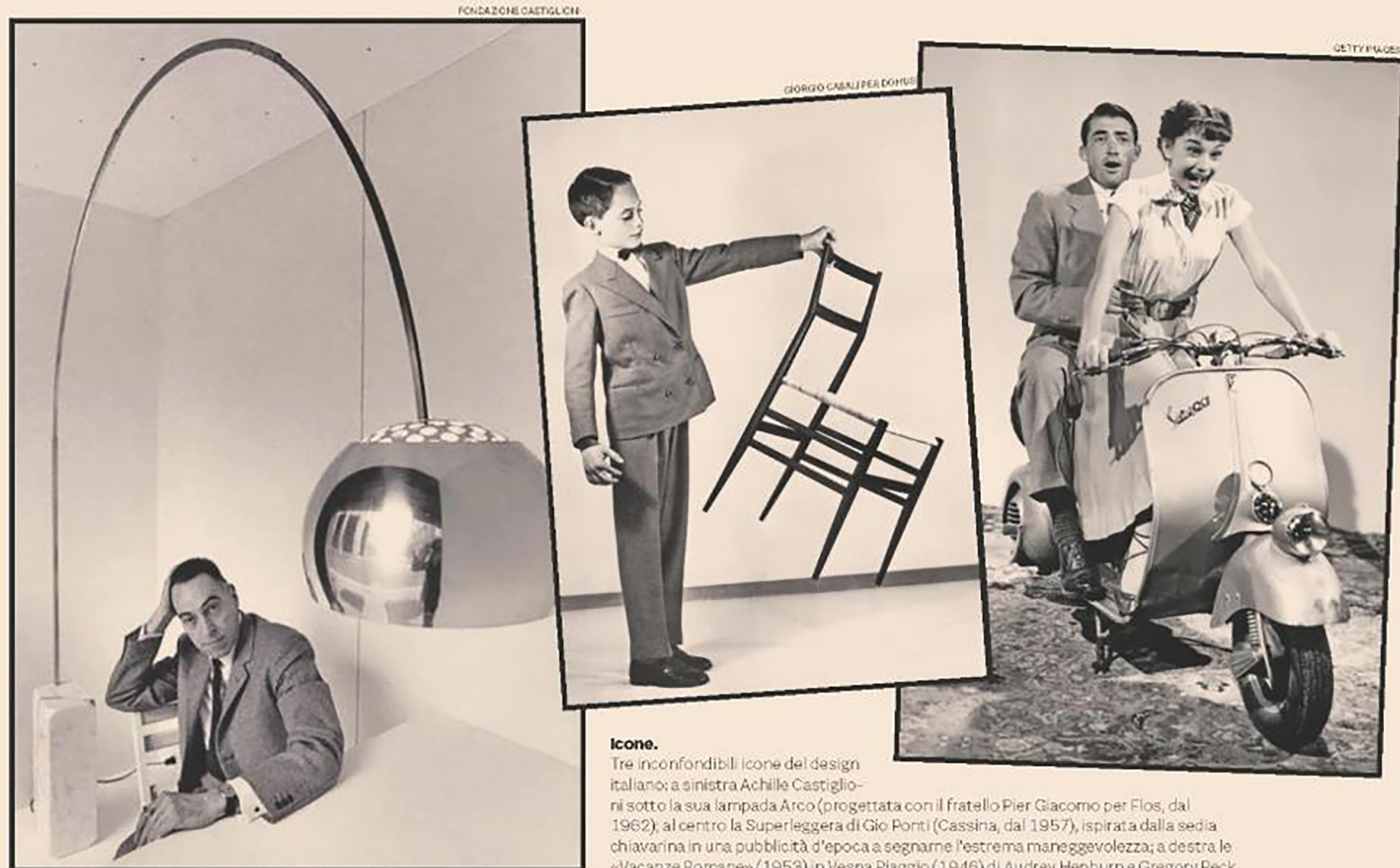
FORME E COLORI DELL'ACQUA

Forma Aquae presenta la linea di vasche freestanding l'iside dalle forme tonde e accoglienti: disponibili in ottanta varianti di colore e 46 decorazioni



OUTDOOR ALLE INTEMPERIE

Harbour, la serie di sedute per l'outdoor firmata da Francesco Rota e Paola Lenti, è vestita di materiali tecnici adatti a garantire le migliori prestazioni nel tempo



Icone.

Tre inconfondibili icone del design italiano: a sinistra Achille Castiglioni sotto la sua lampada Arco (progettata con il fratello Pier Giacomo per Flos, dal 1962); al centro la Superleggera di Gio Ponti (Cassina, dal 1957), ispirata dalla sedia chiavari in una pubblicità d'epoca a segnare l'estrema maneggevolezza; a destra le «Vacanze Romane» (1953) in Vespa Piaggio (1946) di Audrey Hepburn e Gregory Peck

La sostenibile profondità chiamata Made in Italy

Storia del design. Elena Dellapiana ha ricostruito con meticolosità la nascita e l'inscindibile intreccio tra cultura del progetto e immagine della nazione. Un testo fondamentale per capire le nostre radici

Stefano Salis

Adesso che la frase «Made in Italy» - una parolina magica che si porta bene in tutte le stagioni e serve talora ad aprire impensabili porte, e mercati - ha fatto il suo trionfale ingresso nella dicitura ufficiale di un ministero nevralgico come il Mise, ribattezzato appunto in onore delle «Imprese e del Made in Italy» (con soddisfazione, immaginiamo, dei radical chic), abbiamo - per felice coincidenza - finalmente un manuale, preciso, essenziale e totalmente condivisibile nella selezione di cosa è significativo e di come si è storicamente prodotto questo sintagma, che occorre prima di tutto raccomandare lo studio (non la lettura: lo studio!) a tutti coloro che di tale parola-valigia si riempiono la bocca a più non posso, spesso a sproposito

ALL'ESTERO
Tra i momenti salienti di questa storia c'è lo showroom Olivetti del 1954 e la mostra al Moma New York 1972

e ciò che ancor peggio, circondandosi poi di oggetti e arredi e prodotti che non solo non sono all'altezza della parola, ma talvolta ne sono proprio il contrario, o la parodia.

Sto parlando dell'importante volume di Elena Dellapiana, *Il design e l'invenzione del Made in Italy*, che rinnova al meglio la tradizione saggistica della PBE Einaudi (pagg. 320, € 25). L'autrice, docente al Politecnico di Torino, si è presa la briga di indagare, verificando sul campo degli studi (e cioè nei documenti provenienti dalle esposizioni internazionali e nel sistema del design che, nel Novecento, ha contato più di tutto, insieme allo sport, alla moda e al cibo, per diffondere la nostra immagine all'estero), come e perché la nostra specificità nazionale è riuscita a diventare un marchio che va ben oltre

il singolo, pur eccezionale e riuscito, prodotto.

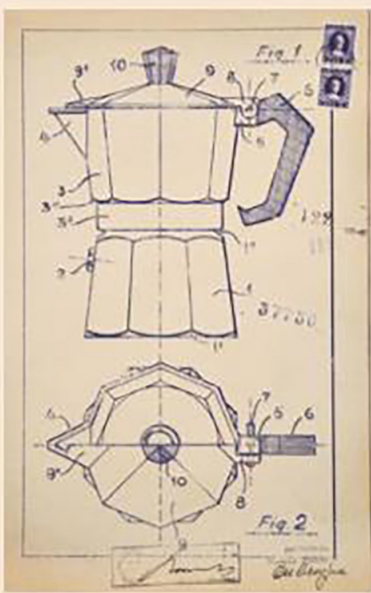
E la foto di copertina è già significativa: evoca la tradizione della classicità latina (l'arco romano sullo sfondo) con la "modernità" della Vespa che irrompe, nella sua solare voglia di mettersi in viaggio, negli anni 50, e che cambia, per sempre, la percezione e lo status dell'Italia nel mondo. Non c'è dubbio, infatti, che esista una tale specificità nazionale e che, sono parole di Dellapiana, «corrisponde anche a una sorta di mitopoiesi degli atti creativi che ha portato nel corso del tempo a produrre e far circolare, oltre che opere d'arte, anche piatti, vasi, tessuti, abiti, automobili, scooter, cibi e bevande. Oggetti della quotidianità divenuti vettori non solo di valori estetici, ma anche di messaggi evocativi e stili di vita (*l'Italian way of life*, la «dolce vita», ecc.). Tutto ciò ha consentito di far coincidere cose, merci, beni con l'essenza stessa di una nazione e con la sua tradizione artistica e culturale, generando "icone" del progetto italiano, a loro volta inneschiate di un fiorentissimo mercato sia di uno sfrenato collezionismo». Ci siamo. Perché è così: questi oggetti e il loro "sistema" complessivo (ricordando Baudrillard e Bachelard), ben lungi dalle vacue scoriazioni dello *storytelling*, si sono costituiti dapprima come una sostanza reale, verificabile (forma-funzione-dettato estetico inscindibile) e poi sono diventati anche un portato emozionale, che altri Paesi non hanno mai avuto (ovvio che esiste tradizione manifatturiera dappertutto, ma chi ha mai sentito parlare di specificità del Made in Romania o del Made in Belgio, con tutto il rispetto: e sono solo due Stati a caso).

Ma non solo: perché se Dellapiana va in fondo alla questione, individuando addirittura nel Rinascimento il momento nel quale, forse per la prima volta, si è percepita una linea progettuale



Tradizione e Innovazione.

Sopra la pubblicità della Valentine Olivetti di Ettore Sottsass (1969), come apparsa nella rivista «L'Architettura» (1970), un poster disegnato da Sottsass e Roberto Pieraccini e ora disponibile nel sito Olivettipertutti.it; sotto: il brevetto originale della caffettiera dell'uomino col baffi, Alfonso Bialetti (1933)



italiana (senza che l'Italia di fatto esistesse), è poi nel Novecento che gli oggetti italiani diventano un *unicum* vero e proprio. Mischiano, come per miracolo, e difficilmente spiegabile, l'altissima tradizione artigianale con la voglia di sperimentazione. Se nell'Expo di Chicago, fine Ottocento, l'immagine dell'Italia erano ancora le gondole veneziane (cosa c'è di più folkloristico?), già negli anni 20 (e grazie a fenomeni come la Scuola di Monza, le esposizioni parigine anche targate dall'estetica fascista, il futurismo, artistico e produttivo), la situazione era diversa, di estremo interesse e rilancio. La prova sono, per esempio, le Triennali, fulcro e vetrina della nostra inventiva.

Ciò che, nel secondo dopoguerra, poi, consente il dilagare del modo progettuale e produttivo italiano, il cosiddetto «genio»: sarebbe inutile qui elencare le icone, ma dalla Superleggera di Gio Ponti (un vero *deus ex machina* per la nostra immagine globale), alla creatività brianzola, dalla Arco all'Olivetti, fino all'estremo Memphis, appunto, alla Vespa, l'Italia ha marcato il campo: ed è diventata ciò che è (o, forse, ciò che era). Con momenti salienti, come lo showroom Olivetti a New York (quando Nivola e BBPR mostrano che l'Italia era design preistorico e futuro) fino alla memorabile mostra al Moma, curata da Ambasz, di cui ricorrono i 50 anni, che, si spera, non siano passati invano.

«Il Made in Italy è», dagli anni 80 del secolo scorso, scrive in maniera molto significativa Dellapiana, «un brand globale e globalmente riconosciuto, che porta indubbi effetti positivi, ma che tende anche a ingabbiare progettisti e mercato in un cliché ultrasperimentato, da cui sarà molto difficile affrancarsi». La scommessa, per tutto il sistema del design, dell'industria, e della nuova cultura italiana parte - purtroppo e per fortuna - da qui. Ora sì, che ci vuole genio italiano.

SCATTI E STORIE DI DESIGN

Ritratti in un interno, le case raccontano i loro proprietari (e viceversa)

«Casa come me» rimanda, inevitabilmente, a quel capolavoro assoluto del Novecento che è l'iconica villa di Curzio Malaparte a Capri: punta Massullo, la mano sapiente di Adalberto Libera, forme geometriche, mare, cielo, uomo: per tutto questo «casacomeme» è sintagma dal fascino irresistibile. E non a caso è il titolo, felice, di una rubrica che su «Domus» ha tenuto per qualche tempo l'avvocato (per mestiere) e scrittore (per intima natura) Carlos D'Ercole che ora diventa un prezioso volume edito da Settecolori (pagg. 256, € 36; con edizione in tiratura limitata di 330 copie, a 200 €). Un viaggio in singolari case «come loro» di artisti, musicisti, registi che D'Ercole ha conosciuto (e circuito) nella sua inesauribile voglia di conoscere, ammirare e catalogare. Nella voglia di farsi sorprendere: da Paolo Fresu (ordinatissimo nella sua villa bolognese) a Luigi Serafini (un onirico antro romano), da Francesco Clemente (sottilmente e legante) all'ineffabile Pablo Echaurren (litigioso suo malgrado) fino a Enrico Rava (monastico), passando ancora per Cabrita Reis e Watson, Paladino e Barcelò; una geografia mobile che, da Parigi a Roma a Milano, da New York a Bologna a Chiavari, disegna traiettorie esistenziali eclettiche e mai definite. Ogni casa, lo spirito del suo abitante; in molti piccoli dettagli, che gli ispirati testi di D'Ercole accennano soltanto, lasciando al lettore la voglia di saperne di più: nota, qua e là, i pezzi di design, o le opere d'arte, ma per lo più sorvola. Paga, per paradosso, la scelta di non mettere

didascalie a corredo delle foto: che ciascuno si faccia incantare da un segno, da un sogno, da un piccolo, o grande, particolare.

Sono le stesse cose che vanno viste e riviste nel sontuoso volume edito da Vendom Press, *Inside Milan*, (pagg. 352, € 80, 250 fotografie) che raduna una

quarantina di eccezionali interni milanesi collezionati da un grande del mestiere come Nicolò Castellini Baldissera, nipote di Portaluppi e abituato da sempre, per famiglia e sensibilità, al bello e alla «singolarità». Altrettante singolarità sono queste case di personaggi illustri e del più nobile lignaggio della borghesia storica e imprenditoriale milanese che, da sempre, firma notevoli guizzi d'ingegno ma li riserva agli intimi, senza esibirli: qui, invece, i Trivulzio, Crespi, Visconti, Meda, Mondadori, Brandolini d'Adda e via nobilggiando hanno accettato che il fotografo Guido Taroni (nipote, a sua volta, di Giovanni Gastel) potesse cogliere angoli inediti, prospettive sorprendenti, interni fantasmagorici (la mia preferenza va alla casa di Barnaba Fornasetti; da sogno, per mille motivi). E così sfilano le strisce rosse da faro che accendono la casa di Fabrizia Caracciolo e il bianco e blu che domina da Lapo Elkann, ed è un'esplosione di colori casa Gavazzeni Ricordi. Ma più che continuare in un elenco di cognomi kilometrici che rischia d'essere un album di belle figurine, invito a concentrarsi davvero su ciò che queste foto restituiscono: il particolare che spiazza, e persino l'eccesso di bellezza, che crea e consolida lo spirito imprendibile che fa di Milano un luogo sottilmente allegro e una metropoli internazionale di sana tradizione italiana e con i piedi piantati nel futuro.

—Stefano Salis

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Coloratissima. Uno scorcio della casa dell'artista Luigi Serafini, tratta dal libro di Carlos D'Ercole (Settecolori)