

Salone del mobile vetrina della ricerca e dell'innovazione

di **Fulvio Irace**

Ha preso il via la tradizionale kermesse che accompagna il Salone del mobile, quest'anno giunto al suo 50 anniversario. Nella Fiera di Rho, nel chiuso dei padiglioni disegnati da Fuksas, multinazionali del mobile, grandi e piccole ditte nazionali e straniere hanno allestito gli stand che accoglieranno il pubblico dei compratori, mentre in città sofisticati showroom e più insolite location nella parte "oscura" della città dismessa hanno disegnato l'effimera mappa della Milano capitale dei creativi: quella dove il valore aggiunto della parola magica, design, raggiunge il massimo delle quotazioni nel borsino del glamour come nella moda l'"haute couture" rispetto al "prêt-à-porter".

È la vetrina scintillante del design come enfasi sulla forma e sulla novità, fenomeno inevitabile e anzi per molti aspetti vitale, che rischia però di mettere in ombra la realtà del made in Italy come settore fondamentale del lavoro, prima ancora che del mercato. È la parte sommersa di un iceberg che consente alla macchina del fascino di operare, il motore che rende possibile bruciare le distanze, la cucina dove, sporcandosi le mani, le idee diventano oggetti che invaderanno poi le nostre case, i luoghi di lavoro, i grandi spazi dell'intrattenimento e della cultura.

Dietro a ogni "star" si nasconde la galassia operativa dei capitani d'industria che scommettono su un prodotto, sui tecnici che ne studiano la fattibilità e magari correggono gli errori o le dimenticanze dei progettisti, degli operai che con il sapere sicuro delle loro mani ne assicurano la perfetta esecuzione. Eppure, per il grande pubblico, sono solo echi di un "brand" associato al nome del designer, quasi un'appendice necessaria come i titoli di coda di un film di successo.

Fortunatamente quest'anno una mostra aperta fino al 30 giugno all'Archivio centrale dello Stato di Roma arriva a ricordarci questa lapalissiana, ma scomoda (o per pigritia dimenticata) verità. Si chiama "Copyright Italia" e non a caso è stata curata da uno storico dell'economia (Franco Amatori) e da uno storico del design (Raimonda Riccini) che dai loro osservatori universitari (la Bocconi di Milano e l'Iuav di Venezia) hanno analizzato la vicenda dei brevetti, dei marchi e dei prodotti industriali dal 1948 al 1970, ricostruendo i presupposti industriali del successo "estetico" del design industriale.

Dal famoso Settebello ai più anonimi (ma non meno importanti) cuscini a sfera che hanno reso possibile lo sviluppo della meccanica di precisione, dai motori a scoppio agli elettrodomestici, è possibile toccare con mano le interazio-

ni tra una straordinaria creatività tecnico-scientifica ed estetica e l'industria che assicura e mantiene il primato italiano negli anni d'oro del miracolo economico.

Niente di nuovo, se ancora oggi le parole che si sentono più spesso risuonare contro il pericolo del declino sono appunto "innovazione", "ricerca", "sperimentazione".

Ancora più significativo è il fatto che queste parole siano sempre più spesso pronunciate dagli stessi protagonisti del miracolo italiano come Mario Bellini, Enzo Mari, Alessandro Mendini e così via ripetendo, in fondo, quello che negli anni 50 Gio Ponti aveva sintetizzato nella felice espressione: «L'arte si è innamorata dell'industria e l'industria è diventata un fatto culturale».

Con il suo duplice appello agli artisti e agli industriali, il fondatore di "Domus" si era proposto di «innamorare gli italiani alla nobiltà del lavoro, intesa come qualità esecutiva e qualità di gusto» e di promuovere «l'estetica del prodotto» italiano all'estero.

Da quest'appello nacque l'industria del made in Italy, l'identità di un sistema industriale passato velocemente dall'artigianato alla piccola e alla grande serie, riconoscibile per il sostegno di un catalogo di oggetti innovativi e formalmente brillanti, capaci di fare il giro del mondo e di portare a casa riconoscimenti e commesse.

La fortuna del sistema delle



La grande originalità del design italiano si fonda sull'alleanza tra artisti e industriali

piccole e medie aziende italiane è rimasta da allora intrecciata alla creatività di architetti, promotori e designer che con i coraggiosi capitani di provincia (dai distretti delle Marche alla Brianza lombarda) stabilirono un filo che non aveva bisogno né di cerimoniali manageriali né di tante spiegazioni: a volte, come per Vico Magistretti, bastava «dettarli al telefono».

Basta andare alla Fondazione (dove nell'originario studio dell'architetto in via Conservatorio 10, a Milano, è visitabile la mostra «Progetti al telefono») per rendersene conto. «A me - spiegava agli amici industriali - piace il concept design, quello che è talmente chiaro che puoi anche non disegnarlo. Molti dei miei progetti li ho trasmessi al telefono».

Da quest'alleanza - spontanea come una naturale complicità - è nata la grande originalità del design italiano, la sua capacità, sinora ineguagliata, di trattare l'aspetto industriale come parte di un discorso che è innanzitutto culturale prima che tecnico o solamente produttivo.

Un'originalità che i migliori continuatori di questa tradizione cercano di incrementare facendola stare al passo coi tempi e a volte proiettando su scala planetaria quell'intuizione che spingeva Ponti a cercare negli angoli più remoti d'Italia i migliori artigiani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Eventi

Doppio omaggio a Gio Ponti stasera alle 20 al Sole 24 Ore

Oggi alle ore 20 sarà inaugurato nella sede del Sole 24 Ore a Milano (via Monte Rosa 91) l'Omaggio a Gio Ponti, una selezione dei pezzi che hanno fatto la storia del design e verrà presentata la monografia a lui dedicata, primo volume della collana "I maestri del design" (si vedano gli articoli a destra). All'incontro, moderato dalla responsabile del mensile «Ventiquattro», Fernanda Roggero, intervengono Andrea Branzi (nella foto), curatore della collana, Fulvio Irace, autore del volume su Gio Ponti e i designer Alessandro Mendini, Fabio Novembre e Stefano Giovannoni.

