

Rassegna del 27/04/2009

- REPUBBLICA AFFARI&FINANZA - Nino Cerruti, dal pret-à-porter al design. "Niente nostalgie, la mia sfida ora è Baleni" - R.Fon. 1
- REPUBBLICA AFFARI&FINANZA - Intervista a Philippe Stark - La svolta verde di Starck. "Il futuro è ecosostenibile" - Fontanelli Renata 2

Nino Cerruti, dal prêt-à-porter al design

“Niente nostalgie, la mia sfida ora è Baleri”

Dopo avere ceduto la sua Finpart, a settant'anni, ha deciso di affrontare un mondo nuovo con l'idea di produrre 'complementi d'arredo di qualità con un alto contenuto progettuale'



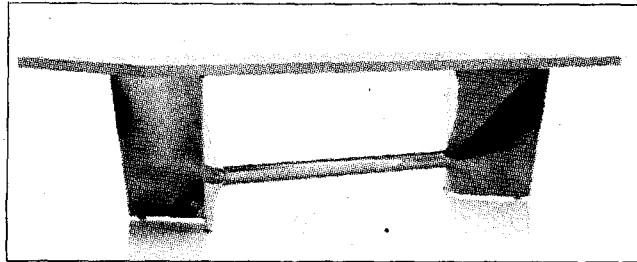
ESPERIENZA E PASSIONE

Nino Cerruti, sopra, dopo la cessione di Finpart sbarca nel mondo del design con Baleri: "Porto esperienza e passione"

«**O**ggi il design è arrivato dove era la moda negli anni '70. Anzi, rispetto alla moda ha una qualità che ormai il settore ha perso: l'autenticità». Nino Cerruti nel campo dell'abbigliamento è stato una figura innovativa e rivoluzionaria sin da quando nel 1967, dopo un periodo nelle aziende tessili e nei lanifici biellesi di famiglia, ha fondato a Parigi il suo marchio. È stato tra i primi a proporre il prêt-à-porter maschile di lusso: «Eleganza sartoriale su scala industriale». Si è fatto conoscere internazionalmente anche per aver vestito star del cinema, memorabile l'elegantissimo e fascinoso Richard Gere in *Pretty Woman*.

Apripista anche nell'idea di farsi filare attori al posto di modelli, ha choccato il pubblico quando ha presentato la sua prima collezione femminile decisamente unisex. Nel 2002, per circa 150 milioni di euro ha venduto l'azienda a Finpart che successivamente l'ha ceduta ad una multinazionale americana. E anziché godersi i frutti di una vita di lavoro, a settant'anni Cerruti ha voluto scommettere sul design. Nel 2004 ha rilevato il 70% della società Baleri, fondata da Enrico Baleri nel 1984, per raggiungerlo subito dopo il 100%, con l'idea di «produrre complementi di arredo di qualità con alto contenuto progettuale». Come racconta Cerruti: «Ho deciso di uscire dal mondo della moda e di entrare in quello del design dopo molte riflessioni. Prima di comprare Baleri ho studiato a fondo molte realtà e questa mi è sembrata la più vicina alla mia filosofia, sia per l'aspet-

to tecnologico e innovativo che per la qualità e lo stile del prodotto. È un'azienda che occupa un posto importante nel design italiano e pertanto è portatrice di valori, esperienza e know-how molto solidi. Io ho voluto aggiungervi una certa spregiudicatezza ed un certo *savoir faire* che mi viene dal mondo della moda». Baleri sin dagli esordi ha incentrato la sua produzione su un forte lavoro di ricerca. Ha dato fiducia a Philippe Stark, quando ancora era giovanissimo e sconosciuto e il lavoro di *talent scouting* è sempre stato una delle principali attività. Dagli studi di progettazione del-



la Baleri sono passati progettisti come Alessandro Mendini, Angelo Mangiarotti, Denis Santachiara, Hannes Wettstein e Luigi Baroli. In occasione del salone del mobile appena conclusosi, Baleri ha presentato una famiglia di imbottiti, Sumo disegnata da Xavier Lust, una collezione di complementi firmata da Jeff Miller e due stampe di Maurizio Galante.

Cerruti continua ad essere azionista delle aziende di famiglia nel settore tessile, ma nostalgia per la moda non ce l'ha: «Oggi la mia passione è il design, anche se molti dei criteri che mi guidavano quando disegnavo abiti hanno ritrovato vitalità in questo settore».

(r.fon.)





La svolta verde di Starck

“Il futuro è ecosostenibile”

Lo hanno definito il 'Re Mida degli oggetti' e ora, mentre provocatoriamente annuncia il ritiro, lancia la campagna "per prodotti solidi e indistruttibili da lasciare in eredità"

RENATA FONTANELLI

Milano

«Non ho ambizioni particolari e neanche voglia di successo. Quello che più mi interessa in questo momento è la mia libertà». Detto da una persona qualunque ci potrebbe anche stare. Ma se a parlare così è Philippe Starck, il designer più noto e mediatico del mondo, profeta del "design democratico", l'affermazione quanto meno sorprende. Anche perché l'uomo che tutti chiamano il "Re Mida degli oggetti" prosegue così: «Del design oggi me ne frego così come dell'architettura, anzi penso proprio che entro breve mi ritirerò, sono stufo». Starck che esce di scena o Starck che vuole stupire, come quando l'anno scorso ha dichiarato al settimanale "Die Zeit" che tutto quello che aveva fatto sino a quel momento era assolutamente inutile? Difficile capirlo.

Il designer è a Milano per presentare l'ultima collezione di sedute disegnata per Driade e firmata con Eugeni Quitllet, il suo delirio, giovane architetto spagnolo entrato nelle "grazie" e nello studio parigino dopo avergli presentato dei progetti sulla spiaggia di Formentera. Ad accompagnarlo e a gestire il tempo da dedicare alla stampa è Jasmine, elegante "pr" parigina, diventata sua moglie dopo un colpo di fulmine un paio di anni fa durante una cena cui Starck non voleva neanche andarsene.

Con l'autorità di un gendarme l'altissima ed altera signora Stark, Blackberry e orologio alla mano, spunta da un blocco interviste e impegni, modera i toni e interviene quando il marito si lascia andare a considerazioni troppo provocatorie.

La fila di persone che vogliono incontrarlo è

lunga, quindi poche chiacchiere: «Voglio restare qui a Milano il meno possibile, giusto il tempo di rispettare gli impegni presi con l'azienda che mi produce. Poi scappiamo a Torcello, ci piace vivere lontano dai riflettori, dai cocktail e dalla mondanità». L'ultima collezione "Out/In" è composta da divani e

portrone reazzate con la tecnica inventata dal designer dello stampaggio rotazionale. Commenta Elisa Astori, amministratore delegato di Driade: «Lavorare con lui è sempre fantastico. E' l'unico che davvero capisce tutte le fasi della produzione e non si limita all'aspetto creativo. Ha una conoscenza perfetta dei materiali e delle tecnologie. E' un genio». A Parigi Starck ha appena finito di girare una trasmissione con la Bbc che andrà in onda in maggio, dove un gruppo di aspiranti designer inglesi si sono sfidati a colpi di idee e creatività filmati ventiquattrore dalle telecamere. Un'esperienza che a Starck sembra non essere

molto piaciuta.

Come mai ha deciso di darsi al reality show?

«Intanto non è stato assolutamente un reality ma una scuola di creatività. Ho cercato di trasmettere ai ragazzi come si arriva ad un prodotto, come si fa ginnastica intellettuale, come si crea. Non ci sarà comunque un seguito».

Da profeta del design democratico lei oggi è il paladino del design ecosostenibile. In che direzione si sta muovendo?

«Il design oggi ha vinto una scommessa: essere finalmente a prezzi accessibili, ma soprattutto duraturo e rispettoso dell'ambiente. Amo lavorare con aziende come Driade, etiche e morali. Og-

gi con il design possiamo permetterci di tirar fuori un vecchio concetto dimenticato, la trasmissione dell'eredità. Gli oggetti e i mate-

riali nuovi saranno quelli che passeranno ai nostri figli e ai nostri nipoti. Solidi, indistruttibili ed ecosostenibili. Questo è eccezionale».

E l'architettura? Davvero vuole abbandonarla?

«Oggi posso solo dire che sono stufo. Mi chiedo soltanto quando cominceremo a preoccuparci dell'unica cosa davvero importante: i costi. La gente ha bisogno di mangiare e ripararsi dal freddo e dalla pioggia. La sola modernità che può avere l'architettura in questo momento è diventare meno cara. Ma ai grandi progettisti questo sembra non interessare. Pensano solo alle forme, alla fama, a stupire con idee costosissime».

E lei a cosa pensa?

«Mi piace riflettere su aspetti che vanno oltre alla semplice estetica, cerco di comprendere i meccanismi dell'evoluzione, della fisica e della matematica che permettono di fare riflessioni un po' più elevate. Penso alla mia libertà».

Lei è un potente motore di marketing, che ruolo ha la comunicazione nella sua vita?

«Nessuno. E' la stampa che mi ha attaccato il cliché del grande comunicatore. Non dimentichiamo però che dietro a un prodotto ci sono investimenti milionari di un'azienda. Un divano può rovinare una società. E' ovvio quindi che la promozione assume un ruolo importante. Io me ne frego».

Il suo più grande successo qual è stato?

«Tutto quello che ho fatto è stato un successo al cento per cento ed è andato al di là delle mie aspettative».

“Mi chiedo quando finalmente inizieremo a preoccuparci dei costi”

