



# 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 reanzate 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 ventiquattr'ore 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”**

