

# eccellenze E MADE IN ITALY

**La crisi e il mercato del lusso, i giovani e le piccole imprese. Io donna ha riunito allo stesso tavolo cinque esperti. Per un confronto sui temi caldi dell'abitare**

di Susanna Legrenzi foto Paolo Riolzi

**L'**appuntamento è attorno a un tavolo, dove *Io donna* per la Settimana del design di Milano ha riunito cinque protagonisti dell'abitare: Carlo Guglielmi

(presidente Cosmit e Fontanarte), Andrea Branzi (designer e teorico), Silvana Annichiarico (direttore Triennale Design Museum), Marva Griffin (ideatrice Salone Satellite) e Fabio Novembre (designer). L'argomento? Eccellenze e made in Italy. Punto primo: gli italiani e la bellezza.

**Il senso e(ste)tico del design.**

Novembre: «Partiamo dal "Mi fido del senso estetico degli italiani"?».

Branzi: «Be', io non mi fido del senso estetico di Berlusconi... (Ride). Più seriamente, direi che il design ci interessa non solo per i prodotti che realizza ma perché attraverso questi oggetti abbiamo informazioni sulla natura e la storia di un paese. E, in questo campo, il nostro paese è in posizione chiave: la lingua del design nel mondo è l'italiano. Milano non è solo la capitale del design, è la capitale della moda e dell'editoria di settore, è il distretto europeo dell'innovazione, dove si sviluppa un'attitudine alla sperimentazione che esporta poi il progetto nel mondo. Ed è anche il territorio dove poi affluiscono tutti i maggiori creativi del mondo».

Nel nostro codice genetico sono iscritte educazione e formazione alla bellezza. È vero, in momenti di crisi occorrerebbe più sinergia e forse anche una maggiore "difesa" dell'italianità, ma la pianificazione totale e globale è ingestibile, la nostra forza è l'arte del sapere fare individuale. Una risorsa che ha sempre funzionato».

**Guglielmi:** «La copia non è un esercizio di stile, ma un furto dell'intelligenza degli altri, inaccettabile, in qualsiasi tipo di paese. Se entriamo in autostrada a Torino e usciamo a Trieste, vediamo una miriade di capannoni industriali, dove non si fa ricerca di base ma ricerca applicata, dove operai e imprenditori, con una vita molto insieme e un tessuto sociale unico al mondo, conti-

nuano a innovare processi e prodotti. Una risorsa unica che non va delapidata e attorno alla quale va fatto sistema».

**Novembre:** «Quando sento parlare di copie penso al mondo della musica, dove le cose è come se appartenessero a tutti, tanto che oggi non si guadagna dai dischi o dagli mp3, ma dai concerti. Trovo tutto questo molto interessante: è la magia dell'io c'ero, rispetto alla smaterializzazione dell'esperienza fisica. Milano, durante la Settimana del mobile, è come un enorme concerto, una Woodstock annuale. Credo che il rischio non sia il mercato delle copie ma un'implosione della manifestazione, il passaggio a una sorta di Oktoberfest, dove il design e il dibattito intorno al progetto diventano marginali».

**Designer professione di massa?**

**Branzi:** «Non vorrei intonare il solito amarcord ma negli Anni Settanta, quando Milano era già la città del design, quelli che oggi chiamiamo maestri non erano più di una ventina e le industrie che facevano design ancora meno. Assistevamo a un fenomeno di élite, mentre oggi il design è una professione di massa, e lo dico positivamente, non solo in Italia, dove ci sono migliaia di progetti».

Marva Griffin



**Noi, principi del lusso.**

**Guglielmi:** «Il lusso è una follia: come industriale non ho mai pensato di fare prodotti per ricchi, cerco di fare prodotti belli».

**Branzi:** «I gruppi che puntano a sviluppare il segmento lusso fanno una semplificazione strategica. Lo ritengono un serbatoio di vendite, proprio perché rivolto al mercato ricco. In realtà, lo stesso concetto di lusso è in evoluzione. Il design non si fa sulla base del marketing, richiede contenuti di natura molto più sofisticata».

**Eppure tutto il mondo (ci) copia.**

**Annichiarico:** «Il lusso inteso come abilità del fare è nel nostro dna. I cinesi ci possono anche copiare, ma è solo un esercizio di stile freddo, senza capacità culturale. La nostra eccellenza ha radici storiche: noi siamo figli di Michelangelo, Leonardo e Raffaello.

**La Settimana del design a Milano è una grande Woodstock, dove si celebra la magia dell'io c'ero. Il rischio è che discutere di "progetto" diventi marginale**

Fabio Novembre

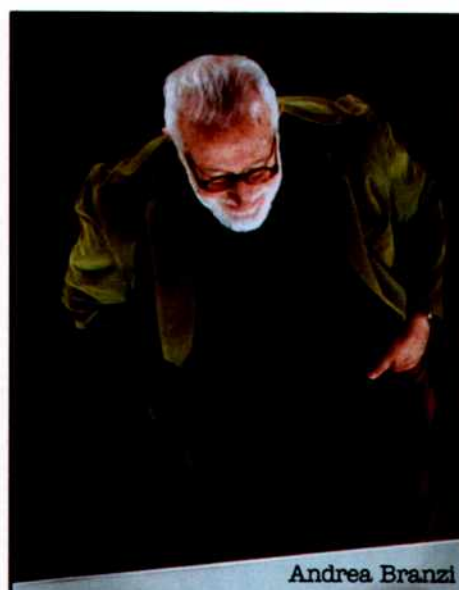




Carlo Guglielmi



Silvana Annichiarico



Andrea Branzi

**L'anello debole?  
Soffriamo un po'  
tutti di esterofilia  
e provincialismo.  
Guardiamo a tre  
passi di distanza  
con occhi sempre  
più incantati**

sti, ma nel mondo, dove nascono continuamente scuole e università. Tutto questo è un bene, dal momento in cui il design costituisce un'alta percentuale della bilancia dei pagamenti. E sempre dal design arriva anche la spinta a nuove economie sia nei paesi industrializzati sia in quelli emergenti. In quest'ottica mi piace pensare al mondo del progetto come un enzima che favorisce l'evoluzione di un paese».

**Crisi, non tutto il male vien per nuocere.**

**Griffin:** «I designer stranieri arrivano in Italia perché sanno che troveranno produttori. E questo è accaduto anche quest'anno, nonostante il mercato in difficoltà. Come *Salone Satellite* abbiamo commissionato una ricerca: è emerso che i giovani progettisti vedono la crisi, ma sono convinti che da questa crisi verrà fuori

qualcosa di buono. Si ingegnano a fare cose più interessanti, a uso quotidiano. Gli italiani? Giulio Castelli, che al *Satellite* ha dedicato molte energie, già alla prima edizione, diceva: «Sai, Marva, sono molto preoccupato... Questi ragazzi italiani...».

**Guglielmi:** «Da noi, in azienda, arrivano quindici progetti al giorno. Tutti o quasi sono caratterizzati da un'analisi di quello che c'è sul mercato, sono frutto del marketing e non di capacità artistiche, innovative, di fantasia e sogno. Quando arrivano cose interessanti provengono da paesi che non consideravi prima. Quasi mai dagli Usa o dall'Italia. Credo che da tutti i paesi in cui i giovani mangiano dall'antipasto al dolce non verrà mai fuori niente di nuovo. Se dobbiamo pensare a questa crisi in modo positivo è che probabilmente ci porte-

rà tutti a guardare in modo diverso. I giovani non devono fermarsi ma andare nelle fabbriche, nei magazzini, guardare materiali vecchi, mettere insieme le cose più stravaganti. L'innovazione non ha tempi di ritorno, è misurabile in tre secondi come dopo tre anni».

**Caccia al colpevole.**

**Annichiarico:** «In linea teorica sono d'accordo. Ma vorrei spezzare anche una lancia a favore dei giovani. *Triennale*, con Branzi, ha fatto una mostra in cui sono stati selezionati tra 600 Cv, più di 120 designer, trovando punte d'eccellenza. Il vero punto debole? Soffriamo un po' tutti di provincialismo ed esterofilia. E la colpa è in gran parte dei media: ci sono giornali che danno pagine intere a una poltrona della Hadid battuta in asta a 190mila euro, chiedendosi se la Jolie la compra sì o no. Penso che in questo caso il gioco di squadra sia importante. Parlare di Italia, parlarne anche male, ma parlarne».

**Io sono un italiano (vero)...**

**Novembre:** «Ci conosciamo tutti bene e da tempo... Ma trovarci allo stesso tavolo è difficilissimo. La deriva individualistica ha trionfato nel mondo ma ciò non toglie che le individualità siano significative. Oggi credo che il design sia italiano come sono francesi le patatine fritte. Non mi piace parlare di quote italiane. Se la percentuale di giovani talenti italiani si abbassa è perché i cancelli si sono aperti e il mondo conosce geografie più ampie. Viviamo tutti dello stesso cibo culturale, i dna si confondono: più che di italianità mi piacerebbe ritrovare il gusto, il nuovo gusto di un gelato all'italiana».

**Guglielmi:** «Perfettamente d'accordo. Un esempio? La distribuzione. Ricordo i tempi in cui un grande personaggio come Tito de Miglio, quando vedeva una cosa nuova, correva, la voleva, la portava a casa e cominciava a ragionare: "Come farò una bella vetrina...". Oggi non è così: si vende un'idea di casa uguale per tutti, una casa da set televisivo. Ecco, forse si potrebbe ripartire da qui. Dalla casa degli italiani». ●