

le tendenze
Nuove idee

Design giovane

La rivoluzione under quaranta

Si aprono le selezioni per il SaloneSatellite, l'appuntamento più importante per gli appassionati di arredamenti di interni. Uno spazio in cui vedere prototipi e modelli che diventeranno, come accade spesso, le nostre prossime cose d'uso quotidiano. Anche se i creativi italiani sono in ribasso

*In molti mandano
lavori direttamente
alle aziende
sperando
di farsi notare*

AURELIO MAGISTÀ

La Mecca dei designer e degli appassionati di arredamento: non è esagerato definire così il Satellite, fiore all'occhiello dell'appuntamento internazionale più importante del mondo, ovvero il Salone del mobile che si tiene ogni aprile a Milano. Non è esagerato perché tutti quelli che vanno al Salone e masticano almeno un po' di design lo considerano una tappa obbligata. Il paradosso, però, è che il Satellite è l'unico padiglione del Salone dove ci sono mobili che non si possono comprare. Perché sono quasi tutti prototipi, qualche volta anche rudimentali: rappresentano le migliori idee dei giovani designer. Ci si va proprio per questo: è fresco, divertente e lascia intravedere il futuro.

Il successo del Satellite, che proprio in questi giorni ha riunito la commissione per selezionare i progetti del prossimo anno, suscita però una domanda: dove vanno a finire tutti quei ragazzi? Domanda che ne sottintende altre: come se la passano oggi i giovani designer? Come cercano e trovano lavoro, se lo trovano?

«Una prima risposta», nota Marva Griffin, ideatrice e curatrice del SaloneSatellite (questo il nome completo), «l'ha data la mostra *Avverati*, che abbiamo tenuto nel 2007 per festeggiare i nostri dieci anni. Consisteva in

centinaia di mobili e oggetti presentati come prototipi al Satellite che poi hanno trovato un produttore e sono arrivati sul mercato».

Il Satellite è una porta privilegiata per il mestiere di designer, come peraltro dimostrano fenomeni emulativi come quelli di

Imm Colonia, fiera tedesca che ha conosciuto tempi migliori, oppure la Feria Internacional del Meuble de Valencia. Ma è il Satellite la miglior vetrina, e i nomi di molti designer lo certificano: Paolo Ulian o Lorenzo Damiani, Matali Crasset o Nendo, e c'è perfino Roberto Giolito, attuale direttore del Centro stile Fiat. Ma i posti sono pochi, e quindi l'alternativa è mandare i propri progetti alle aziende, sperando di farsi notare. Per una volta, le più attente sono le italiane. In fondo il made in Italy del design è nato proprio così: imprenditori con know-how e spirito di iniziativa hanno rinnovato il mobile classico cominciando a chiamare progettisti di tutto il mondo. Un caso esemplare è quello di Susanne Philippson, creatrice fra le altre cose della lampada Crinolina di Pallucco.

Un aspetto positivo, per i giovani, è che al contrario della moda, nel design le aziende preferiscono collaborare con creativi diversi, anche se in qualche caso ne scelgono uno come riferimento, per esempio Rodolfo Dordoni per Minotti. Quindi, se non per tutti, c'è posto almeno per molti. Peraltro, il design è ormai una parola magica che sembra rendere tutto più sexy. Il rischio è la tentazione del protagonismo, magari pensando a Philippe Starck, molto più abile come comunicatore che come progettista. D'altra parte il design è disciplina giovane e in Italia le facoltà e le scuole



sono ancora poche. «Comunque», aggiunge Marva Griffin, «bisogna dire che i meno bravi a proporsi, quelli che presentano i progetti meno interessanti e li raccontano meno bene sono proprio gli italiani». La colpa? «Giulio Castelli (il fondatore della Kartell), che seguiva sempre il Satellite, diceva che la colpa è delle scuole». Un po' per scherzo, un po' sul serio, le fa eco Patricia Urquiola, spagnola di nascita, italiana di adozione e molto richiesta dai marchi italiani: «I giovani designer italiani che esamino per il mio studio sono quasi sempre deludenti. Meglio gli architetti».

© RIPRODUZIONE RISERVATA