



Illustrazioni di La Tigre

**DESIGNED
WORLDWIDE**

L'architetto Mario Bellini spiega perché «la scuola italiana di design non c'è più da molto tempo». Ormai le nostre aziende sono il vero perno delle firme internazionali

Di **Christian Rocca**

Una sera a cena in un ristorante milanese ho detto a **Mario Bellini** (1) che avrei voluto dedicare una copertina di *IL* al design, l'eccellenza italiana per antonomasia, un modo come un altro per celebrare quel magnifico circo hipster che sono il Salone del mobile e i suoi mille corollari. Davanti avevo uno dei giganti della nostra scuola di design, l'ultimo esponente di quella straordinaria schiera di creatori di oggetti che negli anni Sessanta ha conquistato il mondo apparentemente con divani, lampade, sedie e tavoli, ma in realtà con una cosa sola: lo stile.

Bellini ha frenato subito il mio entusiasmo amatoriale: «Guarda che "la scuola italiana di design" non c'è più da parecchio tempo». Nel breve intervallo tra l'antipasto e la pietanza, Bellini ha ribaltato le mie poche e banali certezze sul mito della **creatività italiana** alla conquista del mondo, ma facendolo ha aperto un mondo molto più interessante da raccontare in una cover story.

Attenzione, però a non equivocare. Bellini non è uno di quei venerati maestri capace solo di guardare con nostalgia al passato, ai bei tempi che furono, all'epoca dorata della sua giovinezza. Tutt'altro. Il suo ragionamento è proiettato in avanti e, al contrario, sottolinea la grande vitalità del nostro sistema paese.

I grandi designer sono solo occasionalmente italiani, mi ha ribadito Bellini. Ma questo non è affatto un male. Anzi. Intanto perché quello che era l'intero sistema del design italiano è comunque diventato il perno del nuovo mondo del **design globale**. Basta dare un'occhiata alle linee minimaliste del tavolo con cui nel 1962 Bellini, ventisettenne, ha vinto il primo Compasso d'Oro per capire quanto feconda continui a essere quella irripetibile stagione.

Punto numero uno: la fine della scuola italiana di design non ci ha fatto perdere il vantaggio strategico nello stile, argomenta Bellini, perché abbiamo un solido sistema di impresari capaci di attrarre i più talentuosi designer del mondo. Non è una cosa da poco. Senza le **aziende italiane** non ci sarebbero molti dei celebrati designer di oggi. Le cose di design fioriscono in Italia, solo in Italia le sanno sviluppare, fare, comunicare.

Gli imprenditori italiani, dice Bellini, sono come gli impresari teatrali di una volta: sempre alla ricerca dei migliori talenti su piazza. Ne hanno bisogno per tenere a bada la concorrenza, per diventare più grandi se si è medi,

SANTI, POETI E ANCHE PROGETTISTI

Breve antologia delle idee, degli oggetti e dei protagonisti che hanno fatto storia

A cura di **Maddalena Bonaccorso**

1
Mario Bellini (nato a Milano il 1° febbraio 1935) si laurea in architettura nel 1959 al Politecnico. Al Museum of Modern Art di New York (che gli ha dedicato una personale nel 1987) sono esposte 25 sue opere

2
Thomas Kennerly Wolfe Jr. (nato a Richmond il 2 marzo 1931) ha scritto tra l'altro «Radical Chic» e, nel 1987, «Il falò delle vanità». Dal libro (che ha ottenuto enorme successo) nel 1990 è stato tratto il film con Tom Hanks



Il Compasso d'Oro
1954

Il premio del design per antonomasia, il più autorevole a livello mondiale. Nasce grazie a un'idea del grande Giovanni "Gio" Ponti (1891-1979) e per dieci anni viene organizzato grazie a La Rinascente. Dal 1964 passa all'Associazione Disegno Industriale, che tuttora ne è promotore. Il premio, disegnato dal grafico Albe Steiner, è stato realizzato da Marco Zanuso e Alberto Rosselli.

Moka Bialetti
1933



L'ottagono in alluminio più famoso della storia. La pubblicità della prima caffettiera vantava la potenza dell'industria italiana, in grado di sfornare una moka ogni 15 secondi. Dotata dal suo creatore, Alfonso Bialetti - che per disegnarla si ispirò a una lavatrice - di un manico di bachelite ormai cult, imitatissima, si trova nel 90% delle case italiane e grazie a questo dato, anche nel Guinness dei primati.

1954

per emergere se non si è conosciuti. I migliori progettisti che ogni anno escono dalle migliaia di scuole di design di tutto il mondo sono subito appetibili dalle aziende italiane, costrette a mantenere e a migliorare le loro scuderie di campioni. L'impresario intelligente, dice Bellini, prende sia quelli che propongono oggetti invendibili, bizzarri, ma pieni di idee e che magari faranno discutere, sia quelli che progettano prodotti mainstream pronti a diventare un **successo di mercato**. Con i primi fanno immagine, con gli altri anche fatturato.

Non siamo più l'Italia dei Castiglioni, degli Zanuso, dei Magistretti, degli Albini, dei Gardella, degli Scarpa. Non siamo più il Paese capace solo di esportare creatività e bellezza. Siamo la Germania. Siamo noi a importare cervelli, ad attrarre creatività, a reclutare i migliori. Siamo noi a offrire efficienza, tecnologia ed esperienza in grado di concretizzare le idee dei creativi di tutto il mondo.

La **settimana del mobile** a Milano è la prova di questa tesi, spiegata dal punto di vista industriale dall'inchiesta di Paolo Bricco nelle pagine successive. Tutte le grandi città del mondo hanno una settimana del design, ricorda Bellini. Le loro settimane durano una settimana, poi finiscono e ci si rivede l'anno successivo. Quella di Milano, invece, dura un intero anno. Vengono tutti qui. Tutti. Architetti, artisti, scrittori, editori, fotografi, stilisti, critici d'arte, storici, giornalisti, produttori, ricercatori di nuove tecnologie, professori universitari, esperti di marketing, studenti e aspiranti designer. Il motivo è uno solo: Milano, la capitale del design che si trova al centro del network di ricerca e produzione dell'intero sistema.

Negli anni Sessanta, Bellini era molto più giovane dei venerati maestri del design. Quelli lo guardavano con sospetto, quasi come un intruso. A poco a poco, però, ha cominciato a progettare oggetti incredibili e per venticinque anni non si è fermato un momento, fino alla consacrazione di una mostra personale al **MoMa di New York**. Ora lo chiamano "maestro" - ma lui ogni volta fa gli scongiuri - perché ha reinventato il linguaggio del letto, delle poltrone, dei divani, ha rinnovato le tecniche di costruzione delle sedie, ha anticipato l'idea dell'automobile monovolume. Le sue macchine per scrivere e le calcolatrici per Olivetti sono gli iMac di quarant'anni fa. Il suo **mangiadi-schi colorato** e portatile per Grundig/Minerva è l'iPad del Sessantotto. Mario Bellini ha vinto otto Compassi d'Oro per il design, ma a metà degli anni Ottanta ha deciso di rallentare la progettazione di oggetti per dedicarsi all'ar-

chitettura. Sono suoi il nuovo padiglione delle arti islamiche al Louvre (che verrà inaugurato in autunno), la nuova sede della Deutsche Bank a Francoforte, la Fiera di Milano City con il nuovo centro congressi e molto altro in tutti gli angoli del mondo.

Il ritorno all'architettura di Bellini avvia un altro ragionamento sulla storia del design italiano. A svolgerlo è sempre lui, questa volta seduto su una Bellini *chair* grigio chiaro nel suo studio milanese vicino ai Navigli. All'inizio del secolo scorso i grandi designer erano anche grandi architetti, racconta Bellini, ma a un certo punto c'è stata una specie di **separazione delle carriere**. Sono nate le scuole di design, impregnate di ideologia, e sono cresciuti i primi designer puri. Secondo i dogmi di queste scuole, Bauhaus in testa, il design doveva educare il pubblico, doveva diffondere valori egualitari e democratici. Si doveva opporre ai dogmi dello stile. Si professava il *good design*, il design giusto. Ai tempi si chiamava ancora *industrial design*, a sottolineare che doveva soddisfare il mito del grande numero e gli istinti puritani. Doveva essere un modo di progettare guidato rigorosamente dal senso della misura e della necessità, quasi al limite del pauperismo. Doveva dotarsi di una maschera pudica in grado di controllare ostentazione e lusso.

Bellini racconta tutto ciò prendendo le distanze, quasi come **Tom Wolfe** nel celebre libretto *From Bauhaus to Our House*, in italiano tradotto con *Maledetti architetti*, provando a sgombrare il campo del design da quell'ideologia masochistica e autopunitiva delle origini e da certi progetti pedagogici, velleitari e inutilizzabili (2).

Il merito dei designer italiani, spiega Bellini, è stato quello di cambiare quasi inconsapevolmente queste regole. Ci sono riusciti principalmente perché erano architetti a largo spettro, chiamati a disegnare anche oggetti e arredi con quella naturalezza derivante da un'equilibrata distanza critica dalle ideologie radicali del design tedesco. Grazie a quella stagione, scherza Bellini, la parola design non ha più alcun significato speciale. Design in inglese vuol dire progetto. Ma quando si dice "di design" si intende qualcosa più di un progetto. Anche perché tutto è un progetto. Un oggetto di design però sembra avere un significato liberatorio, catartico, emozionale. Il design è quel tocco in più alle cose che ci circondano, continua Bellini, alle cose che contribuiscono a costruire il manifesto del nostro **stile di vita**. Uno stile, conclude, seminato ormai in tutto il mondo ma coltivato prevalentemente in Italia. ■