



**dolcevita**

- 1** La grattugia **Pippo** di Liviana Osti per Paola C.
  - 2** La sedia **Dragonfly** di Odo Fioravanti per Segis.
  - 3** I vasi **Alba** di Massimiliano Adami per Serralunga.
- Nella classificazione di Chiara Alessi i tre designer appartengono rispettivamente alla categoria «Metonimici», «Messaggeri» e «Sulpezzisti»

IN UN LIBRO DI CHIARA ALESSI LA **MAPPA** DELLA PROGETTAZIONE MADE IN ITALY DEGLI ULTIMI VENT'ANNI. NOME PER NOME E CATEGORIE A PROVA D'ERRORE

## NUOVI DESIGNER: «SOFT POP» O «INTEGRATI?»

«Il design è morto» è l'aggiornamento dell'analoga dichiarazione «Il romanzo è morto» che animava - si fa per dire - le pagine culturali dei quotidiani d'agosto, quando anche i fatti se ne vanno in vacanza. Eppure la convinzione che il design sia morto torna periodicamente, e a esprimerla sono quasi sempre persone che hanno avuto la fortuna di vivere momenti eccitanti: i più anziani il periodo d'oro del primo design italiano nel dopoguerra, gli altri almeno la seconda ondata, più o meno dal Sessantotto ai primi anni Ottanta. Provare a smentire questa idea costringe a districarsi nel passato più recente o, ancora peggio, in un presente che, in quanto tale, non ha tempo né voglia di stare fermo a farsi fotografare per diventare nelle nostre mani la prova di vitalità che ci occorre per ribattere.

Adesso però c'è in libreria *Dopo gli anni Zero. Il nuovo design italiano* di Chiara Alessi (Laterza, pp. 160, euro 12), che offre, comodamente già pronta, pro-

prio quella prova. Il saggio, inevitabile per gli addetti ai lavori, utile per gli appassionati di design, è un coraggioso tentativo di disegnare la carta geografica della progettazione made in Italy degli ultimi venti anni.

Spiega Alessandro Mendini nell'introduzione: «Chiara Alessi, testimone e partecipe attiva dei problemi identitari dei protagonisti del design della sua stessa generazione, puntualizza e

classifica le specie e le sottospecie di questo ecosistema chiuso, e con dedizione sostiene e dimostra l'esistenza e la presenza culturale di quello che definisce «design italiano dopo gli anni Zero». La Alessi fa anche i nomi. Forse, temendo di tralasciarne qualcuno, perfino troppi. E li ordina con ambizione tassonomica in precise categorie.

Eccole (le virgolette sono della Alessi): i «Neopost» e i loro

post, che fanno riferimento all'eredità dei grandi maestri; i «Sulpezzisti» e gli «Integrati», che hanno una visione a trecentosessanta gradi del prodotto in tutte le sue fasi, dall'ideazione alla comunicazione; i «Soft Pop» e i «Retro Chic», che si rifanno a un codice stilistico consolidato negli anni Novanta, definito da linee morbide e antropomorfe, riconoscibilità della firma, richiami all'archetipo materno; i «Messaggeri», fautori di un concept design in cui l'idea - e la sua sintetica trasmissibilità, al limite anche in un sms - è tutto; i «Rizomati», profeti di una creatività figlia della Rete, che nasce da connettività, eterogeneità, molteplicità.

Infine, i «Metonimici» e gli «Empiristi» che chiudono la lista perché hanno qualcosa di tutte le precedenti e per loro, spiega la Alessi, «la materia conta più dell'oggetto di cui è fatta, la causa vale più dell'effetto e i contenitori (la collezione, o la serie, o lo studio) diventano più importanti del singolo contenuto».

### UMIDITÀ NO GRAZIE **Buone soluzioni in piccole dimensioni**

A volte si sottovaluta la troppa umidità nell'aria di casa, limitandosi ad allarmarsi solo se compaiono tracce di muffa sui muri. Ma anche un eccesso di condensa sui vetri è un segnale considerare, perché un'aria troppo umida è malsana aumenta la sensazione di freddo e può causare disturbi di vario tipo. Un deumidificatore è una buona soluzione, di cui si sentiranno immediatamente i benefici. Olimpia Splendid ne propone una gamma ampia: Aquaria 10, di piccole dimensioni (30x36x25 cm), può estrarre fino a 10 litri d'acqua in 24 ore. Da 139 euro. ([www.olimpiasplendid.it](http://www.olimpiasplendid.it))

