

# Design

## La caduta degli Dei

Chiara Alessi racconta la storia di un settore chiave per l'Italia  
Dall'intellettuale che progetta il mondo alla democratizzazione

MARCO BELPOLITI  
MILANO

Nel 2009 Eric Nazlan e Mirko Forti trovano sotto la neve delle Dolomiti un occhiale militare da ghiacciaio della II Guerra Mondiale perfettamente conservato. Morbido, flessibile, perfetto, l'oggetto li colpisce. Eric e Mirko lavorano per i più importanti brand dell'everywear; il reperimento casuale li spinge a realizzare un prodotto con le stesse qualità artigianali. Il risultato non sarà il progetto di un designer, bensì delle prove realizzate in un laboratorio artigianale da due giovani imprenditori che coniugano raffinate tecnologie e gusto vintage. In dieci anni o poco più il Made in Italy si è profondamente trasformato, non solo a causa della crisi dell'industria manifatturiera, ma per i cambiamenti nel rapporto tra chi inventava i prodotti e chi li realizzava.

### La storia

In un libro molto ben scritto, acuto e piacevole, *Design senza designer* (Laterza), Chiara Alessi racconta la storia di questa mutazione avvenuta in un settore chiave della nostra industria di qualità, quella che produce oggetti con alto valore simbolico e li esporta nel mondo. L'epoca in cui il desi-

gner appariva come una figura totale, Anni 60 e 70, un intellettuale che progetta il mondo - dal cucchiaino alla città -, è finita. Negli Anni 80 e 90 poi i designer si sono integrati con la genia di illuminati imprenditori dando vita a una simbiosi progettuale e produttiva che ha reso celebri alcuni marchi italiani dell'arredamento e dell'oggettistica. Ma anche questo modello appare oggi non più applicabile.

Come scrive nella sua mappa del design contemporaneo Chiara Alessi, discendente di una delle più importanti famiglie del Made in Italy, è emerso un modo di pensare e lavorare che prescinde sia dalla figura del designer demiurgo che da quella dell'imprenditore illuminato. Cos'è accaduto? Gli oggetti hanno perso d'importanza e di «carattere» sul palcoscenico del design contemporaneo. La rapidità della Rete, lo scambio continuo d'immagini, logora ogni novità e la rende obsoleta in breve tempo. La virtualità tende a diminuire la forza iconica d'ogni «cosa»: niente è per sempre. La durata nel tempo di un oggetto non è percepita più come un valore in sé.

Un secondo elemento di cambiamento deriva dalla crescente omologazione dei prodotti, effetto delle tecnologie disponibili e dei sistemi distributivi e commerciali e della loro informatizzazione. Ikea nel settore del mobile e H&M nella moda sono un esempio di questa democratizzazione distri-

butiva. Le piattaforme sono più importanti delle cose. Un processo contraddittorio, e non certo lineare, di cui l'autrice cerca di cogliere le linee di forza attraverso interviste, incontri, discussioni.

C'è poi un terzo aspetto che rende fragile il modello creato in passato nelle filiere del mobile, dell'occhiale e degli oggetti per la casa: l'integrazione sempre più forte tra design, tecnologia e marketing. Il prodotto è sempre meno il risultato di un processo maieutico di designer e imprenditori, e sempre più un effetto del marketing di manager e dei direttori commerciali; inoltre l'importanza assunta dallo storytelling delle merci è divenuta fondamentale. Il che pone un problema, come afferma un operatore del settore, poiché «il design è un mutante»: nel design va cercata la variabilità e non il già conosciuto.

### Il futuro

L'autrice sottolinea come sia cresciuto il numero dei designer anonimi, effetto della accessibilità degli strumenti di progettazione e creazione, per cui si può ben dire che viviamo in un'epoca di design diffuso, secondo una formula di Fulvio Carmagnola. L'autorialità tende ad abbassarsi, se non proprio a scomparire; lo stesso mestiere di progettista non produce più le royalties che consentivano a molti di loro di vivere del proprio lavoro. Non esistono quasi più i long seller concepiti nel passato da progettisti come Sapper, Mendini, Sottsass o

Mari, oggetti che duravano generazioni. Oggi si produce per piccole serie, per nicchie, con una crescente obsolescenza delle «cose» immesse sul mercato. È l'effetto della accelerazione del mondo contemporaneo e insieme dell'accessibilità degli strumenti di progettazione. Anche se il mondo del design sembra avere bisogno di figure note, di star, la tendenza di fondo è sostituirle rapidamente secondo la logica warholiana del «quarto d'ora di celebrità».

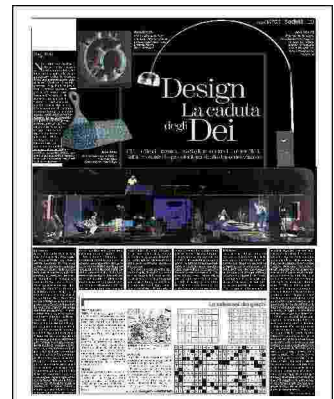
Chiara Alessi ci ricorda come, dopo un decennio di «chi» e di «cosa», siamo passati al dominio del «come». Per esemplificare questo cambio di stagione fa l'esempio della Biennale d'architettura di Rem Koolhaas, Fundamentals del 2014, mostra senza architetti («chi») e senza architetture («cosa»), dedicata invece agli elementi dell'architettura stessa, al «come»: porte, finestre, corridoi, ecc. Il designer è oggi un superprocuratore, un orchestratore, e non più un artista. Cosa ne sarà dunque del Made in Italy in questa mutazione e mentre alcuni dei marchi più noti del mobile e dell'oggettistica vengono acquistati da investitori stranieri? Il viaggio di Chiara Alessi fa una diagnosi più che una prognosi, molto utile se si vuole capire il prossimo futuro.

© BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI



**Anni 2000**

*Il design diventa «diffuso»,  
il simbolo della  
democratizzazione è Ikea*



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Codice abbonamento: 039518