

SALONE DEL MOBILE 2014
Trasformare le idee in prodotto (parte I).



di Stefania Pratelli

“The details are not the details. They make the design.”
Charles Eames.

Milano, 14 aprile 2014.

DELLA UNICITÀ ITALIANA.

Ma cos'è che fa ancora la differenza qui in Italia?

Per quale ragione decine di migliaia di persone tornano ogni primavera a Milano per concentrarsi su armadi, cassettoni, poltrone e mensole?

Cos'è che non trovano a Copenhagen, a Berlino, a Londra o a New York?

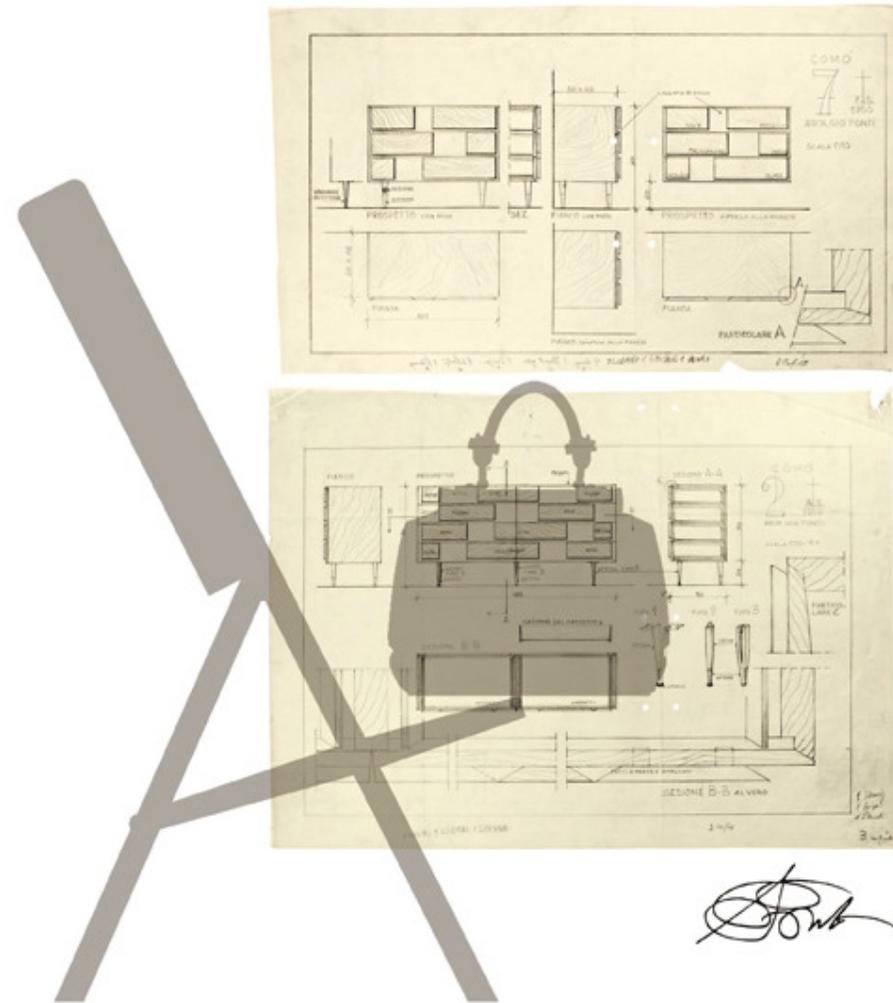
Il “disegno” nell'arredamento – e usiamo la parola italiana non a caso – è stato ed è, di certo, straordinario nel nostro paese.

Da Gio Ponti a Marco Zanuso, dai fratelli Castiglioni a Franco Albini, in Italia si è fatta la storia del disegno industriale.

Ma si potrebbe dire lo stesso parlando di Alvar Aalto, Arne Jacobsen e di tutto il *design* scandinavo, oppure degli Eames, di George Nelson, di Eero Saarinen e di tutto il *mid century modern* negli USA, oppure ancora di Gropius, Mies van der Rohe e della fondamentale esperienza del Bauhaus in Germania.

Non è sufficiente appellarsi alla tradizione culturale nazionale o di movimento, dunque, per affermare la nostra peculiarità.

C'è, tuttavia, una unicità italiana, una caratteristica che è raro se non impossibile trovare altrove e l'ha ben descritta un non italiano, Rem Koolhaas, il grande



Composizione grafica per l'installazione “Affinità Elettive” di Rodolfo Dordoni: *outline* della sedia D.270.1-2 di Gio Ponti rieditata da Molteni & C e della borsa Salvatore Ferragamo, sullo sfondo disegni di Gio Ponti per la realizzazione del cassettone D.655.2 (1952-55) . © Molteni & C

architetto, pensatore e saggista che sarà direttore della prossima Biennale di Architettura di Venezia.

Stiamo parlando della capacità di trasformare le idee in prodotti.

Una raffinatissima intelligenza “realizzativa”, che non è mera esecuzione, ma è pensiero che si fa materia.

Padroneggiare l’arte di saper trasformare un disegno in un oggetto.

«A Milano – dice Mr. Koolhaas in una intervista rilasciata al quotidiano La Repubblica – c’è la più vasta concentrazione d’intelligenze creative, qualcosa che va oltre il sapere intellettuale. Qui c’è la capacità di fare. Oltre alle intuizioni e alle idee, Milano, nella storia del *design*, ha trovato le formule pratiche per realizzarle.»

L’unicità del *design* italiano, dunque – la stessa che appartiene anche alla moda – «È saper tradurre un’idea in un prodotto. Qualcosa che va oltre l’immaginazione e si relaziona con i fatti e con i materiali.»

Ecco perché il Salone del Mobile è un momento speciale per Milano e per l’Italia.

Perché se è vero che la grandissima affluenza di visitatori, *buyer*, appassionati e presenzialisti autorizza chiunque ad esporre una sedia sul marciapiede fregiandosi dello stendardo della manifestazione, è altrettanto vero che, durante il Salone, la città si apre alla sua vera vocazione, quella fatta di intelligenza



Particolare dell’allestimento di Rodolfo Dordoni “Affinità Elettive”:
poltrona Gio Ponti prodotta da Molteni & Co, borse Salvatore Ferragamo
Milano, Boutique Ferragamo Via Montenapoleone. © thebloom.it

bloom.

pratica. Vocazione grazie alla quale l'immaginario diventa realtà legata non più o non soltanto all'arredamento ma a tutti gli ambiti del pensiero e della creatività umana.

FURNITURE and FASHION.

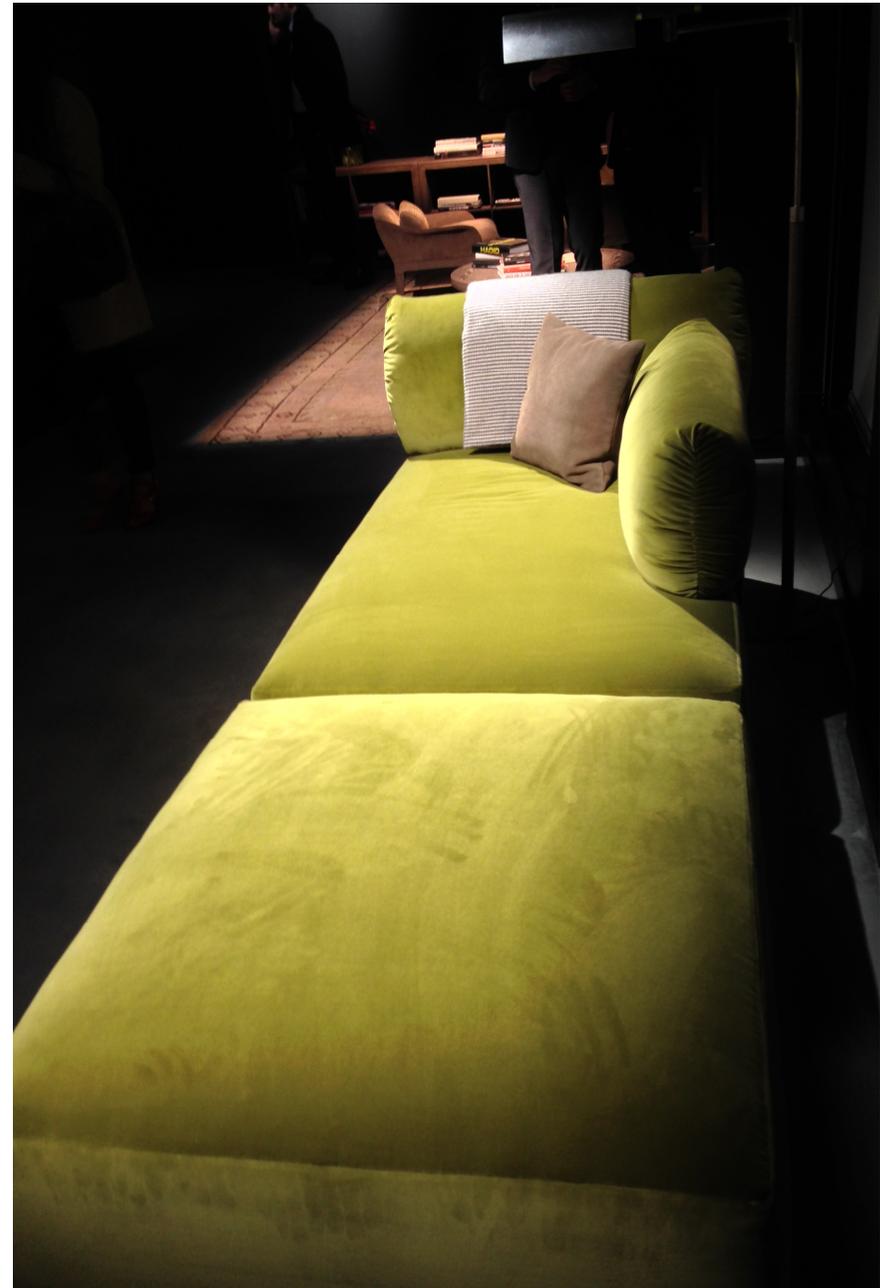
Oscar Farinetti predica il vangelo delle tre F – *Fashion, Furniture e Food* – e fornisce una sintesi giornalistica che, per una volta, è sensata oltre ad essere sintetica.

Che il Salone abbia già da molti anni cercato e trovato un connubio con la moda è un dato assodato.

Grazie al *brand stretching*, molte case di moda producono quelle che si chiamano *home collection* con alterni risultati.

Il più felice di questi lo abbiamo senz'altro ammirato da **Bottega Veneta**, dove alla presenza di tutto il *gotha* del marchio – dal direttore creativo Tomas Maier all'A.D. Marco Bizzarri – è stata presentata in anteprima, con un *private cocktail*, la nuova collezione casa 2014.

Una produzione di rara bellezza e raffinatezza, ove Mr. Maier riesce ad imprimere la sua visione personale e peculiare anche in un ambito dove i maestri italiani hanno fatto e fanno da sempre scuola.



Divano in *suède* color cedro di Bottega Veneta Home Collection 2014.
© thebloom.it

bloom.

Bottega Veneta, rimarca perciò la sua vocazione artigianale e manifatturiera, proponendo una collezione organica che va dai grandi mobili ai complementi d'arredo, fino all'*art de la table*.

Per la tavola, propone raffinatissimi oggetti in vetro di Murano in una tonalità fumé ripresa dal decoro "intrecciato" dei servizi in porcellana berlinese.

L'intrecciato compare anche in dettagli di insuperabile ricercatezza come il filo della lampada da tavolo – anch'essa in vetro di Murano – ricoperto della famosa "treccia" marchio di fabbrica della maison.

Bergère, letti e divani sono sviluppati nella classica palette neutra con l'entusiasmante eccezione di alcuni imbottiti prodotti in camoscio giallo cedro.

Straordinaria la ricerca sui materiali.

Se ci si aspetta di trovare i pellami più pregiati, non si rimane delusi: cuoio per l'intrecciato dei grandi mobili, nappa per i piccoli complementi d'arredo, *suède* per i sontuosi imbottiti.

Inconsueto è invece l'utilizzo di marmi esotici provenienti dalla Turchia e dal Medio Oriente, utilizzati per realizzare comodini essenziali e lineari e maestosi tavoli da pranzo o da lavoro.



L'art de la table secondo la Home Collection 2014 di Bottega Veneta
© thebloom.it

bloom.



Due particolari dell'allestimento di Bottega Veneta Home Collection 2014 illuminato da luci caravaggesche © thebloom.it

bloom.



L'ambiente notte interpretato da Bottega Veneta Home Collection 2014 © thebloom.it

bloom.



Bergère e pouff in suede color tortora, con *coffee table* e scaffalature in legno sbiancato. Tutto Bottega Veneta Home Collection 2014 © thebloom.it

bloom.

Per i *brand* che non producono collezioni casa, il Salone Internazionale del Mobile è un momento per riaffermare i propri valori di marca, depurandoli da quel connotato deterioro che la *fashion week* italiana, con la sua componente circense e vacua, spesso apporta agli occhi di un pubblico più *cultivé*.

Da **Prada** si espone il *cloverleaf sofa*, un classico del *late-modern design* che già impreziosisce molte sue *boutique* in giro per il mondo.

Il divano fu originariamente creato da Verner Panton per l'esposizione Visiona 2 tenutasi a Colonia nel 1970. È stato



Il "Cloverleaf Sofa" in velluto verde smeraldo nell'area *ready-to-wear* della *boutique* Prada di Via Montenapoleone a Milano © thebloom.it



Il "Cloverleaf Sofa" in versione rosso fuoco nella *VIP room* di Prada Montenapoleone Donna © thebloom.it

oggi riprodotto dall'azienda danese Vernpan, in esclusiva per Prada, in forme modulari sviluppate in velluto rosso, verde smeraldo e oro.



Il Verner Panton "Cloverleaf Sofa" nella versione color oro esposto nella *boutique* Prada Donna di Via Montenapoleone a Milano © modamoda.net

bloom.

Da **Marni**, si espone “The Animal House”.

Il titolo dissacrante cela, invero, un progetto benefico, che ha visto la cooperazione di un collettivo di donne colombiane residenti in aree profondamente disagiate del paese sudamericano.

Le donne hanno realizzato interamente a mano dei pezzi unici – sculture e arredi – composti da ferro e pvc intrecciato.



Le variopinte sedute a dondolo realizzate dal collettivo di donne colombiane per il progetto benefico di Marni © thebloom.it



Un combattimento tra i galli in fil di ferro e pvc nella “Animal House” di Marni © thebloom.it

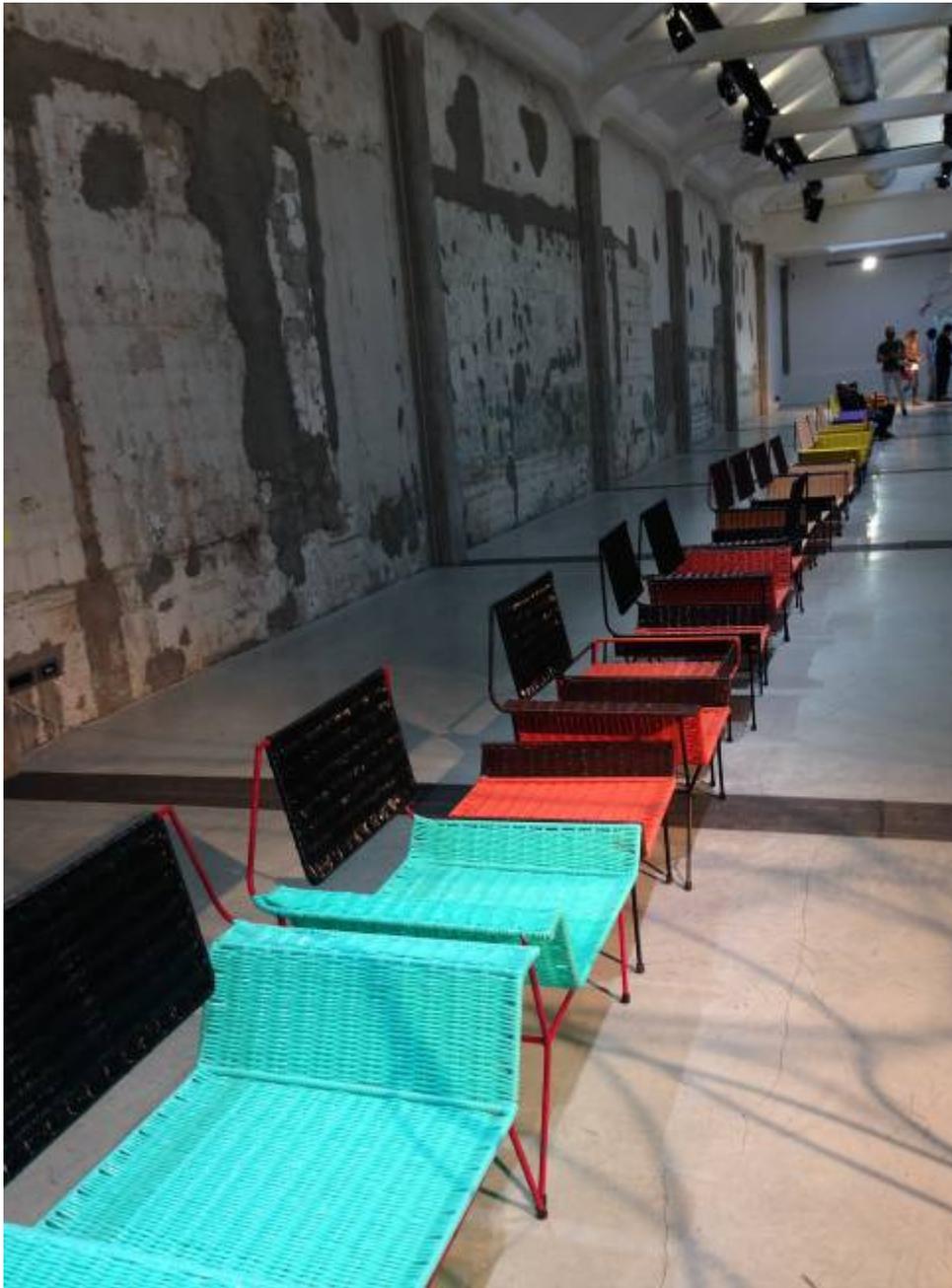
bloom.

Nell'allestimento felice e arioso, i visitatori si mescolano alle famiglie con bambini, attratti dall'aspetto ludico e innocente delle sculture in fil di ferro e nastri di pvc colorato.

Le sculture, che rappresentano animali selvatici e da cortile di varie grandezze, si alternano a tavolini e a sedute semplici e spartane che traggono una bellezza genuina dall'accostamento dei colori secondo la vivace sensibilità locale.



Particolare dell'installazione "The Animal House" con un gruppo di piccole oche in fil di ferro e pvc. © thebloom.it



Le sedute realizzate in nastri colorati di pvc intrecciato da Marni © thebloom.it



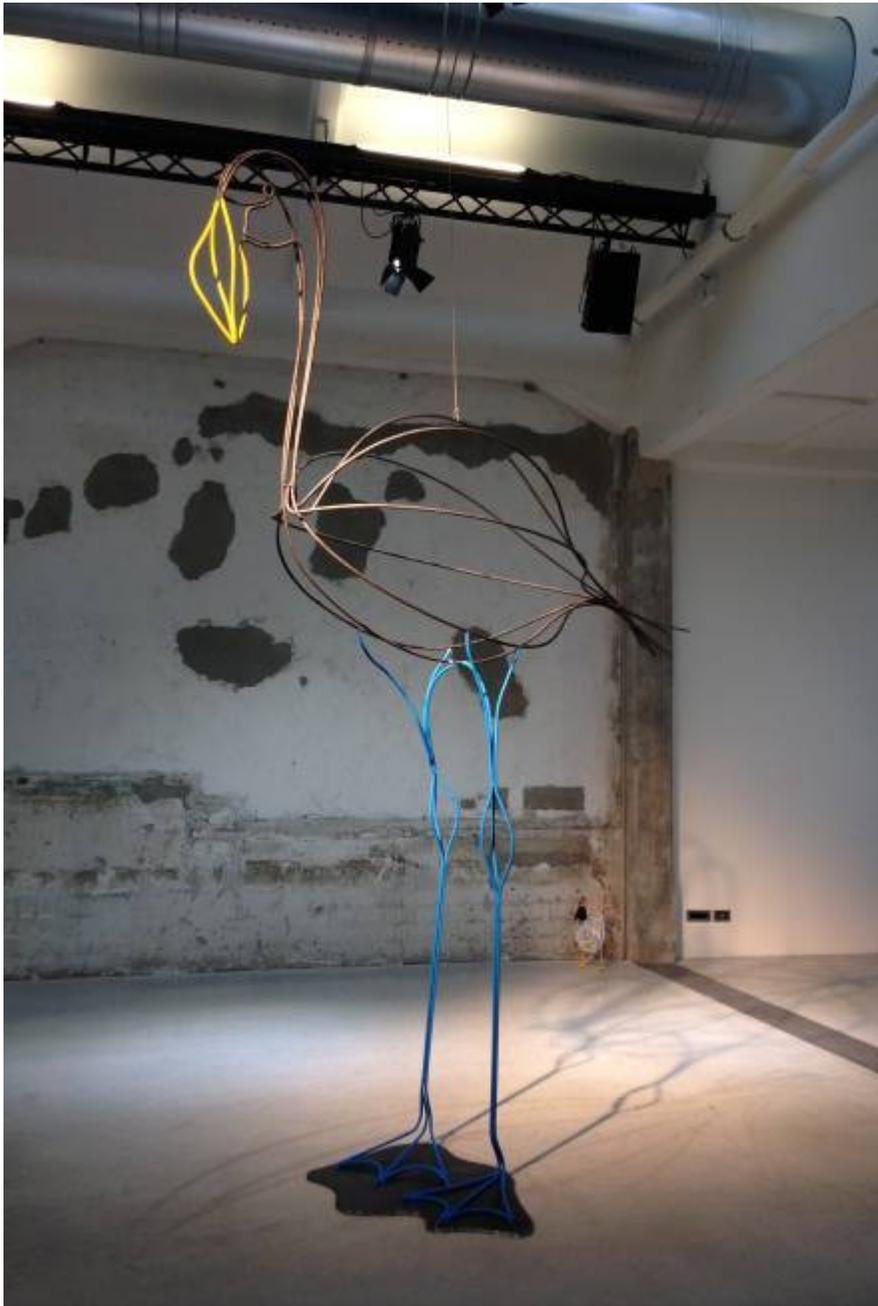
Un gruppo di giraffine in fil di ferro rosso accompagnano i visitatori all'ingresso dello Spazio Marni © thebloom.it

bloom.



Visitatori nello Spazio Marni di Viale Umbria a Milano, dove va in scena l'installazione "The Animal House" © thebloom.it

bloom.



Il gigantesco tucano in ferro colorato esposto da Marni © thebloom.it



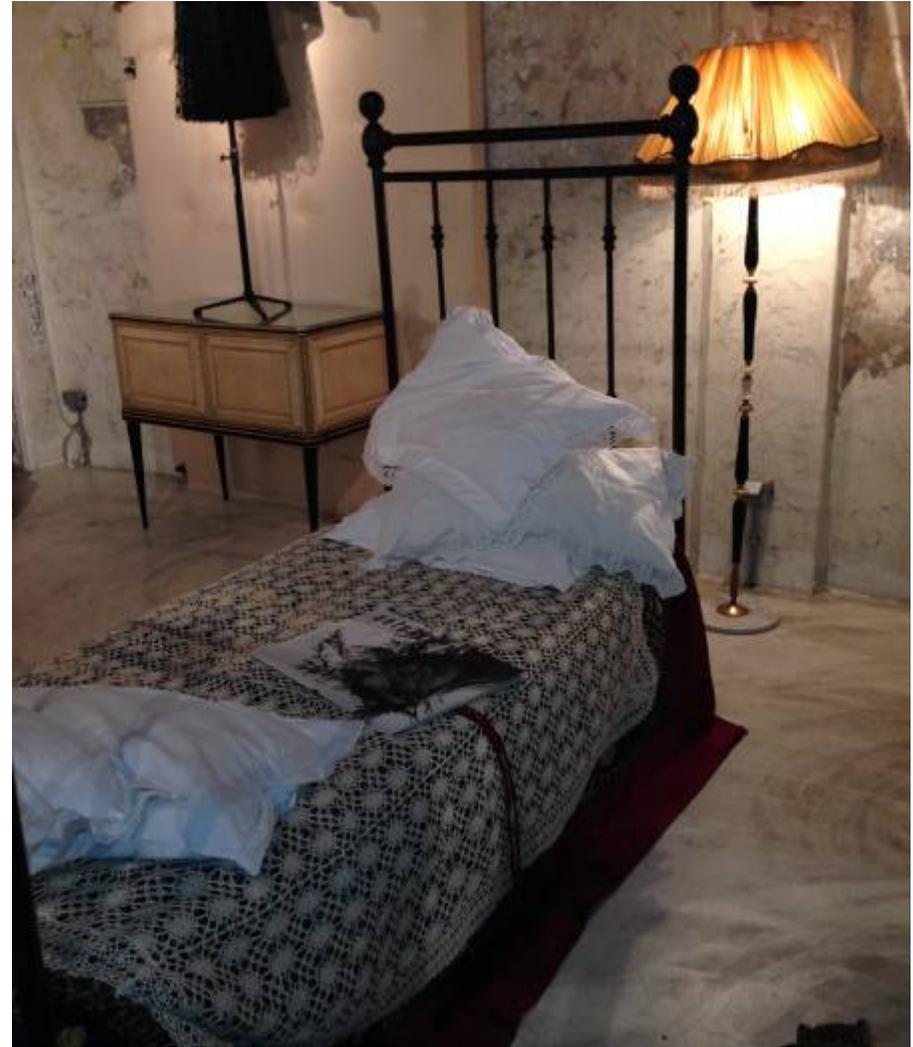
Un gruppo di onirici fenicotteri in ferro e nastro in pvc giallo © thebloom.it

bloom.

Da **Antonio Marras**, le atmosfere mutano ancora.

Al tramonto, arriviamo nell'incantevole spazio in via Cola di Rienzo, il "Circolo Marras", dove, attraversando lo scabro cortile in cemento, si respira il profumo di un vecchio glicine ritorto.

All'interno va in scena il romanticismo in puro stile Marras.



Due scorci dell'allestimento del "Circolo Marras" in Via Cola di Rienzo a Milano © thebloom.it

bloom.

Il *designer* sardo ha da poco arricchito il suo universo creativo con una sua collezione di carte da parati – una tradizione della decorazione d'interni che anni di minimalismo ospedaliero avevano reso poco *cool* ma che ora, in tempi di recupero delle tradizioni locali e regionali, ritrova tutto il suo splendore.



Due scatti del Circolo Marras dove si mescolano – attraverso allestimenti di grande gusto e fascino – abiti, mobili, libri, oggetti d'arte e di virtù
© thebloom.it

bloom.

Per il Fuori Salone, Marras presenta l'installazione "Un volo a planare", prodotta in collaborazione con Segno Italiano, agenzia che promuove e commercializza prodotti di alto artigianato italiano.

Nelle atmosfere calde e poeticamente *retro* del Circolo, Antonio Marras ha selezionato una serie di prodotti delle tipicità artigianali regionali.

La sedia ultraleggera tipica di Chiavari, nata intorno al 1807 e realizzata dagli artigiani liguri in legno di ciliegio e faggio con seduta intrecciata in canna d'India; le ceramiche di Este, nei Colli Euganei, prodotte dalla manifattura Franchini a partire dal 1784; i vetri verdi di Empoli che da semplici contenitori di "bufferia" – utilizzati, cioè, per l'imbottigliamento del vino e dell'olio – diventano, tra le due Guerre, oggetti artistici in vetro soffiato ispirati all'arte etrusca e, infine, le pentole dei ramaioli tridentini realizzate in rame di qualità superiore.

Con questi oggetti, ha apparecchiato una tavola onirica e surreale – in bilico tra Giacometti e Dalì – lunga e stretta, imbandita con candide ceramiche e con commensali di pezza su sedute alte e finissime.

Due decoratrici realizzavano, a mano, in diretta, decorazioni per una serie limitata di piatti su schizzi dello stesso Marras.



Veduta dell'allestimento "Un volo a planare" al Circolo Marras
© thebloom.it



Un disegno dello stilista Antonio Marras © Antonio Marras



Dettaglio della tavola imbandita parte dell'installazione "Un volo a planare" presso il Circolo Marras © thebloom.it

bloom.

Bibliografia:

“Il design degli architetti italiani. 1920-2000” di Fiorella Bulegato e Elena Della Piana, 2014 Electa Architettura.

“Storia del Design” di Renato De Fusco, 2002 Laterza.

“Bottega Veneta” a cura di Tomas Maier, Rizzoli International, New York, 2012.

“1000 Chairs” a cura di Charlotte and Peter Fiell, 2000 Taschen.

Per ulteriori approfondimenti sulle aziende citate:

<http://www.molteni.it/mobili/>

www.bottegaveneta.com

www.prada.com

<http://www.marni-anticamera.com/05>

www.antoniomarras.it

www.segnoitaliano.it

Per nuove prospettive di stile, continuate a seguirci su www.thebloom.it. Per una consulenza personalizzata, contattateci agli indirizzi in calce.



Styling & Events

Stefania Pratelli
Piazza Guglielmo Oberdan, 4
20129 - Milano
stefania.pratelli@thebloom.it

Camilla Catania
Via di San Valentino, 7
00197 - Roma
camilla@thebloom.it