

Abitare&dintorni Le idee



Dodici varianti
Le sedie La Seconda di Alias, design Mario Botta, del 1982

Gradazioni di interni

Le nuove tinte Dal giallo limone all'arancio mango, l'influenza vegetale

Vivere nel colore

Struttura tubolare e seduta in lamiera, l'acciaio che dalla versione storica nera, grigia e bianca, diventa colorato. Così quest'anno è stato lo stesso architetto Mario Botta, autore nel 1982 della seduta La Seconda, a decidere di reinventarla attraverso la scelta di nove tinte diverse. Basta osservarle per rendersi conto che non si tratta dei toni primari, accesi e a volte persino sgargianti che si incontrano frequentemente nell'arredo ma di una tavolozza scelta in base a un pensiero. Punto di partenza, la riflessione sul suo modo di progettare, come racconta lui stesso: «Sono un architetto monocromo. Appartengo alla scuola della tradizione, dai puristi del Bauhaus ai calvinisti, per i quali il massimo era l'ocra, o gli organici dove il colore è la materia stessa. Non ho mai lavorato con i cromatismi perché li

ritengo un elemento sovrapposto». Ma poi la considerazione che la funzione degli arredi è altro: «Sono gli oggetti ad animare le architetture, assieme alle persone che si muovono al loro interno. Quindi perché non colorarli?». Ed ecco la scelta fatta attentamente, tonalità individuate con cura, una

Il nuovo corso

Mario Botta: «Per me che sono stato allevato con un rigore calvinista, il massimo era l'ocra. Ora mi sono ricreduto»

per una: «Toni mediati, mai puri, tratti dalla palette di Le Corbusier: il suo azzurro pallido, i verdi polverosi, il giallo tenue». La struttura esile e la seduta traforata non hanno bisogno di tinte forti, sostiene: «Schiaccerebbero la forma. Se guardiamo la poltrona di Rietveld non cogliamo l'oggetto in sé ma l'insieme di colori».

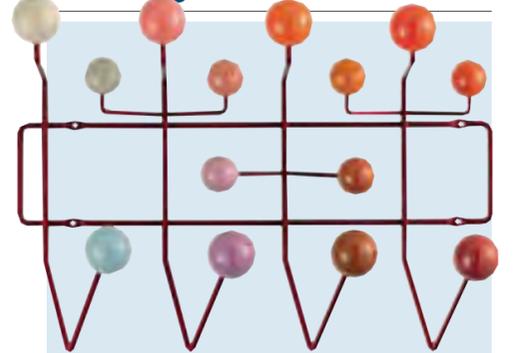
Una scelta concettuale, quella di Mario Botta (da cui è scaturita una collezione in serie limitata), ma basta guardare le ultime proposte di arredo per vedere che il ripensamento sul colore non è avvenuto solo qui. Turchese, cedro, verde mela, rosso corallo, arancio mango: «Mondi colore collegati a quelli vegetali, una realtà che trova la sua ragione d'essere in una vita biologica in evoluzione secondo i cicli naturali», afferma il sociologo Francesco Morace che individua la fine delle tendenze «chiuse», definite a tavolino: «Toni cangianti, mutevoli con il passare della giornata e delle stagioni. Vibrazioni, niente è netto e definito: come sono oggi le nostre vite».

Ciclicità, cambiamenti cromatici in linea con il trascorrere del tempo: c'è persino chi riesce a raccontarlo in un unico arredo. Come la creativa Hella Jongerius che ha riletto il celebre attaccapanni Hang it all degli Eames modificando le sfere, da multicolor a "cangianti" in gradazione. Tre versioni,

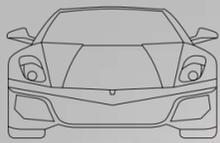


Unico pezzo
Panca O'S di Sawaya & Moroni in lamiera di acciaio inox con interno laccato

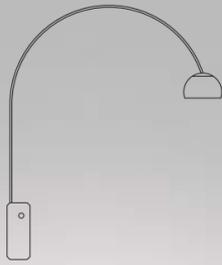
L'icona degli Eames



«Hang it all», l'appenditutto creato da Charles & Ray Eames nel 1953 per Vitra, oggi è stato reinterpretato dalla creativa olandese Hella Jongerius e viene prodotto dalla stessa azienda in tre nuove versioni nelle gradazioni del rosso, bianco e verde. Le sfere di legno possono essere montate a piacere, creando una struttura della misura preferita. La luce trasforma i colori in tante diverse sfumature. È uno degli esempi della rilettura in chiave cromatica degli arredi dei grandi maestri



Sports cars of Italy



Design of Italy



Fashion of Italy

“ ”
Ceramics of Italy

Ceramics of Italy. Il marchio di eccellenza riconosciuto ovunque nel mondo.



Da sempre l'Italia è nota nel mondo per la sua tradizione di eccellenza ceramica. Il marchio collettivo Ceramics of Italy tutela progettisti, designer e consumatori sulla provenienza italiana e sulla qualità di prodotti inconfondibili, che garantiscono standard ineguagliabili e concorrono a qualificare gli spazi dell'abitare in diversi settori: dagli ambienti residenziali a quelli commerciali e pubblici, le piastrelle per pavimenti e pareti, così come la stoviglie e i sanitari, assicurano ovunque nel mondo la certezza dell'eccellenza italiana. Cerca il marchio di eccellenza della ceramica italiana.

Seguici su Ceramics of Italy

www.laceramicaitaliana.it

Ceramics of Italy, promosso da Confindustria Ceramica - l'Associazione dell'industria ceramica italiana - è il marchio settoriale di Edi.Cer S.p.A. società organizzatrice di Cersaie (Salone internazionale della ceramica per l'architettura e dell'arredobagno - Bologna, 23-27 settembre 2013 - www.cersaie.it).

Ce l'ho fatta Dai mobili per il bagno alla bici elettrica

Una tappa all'estero e ritorno sul nostro Cavalletto di battaglia

Prima di tutto, diciamo che siamo amici. Poi, in seconda battuta, siamo diventati anche soci, dopo un lungo periodo di frequentazione milanese, tra i banchi universitari.

Quest'amicizia ci ha sicuramente avvantaggiati: le decisioni le abbiamo prese (quasi sempre) insieme e questo ci ha portato a scelte che finora hanno premiato. Siamo nati entrambi nel 1979 e tutti e due abbiamo studiato Industrial Design al Politecnico di Milano. Abbiamo scelto di fare esperienze di studio all'estero, stavolta dividendoci: uno (Sandro) ha scelto un percorso nel Regno Unito, l'altro (Marco) ha preferito un itinerario in Norvegia. Poi le nostre strade si sono ricongiunte: nel 2006 abbiamo aperto lo studio e abbiamo cominciato a guardarci intorno.

Le domande, all'inizio, sono state le solite: quale settore approfondire? Verso quale dire-

zione muoverci? La scelta, alla fine, è stata apparentemente inusuale ed è caduta sul bagno perché, almeno all'epoca, era un mondo ancora non del tutto esplorato, meno battuto. Non solo. Seguendo i consigli di architetti che abbiamo avuto la fortuna di incontrare, come Roberto Palomba, siamo giunti alla conclusione che fosse un universo da inventare, quindi più ricco di opportunità.

Questa scelta ha premiato: siamo orgogliosi, per esempio, della collezione La Fontana, realizzata per ArtCeram nel 2006. È stato un lavoro che ci ha messo in luce con la stampa di settore e con varie aziende. Non solo questo. Tra i lavori che amiamo citare c'è anche il Cavalletto, un mobile-bagno multifunzionale. Semplice e pratico. Oggi però, forti anche di queste esperienze, allarghiamo le prospettive e non tralasciamo di fare altro. Ci proviamo nelle collezioni per l'Outdoor (che

Grafico Linea compatta, colore acceso, personalità giovane: è il divano Nautil, in tessuto trapuntato di Roche Bobois, designer Cédric Ragot



Il design riscopre il cromatismo Gli arredi si riempiono di tonalità e rendono nobili i materiali semplici

nella gamma dell'azzurro, del verde e del rosa-rosso, sfere che sfumano una dopo l'altra: «Trentaquattro colori che colpiti da cinque tipi di illuminazione, diversa in base alle ore della giornata, si modificano dando luogo a una palette variegata», spiega. Dimostrando quanto un colore possa essere «instabile» alla luce. E forse al nostro umore.

Colori acidi, il verde: quest'anno — sulla scia della moda — dilagano anche nell'arredo. «C'è voglia di detox, disintossicarsi dal troppo, degli eccessi. Si cerca la freschezza dei toni fluorescenti, quasi da Supernova», argomenta Giulio Ridolfo, designer tessile e consulente del colore per firme dell'arredo come Kvadrat e Moroso. Poltrone da esterno che oscillano tra il giallo limone e verde mela, cariche ma non aggressive: «Anzi tranquillizzano, perché rimandano a qualcosa a noi già noto», spiega Ridolfo. «Non ci soffermiamo mai a riflettere quanto il colore sia presente nella vita di tutti i giorni: basta solo guardare la frutta e la verdura che teniamo in cucina. Tinte vivide, che traggono vantaggio nell'essere accostate una all'altra».

Giungla, savana, tropicalismi, in molti progetti di arredo il colore si intreccia a suggestioni lontane. «Colori selvatici alla Rousseau», li definisce Ridolfo che sottolinea un serpeggiare di atmosfere dal mondo della moda e dell'arte: «Tinte trasparenti, quasi acquatiche che ricordano le collezioni estive di Kenzo o le velature alla

Creativi e multifunzione



1. Panca o sgabello con porta borsa: Pank di In emotion, design Angela Mensi, ricavata da scarto industriale. **2.** Seduta Afra, design Francesco Rota, di Paola Lenti. **3.** Doppia seduta e luci dei belgi Muller Van Severen. **4.** In cristallo e bambù la lampada da tavolo Amuleto della serie Fusion dei Fratelli Campana per Baccarat



Klee». Certo, non è cosa nuova che la contaminazione con i paesi ai nostri antipodi — primo fra tutti il Brasile — sia un processo in atto: «Realtà biologiche naturali come una sorta di classificazione alla Linneo: una ricerca cromatica derivata da mondi che esploriamo con modalità culturali diverse dalle nostre», sintetizza Morace. Ma qui il colore si innesta con i materiali — semplici, a volte persino poveri o da riciclo — cui riesce a dare spessore e a volte persino nobiltà. Ed ecco il cristallo di Baccarat che quest'anno, nella collezione di lampade Fusion create dal duo brasiliano Fernando e Humberto Campana, diventa turchese e si mischia

L'occhio ad altri mondi

Il sociologo Morace: «Le tinte tropicali sono il risultato della contaminazione con i Paesi ai nostri antipodi come il Brasile»

ad elementi vegetali «da riuso» come il bambù o la rafia. Ma c'è anche il sofisticato marchio Sawaya & Moroni, questa volta autore di una collezione di panche-sedute in lamiera piegata, rese vive e nobili dal colore che affiora dal motivo a bolli.

Arredi dal colore ben usato: fine dell'impero dei bianchi, naturali e grigi? «Le tinte bon ton restano ma sfumano nei toni burro e rosa carne "bombardati" dai toni accesi», afferma Ridolfo. D'accordo anche Morace: «Vince il contrappunto, che non significa conflitto ma progressione ed evoluzione. Sicuramente è tramontata l'era delle presenze definitive». Insomma, colore vuol dire cambiamento. E, forse, un invito a sapersi proiettare nel futuro.

Silvia Nani

© RIPRODUZIONE RISERVATA

» Lo stilista

Fiorucci: gli anni 70 e le nostre vetrine amate da Warhol

È all'improvviso, esplose il colore. Milano, seconda metà degli anni Sessanta. Il grigiore della città rampante aveva le ore contate e si spense del tutto in un negozio in piazza san Babila. Qui, il 31 maggio 1967, le vetrine sbocciarono come fiori, tra interni laccati di bianco e fotografie in movimento. Nasceva lo store Fiorucci e quindi anche lo stile Elio Fiorucci, simbolo di vitalità, energia. «Il movimento hippie fu fondamentale — ricorda oggi lo stilista — noi seguimmo un comune sentire. Il colore modificò radicalmente non solo una città. Questa ondata varopinta, nostra e di altri, ovviamente, determinò una svolta nel costume, nella cultura italiana».

Dietro quei rossi «succosi» e quei gialli violenti, c'era la Summer of Love di San Francisco e la Swinging London. «Più tardi arriveranno gli esperimenti di Sottsass e di Mendini — dice ancora Fiorucci — che con Memphis e Alchimia consacrarono la dominanza del colore. Ma non era solo una questione di tinte: dietro c'era voglia di essere liberi, di indossare tessuti diversi. In una città che pretendeva il cappello anche sul tram!». Colore come libertà espressiva, dunque.



Libera scelta: via i completi a tinta unita, benvenute fantasie etniche (che i primi esperimenti di turismo di massa insegnavano a scoprire). Si agli accostamenti azzardati: viola e verde, blu e rosso. «Impensabili fino a pochi anni prima — sostiene Fiorucci — è indice di una rivoluzione culturale. Ho imparato che l'uomo ama il colore ma per paura veste il nero: tra gli anziani, solo alcune persone molto colte osano i colori squillanti. Elisabetta d'Inghilterra indossa gialli accesi e verdi pastello per ribadire un'assoluta libertà».

E l'esplosione del colore cambiò anche il modo di fare tendenza: ovunque fiorirono i collettivi, i gruppi, sul modello della «factory» di Andy Warhol. L'artista newyorkese andava matto per lo store Fiorucci: un giorno si presentò insieme a Truman Capote. «Ho accolto personaggi di ogni tipo — continua lo stilista — da Basquiat a Madonna. Il colore aveva cambiato lo spirito dei negozi: non erano più soltanto dei punti vendita, bensì luoghi dove presentare libri, fare sfilate, invitarlo a dibattere». Arrivò Mendini, con il suo mobili-abito; Michele De Lucchi disegnò la catena di negozi Fiorucci. Ancora oggi, con Love Therapy, la «cura del colore» continua. «È un antidoto alla crisi, al grigiore, al conformismo — conclude Elio — Potrebbe aiutarci in questo momento così difficile».

Roberta Scorrane

© RIPRODUZIONE RISERVATA

di Sandro Meneghello e Marco Paoletti



Semplice Il mobile-bagno «Il Cavalletto» disegnato da Meneghello e Paoletti per ArtCeram

ci stanno dando soddisfazioni) fino all'ultimo progetto in cantiere, che è un componente particolare per una bici elettrica. Diciamo che siamo abbastanza soddisfatti di quello fatto finora, anche se naturalmente continuiamo a crescere, vedere, curiosare, senza mai smettere di imparare. Se c'è un consiglio che ci sentiamo di dare ai più giovani, è quello di scegliere campi nuovi, sperimentare sempre, instancabilmente. E guardatevi intorno con attenzione.

(testo raccolto da Roberta Scorrane)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Uomini & oggetti Gio Ponti e la Superleggera

di Marco Vinelli

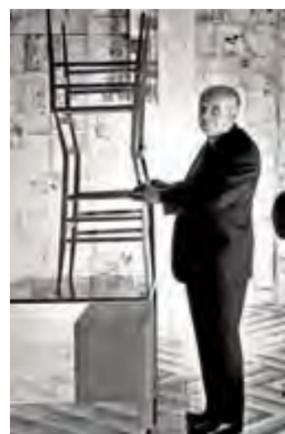
Creò la sedia, e poi la lanciò dal quarto piano

Gio Ponti è stato un grande architetto, ha costruito il grattacielo Pirelli, la casa-torre Rasini a Porta Venezia e molto altro ancora. Ma forse non tutti sanno che è stato anche un grande designer, che ha progettato vasi e ceramiche, posate, sanitari e mobili per ufficio. Uno dei suoi progetti più noti è la sedia Superleggera, nata nel 1957 e ancora oggi prodotta da Cassina.

In realtà, Ponti cominciò a progettare sedie dal 1949: le sue ricerche diedero vita a un modello che chiamò «Leggera» (progetto 646), dalla struttura sottile e molto resistente. La Leggera, che aveva lo schienale leggermente incurvato per rendere più confortevole la seduta, nasceva dal desiderio di Ponti di reinventare uno degli esempi

più significativi della tradizione vernacolare italiana, l'archetipo della sedia impagliata: la sedia di Chiavari, uno dei simboli dell'artigianato ligure sin dal 1800. A parte questo, era una sedia normalissima; anzi, fin troppo. Ponti scriveva che, in un periodo in cui i designer vogliono esprimere il proprio «segno» persino in un chiodo, la Leggera rappresentava la seduta senza tempo, quella esistita da sempre. Insomma, il trionfo della normalità. E ottenne molto successo.

Ma Ponti, evidentemente, non era ancora soddisfatto dal momento che, nel 1957, (codice di progetto 699) inventò la Superleggera che era molto simile al modello precedente. Il telaio adottava una sezione triangolare, (anziché ton-



1957 Gio Ponti (1891-1979) e la «Superleggera», prodotta da Cassina

da) di soli 18 millimetri; le estremità dei montanti si erano assottigliate ed erano state leggermente riviste le dimensioni. Il risultato? Una seduta esile ma robusta come la precedente, che pesava solo 1700 grammi e si sollevava con un dito: merito di un telaio completamente in tensione, che costituiva il miglior presupposto di stabilità. «La sedia rimbalza ma non si rompe» aveva scritto l'architetto su Domus, e per dimostrarne la solidità l'aveva fatta cadere dal quarto piano, senza riportare alcun danno. La Superleggera ha partecipato alla VI selezione del Compasso d'oro senza ottenere alcun premio. Ma è comunque entrata nella storia del design italiano.

© RIPRODUZIONE RISERVATA