

Il Triennale Design Museum atto quarto, Alessi curatore

Milano. Dopo «Le Sette Ossessioni del Design Italiano», «Serie Fuori Serie» e «Quali cose siamo», il Triennale Design Museum dedica la sua quarta edizione, a partire dal 5 aprile, ai 50 anni del Salone del Mobile con «Le fabbriche dei sogni. Uomini, idee, imprese e paradossi delle fabbriche del design italiano» curata da Alberto Alessi con l'allestimento di Martí Guixé.

Diciamolo subito: è l'allestimento più coinvolgente e gioioso tra quelli visti finora e la freschezza di Guixé è contagiosa, oltre che benefica, per una celebrazione istituzionale come questa dedicata al cinquantenario del Salone. Il designer spagnolo ci accompagna nel forbito – e un po' pomposo – racconto di Alessi come in una delle avventure di Alice nel Paese delle Meraviglie: gli oggetti entrano in dialogo con i progettisti e le storie dei «capitani coraggiosi» dell'imprenditoria del design s'intrecciano con le loro biografie personali in un'atmosfera colorata e ricca di suggestioni.

Persone e oggetti del design italiano sono i protagonisti delle «fabbriche dei sogni», titolo che Alessi aveva già coniato per raccontare la storia della sua azienda, intendendo con queste le «piccole aziende con alti ideali, che hanno posto il design come elemento fondante della loro attività. Capaci di fondere la poiesis con la technè, contribuiscono a una nuova visione del ruolo dell'industria nella società contemporanea». Si tratta di un gruppo storico d'impresе che si sono sviluppate prevalentemente nell'Italia del dopoguerra e che costituiscono la singolarità del design italiano con le loro produzioni di «oggetti di alto artigianato spesso realizzati con l'aiuto delle macchine dove la tecnologia è contemporanea e industriale ma la pratica profonda è rimasta artigianale». A ragione, Alessi fa notare che le «fabbriche dei sogni» sono radicalmente diverse dalle aziende industriali mass production, non soltanto per numeri e mezzi ma anche per rischio d'impresa, nullo per l'industria

dei manager ma «fisiologicamente inscindibile dalla nostra attività».

Il tema della produzione era emerso del resto anche durante «Serie Fuori Serie», ma qui costituisce l'incipit della selezione di Alessi perché, come ben chiarisce Silvana Annicchiarico, «questa quarta edizione ripercorre la storia del design italiano valorizzando soprattutto il ruolo degli imprenditori: cioè di quei capitani coraggiosi che hanno reso possibile e concreta l'affermazione del design italiano». Si tratta di un omaggio più che meritato, e ben venga l'anniversario del Salone per ricordarcelo, verso una componente essenziale e non sempre riconosciuta del design italiano: il dialogo serrato tra progetto e produzione, dove le gerarchie, di ruoli come di ambiti, cedono il passo a un dialogo fitto di rimandi, di mutua partecipazione, di comuni interessi condivisi, proprio come il «matrimonio perfetto» descritto da Vico Magistretti tra designer e produttore.

Alessi riscatta la creatività occulta di chi le cose le concretizza e non per questo è meno «progettuale» di chi le ha pensate. Anzi! Lo dimostrano i pezzi esposti: una selezione efficace, familiare e didattica delle icone del design italiano che piacerà tanto sia al visitatore occasionale sia all'addetto ai lavori. Dall'appendiabito a piantana dei Bbpr per Kartell alla «MiniKitchen» di Joe Colombo per Boffi, dal servizio «Como» di Lino Sabbatini alla «Parentesi» dei Castiglioni per Flos, e ancora la «Hanahana» di Kazuyo Sejima per Driade, la «Valentine» di Ettore Sottsass per Olivetti, la «Lady» di Marco Zanuso per Arflex, il «Mobil» di Antonio Citterio per Kartell, il «Nathalie» di Magistretti per Fluo e molto altro ancora. Alessi ci ricorda i capolavori del design italiano in una narrazione garbata in cui s'intersecano tipologie, generazioni, materiali. A vederli così da vicino, tutti insieme, viene da dargli ragione perché emerge una «qualità diffusa», manifatturiera che è alla base di quel lusso italiano, definito dal «bello e ben fatto» del made in Italy ma, precisa il curatore, «noi non siamo per il lusso classista, rigidamente esclusivo, proprio di una visione antica e chiusa della società. Mi piace pensarci pionieri di un nuovo tipo di lusso, interclassista e inclusivo, aperto ai fermenti e alle speranze di una società in

rapido cambiamento».

About Author



[Alba Cappellieri](#)

Professore ordinario al Politecnico di Milano, dove dirige il corso di laurea in Design della moda. Dal 2014 è direttrice del Museo del Gioiello di Vicenza. Ha dedicato al design e alle sue intersezioni con la moda numerose mostre e libri, ha partecipato a convegni internazionali e vinto premi e riconoscimenti, ma considera il suo maggior successo avere incuriosito i suoi studenti a scoprire le storie meno note ed evidenti del design, stabilendo connessioni e convergenze senza mai fermarsi alle apparenze.

[See author's posts](#)

[!\[\]\(e474458956c9a37fbf9586ddb60a7fa1_img.jpg\) Condividi](#)