

Il Giappone, grande potenza economica con cui Stati Uniti ed Europa sono costretti a patteggiare, sembra voglia darsi un'identità d'immagine piuttosto occidentale. Una sorta d'esotismo, di segno opposto a quello comunemente inteso, fa sì che un numero sempre maggiore di architetti e designers americani, europei, ma soprattutto italiani, siano chiamati a progettare forme nuove per la vita nipponica. A partire da un'esperienza iniziale episodica, avviata verso la fine degli anni '60, si è passati oggi a una vera e propria tendenza. Vengono invitati a lavorare nomi famosi e giovani rampanti, esponenti di correnti stilistiche diverse, con una progressiva preferenza per le avanguardie.

Esistono in Giappone speciali agenzie che fanno un lavoro di mediazione tra la committenza locale (industrie, imprese, privati) e i professionisti occidentali, proponendo programmi grandiosi di progettazione globale, dall'occhiale al pezzo di città. Ci si può chiedere perché mai un paese come il Giappone, dove vivono architetti d'indubbio valore, come Kenzo Tange e Arata Isozaki, internazionalmente stimati e attivi, e interior e product-designers come Shiro Kuramata, senta il bisogno di cercarsi una nuova identità al di fuori della propria cultura.

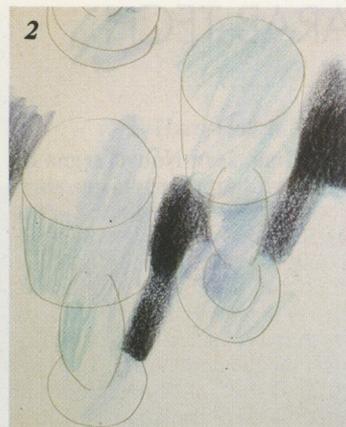
«I giapponesi trovano in noi italiani una connotazione importante perché gli diamo il valore del "design caldo", la qualità del

1. Orologio «Conico» di Sergio Cappelli e Patrizia Ranzo.
2. Schizzo di bicchieri per Ishizuka Glass (Nagoya, Giappone), di Michele De Lucchi.

formalismo e di una certa ritualità nell'uso dell'oggetto, in contrapposizione al loro stile "elettronico", informatico, miniaturizzato e freddo», dichiara l'architetto milanese **Alessandro Mendini**, noto teorico negli anni '70 del design «banale» e fondatore del movimento «radical» Alchimia contro il «bel disegno». Oggi Mendini ha abbandonato la «fase polemica» di qualche anno fa, ed è passato a una «fase classica». In Giappone disegna mobili d'acciaio per la società Daichi, sculture urbane, gioielli d'oro e stoffe per l'Istituto del nylon «Hamano». Certamente, in Italia, non gli sarebbe mai capitato di fare un progetto simile a quello del grande «Parco Stella», sopra una montagna dove si va a sciare, nell'isola di Hokkaido (Sapporo). Un intervento di land-art che si configura come una stella e «non s'ispira alla storia del giardino». Un paesaggio con cascata di vetro, un bosco finto e un lago in cui le onde sono stelle in ceramica colorata e dorata; con una grotta di specchio, i servizi igienici sporgenti come protuberanze coniche nel dolce prato inglese, e sentieri a scalinata, con gradini di acciaio inox. Dal terreno scaturiscono spruzzi d'acqua da bere, suoni elettronici, e fasci di luce. Il progetto promette ai visitatori passeggiate alternative con mete curiose di genere spirituale, arcaico ed estetico: un luogo ideale per la meditazione letteraria. Mendini,



FRANCO MARELLI



oggi, è molto più famoso in Giappone che da noi. Lì, qualche anno fa, è stato stampato un libro su Alchimia, dell'autrice-architetto Sato Kazuko, molto venduto all'estero e non tradotto in patria. Quasi sempre gli architetti italiani in arrivo a Tokyo sono accolti come star e inseguiti dai fotografi.

Sull'onda del grande interesse giapponese per il nostro paese, nel settembre scorso, ai magazzini Seibu di Tokyo era stata allestita la mostra itinerante «La cosa inventata - Cento oggetti di neo-design», nell'ambito della più ampia manifestazione «Ciao Italia». Trasferita a Osaka nell'ottobre seguente, è arrivata dal 5 al 12 maggio di quest'anno al Museo di Milano. Cento autori italiani, scelti tra 480 da una giuria italo-nipponica, di cui facevano parte l'architetto Andrea Branzi e il designer Shigeo Fukuda. Hanno vinto il primo premio i napoletani Sergio Cappelli e Patrizia Ranzo, con l'orologio «Conico», che proietta le ore sulla parete. Nella maggioranza dei nomi nuovi si riconosceva invece Matteo Thun, ex membro del gruppo Memphis, che presentava tre bicchieri obliqui in vetro trasparente con manici a zig-zag.

Anche **Michele De Lucchi**, membro del gruppo Memphis, architetto-designer trentaseienne, testimonia la felice opportunità che la cultura progettuale del nostro paese sta vivendo in Giappone: «Nell'82 si poteva notare in quel paese una diffusa preoccupazione di darsi un'immagine. Ma il processo che ne è seguito si è sviluppato troppo uniformemente, ottenendo un appiattimento generale. Adesso si vuole correggere l'errore, cercando una "identity" differenziata e decisa. E si è anche capito che noi, questa identità, gliela possiamo dare molto bene». Data l'abitudine nipponica di abbattere e ricostruire periodicamente gli edifici pubblici, per il valore semantico che si attribuisce all'architettura di rappresentanza, si presentano grandi occasioni di lavoro per i professionisti italiani. De Lucchi ha progettato a Osaka un «Bridecenter» di 5 piani, che è una incredibile organizzazione per celebrare matrimoni in tutte le religioni, dalla scintoista alla occidentale, con tutti i servizi connessi. Ha disegnato bicchieri per la grande produzione ('86, Ishizuka-Glass), occhiali ('87, Charmant) e chitarre rock (Ibanez). A Tokyo, ha fatto la boutique di moda Signifée e il negozio Platinum. Ha seguito il concept-planning per il «Joetzu international sky resort village», centro turistico montano a tre ore di treno da Tokyo, da realizzarsi in cinque anni. Comprende: 10 condomini di 200 ap-

ESOTISMO RIBALTATO IL NUOVO OCCIDENTALISMO

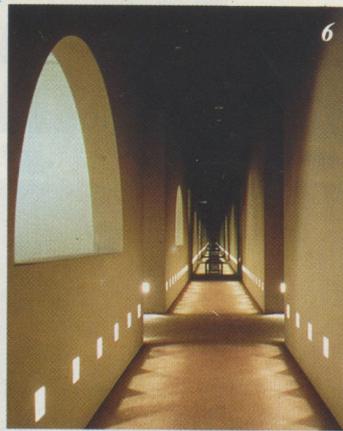
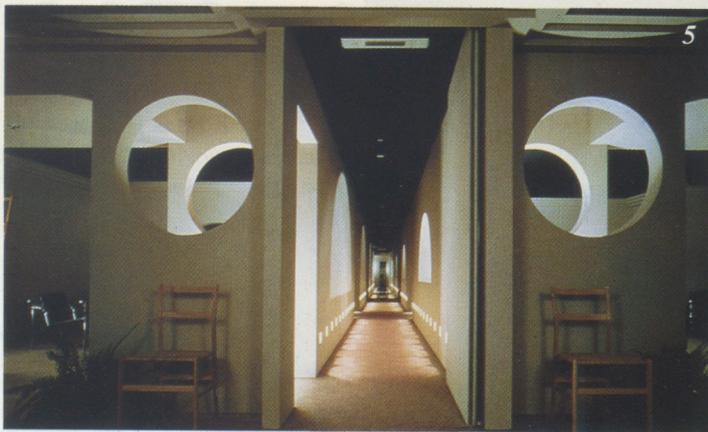
Perché il Giappone ha tanta voglia di architetti e designers italiani? A questa breve inchiesta rispondono alcuni fra i diretti interessati: da Mendini a De Lucchi, da Magistretti a Sottsass, da Bellini a Giugiaro, ad Aldo Rossi.

di Giorgia Carrari



3-4. Disegni per «Parco Stella», di Alessandro Mendini, progettato in collaborazione con Yumiko Kobayashi, in via di realizzazione su una montagna dell'isola di Hokkaido (Sapporo).





partamenti, sportcenter, palestra e piscina, un albergo, shopping-center, palazzo per le terme, 6 pensioni, una chiesa per matrimoni, un lago con imbarcadero, 20 tennis. Tutto in vetro e acciaio, con volumi semplici e colori primari. «Presto mi converrà aprire uno studio a Tokyo, un De Lucchi Japan. Perché le agenzie, con cui si è costretti a trattare a distanza, prendono una percentuale alta (dal 30 al 50 per cento)», conclude Michele De Lucchi.

Pur essendo chiaro come sia più difficile ottenere committenze private anziché pubbliche, **Vico Magistretti**, gran nome della baronia architettonica milanese, è finora l'unico a esserci riuscito. Sta finendo di costruire una villa di 600 mq per un miliardario di Tokyo, nel centro della capitale. Magistretti, esponente della «buona architettura» e del «bel design», protesta: «Io proprio non vedo come si possa sostenere che i giapponesi hanno bisogno di un'identità formale dagli italiani. Io stesso, anche se il mio committente voleva una casa occidentale, ho finito per fargliela molto giapponese, subendo l'influenza del contesto ambientale: non ho potuto esimersi dal capire che la facevo a Tokyo e non a Gallarate. Il senso del "genius loci" per noi italiani è una vera malattia». Magistretti ha terminato da poco un altro piccolo lavoro a Osaka, l'interior-design raffinato di un negozio, «Cerruti-1881», per madame Ishida: cuoio naturale, lac-

ca nera e pietra grigia, con una lampada «Sonora» da soffitto. I giapponesi si sono accorti dell'importanza culturale di **Ettore Sottsass** nell'82, dopo che aveva fondato Memphis, rivoluzionando il linguaggio progettuale e facendo rumore tra gli intellettuali. Lo hanno chiamato grosse ditte per fargli disegnare gioielli e ciotole in plastica per il riso. Gli sono state organizzate mostre e trasmissioni televisive. Nel dicembre scorso, l'importante agenzia Dayko di Tokyo gli ha proposto di progettare, con i suoi collaboratori, un'intera serie di prodotti per varie industrie (Toshiba, Yamaha, Seyko) interessate ad avere un'immagine coordinata di tipo avanguardistico. «I giapponesi ci chiamano perché sappiamo fare il design, ma soprattutto perché hanno bisogno delle "firme" italiane per il loro mercato consumistico, che è molto romantico, come ormai lo è anche il nostro. Noi abbiamo in comune con loro anche la tendenza a disegnare non più per l'aristocrazia o ideologicamente per i poverissimi, ma per il medio-capitalismo, cioè per il "terziario". Il nostro design è in ogni modo avvantaggiato perché è partito prima ed è più snobistico e borghese, più ricco di senso dell'umorismo e di un certo "status". Il loro è ancora innocente e popolare».

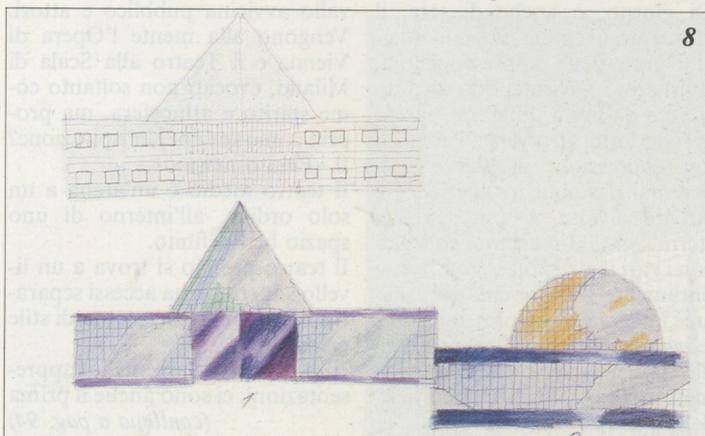
Per **Mario Bellini**, brillante architetto-designer, direttore della rivista «Domus», è giusto che il Giappone, grande nazione indu-

strializzata, apra agli stranieri e non si permetta sciovinismi. Non mancano anche lì, dice, buoni professionisti, ma si difetta di «vette» inconsuete e provocatorie. «Il Giappone, che ha in casa le imprese tecnologicamente più avanzate del pianeta, vuole permettersi anche i migliori progettisti. Quindi è automatico che abbia deciso di rivolgersi all'Italia e a Milano, punto di riferimento mondiale per gli operatori culturali del settore». Però Bellini non sembra apprezzare molto un doppio possibile scambio tra architetti italiani e nipponici: «Da noi, in passato, si è abusato di un certo "Kenzotangismo" da parte delle amministrazioni locali. Per non avere conflitti con i progettisti nostrani, si sceglieva una soluzione sopra le parti, col ricorso all'architetto straniero famoso. Una pratica che ha impedito ai nostri professionisti di esprimersi in occasioni importanti». Già dal '74 Bellini aveva avviato rapporti lavorativi con importanti industrie giapponesi: con la Yamaha per progettare registratori, cuffie e organi elettronici, con la Fuji per tre apparecchi fotografici, con la Tojirushi per termos elettronici. Ha disegnato nell'81 lo show-room Interdecor a Tokyo e sempre a Tokyo nell'86 è stato invitato al concorso internazionale per il nuovo teatro dell'Opera. Ma il rapporto di lavoro più lungo lo ha avuto con il Giappone **Giorgio Giugiaro**, industrial-desi-

5-6-7. Interni dello show-room Interdecor a Tokyo; progetto di Mario Bellini con Giorgio Origlia.

gner quotato e alla moda, specializzato nel campo dell'automobile, titolare della società Italdesign. Molto rigoroso quando progetta in patria, Giugiaro ha invece disegnato macchine fotografiche per la Nikon che si potrebbero definire espressioniste, rivelando valenze «italiche» inaspettate e forse sconosciute anche a se stesso. Oltre a vetture Suzuki, ha disegnato una vastissima gamma di altri prodotti: occhiali, binocoli, orologi, biciclette, bilance e confezioni maschili «casual».

Invece solo da poco tempo è stato contattato dai giapponesi **Aldo Rossi**, ritenuto dalla critica internazionale uno dei massimi architetti viventi, che con i suoi teatri, le torri, le piazze alimenta la poesia figurativa del nostro secolo. Adesso, alcune grandi compagnie gli offrono lavori importanti come costruire un pezzo di città fluviale-marittima, con un porto, alberghi e ristoranti nell'isola di Fukoa nel sud del Giappone. Progettare una serie di architetture lungo un canale a Sapporo. Inoltre, altre proposte gli sono state fatte a Tokyo e a Kyoto. Aldo Rossi non si affanna; con la placidità che lo distingue e una punta di scetticismo, riflette: «Dovranno passare molti anni prima che in Giappone si avverta l'impronta occidentale nella selva di nuovi edifici che si vanno edificando. Senza dimenticare che esiste una cultura locale ben radicata, di cui tenere conto».



8. Schizzi di Michele De Lucchi per alcuni edifici della strada principale del villaggio turistico di Joetzu, Giappone.