PUBBLICITÀ

speciale «la nostra casa»

L'ASSARREDO

Unificazione e promozione

L'Assarredo, alle soglie degli anni '80, ha quale programma: un'azione sugli organi di governo per promuovere l'edilizia, un'azione sulla distribuzione affinché sia maggiormente responsabilizzata, un'azione sull'Istituto del Commercio Estero per un coordinamento e una promozione dei beni d'arredo italiani sul mercato estero. Programmi importanti, leggiamo quindi quanto ci dice il suo presidente, Giulio Castelli

Il Salone del Mobile rappresenta ad ogni nuovo autunno una occasione ormai rituale di riflessione e di verifica per gli operatori del settore. Quest'anno, nonostante le gravi crisi di ogni genere che travagliano e preoccupano il mondo intero, abbiamo almeno due motivi che ci consentono di guardare con una certa fiducia al futuro.

Il primo consiste nel fatto che finalmente, dopo anni di incertezze e anacronismi, 700 aziende produttrici di mobili, lampade e elementi di arredo, con 70.000 dipendenti, si presentano unite in un'unica Associazione, l'Assarredo, per cimentarsi insieme con la realtà ed i problemi del mercato italiano ed estero. Questa unione dà alla categoria la garanzia di poter esprimere fino in fondo e senza inutili dispersioni le proprie capacità e di potersi dare una organizzazione aggiornata ed efficiente, pari ai problemi complessi che un settore produttivo così importante deve necessariamente affrontare.

Il secondo motivo di fiducia viene da una notizia propria di questi giorni, che riguarda il mercato estero. L'ISTAT comunica che l'incremento dell'esportazione del settore è [illegible] nei primi sei mesi del '79 del [illegible] e che il trend del secondo trimestre è in aumento: questo significa all'incirca, nell'esportazione dei beni di arredamento, al traguardo dei 2.000 miliardi.

Un incremento di tale portata costituisce la conferma della efficienza di un apparato industriale, che è per ancora oggi e nonostante questo incremento utilizzato al di sotto delle sue possibilità. I numeri non ci dicono purtroppo come questi incrementi sono avvenuti. Non sappiamo se i risultati ottenuti in termini di fatturato corrispondano a un aumento di quantità vendute, non sappiamo quanto essi corrispondano a prezzi remunerativi, se i mercati in espansione siano stati affrontati in modo coerente e seminando per il futuro, oppure se la produttività sia stazionaria ed i prodotti siano stati riversati all'estero solo per controbilanciare la crisi del mercato italiano.

Il fortissimo incremento dell'esportazione costituisce comunque un fatto positivo che ci stimola ad un sempre maggiore impegno.

Il programma dell'Assarredo per i prossimi anni sarà rivolto specialmente in due direzioni: per quanto riguarda il mercato interno, da un lato ad un più stretto rapporto con la distribuzione, che la responsabilizzi ad assolvere la sua funzione di tramite con il consumatore non badando soltanto al proprio interesse immediato, ma considerando le esigenze di entrambi i suoi interlocutori; dall'altro ad una sensibilizzazione degli organi governativi, perché ci si occupi una buona volta di promuovere la ripresa edilizia, alla quale il settore dell'arredamento è strettamente legato.

Per quanto riguarda invece il mercato estero, gli sforzi saranno diretti ad ottenere una miglior collaborazione tra Ministero Commercio Estero, ICE e Salone del Mobile, affinché le nostre industrie siano meglio coordinate e meglio informate per affrontare i diversi mercati.

Per raccogliere le sfide che gli anni '80 ci propongono occorre che le nostre aziende razionalizzino il più possibile la loro produzione, badando alla qualità ed evitando gli sprechi. L'aumento della produttività oggi è soprattutto legato ad una programmazione attenta, che possa basarsi su informazioni sicure e approfondite, sia nel campo tecnologico che in quello commerciale. Questa operazione è possibile, dato il suo alto costo, soltanto se non si disperdono energie percorrendo ognuno per conto suo tante volte l'identica strada, se si procede cioè in modo coordinato.

È questa la funzione più importante della nostra Associazione, che è nata proprio per coordinare gli sforzi di tutti i soci nel reciproco interesse e nella reciproca fiducia.

Giulio Castelli
presidente dell'Assarredo

La realizzazione di queste pagine è stata possibile con la collaborazione delle migliori aziende italiane dell'arredamento. Mi auguro possano essere un suggerimento e uno stimolo per tutti coloro che amano il grande tema della casa e la sua decorazione. Un grazie particolare agli specialisti che hanno dato il loro importante contributo.

Antonello Mosca
architetto

LA CRISI ENERGETICA E IL MONDO DEL DESIGN

E' in arrivo una piccola strega

Dal manico delle scope una nuova serie di mobili - Necessità di una produzione che abbia un basso costo di partenza - Mobili non per tutta la casa ma davvero per tutti - Il grande vantaggio dei prodotti pieghevoli - Una novità assoluta

NEW YORK — Tra le previsioni per gli anni '80, una delle poche su cui vi è unanimità è che i margini di consumo e, nel caso dei paesi industrializzati, di spreco, dovranno essere notevolmente ridotti. Nel campo del disegno industriale questo significa che bisogna ridurre i costi dei materiali, della produzione e dell'esecuzione. Non significa però rinunciare alla qualità d'immagine che un oggetto «disegnato» contribuisce alla decorazione dello spazio in cui si trova: ne sono un esempio gli oggetti di arredamento e di uso comune delle case giapponesi che, pur convenendo pochissimi elementi materiali e figurativi, creano una profonda suggestione, organizzando uno «stile». In altri termini ciò che qualifica il design non sono la qualità e la quantità dei materiali impiegati, ma la prospettiva da cui li si guarda: è questo lieve spostamento di prospettiva, dal quotidiano all'insolito, che trasforma un oggetto comune in un oggetto di «design».

Nel nostro caso l'oggetto è un banale manico di scopa, che in inglese si chiama broomstick. Da un colloquio qui a New York col mio caro amico George Nelson, architetto, designer e geniale filosofo ed umorista, è nata la decisione mia di chiamare questa collezione con questo nome. Broomstick, manico da scopa che, nel marchio, è sottolineato da una piccola strega rossa che lo cavalca volando nei cieli.

Il manico da scopa, prodotto semilavorato di basso costo, è l'elemento compositivo di base di tutti i pezzi della collezione che ho creato. Ormai è convinzione comune che, anche e soprattutto nei paesi più economicamente sviluppati, esiste una formazione mentale nell'acquirente che accetta o meno un determinato oggetto per un «determinato» prezzo. Si è pensato che, nell'arredamento, venga sempre più richiesta una qualità di immagine e di suggestione ma che a queste qualità debba accompagnarsi un prezzo, non necessariamente bassissimo, che l'acquirente di Londra, di New York e quindi anche di Milano, sia disposto ad accettare come controvalore ragionevole dell'oggetto che amerebbe acquistare.

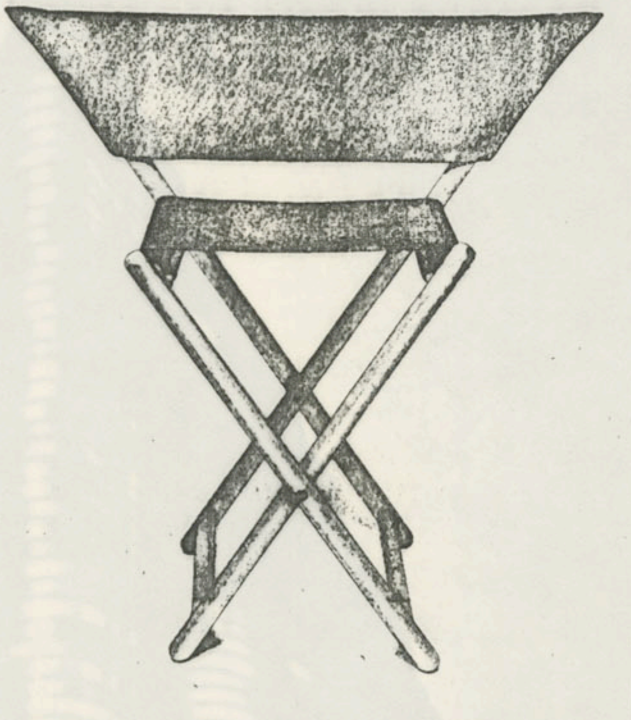
Per Broomstick, il manico di scopa, elemento di base, il costo di partenza è ragionevole e l'esecuzione semplice ed è pertanto possibile anche ipotizzare una produzione ed una distribuzione meno articolate e costose di quelle che siamo soliti considerare.

Per la spedizione ed il magazzinaggio tutti i pezzi sono pieghevoli ed occupano imballati uno spazio ridottissimo. Vantaggio non indifferente. L'immagine che nasce dal disegno non vuole dare la solita importanza esagerata alla costosa finitura a mano, ma si affida, soprattutto per la protezione e la lucidatura del legno, a sistemi meccanici di costo ridotto.

Tutto è affidato alla semplicità ed all'evidenza un po' umoristica di una soluzione strutturale che, adoperata diversamente, adempie a varie funzioni.

Gli oggetti che costituiscono questa collezione distribuita in Italia dalla AliasDistribuzione, via Trento 10, Curno (Bergamo), sono tutti di facile impiego, adatti ad essere in qualsiasi abitazione. C'è la seggiolina in tela, lo sgabello, il portabiti, la libreria-scaffale, la poltrona più importante, la serie dei tavoli rettangolari e rotondi adatti sia al pranzo come al lavoro che al salotto. Non si vuole certamente credere di trovare l'acquirente ideale che arredi l'intera casa con questo tipo di programma, ma si è certi che in ogni abitazione, sia di città che di campagna, un pezzo possa trovar posto. Sono mobili facili, adatti veramente al gusto di molti, nei quali la semplicità sta veramente a significare la destinazione d'uso, la mancanza di manutenzione, l'universalità dell'impiego. Lunedì prossimo la collezione sarà presentata in Italia per la prima volta a Milano, in via Tadino 15, presso lo Studio Marconi alle 19.

Vico Magistretti
architetto



INTERVISTA A FRATTINI

Produzione e creazione

Puntualmente, in occasione del Salone del Mobile, ormai da qualche anno riaffiorano dubbi e problemi: è giusto, è necessario, cercare ogni anno oggetti dalla veste nuova da mettere sul mercato? All'architetto Gianfranco Frattini, che da lunghi anni opera come designer nel settore dell'arredamento, abbiamo rivolto le nostre domande

«Sono ben lieto di esporre qui le mie considerazioni in proposito, ci dice Frattini, perché proprio recentemente ho avuto una esperienza che mi ha fornito la possibilità di dare delle risposte. Insieme ad alcuni colleghi, sono stato invitato dall'ADI, Associazione per il Disegno Industriale, ad organizzare ed ordinare il materiale pervenuto all'ADI stessa per l'imminente mostra del Compasso d'Oro.

«I settori merceologici che il nostro gruppo doveva vedere si riferivano a tutto il settore domestico e l'arco di tempo era dal 1970 al 1979».

«Posso dire con certezza che parecchie centinaia di schede sono passate sotto i nostri occhi, e che, a parte il livello generalmente buono, e in certi casi di alta qualità tecnologica, nulla o quasi di quanto è stato visto è stato tale da costituire quale oggetto significativo di un momento, di una situazione storica o culturale».

Perché una simile stasi dopo che gli anni '60 hanno completamente rinnovato lo scenario del nostro design?

«Oggi, dice Frattini, si sente dire spesso: il design è morto. Forse è vero, ma intendiamoci: soltanto nell'ambito del "forniture design", perché, e in modo specifico riferendomi alla sedia, quello che la maggior parte della produzione insiste a mettere sul mercato è, nel migliore dei casi, quasi sempre la ripetizione inutile, con piccole variazioni sul tema, di moduli consumati.

«È bene però chiarire che il punto di vista dal quale partono le mie considerazioni è esclusivamente quello del progettista».

«Forse le domande poste dalla produzione, che in alcuni settori dell'arredamento sente di questa crisi della qualità, e le risposte che la produzione cerca, io direttamente non le posso dare».

Perché le novità nell'arredamento si sono verificate soprattutto nel campo dell'illuminazione?

«La risposta che mi viene spontaneo dare è questa: questi apparecchi hanno tradotto in forme coerenti nuove tecnologie per l'illuminazione.

«Avevano, insomma, un nuovo tema da interpretare, cioè qualche cosa da dire: in sostanza le applicazioni della lampada alogena».

«Ma se guardiamo invece al panorama delle sedie, per fare un altro campo, di niente di nuovo, perché forse di nuovo non ce n'era bisogno».

«I giovani, scoperta consumistica degli anni '60, sono oggi magari cambiati sotto certi aspetti, ma i giovani, come quelli che giovani non sono, si siedono e continueranno [illegible] in Occidente, a sedersi come sempre. Ora, perché bisognerebbe inventare una sedia nuova in rapporto ad un uso diverso che in realtà non esiste?»

«È evidente che se, per esempio, si cominciasse a mangiare, a lavorare accostati a piani alti trenta centimetri dal pavimento, la forma e la struttura delle sedie cambierebbero anche senza l'uso di tecnologie alternative».

«Diciamo, insomma, che la forma cambia naturalmente senza altri stimoli, se cambia lo "stile di vita" o se cambia la funzione cui il sedile era destinato.

«Lo stile di vita è rimasto uguale in questi dieci anni, e uguale è rimasto, permettetemi il termine ambiguo, lo "stile della sedia", intendendo come "stile della sedia" la sua corrispondenza formale allo "stile di vita". Salvo rare eccezioni: diamo un'occhiata indietro e vediamo Thonet e il suo faggio curvato, Aalto con i compensati curvi, Breuer e Mies con il tubo metallico, Bertoia con la maglia metallica e poi Eames e Saarinen, oppure, esempi semplici di casa nostra come le sedie da chiesa e le chiavarine, per arrivare alle sedie di Magistretti, stampate in monoblocco di plastica, e alla Plia, uno dei pochi esempi di produzione industriale nostrana che ha fornito al mercato, nel 1969, una sedia, risolta, a meno di L. 10.000».

Un mobile, una sedia in particolare, per essere venduto deve essere alla moda. Qual è il suo parere in proposito?

«Niente di più sbagliato, a mio avviso. La moda nel mobile non deve e non può esistere: la sua attualità è e deve essere data dal modo in cui è concepita e realizzata, in coerenza totale con le tecnologie del momento e in aderenza alla cultura del momento che si attraversa».

Che spazio c'è per il futuro del «forniture design»?

«La mia opinione è che per continuare a fare le variazioni sul "tema" non ci sia più assolutamente spazio anche perché il pubblico, che negli anni del boom economico si divertiva a cambiare gli arredi come fossero abiti, ha capito che la musica cambia e prende coscienza, magari con rammarico, certo non sempre con vera consapevolezza, che deve "usare" e non "consumare" rapidamente gli oggetti che si circondano».

E allora come vorrebbe concludere?

«Io credo che l'importante sia capire una cosa: che bisogna produrre meglio, cioè a costi più bassi e con qualità migliore, e produrre giusto, cioè cose che servono. La prima strada è difficile, perché spesso manca il prodotto "giusto" per avere il coraggio di tentare l'industrializzazione.

«Una strada che si potrebbe seguire è quella che i produttori non adottassero tra loro una politica concorrenziale, ma si organizzassero per ottenere una produzione specialistica, con il risultato dell'abbattimento dei costi e di un gran numero di pezzi».

«Questa politica consentirebbe inoltre, cosa molto importante a mio avviso, di uscire dall'equivoco italiano tra artigianato e produzione pseudo-industriale».

«Produrre giusto vuol dire oggi produrre per le collettività, vuol dire arrivare per primi in Italia a fare panchine, banchi di scuola, sedili per asili, attese di ospedali, di luoghi pubblici, di ospizi, case di riposo, colonie, a fare arredi per vecchi ed handicappati. È insomma tutto ciò che non c'è o di cui c'è troppo poco, e naturalmente fatto seriamente».

Da non perdere al Salone

Lo Stand Saporiti

La Saporiti Italia è decisamente un'azienda che al Salone merita una visita. Il grande Stand offre la bellissima serie dei tappeti di Missoni prodotti in esclusiva, veri e propri arazzi da collocare a parete come a pavimento. Nuovissimo il cassettone «a scala» disegnato da Offredi, l'architetto che ha anche firmato un nuovo letto ed un tavolo da gioco dalle gambe molto curiose. Sua è pure una sofisticata poltroncina. Poi i divani del Waldorf al componibile di Radeali che si rifà alle più interessanti produzioni della Saporiti. Splendide le pelli intrecciate, vera novità mondiale, e la nuova collezione di tessuti, sempre tra i più raffinati del mercato. Una collezione distribuita in tutto il mondo.

Il padiglione 2

Quest'anno il Due si è ampliato, rinnovando il clamoroso successo dell'anno scorso, ed accogliendo aziende di grande nome come la Proserpio, la Biesse, la Poliform. Nella parte inferiore queste aziende espongono novità più che interessanti, sempre nella cornice beige e gialla ravvivata dalle piante verdi. Caffè e spumante vengono offerti in omaggio dagli espositori di tutto il padiglione.

La Batuka

Batuka è il nome della nuovissima collezione firmata da Franco Menna per la Porro Industria Mobili. Originali i piani ottenuti con strati di essenze chiare e scure. Si tratta di pezzi componibili tutti in betulla, esposti al padiglione Due.

Il nuovo 40

Sull'onda di un generale rinnovamento anche il padiglione 40 ha subito una generale trasformazione. Le numerose aziende presenti, ne citiamo alcune come la Tisettanta, la Joint, la Misuraemme, la Sorgente dei Mobili, hanno quindi una cornice più interessante.

UN GRANDE TEMA DI OGGI

Disegnare una sedia

Pur essendo un oggetto privo di senso per centinaia di milioni di uomini, o addirittura sconosciuto, come in Giappone e in Medio Oriente sino ad un secolo fa, la sedia è un oggetto indispensabile per altre centinaia di milioni di uomini che invece «si siedono» da sempre, da migliaia di anni sempre allo stesso modo: un oggetto o un attrezzo straordinario che è forse il più difficile e affascinante da disegnare.

Molto più difficile da disegnare che un calcolatore elettronico o una complessa macchina utensile: paradossalmente si potrebbe dire che c'è molta più differenza tra una macchina da calcolo e una sedia che tra una sedia e una cattedrale. Infatti se le macchine arricchiscono di possibilità d'uso (prendere il caffè, ascoltare musica, calcolare più in fretta) un ambiente già definito in cui si situano, spetta proprio ai mobili dare valore e definizione all'ambiente, al comportamenti annessi, ai riti privati e pubblici: essi sono molto più che dei semplici supporti di corpi umani e cose, e il loro disegno ci coinvolge più profondamente alla radice della nostra sensibilità.

Conta anche molto il diverso «spessore culturale» attribuibile a macchine e mobili. Le macchine hanno una storia talvolta di millenni, e la loro immagine non ambiguamente dissociata in meccanismo e forma esteriore, per quanto soggetta a continui aggiornamenti stilistici, è assai più definita e persistente, profondamente connessa coi valori semantici che in essa si sono sedimentati.

La sedia in particolare, per il suo rapporto privilegiato col corpo umano di cui sembra aver assorbito la dignità, è uno tra gli arredi più profondamente radicati nella nostra memoria collettiva, millenaria.

Consapevole o non di tutto questo, per quasi vent'anni non ho mai avuto il coraggio di disegnare una se[illegible], finché mi sono convinto ch[illegible]una «nuova sedia» (e credo che queste «Cab» lo siano) non potesse essere disegnata che «come una sedia» semplicemente, come da sempre, con sedile, schienale e quattro gambe.

Un vestito integrale cucito in cuoio, è montato con quattro cerniere lampo su una leggera struttura d'acciaio, teso come una «pelle» sopra uno «scheletro», in un rapporto di simbiosi strutturale e organica.

Forse proprio in questa suggestione zoomorfica basata su un «capovolgimento» nell'uso e nei ruoli dei materiali, sta l'apporto innovativo di questa sedia, peraltro riferito a una immagine tipologica che vuole essere quella consueta.

Mario Bellini
architetto

FILOSOFIA DI UNA GRANDE AZIENDA

Necessità e attualità de «Il perché della forma»

Con la scelta di notevoli personalità creative, B & B Italia ha concretato, nel design dei suoi elementi, i caratteri formali e strutturali più umani, rifiutandone la semplice celebrazione estetica li ha tradotti in realtà con tecniche inedite sviluppate industrialmente, associando all'immagine la originalità tecnologica del pezzo.

Nascono così dei prodotti che, come il Coronado, riaffermano senza scadimenti la loro qualità nel tempo, sia nella componente tecnica che estetica e, resistendo ai travolgimenti delle mode che si succedono incessantemente nel mondo del design, assurgono al valore di «classici». Questa integrità dei caratteri in proiezione temporale, era stata intuita e garantita fino a divenire il simbolo «filosofico» aziendale: «B & B Italia, qualcosa che vale nel tempo». Se negli anni e nel succedersi dei diversi prodotti l'accento è stato di volta in volta posto sul confort delle grandi sedute, sulla raffinatezza delle forme, sulla complessità delle più avanzate sperimentazioni tecniche, il filo conduttore della B & B Italia è sempre rimasto la ricerca della validità nel tempo del design.

Attualmente l'azienda, dopo aver affinato un apparato produttivo d'avanguardia, orientato tecnicamente secondo le soluzioni costruttive delle singole collezioni (e quindi multiforme e notevolmente specializzato), sta sviluppando, prima nel settore, una ricerca sulla motivazione estetica delle sue creazioni: il «perché della forma». Questo antico interrogativo che in proiezione storica l'uomo si è posto per tentare di comprendere, tradurre ed assoggettare l'ambiente naturale che lo circonda ed i vari fenomeni ad esso correlati, diventa esigenza razionale quando egli stesso tenta la costruzione di una forma artificiale. Le motivazioni che generalmente si adducono sono fondamentalmente la funzione o la tecnologia di questa forma nascente; l'approfondimento che la B & B Italia sta realizzando è orientato verso dimensioni più difficili, recondite, non misurabili, che hanno manifestazioni in fenomeni ottici, in percezioni fuggevoli, in metamorfosi formali più ispirate alla verità matematica che biologica. Proprio nell'era in cui l'industria del settore impugna, prepotente, il binomio funzione-tecnologia, B & B Italia ricerca nel cosmo dell'intimo umano il perché della forma.

Il Coronado della B & B Italia, anno 1966.

Luciano Svegliado
Art Director

I NUOVI MOBILI KNOLL

Armonia di linee Rigore di volumi

La più recente creazione del grande architetto milanese

L'incarico della Knoll era di progettare un insieme di sedie, tavoli, poltrone che *non si potessero copiare*, allora, anche per questa ragione, l'idea di un profilato metallico complesso anche se disponibile a disporsi in forme semplici.

Il profilato è un fascio cilindrico formato da sei tubi di alluminio a sezione triangolare, esso si stacca compatto dal suolo spingendosi verso l'alto.

All'improvviso il fascio si divide, due tubi si buttano a destra, un altro corre perpendicolarmente staccandosi dai primi due, mentre gli ultimi tre proseguono verso l'alto. Anche questi si piegano curvandosi, e poi si piegano ancora ritrovando un altro fascio degli stessi tubi triangolari.

In questo dinamismo continuo si formano ogni momento delle figure alle quali possiamo dare un nome: gamba, sedile, schienale, bracciolo, traverso; e all'insieme di queste figure possiamo dare il nome di poltrona, sedia, tavolo.

Un lungo lavoro di progettazione, poi i modelli in legno per controllare la forma, la dimensione. Il lavoro dei tecnici, i controlli delle deformazioni, cinque anni di lavoro paziente con dubbi e entusiasmi, perplessità e modifiche, nuovi disegni. Ecco pronta la nuova serie dovuta al lavoro di molte persone, un lavoro sconosciuto che continua ancora nel perfezionamento della produzione.

Gae Aulenti
architetto