

Nel centro di Parigi, angolo Rue Royale e Place de la Madeleine, in una casa rimodernata all'epoca di Luigi Filippo, solai in legno abbastanza imputriditi, bianche decorazioni di gesso in facciata, veduta su uno degli "angoli" più famosi del mondo, si è insediato il centro stile di Cerruti 1881, antica fabbrica di lane, moderna industria di confezioni.

Il sito è grande, tre piani per circa 800 mq. complessivi, una cantina, un piano terreno, e un primo piano vecchia sede di un noto ristorante noto oltre che per le sue virtù gastronomiche anche per balletti non ortodossi.

Dopo un balletto particolarmente vivace pare sia stato chiuso.

Il problema era di creare un centro di vendita di prodotti di alta qualità, ma soprattutto di stabilire un'"image" chiaramente identificabile in una città regina di un tipico accademismo accettato e compiaciuto dove le "categorie" di espressione figurativa sono rigidamente catalogate ed invalicabili, come puntualmente avviene in ogni accademismo, che si rispetti e dove l'unica vera concessione al cosiddetto "moderno" viene data alla moda (quella che passa subito).

Il passaggio è semplice: o pompiere o Paco Rabanne o Luigi XV (falso) o i mobili di plastica gonfiata.

Significativa a questo proposito la mostra "spregiudicata" dell' "Art de vivre" ^(ott-nov. 67) trionfo del "moderno" avveniristico ed astronautico. Tutti sulla Luna sui desili gonfiabili oppure tutti a Parigi seduti su un Luigi qualsiasi (il numero non conta purchè sia ~~un~~ Luigi).

La vita cioè di una espressione figurativa semplicemente contemporanea è difficile, ostacolata com'è dagli accademici o dagli astronauti della poltrona.

In fondo lo scopo del disegno è di contribuire nella sua modesta aderenza alla realtà, alla formazione di un costume e di una civiltà contemporanea che si esprima in modo semplice e diretto, mai vistoso, e che a poco a poco entri nella vita di tutti attraverso gli oggetti, i mobili e crei quell'abitudine a vedere le cose per quello che sono senza mai voler istituire delle categorie; la nobile, la solenne, la popolare, la rustica. Il contrario dell'accademismo.

Si è tentato di far questo studiando il negozio di Rue Royale. I piani erano tre; tutti di vendita preziosa; quindi si è cercato di unirli in un volume solo ed almeno intuitivamente unitario.

Dei grandi buchi nei solai e lo sguardo di chi passa fuori e dentro il negozio è portato ad essere curioso, ad abbracciare tutto, ad indovinare contemporaneamente cosa c'è dietro quel pilastro tondo del sotterraneo e al fianco del parapetto scale al primo piano.

Essendo tre i piani dovevano essere uniti; da una scala ricavata nel meandro vincolato dalle strutture di gesso, di legno, di ferro che puntellano incredibilmente (come in tutte le vecchie case del centro di Parigi) l'edificio. Si è trovata la strada più agevole, al centro del negozio e la si è seguita con una scala forzatamente snodata e sinuosa. Qui le curve sono sembrate la strada più semplice e fluida per unire i tre piani. Ne è nata un po' una scultura (senza mia gran colpa) e, dato che è al centro, costituisce un po' il centro figurativo del negozio ma lo unisce piuttosto bene e contribuisce a realizzare quell'unità spa

ziale per conseguire la quale si è sprecato qualche (pochi) metro quadrato per creare i pozzi di visuale tra un piano e l'altro.

Al pian terreno si voleva far penetrare il più possibile verso il cuore del negozio il traffico di passaggio.

Si è creata una diagonale di passaggio una "scorciatoia" tra Place de la Madeleine e Rue Royale pavimentata come il marciapiede esistente, in pavé a cubetti di porfido.

La porta d'ingresso si apre così nel centro dello spazio di vendita. Nell'angolo interno dell'edificio, rimasto libero, si aprono, verso strada, due grandi vetrine e verso l'interno una vendita di fiori. I fiori splendidi e classici della Madeleine venduti tutte l'anno di fianze alla chiesa, verso Fauchon. Si è trovato uno dei fioristi della Madeleine felice di venir-li a vendere col suo grembiule blu ed un'eccezionale resistenza al freddo.

L'interesse è notevole perchè si è creato un altro punto di attrattiva con un articolo completamente diverso e sempre vivo, i fiori, che straripano un po' sulla Rue Royale e sulla Piazza.

Le vetrine, fatte in Italia, sono in profilato metallico smaltate nero a fuoco e contengono in due cassonetti, uno in basso ed uno in alto, due tende bianche di seta grezza che, come quelle dei finestrini del treno, si possono tirare verso il basso e verso l'alto e consentono così di modificare continuamente l'aspetto della vetrina; da completamente chiusa a tutta aperta a semichiusa. L'immagine verso l'esterno può così cambiare continuamente ed è stato questo uno dei concetti informativi di tutto l'arredamento del negozio; pochi nodi fissi e tutto il resto mutevole e mobile.

Passata la porta d'ingresso si è subito nel vivo dello spazio di vendita.

Pavimento in moquette marrone, pareti in intonaco bianco, soffitto bianco liscio in gesso, griglie di condizionamento sopra la vetrina, scala in muratura levigatissima in gesso verniciato a specchio in bianco lucido; i gradini sono coperti con una fascia continua della stessa moquette.

La vendita è articolata su diversi centri. Sono dei tavoloni quadrati di 1.60 x 1.60 di noce col piano nero, disegnati da me per Cassina. Attorno a questi tavoli sono variamente disposti, sempre un po' in disordine (come uno spogliatoio pieno di cose nuove buttate lì), i contenitori. Sono dei mobili di due altezze (soprabiti o vestiti), all'interno laccati neri (con cassette o ripiani togliabili) e all'esterno ricoperti in cuoio naturale bulgaro (tipo stivali). Sono su ruote e si possono spostare con un dito.

La disposizione può essere continuamente modificata, a seconda delle necessità espositive, con pochissima fatica. Possono essere portati da un piano all'altro sul montacarichi fatto a loro misura.

L'illuminazione generale è un po' da casa con lampade mie per Artemide.

Il tutto è un po' scuro (come volevo, malgrado le proteste di qualche venditore). Ogni tanto degli spot di luce concentrata per "drammatizzare" questo o quell'oggetto.

Ad ogni piano due o tre cabine di prova rivestite nella stessa pelle dei mobili e con le stesse lampade del resto del negozio.

Per sedersi attorno ai tavoloni di vendita o nelle cabine di prova degli sgabelli cavi disegnati per Cassina. L'anima è in un trafilato di plastica, il rivestimento, sulla leggera imbottitura, in pelle nera.