

NECESSITA' GENEALOGICHE

Luca Scacchetti

La nascita, la crescita e l'elaborazione conseguente di un linguaggio moderno ed europeo corrisponde in Italia al periodo compreso tra le due guerre mondiali.

Sono questi gli anni fondativi del "moderno" italiano e in essi affonda le radici lo sviluppo successivo del design italiano dal dopoguerra ad oggi.

Tali anni costituiscono quindi un patrimonio originale e originario di soluzioni formali, tipologiche e in gran parte anche tecnologiche a cui poter attingere e su cui poter compiere riflessioni. Gli anni '20, '30 e '40 in particolare rappresentano un luogo del progetto e del prodotto sia attraverso riedizioni fisiologiche, sia attraverso più libere interpretazioni o sia attraverso l'uso di spunti, suggerimenti, ricorrenze di dettagli e particolari ove ritrovare le certezze perse. Un luogo virtuale ove ridefinire una appartenenza che la confusione formalistica insieme alla gratuità e agli eccessi inventivi e creativi degli anni '70 e '80 hanno fatto perdere. Un luogo ove l'attuale produzione di mobili può ritrovare una propria genealogia e delle proprie ragioni etiche ed estetiche.

Per queste motivazioni, qui solo accennate, insieme alla più generale incertezza culturale ed economica odierna, legata ad un mercato divenuto sempre più imprevedibile, il periodo pre-bellico assume un senso preciso nel nostro fare di architetti e disegnatori di mobili e nel fare aziendale contemporaneo.

D'altro canto questo momento tardo manierista (come credo sia in gran parte quello attuale) anche se ora si accompagna ad una esigenza squisitamente odierna la voglia di durevolezza

del prodotto, sentita sempre più e in contrapposizione e contrasto con il diffuso consumo accelerato e con il ricambio continuo della merce e delle tipologie d'acquisto.

La durevolezza sia estetica - forme ed eleganze già fissate nel tempo e nella storia del moderno e quindi nel gusto del moderno collettivo e più diffuso - che qualitativa - resistenza dei materiali e delle tecnologie usate - diviene oggi l'elemento vero di concorrenza aziendale. La garanzia di una scelta certa, durevole appunto, e al limite trasmissibile ad eredi, diviene un elemento fondamentale della riconoscibilità aziendale e produttiva. A ciò tendono le aziende, per lo meno le più sensibili e qualificate, con sempre maggior peso.

Antesignana in questa tendenza e nel rimettere continuamente in gioco le origini del moderno - e in sostanza le proprie - è Poltrona Frau. L'azienda torentina è in un certo senso modello ed esempio di questo continuo rapporto tra gli esordi novecenteschi e il tempo attuale, attraverso un incessante lavoro di autoriedizioni insieme alla promozione del nuovo. Lo scheletro dello sviluppo stesso del design italiano, dalle partenze novecentesche e pseudo-razionaliste alle riletture e scomposizioni contemporanee, è parte inseparabile e ossatura stessa dell'azienda.

L'attenzione agli arredi dell'EUR, all'opera di Ulrich, di Minnucci e di tutto un periodo è quindi non occasionale, ma strutturale e corrispondente alla filosofia stessa aziendale.

La storia del moderno sembra coincidere con il sistema arterioso stesso che percorre sotto la "pelle" il corpo aziendale di Frau.