Il Sole 24 ORE

IMPRESA & TERRITORI

Lunedì • 15 Aprile 2013 • Aggiornato alle 11:14

Rapporto Industria del Design

Il designer Mario Bellini: «La settimana magica che trasforma Milano»

di Giulia Crivelli Cronologia articolo 9 aprile 2013

Mario Bellini (Olycom)

Una vetrina per tutti: designer, architetti, aziende e, in fondo, per Milano e per il nostro Paese nel suo complesso e per quello che ha rappresentato e continua a rappresentare per la cultura e l'industria del design e dell'arredamento. Per Mario Bellini il Salone del Mobile e le infinite iniziative del Fuorisalone con le quali la città lo avvolge «sono un momento magico che rende Milano un luogo magico». Bellini di Saloni ne ha visti e vissuti tanti, perché fin da giovanissimo si è felicemente dedicato a ogni tipo di progetti, dai grandi edifici agli oggetti di uso quotidiano. Basti ricordare che nel 1962, a soli tre anni dalla laurea, disegnò un tavolo che gli valse il primo di otto Compassi d'oro e che oggi definisce «un tavolo minimalista che non sapeva di essere minimalista, perché la parola non era ancora stata inventata».

Al Salone di quest'anno sarà presente con un progetto creato per Discipline, il marchio lanciato da Renato Preti nel 2012: «Abbiamo pensato a un imbottito componibile, dove i vari pezzi sono tenuti insieme da potenti magneti. Lo abbiamo battezzato Mag-It e ci abbiamo lavorato fino all'ultimo... a tratti, nei giorni scorsi, ho pensato che non ce l'avremmo fatta a presentarlo nei giorni del Salone – racconta Bellini divertito –. Ma questa è una delle cose che colpisce i designer stranieri che lavorano con le aziende italiane: ciò che sembra impossibile alla fine si realizza. Credo non esista un singolo progettista o architetto che non trovi eccezionale la capacità di adattamento e flessibilità delle nostre aziende. È un misto di passione, professionalità, coraggio e spirito imprenditoriale che rende il sistema del design-arredo del nostro Paese unico al mondo».

Secondo Mario Bellini la settimana del design è anche l'occasione per accendere i riflettori sulle istituzioni della città impegnate nella promozione della cultura del design, Triennale in primis. «So di molti buyer stranieri e di responsabili di showroom in Paesi emergenti che conoscono e visitano questo originalissimo museo milanese. Credo sia importante per supportare le già ottime performance dell'export di mobili e complementi made in Italy verso i Paesi emergenti, perché è importante far conoscere la storia del design, far capire quante rivoluzionarie idee siano nate in Italia. Non è per dare lezioni o per pavoneggiarci – precisa Bellini –. I clienti di questi nuovi mercati sono affamati di informazioni e affascinati dalla storia e dalla tradizione, è giusto cercare di raccontargliela nel migliore dei modi, esaustivo e allo stesso tempo divertente».

La Triennale continuerà a farlo: nella sesta edizione della serie Triennale Design Museum andrà in scena il design italiano degli anni 60 e 70, curata dall'architetto Pierluigi Nicolin. A Bellini è stato riservato un posto d'onore: «Lo spazio è un cubo di 3 metri per 3 in cui ho scelto di parlare di Cassina, un marchio che ha fatto la storia dell'arredamento italiano e al quale proprio la Triennale, nel 2008, dedicò la mostra Made in Cassina. Ho scelto di inserire nel cubo alcune sedie LC2 e LC3 dipinte di bianco, una variante che non esiste in catalogo, e di tappezzare il cubo di specchi. Vorrei trasmettere il fascino di due oggetti disegnati nel 1928 ma che il suo ideatore, Le Corbusier, non vide mai prendere forma, perché morì prima che Cassina, dopo aver acquistato i diritti per produrli, li realizzasse.

Eppure la LC2 e la LC3 sono tra i più grandi successi di design della storia, le vediamo nella case e nei musei e negli showroom di stilisti di ogni generazione. Le poltroncine di Le Corbusier sono tra i migliori simboli della capacità che le aziende italiane hanno di sviluppare progetti di grandi talenti internazionali. Ma danno anche l'idea dell'universalità del linguaggio del design e della sua longevità. Certo, non tutti gli anni può nascere una LC2, però sono sicuro che il rapporto tra aziende italiane di eccellenza e creativi provenienti da tutto il mondo continuerà a dare frutti eccezionali. Frutti di cui il Salone continuerà a essere vetrina d'elezione».