

# MODO

154

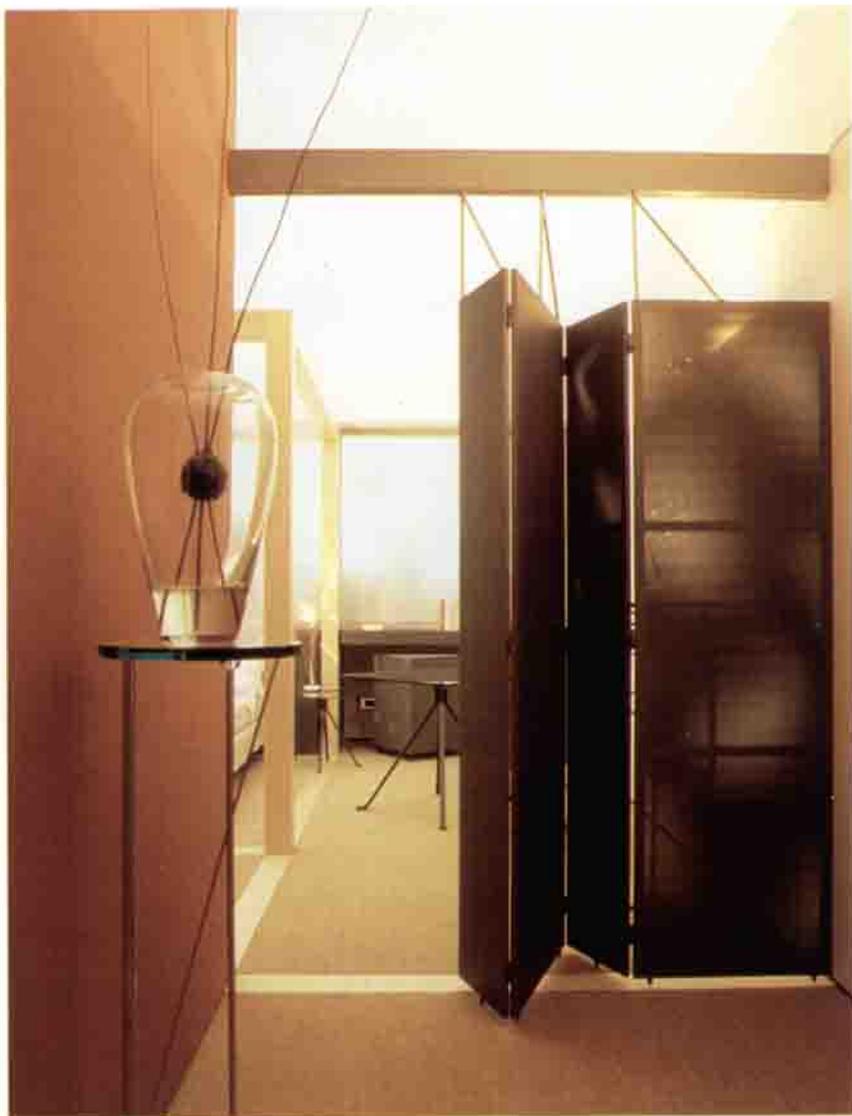
**ARREDO URBANO: PROBLEMI E PROSPETTIVE  
PROPOSTE PER IL NUOVO LAVORO  
LE DUE RUOTE: ESEMPI E COMMENTI**

**STREET FURNITURE: PROBLEMS AND PROSPECTS  
IDEAS FOR A NEW WORKPLACE  
TWO WHEELS: EXAMPLES AND COMMENTS**

# Progettare il bene comune

Attorno al business del contract ferve il dibattito tra aziende,  
progettisti e acquirenti. Unico assente: il pubblico

*di Virginio Briatore*



■ A partire dal 1990 si parla molto di contract. E' un buon segno: c'è di nuovo attenzione per il bene comune, per la collettività.

C'è bisogno di trovare nuovi sbocchi ai prodotti di arredamento, adesso che la casa è saturata o forse semplicemente interessa meno. La gente, soprattutto nelle città, come ha rivelato Giulio Cappellini durante un convegno a Genova, («Il design per la qualità degli ambienti collettivi», Technotel, Fiera di Genova, 13-17 novembre 1993) anziché comprare ancora mobili per case sempre più piccole, preferisce uscire, regalarsi una stagione di concerti o un inverno al sole.

La conoscenza delle cifre è il punto di partenza per una breve riflessione. I dati che sono ufficiali, fissati al dicembre 1991, forniti da Eurostat che ha sede in Lussemburgo e riferiti ai 12 membri CEE. Hotel e pensioni: 156.991; camere: 3.071.754 (esclusi Belgio, Olanda e Gran Bretagna); letti: 7.018.212; ristoranti e caffè/ristoranti: 377.144; bar: 398.807 (dagli ultimi due dati mancano Danimarca, Irlanda e Gran Bretagna). Osservando il trend del

mercato nel 1989-91 si nota una leggera flessione nel numero di hotel (segno che molte delle strutture antiche o trascurate sono destinate all'estinzione?), ma complessivamente il trend è stato positivo con incrementi vistosi nel settore della ristorazione (più 44%). Poiché il ritmo di rinnovo di quest'ultimo è più rapido (la media europea è di 5 anni) che in quello dell'hôtellerie, si dovrà guardare a esso come a un mercato in espansione. Nel comparto dell'hôtellerie e della ristorazione qui esaminato, l'Italia è ai primi posti: è terza per gli alberghi (35.000), seconda come numero di ristoranti (90.000) e prima per i bar (150.000).

E inoltre ci sono i musei, i negozi, le scuole, le mense, gli istituti religiosi, i mille luoghi di attesa e di transito e persino le navi prepotentemente tornate sulla cresta dell'onda, ultimo rimedio prescritto a chi ha paura di star solo.

Non sono quindi i numeri a far difetto. Mancano le idee.

Nei primi 15 giorni di novembre, per dar modo alle idee di venire a galla, sono state organizzate a Milano e a

Genova due rassegne espositive. (Per la situazione fieristica italiana varrebbe la pena di varare una nuova legge di Murphy: «Se pensi di andare a una fiera, non preoccuparti. Ce ne saranno due. Sullo stesso tema, quasi concomitanti, in luoghi tra loro non lontani». Eimu e Smau, Intermarmomach e Marmomacchine, Hotelproject e Technotel...).

All'Hotelproject di Milano ci è sembrata più forte la presenza delle aziende impegnate nella produzione di arredi mentre a Genova era forse più stimolante l'offerta legata all'impiantistica e alle tecnologie. In entrambe le manifestazioni grande spazio è stato dedicato alle mostre e ai convegni; un segnale tangibile della volontà di accrescere la «cultura del contract» e di stabilire un canale permanente di comunicazione tra le parti interessate. Comunicare è l'imperativo primario di un comparto nel quale i protagonisti sono abituati a agire separatamente. Sul mercato nazionale è scarsamente presente la figura di «garante» che all'estero è nota come general contracting, ovvero una struttura in grado di gestire un progetto globale di costruzione: a partire dall'analisi dei flussi, dei dimensionamenti, delle variabili legate al territorio, per passare poi alla messa in opera della base edile fino al completamento degli arredi interni. In Italia permangono tre poli distinti, portatori di interessi disgiunti: le aziende produttrici di arredi (alcune delle quali si sono organizzate per fornire un servizio di preselezione fornitori e sub-contractor, riassumibile nella formula «chiavi in mano», finalizzato però solo sugli ambienti esterni e eventualmente sull'impiantistica); i progettisti, interpellati sia dalle aziende che dai committenti; gli albergatori. Ci è quindi sembrato utile l'incontro-scontro e lo scambio di informazioni tra queste tre categorie di imprenditori, ma una volta definiti i ruoli, le responsabilità, le competenze, la ritrovata parvenza di onestà, bisogna collegare l'economia all'etica. Al di là delle mille definizioni tentate su cosa voglia dire la parola contract, su chi lo fa veramente e chi lo fa solo a parole, se non sia meglio dire «contracting», ecc., è opportuno individuare un concetto base: il contract è un progetto comune. Nessuno dei tre protagonisti

*A sinistra, Cabina navale di Pier Luigi Cerri realizzata da B & B Italia Marine. Negli ultimi tre anni l'azienda di Novedrate ha acquisito 215 miliardi di commesse nel settore navale. A destra, particolare della stanza Driade disegnata da Antonia Astori.*

## Idee Contract

Si è inaugurato a Londra nell'ottobre 1993, The Conran Shop Contracts, il primo spazio espositivo dedicato interamente a arredi e prodotti per gli ambienti collettivi.

Il grande show room è situato nell'edificio disegnato da Michael Hopkins, al 22 di Shad Thames (tel. 071-357 7703), non a caso a due passi dal Museo del design.

La catena dei Conran Shop, per lanciare il segmento contract, ha scelto una politica commerciale mista.

Alcuni prodotti sono disegnati per il Conran in esclusiva da aziende internazionali, tra cui l'unica italiana citata è la Kleis produttrice di maniglie. Altri arredi sono esposti in «dealership» con importanti aziende tra cui le italiane Arflex, B&B, Bieffeplast e Kartell.

Il tutto con un servizio che comprende le diverse professionalità e manualità necessarie a realizzare un ambiente ufficio, di hôtellerie, di ristorazione o di travel terminal.

Attraverso un approccio, definito «soft contracts», che tiene conto delle «sensazioni, delle esigenze e del portafoglio» dei clienti.

Si è costituito a Milano il centro Restaurant Design, per iniziativa degli architetti Massimo Mussapi e Marco D'Auria, in

*segue nell'ultima colonna*

può pensare di risolvere la problematica basandosi unicamente sulle proprie conoscenze. Tra i partecipanti al progetto contract non sono previsti vincitori immediati. L'unico vincitore è il pubblico giudicante. Non solo quelli che sceglieranno di dormire nell'albergo, ma anche chi ci lavora, la gente che abita di fronte, vicino, chi ci passerà davanti. In breve, si tratta di passare da una mentalità di tipo tennistico, nel quale il gioco funziona solo se ci sono un vincitore e uno sconfitto, a un'etica del tipo tennis da spiaggia (o volano, o tamburello...) dove il gioco continua e ha senso solo se i due partecipanti sono in grado di protrarre lo scambio.

Elementare?

Molto più sofisticate e impegnative erano le premesse delle mostre tenutesi alle due manifestazioni di Milano e Genova, nelle quali è stato possibile cogliere giuste indicazioni, geniali intuizioni e anche antiche superficialità e consueti egocentrismi.

A esempio a Milano si è parlato di «ecologia nell'ospitare» dove finalmente si sensibilizza il comparto turistico-alberghiero sull'opportunità,



dalla fase di costruzione a quella della gestione ordinaria, di utilizzare e consumare prodotti con caratteristiche ecologiche, al fine di promuovere un'ospitalità non aggressiva. Quanto dovremo aspettare per allargare la riflessione all'ecologia nei rapporti umani? Dove è importante non solo che gli scarichi dell'albergo non «aggreghino» il torrente, ma anche che l'esotica popolazione limitrofa non abbia la fame nello stomaco e l'ira nel cuore.

Così come è importante che l'albergo sia in grado di «...allacciare e mantenere rapporti con altri elementi di accoglienza che vanno a completare il sistema turistico di un dato territorio, i musei, le gallerie, le esposizioni, i centri finanziari e commerciali, i beni ambientali e naturalistici», come suggerisce l'idea di «Forum Hotel». Ma non riusciamo a capire perché l'interessante albergo polivalente: casa, ufficio, luogo di svago, debba essere racchiuso nel concetto «Boutique Hotel». Una visione parziale che andava bene nella Saint Tropez degli anni Sessanta o nella crassa provincia europea degli anni Ottanta dove sono

fiorite le «boutique della carne» e le «boutique dell'autoradio».

La Fiera di Genova invece è stata letteralmente nobilitata dalla mostra «Il design per la qualità degli ambienti collettivi: dall'albergo alla nave» e dai due convegni «Il museo» e «Lo spazio di vendita» organizzati dalla rivista Interni. Anzi si può tranquillamente dire che a parte il mare e la mostra non c'era nient'altro che allettasse lo sguardo. Certo l'accordo tra la Fiera di Genova e la rivista Interni ha un po' innervosito le altre testate di settore e molti addetti ai lavori, ma è la stessa rivista a spiegare che cosa sia la nuova holding editoriale Elemond: «Case editrici autonome che però nel contempo possono contare su tutte le opportunità e le integrazioni a livello di servizi che logica e dimensioni complessive consentono». Quindi chi ha più «potere contract» del gruppo del Cavalier Silvio?

Comunque le 14 stanze da letto allestite per illustrare gli interni possibili, dall'albergo alla nave, sono state il luogo manifesto dello stupore, della ricerca e anche di ciò che si è saputo disegnare e realizzare. Infatti accanto



alle nuove proposte, spesso emblematiche o addirittura enigmatiche (tipo la stanza di Ugo La Pietra), pensate da famosi progettisti in abbinamento con altrettante aziende, sono stati presentati alcuni progetti effettivamente in funzione. Tali sono la camera realizzata da Ceccotti per Motel Forte Agip, disegnata da Roberto Lazzeroni, o quella di Franco Passarello per il Complesso polifunzionale I.C.B.S., con annesso albergo gestito da Compagnia Jolly Hotel che si sta ultimando a Mosca, o ancora la cabina della nave Costa Romantica progettata da Pierluigi Cerri e realizzata da B&B Marine. Altrettanto stimolanti sono risultati i convegni del museo e del punto vendita, grazie in particolare a chi ha cercato non solo di rileggere l'esistente, ma anche di perlustrare nuove strade. In realtà al Technotel l'interesse non è incentrato solo sull'arredo contract, si sposta piuttosto attorno alla galassia delle tecnologie, dell'impiantistica, delle attrezzature, delle forniture per la ristorazione, per il catering e il banqueting. Basti pensare che i suddetti convegni si sono tenuti in una saletta alla presenza

di una sessantina di persone mentre quello dedicato all'igiene e alla sanità negli alberghi si è svolto nella sala congressi, di fronte a più di mille operatori.

In conclusione si può affermare che in Italia non mancano né i prodotti d'arredo né gli alberghi, urge piuttosto una rivisitazione di quello che si vuole offrire. A esempio non si è vista traccia (se non in un piccolo incontro genovese dedicato all'albergo economico) di un progetto di ospitalità, simpatico, amichevole e a basso costo, per tutti coloro che desiderano semplicemente viaggiare e esistere, senza doversi sentire dei consumatori consumati. Luoghi di scambio e aggregazione per far sì che la gente, in particolare i giovani «...si interessino di nuovo alla città, escano dalle case dove stanno piantati davanti alla tv». (Philippe Starck). Agli imprenditori italiani chiediamo che dopo la tragedia delle Aree Industriali e il flop dei Poli Informatici non ci illudano ora con i Parchi Tecnologici. Il turismo e la nazione italiana possono trarre «profitto» da un nostro divenire un grande Parco Emozionale: d'arte, sto-

## Idee Contract

collaborazione con designer e esperti della ristorazione.

Un'iniziativa finalizzata essenzialmente allo sviluppo del design nel settore della ristorazione e al suo riconoscimento come ambito specializzato della progettazione.

Per questa attività di ricerca e sperimentazione è stata avviata una collaborazione con l'Istituto superiore di architettura e design di Milano, che per primo in Italia ha inserito nel programma di Interior design un corso di progettazione per la ristorazione.

È stato inoltre attivato presso il centro DA, Disegnare Architettura, sempre a Milano, un laboratorio di progettazione della luce per questi specifici ambienti, a cui partecipano architetti, designer e studenti del Politecnico. Per informazioni tel. 02-55013101.

È stato presentato al Technotel un nuovo sistema sonoro intelligente che focalizza il suono solo dov'è necessario. Il Sound Ceiling permette di installare delle piste da ballo in alberghi e ristoranti senza creare conflitti con quanti prediligono la tranquillità.

Prodotto dall'azienda svedese JBN il sistema si basa su una struttura a tetto sonoro, posta esattamente sopra la pista da ballo, in grado di assorbire e ridurre la propagazione del suono in uno spazio limitato.

L'indirizzo della in Svezia è il seguente: JBN Sound Ceiling tel + 44 (0) 660 767 70.

ria, natura, loisir, gastronomia, ecc. Il decreto Ronchey è un primo passo in questa direzione. ■

*In occasione della sua trentesima edizione Technotel di Genova in collaborazione con la rivista Interni ha organizzato la mostra «Il design per la qualità degli ambienti collettivi: dall'albergo alla nave». La mostra, ideata da Gilda Bojardi e Rudi von Vedel e allestita da Atelier Mendini, ha proposto una serie di arredi per stanze di alberghi e cabine di navi, realizzati da aziende leader, messi in scena da: Pier Luigi Cerri, Jasper Morrison, Roberto Lazzeroni, Studio Spadolini, Antonia Astori, Aldo Cibic, Studio Elle, Ugo La Pietra, Franco Passarello, Massimo Morozzi, Paola Navone, Luca Scacchetti, Laboratorio Associati, Denis Santachiara.*

*A sinistra, la proposta per il bagno di Roberto Lazzeroni prodotta da Ceccotti IHD.*

*A destra, la camera d'albergo disegnata da Benedetta Spadolini, realizzata da Consonni CTC.*

■ Dal 1983 il Municipio di Parigi mette in scena un incontro tra la meraviglia e la generosità. Da un lato un luogo del mondo cristiano ( le Ande, la Provenza, Napoli, Madrid, Cracovia ...) viene incaricato di rappresentare il Natale, dall'altro il ricavato viene devoluto in favore di bambini che non sono nati sotto a una buona stella. Nella piazza dell'Hotel de Ville quest'anno, per celebrare degnamente il decennale del Presepio a Parigi, è stato allestito il Grande Presepio di Venezia, che gli organizzatori Paul e Odile Chaland hanno affidato alla bottega veneziana Mondonovo, ovvero alle barbe salaci di Giorgio Spiller e Guerrino Lovato.

Nei trenta giorni a cavallo delle feste, dalle dieci della mattina alle dieci della sera, oltre 150.000 persone sono entrate, 650 alla volta, sotto al tendone e hanno pagato 30 franchi per assistere alla magia teatrale di questa Natività «à la façon de Venise».

Un «teatrino ambulante» che ha richiesto dodici mesi di lavoro, tre TIR per trasportarlo, 800 milioni di budget, due sponsor francesi (Radio Tele Luxembourg e CIT-Evasion) e uno italiano ( Reggiani Illuminazione, che oltre al presepio ha illuminato anche il tendone riscaldato e le due mostre connesse): per 20 metri di lunghezza, 5 metri di profondità, oltre 4 metri di altezza, tre piattaforme rotanti, 250 personaggi, 20 automi, barche e gondole che si muovono nella laguna mentre i cherubini si alzano in volo nel cielo carico di nuvole...

Giorgio Spiller, già famoso per i suoi costumi satirici e per le sue battaglie in favore del sacro spirito del Carnevale, scenografo e «uomo di cantiere» come lui stesso si definisce, ha curato il progetto globale del presepio-teatro. Rifacendosi ai dipinti di Gentile Bellini, Carpaccio, Canaletto e Guardi, ha fedelmente riprodotto i modelli architettonici della Venezia medioevale, rinascimentale e barocca; ha ricostruito le prospettive, i rilievi, le profondità, ha smontato e ricomposto in scala le complessità e le dinamiche della città reale.

Guerrino Lovato, acuto conoscitore e narratore di storia dell'arte sacra, ha ricostruito i colori delle scene, le sculture e i personaggi (le cui taglie oscillano dai 10 ai 70 cm). Ispirandosi a Tiepolo, allo Zompini, ai disegni di Grevembroch ha citato puntualmente le immagini della storia dell'arte veneziana, riservandosi il piacere di inventare per la Natività un nuovo tipo di immagine tra Sansovino e Bisanzio.

Giovanni Traversari, architetto laurea-



## LA FESTA DEGLI ULTIMI NATI

Il Presepio di Venezia a Parigi:  
architetture, automi, musiche e luci di un sogno infinito

di Virginio Briatore

tosì con una tesi sugli automi e studio di automatismi antichi, è il «genio leonardesco» di quest'opera. Lui ha progettato e costruito gli automi, continuando il primordiale delirio umano che da Icaro agli automi meccanici rinascimentali della Torre dell'orologio di piazza S. Marco fino a Blade Runner tenta di replicare con la tecnica i movimenti del corpo.

Traversari ha realizzato con marchin-gegni meccanici, elettromeccanici e con un innovativo albero a camme oleopneumatico vari e sofisticati sistemi che permettono «la vita automati-

ca della creature».

Gianni Carluccio, esperto delle luci nei teatri d'opera, ha diretto la sistemazione dei punti luce che hanno reso vivaci e forti sia i piccoli dettagli sia il vasto insieme di questa incantata atmosfera artificiale. Per far ciò ha utilizzato gli strumenti e il sapere di Reggiani Illuminazione, impiegando 700 lampade, con diverse fonti luminose che hanno reso giustizia alle architetture e alle cromie progettate dai creatori.

Lo scrittore Alvise Zorzi, cantore e studioso permanente di Venezia, ha



zia è una meravigliosa fatica filologica. Tutto è stato costruito in legno e cartapesta, senza l'utilizzo di alcun manufatto plastico o poliuretano. Un vero lavoro di mani, oltretutto di testa. Il successo che il pubblico di tutto il mondo, qui come a Parigi, ha decretato allo spettacolo è la gioia più grande e ci permette di sorridere alle spalle di tutti quegli intellettuali che di fronte all'arte popolare storcono la bocca.

Questa storia sacra è diventata spettacolo secondo lo stile della commedia dell'arte: un palco, un fondale e degli attori in primo piano e Venezia come soggetto e sfondo. La città l'abbiamo ricomposta dentro una scatola fantastica, un casotto mobile, sacro e profano, che viaggia per il mondo a annunciare l'Avvento. Un antico «mondo nuovo», con cui specialmente un bambino o un sognatore sanno convivere.

Facciamo rivivere quattro secoli di storia veneziana, dal Medioevo al Barocco, in un unico presente. L'acqua della laguna, che fluisce dentro la storia, è l'elemento di unione tra ieri e oggi. Sono rimasto stupito di come all'interno di una scenografia totale (che comprende la strada e il carnevale, i mercanti e i loro guadagni, il potere con le sue cortigiane), il pubblico alla fine non perda di vista il sentimento religioso della rappresentazione. Anche se qui la Natività è rielaborata da una raffigurazione tiepolesca, ambientata in un burcio (barca da lavoro della laguna veneta, ndr), in un Medioevo bizantino, tra tappeti e cammelli, tra ficcapali e maestri d'ascia, la gente segue con commozione la venuta del Dio bambino. In tutta la scena le luci sono fondamentali e sono uno dei segreti dell'emozione scusciata: vera e propria lanterna magica, meraviglia della terra vista dall'acqua, tutte le finestre illuminate che aspettano il marinaio al ritorno dal mare. Luce che non è né giorno né notte, ma tutto il tempo, perché a Venezia non c'è un tempo determinato bensì il tempo totale, dove tutto si mescola, si compenetra, si sovrappone, si ricicla. Nel Presepio umano e divino, ospitato nella città senza natura, non esiste il tempo reale. Come Venezia, città sognata, vive nel sogno di tutte le genti anche la nostra versione del Natale, «storia delle storie», è un sogno. Un sogno infinito di 12 minuti. ■

Foto Elio Montanari

scritto il testo dello spettacolo, letto e recitato dalla voce inconfondibile di Marcello Mastroianni. Paolo Cattelan ha scelto per le musiche le composizioni di Gianfrancesco Malipiero, tra cui alcuni spartiti inediti, mentre Fulvio Roiter ha fotografato e pubblicizzato questa «Crèche de Venise».

L'elenco dei partecipanti continua con vari decoratori, sarti, pittori, falegnami e finisce di fronte al viso stupefatto del pubblico, anche di quei 15.000 fortunati che, per gentile concessione di Chirac e per intelligente iniziativa del CNA di Venezia, nella seconda

metà di novembre hanno potuto vedere in anteprima il Presepio alla scuola Grande di S. Rocco.

A Giorgio Spiller abbiamo chiesto di narrarci in sintesi l'epopea di questo progetto, segno tangibile di collaborazione tra un'amministrazione, un pool di imprenditori, i cittadini elettori e i visitatori. Ecologico (nel senso Batesoniano del termine) profitto di ognuno, che infine consentirà pure di costruire una scuola in una bidonville del Cairo.

«Realizzare 20 metri di scenografia coerente sulla storia e la vita di Vene-

*A sinistra, particolare di un meccanismo di automazione inventato da Gianni Traversari.*

*In alto, Ponte di Rialto.*

*In basso, il Presepio di Spiller e Lovato (bottega Mondonovo).*

## PRODOTTO

■ «Durante l'alluvione del 1966 a Firenze, i nostri mobili, esposti nei negozi del centro, s'impregnarono talmente d'acqua che quando infine li riportarono in azienda, a Seveso, sgocciolavano ancora. Mio padre mi racconta che fu sufficiente tenerli in un magazzino ventilato per dare tempo al legno di asciugarsi e poi non ci fu neanche bisogno di riverniciarli: una spazzolata vigorosa, alcuni ritocchi alle rifiniture e i mobili ritornarono nelle stesse vetrine del Lung'Arno! Oggi i materiali di partenza sono diversi, comuni a tutti i mobili, e in una situazione analoga i prodotti sarebbero danneggiati irreparabilmente. In compenso si produce più velocemente, il pubblico dispone di un assortimento vastissimo e anche i prezzi, in proporzione, sono inferiori».

Chi parla è Sergio Meroni, titolare di Maisa, un'azienda di produzione di mobili che la stessa famiglia gestisce da quattro generazioni a Seveso, in Brianza.

Pur essendo Maisa un marchio affermato da tempo, io personalmente non lo conoscevo; mi è «apparso» quest'anno, quando mi sono trovato nella condizione di «mettere su casa» e ho iniziato a guardare i prodotti coll'occhio nervoso del consumatore.

Che importanza e che energia dedicare al progetto-casa? Quanto tempo? Quanto denaro? La risposta è un cocktail soggettivo di gusto, risorse, etica, valori.

Libero per una volta dall'asetticità ambigua dell'osservatore neutrale, ho istintivamente stilato alcune regole d'acquisto, allineate colle indicazioni di comportamento provenienti da alcune vaste nicchie presenti nei mercati più evoluti: consumismo virtuoso, deconsumazione, consumerismo meno politico e più soft.

1. Non avere fretta.

2. Fissare un budget di circa 2 milioni per ogni singolo pezzo (tavolo, divano, letto, credenzina, petite armoire, ecc.), fatta eccezione per l'inevitabile super-blocco cucina.

3. Fare sì che il mobile sia tale anche di fatto, quindi misure e meccanismi utili a poterlo smontare e trasportare in una comune station wagon e in un ascensore, senza dover chiamare la Gondrand, possibilmente dotato di ruote per spostarlo da un luogo all'altro della casa, senza essere King Kong.

4. Cercare di scegliere dei pezzi che pur non essendo multimediali siano almeno multistanza. Ovvero dei componenti di arredo che non abbiano stampata addosso l'etichetta: «per la zona giorno», «da usarsi solo in came-

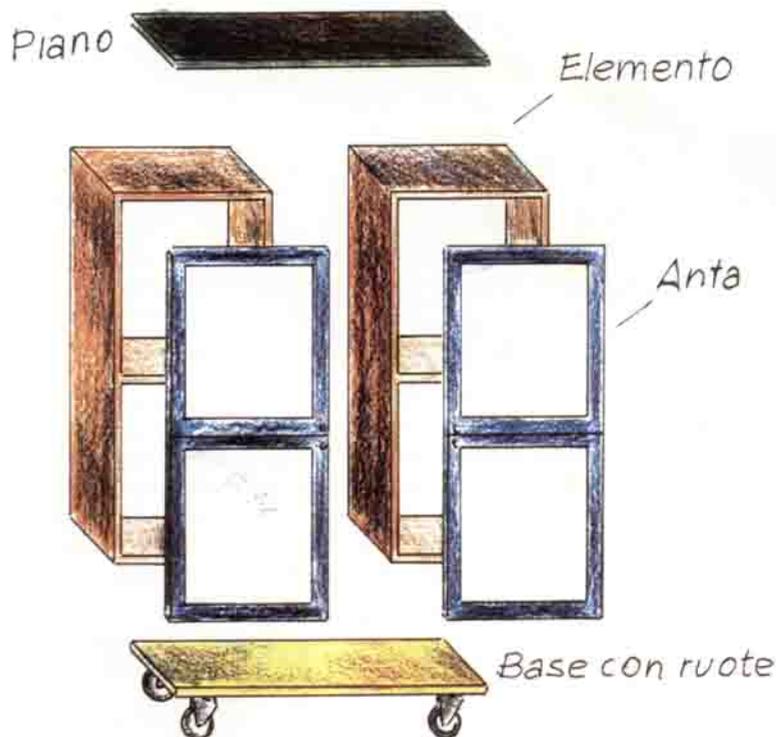


## Una mobile geometria

La collezione Be-Bop di Maisa

risponde alle esigenze arredative di tutti gli ambienti della casa

di Virginio Briatore



ra da letto», ecc...

5. Sincerarsi che i prodotti non siano costruiti con legni esotici provenienti da specie arboree in estinzione.

La collezione Be-Bop di Maisa mi è sembrata da subito rispondente a questa personale, ma diffusa, interpretazione del vivere e dell'abitare.

Un mobile semplice, multiuso, colorato o naturale, quasi normale, costruito in Italia, bene.

L'essere costruito in Italia fa parte di una riflessione nata in coda al fenomeno IKEA: un servizio eccellente, veloce, «fai da te»; una qualità e un'estetica non sempre entusiasmanti, ma



a un costo davvero contenuto, grazie al fatto che quasi tutto viene prodotto in Polonia e in altri paesi dove è possibile pagare poco gli operai.

I mobili Maisa si inseriscono invece nella tradizione progettuale e produttiva italiana. In particolare questa azienda è abituata a lavorare per sistemi progressivi che partendo da elementi minimi componibili generano arredi articolati, come le armadiature del programma Shopping o i contenitori fissi e su ruote delle collezioni Sciarada e Be-Pop. Mobili che procedono per aggiustamenti continui, senza la frenesia delle rincorse formali, destinati a una lunga e non chissosa permanenza, che è un altro dei fattori disingnanti oggi sempre più richiesti.

Be-Bop è un programma di mobili componibili, a giorno, ante o cassetti, che poggiano su basi con ruote. Queste sono lunghe da 45 a 180 cm e profonde 30, 45, 60 cm. La profondità definisce subito l'idea: libreria, credenza/cassettiera, armadio. Gli elementi contenitori componibili, che hanno le stesse profondità, sono alti da 45 a 180 cm e larghi 45, 60 e 90 cm. Ante e cassetti sono lisci o a telaio, con pannello in legno, in midollino, laccato, in cristallo trasparente, sabbato o specchiato. I materiali ordinari sono il laccato in 27 colori, il frassino tinto miele e il noce nazionale. Una geometria essenziale, di scatola primaria, che con 4 ruotine pivotanti e una mezza dozzina di cassetti, variamente disposti, risolve velocemente milioni di problemi: in bagno, in ufficio, in camera da letto, in cucina e persino nell'ingresso (se uno ce l'ha). Stabilito che la personalità del contenitore non è così orgogliosa da impedirgli di ospitare indifferentemente un libro, una camicia o i pelati, anche l'umanità dell'abitante, nel lungo periodo, ne trae giovamento.

Per questa finzione contenuta, per la varietà delle funzioni, per la mobilità, per gli spigoli chiari non barocchi, per la durata e il prezzo ragionevoli (una composizione di 6 ante/cassetti, L.135 x H.151 x P.45, costa circa 2.200.000 lire), i mobili Be-Pop sembrano essere in sintonia con buona parte del pubblico urbano che oggi in Italia si trova a affrontare il «primo impianto» casa. ■

*Nelle immagini, alcuni degli elementi costitutivi della serie Be Bop prodotta da Maisa, tutti componibili e dotati di ruote: la cassettiera indifferentemente per zona notte o zona giorno, l'armadio alto con cassettiera e una serie di pezzi.*