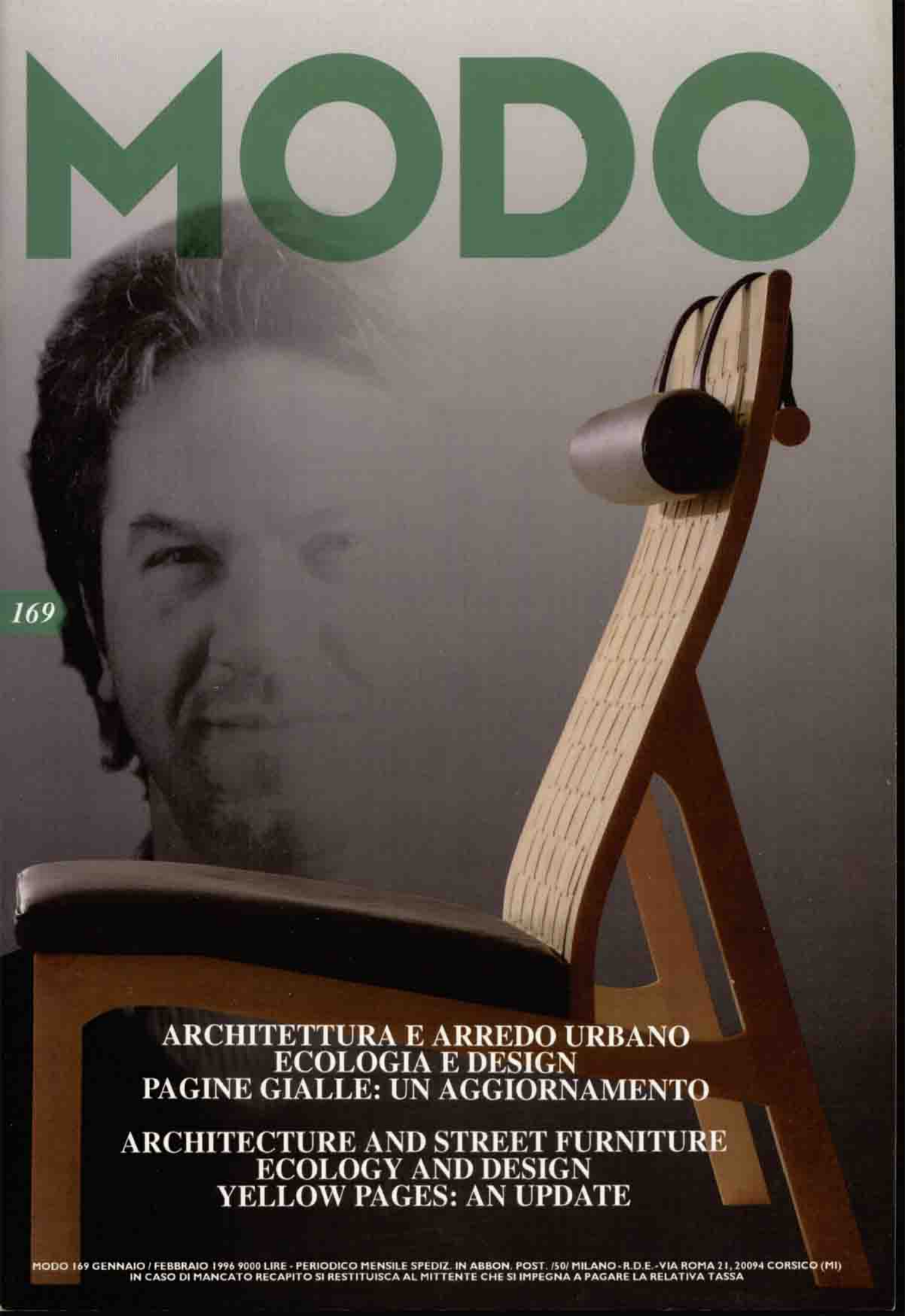
MODO

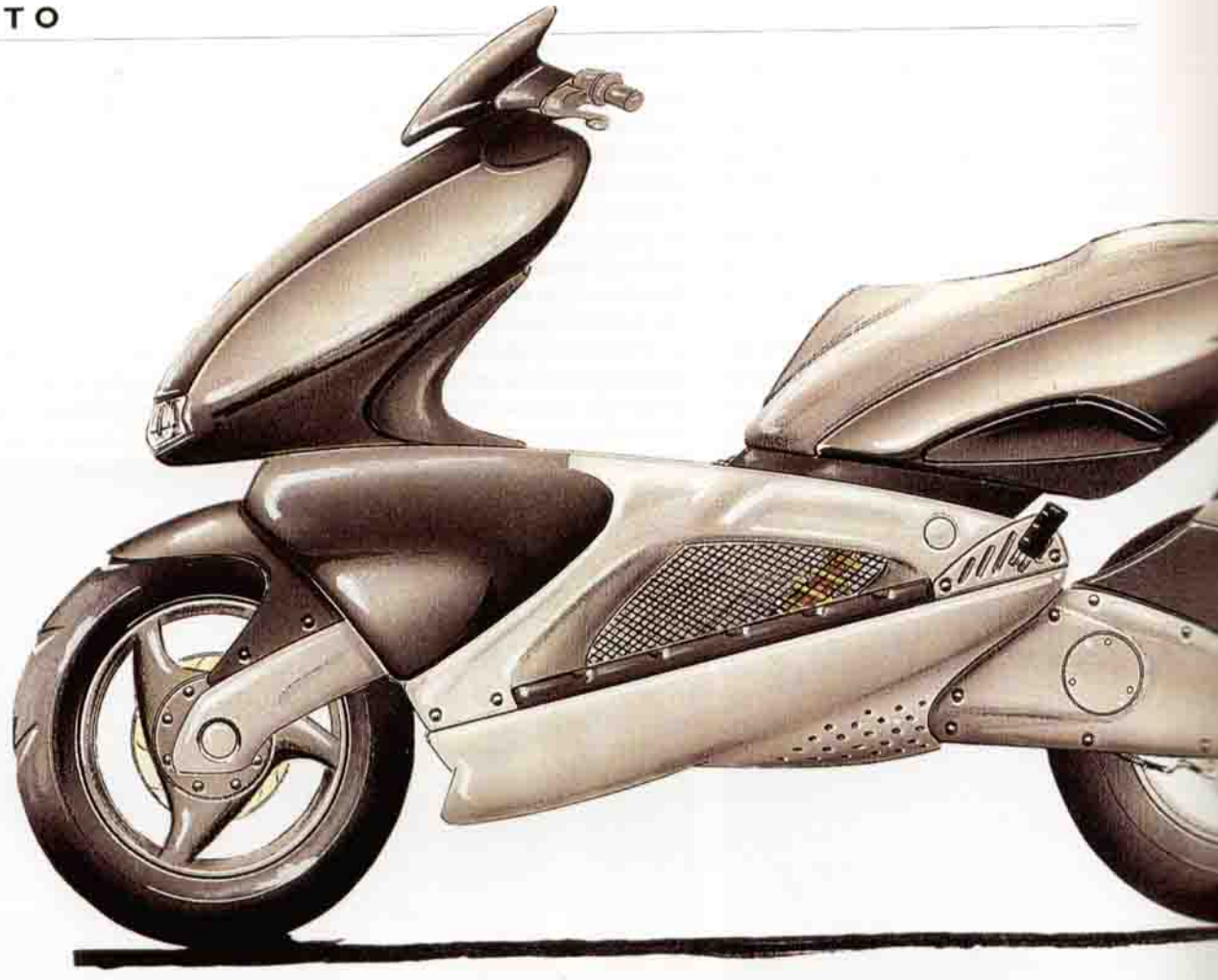


169

ARCHITETTURA E ARREDO URBANO
ECOLOGIA E DESIGN
PAGINE GIALLE: UN AGGIORNAMENTO

ARCHITECTURE AND STREET FURNITURE
ECOLOGY AND DESIGN
YELLOW PAGES: AN UPDATE

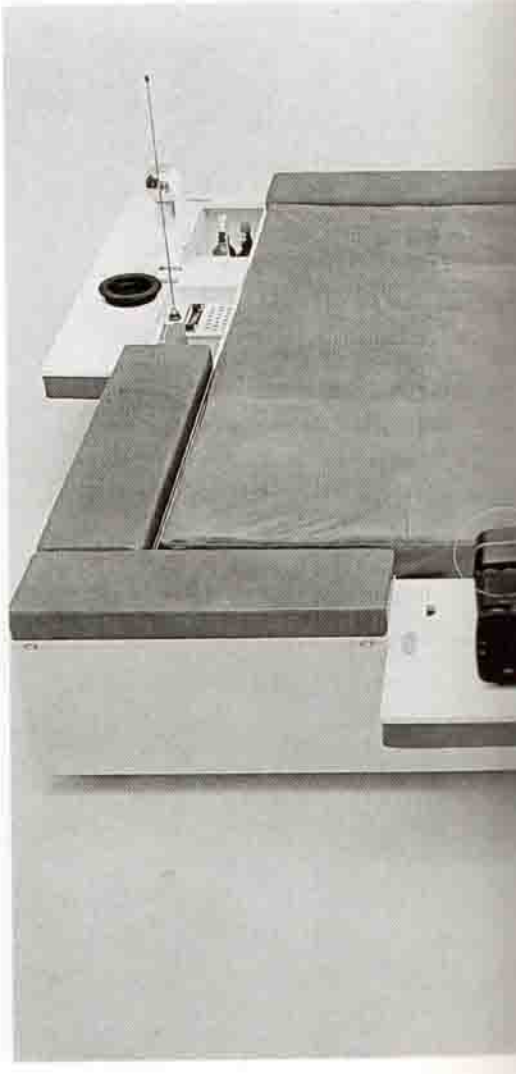
MODO 169 GENNAIO / FEBBRAIO 1996 9000 LIRE - PERIODICO MENSILE SPEDIZ. IN ABBON. POST. /50/ MILANO - R.D.E. - VIA ROMA 21, 20094 CORSICO (MI)
IN CASO DI MANCATO RECAPITO SI RESTITUISCA AL MITTENTE CHE SI IMPEGNA A PAGARE LA RELATIVA TASSA



L'età delle nuove idee

Luciano Bertoncini ha una trentennale carriera di designer alle spalle: oggi progetta per aziende italiane e straniere

di Virginio Briatore



■ Tutto cambia. Luciano Bertoncini dopo vent'anni nei quali aveva sfoggiato una fertile e irreprensibile collezione di papillon, ha rinunciato a questo look da cerimonia trasgressiva e sotto la sua chioma d'argento oggi indossa abiti più severi. È ancora l'abito a fare il monaco? Diciamo che girare nudi è tuttora sconsigliato, quindi bisogna vestirsi e ogni vestito è una parola nel linguaggio della comunicazione umana.

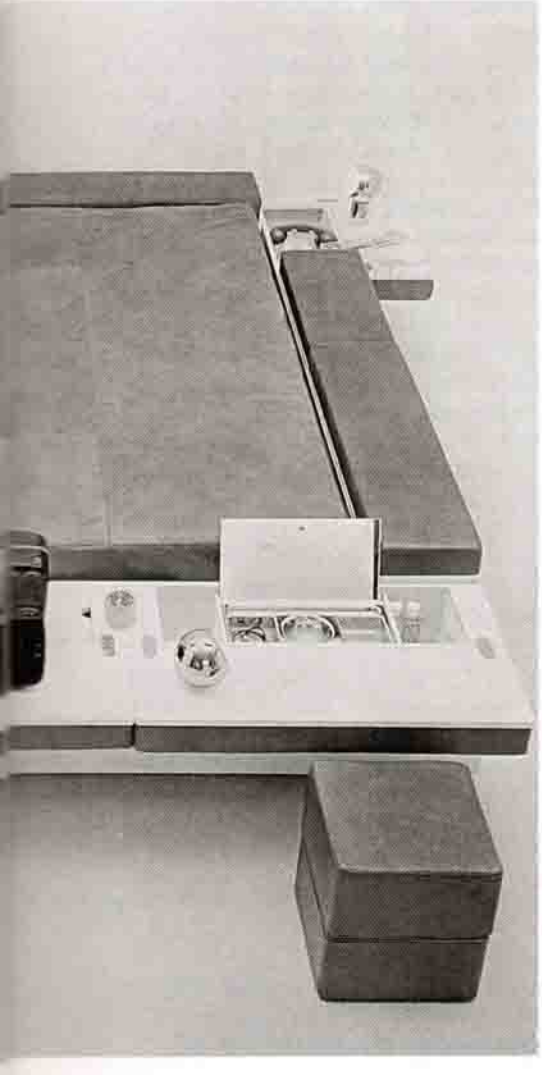
Col suo look preciso, inossidabile e riconoscibile, Luciano Bertoncini comunica l'appartenenza al mondo della creatività rigorosa e perenne.

Noi rendiamo omaggio ai suoi trentacinque anni di progetto, alla sua figura di protagonista nello scenario che il Financial Times ha definito «il luogo oggi economicamente più ruggente d'Europa»: il Veneto.

Perché se attualmente lo Studio Bertoncini disegna mobili per il grande produttore francese Roches Bobois, per il gruppo d'aquisto tedesco Wekà o progetta gli stand italiani della Porsche, il suo successo si è sviluppato nel territorio veneto e in particolare con due aziende: Bellato e Aprilia, come lui stesso ci racconta.

Bertoncini. Ho iniziato con la prima azienda veneta di mobili moderni: la Mobilindex, nel 1960. Per chi non c'era è arduo immaginarsi che tipo di mobili si producessero allora: dal Luigi XVI alla baita. Di valido ricordo solo Gavina e Poltronova.

Il mio primo pezzo riconoscibile è la Gronda, un attaccapanni in plastica dise-



gnato per Fiarm (l'azienda fondata da Arturo Bellato) che si produceva a 10.000 pezzi all'anno. Questo pezzo piacque a Joe Colombo che era stato chiamato alla direzione artistica di Elco, la seconda azienda di Arturo Bellato, nata per fare il design d'avanguardia: grafica di Bob Noorda, designer quali Rodolfo Bonetto, Cini Boeri, Giotto Stoppino, Giorgio De Ferrari».

D. Quindi Joe Colombo è stato importante per te?

Bertoncini. Sì, lui è il mio maestro. Purtroppo è morto proprio mentre stavamo preparando la sua Total Furnishing Unit per la mostra «Italy: The New Domestic Landscape», tenutasi nel 1971 al Museo d'arte moderna di New York.

Nel 1975, dopo la crisi petrolifera, è nata la Bellato: non più lavorazione delle materie plastiche quindi, ma legno e suoi derivati.

Lo stesso anno ho curato lo stand delle Biciclette Aprilia alla Fiera di Milano; negli anni seguenti abbiamo disegnato il primo ciclomotore Aprilia: il Partner: un motociclo di 50 cc, pensato sulla scia del famoso Ciao della Piaggio.

D. Però non vi occupate della grafica Aprilia, che è curata dallo Studio Giacometti...

Bertoncini. Si, sono stato io a chiamare Giacometti nel 1977, per «colorare» la prima 125 da strada.

D. Quante moto hai disegnato?

Bertoncini. Una diecina. È un lavoro complesso e per trovare il modello giusto facciamo circa 20 tentativi. Lo scooter Rally, 50 cc, è il nostro ultimo progetto e in 12 mesi ha già superato le 30.000 unità. Constato però che Aprilia, come altre industrie di grande impatto tecnico non valorizzi al meglio la componente legata al design.

Nel recente servizio di Panorama sul boom Triveneto si citano 10 elementi di successo, ma non compare la voce capacità di progetto. Eppure bisognerebbe urlarlo: uno dei motivi per cui tute, scarponi, biciclette, occhiali, motoseghe, si vendono è perché ci sono dei bravi designer che li hanno progettati bene. Io penso che nelle motivazioni d'acquisto d'uno scooter, oltre all'alesaggio e ai freni a disco, ci sia anzitutto il fattore estetico: Mi piace! Ovvero: ha una bella linea, una bella veste grafica. Lo dimostra il successo della Vespa Bajaj che importiamo dall'India.

In effetti le aziende più legate ad aspetti fortemente tecnologici sono più lente nel recepire l'appeal del design, ma io penso che ci arriveranno, così come ci sono arrivate le aziende che producono i termosifoni.

Ma il «progetto Aprilia» per noi comporta anche gli stand (ne abbiamo disegnati di 3000 metri quadri), i negozi, i supporti per le insegne e per gli altri elementi di grafica coordinata. Inoltre ho progettato gli uffici e anche uno degli stabilimenti di produzione.

D. Ti occupi anche di architettura quindi?

Bertoncini. Sì, ma non è primaria. Progettiamo mediamente una casa all'anno, in genere per gli amici; e poi, io non sono un architetto: ho iniziato subito a lavorare...

D. Parlaci ancora del tuo rapporto con Bellato che nelle varie gestioni non si è mai interrotto.

Bertoncini. Posso dire che per 15 anni ho disegnato quasi tutti i prodotti dell'azienda.

Abbiamo avuto dei successi importanti come il letto Onda che ha venduto 9.000 copie o il sistema Telaio che è in produzione da 10 anni; ma abbiamo preso anche delle cantonate memorabili, come il progetto Ego, una linea minimalista, giovane, economica... che abbiamo finito col regalare. Il letto Onda è stato copiatissimo; un giorno io e Mino Bellato (figlio di Arturo e attuale proprietario di Bellato e di Pallucco n.d.r.) siamo andati alla Fiera di Padova e abbiamo visto una copia identica del nostro letto. Il produttore da noi interrogato ci ha risposto francamente dicendoci: «C'è chi arriva prima e chi dopo...». C'è stata una causa e un accordo finale nel quale il copiatore ha pagato alcune pagine di pubblicità della Bellato.

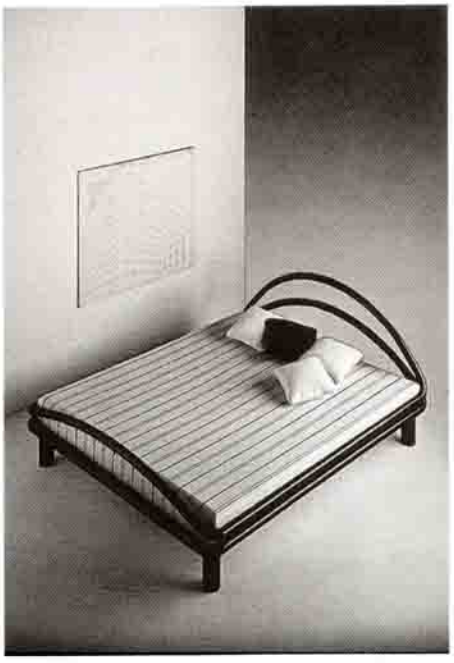
D. Cos'è cambiato in trent'anni?

Bertoncini. L'omologazione, direbbe Pasolini, delle aziende venete a quelle lombarde.

Diciamo che le aziende venete del mobile oggi ripropongono i prodotti lombardi realizzandoli con tecnologie più evolute e a minor prezzo. Riescono a farlo per due motivi: non hanno spese per la ricerca, in

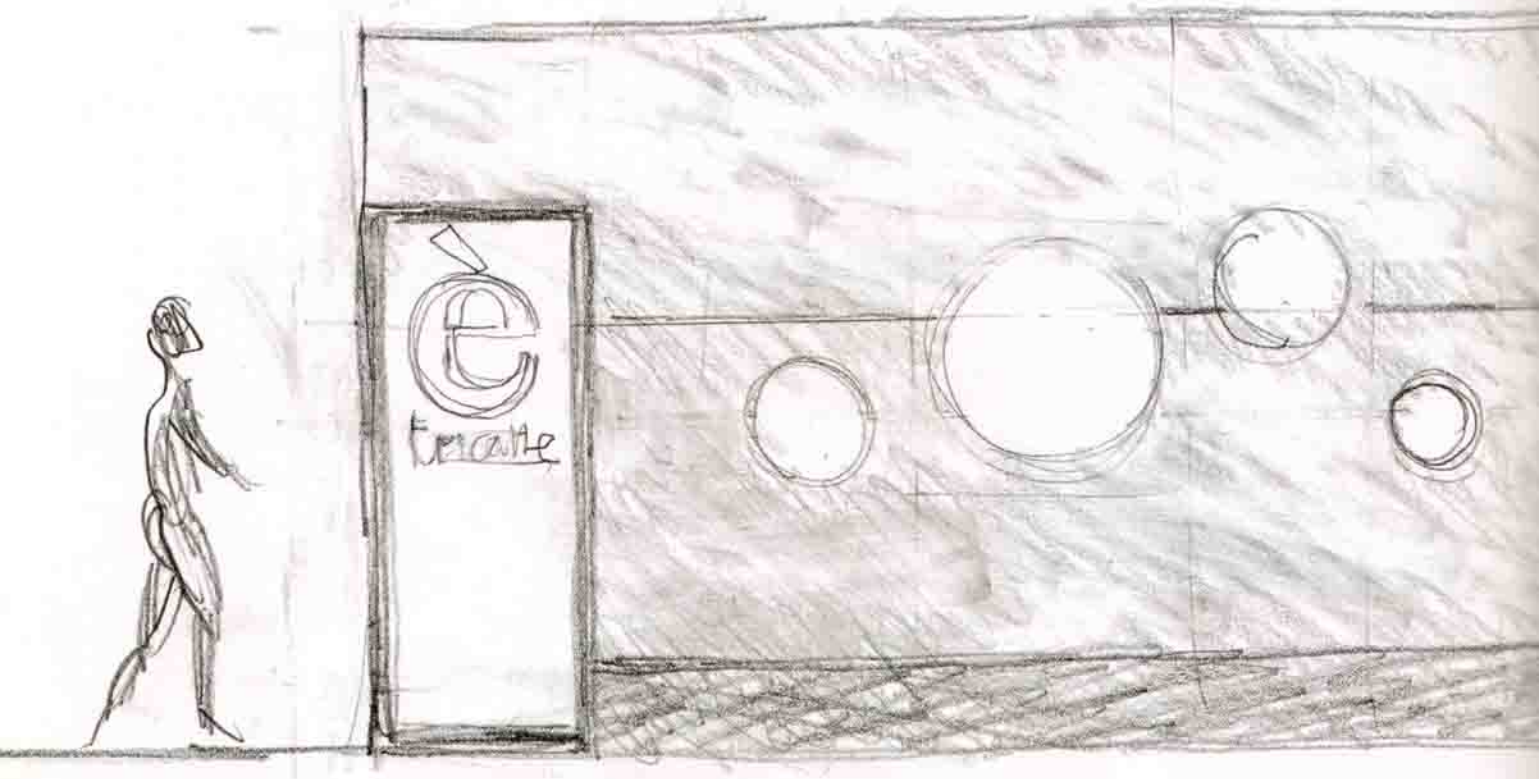
In alto a sinistra, la proposta per un nuovo scooter Aprilia, 1995.
In basso, il letto zattera prodotto da Cifra mobili, 1968: questo progetto è stato disegnato da Luciano Bertoncini in collaborazione con V. Rossi. In alto a destra, lo scooter Rally Aprilia, 1994.

quanto fanno quello che già funziona; approfittano della crescente confusione e massificazione del pubblico e utilizzano materiali a costi inferiori.
Faccio un esempio: la libreria Telaio alle mie spalle ha un sistema di laccatura a più passaggi. Ma quanti sono in grado di distinguere e apprezzare un vero laccato da un rivestimento in carta melaminica che costa un terzo? Per cui le aziende di marca soffrono di due svantaggi: la diminuita disponibilità del pubblico a spendere e la conseguente centralità del prezzo. I produttori d'avanguardia dovranno fare prodotti a basso costo e a immagine sufficientemente alta; il progetto base forse sarà trovare un modo per fare il design di qualità con tecnologie competitive sul prezzo.
È cio che abbiamo cercato di fare quest'anno in Bellato con la libreria California, in alluminio estruso. Il divario torna a essere l'idea, importante più che mai, perché per competere bisogna togliere: non è più possibile mascherare. Un esempio è il tavolo Less di Jean Nouvel: nessuno lo può semplificare.
D. Dopo tanto lavoro non ti viene voglia di fare qualche bella passeggiata oltre i confini del progetto? Qual è la molla che ancora ti spinge?
Bertoncini. Ieri, all'aeroporto di Francoforte ho avuto l'illuminazione. Mi sono detto: sei abbastanza vecchio per avere un'idea nuova.
Rincorrere l'idea per me è più interessante di una bella passeggiata e infatti, intanto che aspettavo il mio volo, notavo che tutti i cestini portarifiuti sono divisi in quattro scomparti differenziati. Queste nuove frontiere ecologiche saranno da stimolo sia alle aziende che ai designer. Già oggi i prodotti che realizziamo per Wekà devono utilizzare solo vernici all'acqua, imballo minimo e riciclabile, ecc., così sto pensando di realizzare prodotti con i bordi protetti e con nuovi materiali in modo da ridurre gli imballi.
È una nuova sfida progettuale che si va delineando, la stessa che stiamo affrontando in Aprilia: non è ancora possibile realizzare lo scooter elettrico, ma la via è tracciata.
D. Tu fai parte dei soci fondatori di AD Veneto, l'associazione che riunisce i designer della regione. Trovi che ci sia qualcosa che accomuna i designer veneti?
Bertoncini. Oltre ai fattori culturali legati al territorio penso che dal punto di vista pratico ci sia forse in comune, in particolare nel mobile, la difficoltà a lavorare con aziende di livello.
D. Solita domanda: cosa consiglieresti a un giovane debuttante designer? Forse di scegliere un altro mestiere?
Bertoncini. Io sono stato molto fortunato e penso che fare il designer sia ancora meraviglioso. Però oggi è più difficile perché il design è pericoloso: non c'è più margine d'errore possibile. L'ambiente



del mobile è terrorizzante come quelo dell'automobile: se sbagli affondi. All'interno delle aziende c'è il terrore di sbagliare per cui il giovane designer ha difficoltà a entrare. Dopo Sottsass, Memphis e Alchimia, c'erano migliaia di giovani attratti dal design ma i più si sono persi per strada perchè le aziende, molte delle quali copiano o si ripetono fra loro, danno meno spazio. Ai giovani consiglio di farsi un bel tirocinio presso uno studio di progettazione. Fare un pezzo per un'azienda non serve a niente; non si impara. Invece, attraverso uno studio si entra più facilmente nelle aziende. Un esempio? Molti giovani che hanno lavorato da Antonio Citterio oggi hanno i loro rapporti autonomi con le aziende seguite dallo studio.
D. Il tuo studio come funziona?
Bertoncini. Noi lavoriamo in quattro e nel presentare i nostri progetti seguiamo uno schema semplice che mi pare anche esaustivo: Storia, Rivisitazioni, Esistente, Nuovo Prodotto, Produzione Industriale, Marketing, Logistica.
Nello studio ormai circondato dalla notte, tutti sono andati a casa e con la sera arriva l'«ombra»: il conviviale bicchiere di vino che in Veneto è l'alfa e l'omega del buon vivere. Non vedo grandi tecnologie; chiedo: E i computer dove li tenete?
Bertoncini. In cantina! Avevamo installato un sistema di progettazione CAD, ma non facciamo cucine, piastrelle o condomini in cui serve combinare tonnellate di moduli. I colori e le varianti preferiamo eseguirle a mano.
C'è un ragazzo bravissimo nel rendering, così quando clienti e amici, stupefatti dalla ricchezza espressiva del progetto mi chiedono: «che programma usi?», io immancabilmente rispondo: «programma Mario». ■

In alto, il letto Onda disegnato da Luciano Bertoncini per Bellato, 1980. In basso, la libreria California ancora per Bellato, disegnata nel 1994.



My beautiful café

Nel progetto dei negozi Cafeteria,
Afra e Tobia Scarpa ridanno al caffè il ruolo da protagonista

di Virginio Briatore

■ Nell'Italia meno finta che ci siamo lasciati alle spalle c'erano, e in alcuni luoghi ancora esistono sempre più rarefatti e vetusti, i bar-torrefazione: ovvero reami del caffè che dapprima degustato in bollente tazzina veniva poi acquistato, addirittura in grani, nelle sue svariate provenienze e proprietà. Poi quei bar sono diventati snack, paninoteche o altro ancora e il caffè è stato relegato dietro a un'elettrodomestico espresso, tra chips, cokes e gomme, tutte americane.

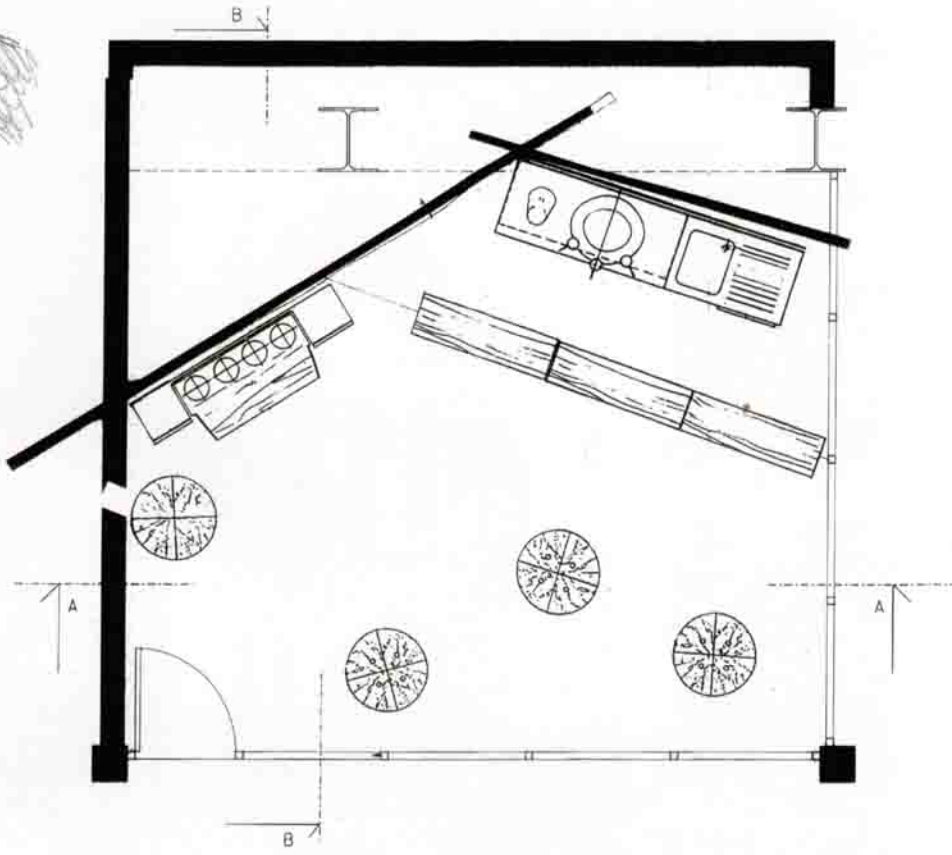
Afra e Tobia Scarpa hanno progettato dei luoghi, nominati Cafeteria nei quali il caffè torna a essere protagonista, sia nel momento della degustazione che nell'opportunità di scelta e di acquisto.

Cafeteria è una catena di piccoli negozi che partendo dalla provincia italiana e dalla radicata tradizione di un buon caffè si vuole diffondere in Italia e nel mondo. Gli spazi in genere non superano i 60 metri quadri, sono organizzati con tanti tavolini per un consumo e una chiacchiera veloce e l'immagine centrale è data dai grandi cilindri di vetro trasparente con milioni di chicchi in bella vista che vengono macinati all'istante.

L'idea nasce da un'intuizione di Giancarlo Aneri, storico promotore del prodotto di qualità legato alla cultura alimentare italiana (dallo spumante Ferrari all'olio di oliva, all'acqua Surgiva, ecc.) che, in società con la 21 Investimenti della Benetton e con i fratelli Lunelli, ha rilevato l'antica torrefazione Trinci di Serravalle Pistoiese e ha costituito il nuovo marchio «È Tricaffè» (grafica del marchio a cura di Giorgio Galli).

Il design della Cafeteria, eseguito dalla società veneta Contract, risponde ad alcuni principi guida ed è orientato ad accogliere in futuro anche piccole famiglie di prodotti legati da affinità, come gli stessi Afra e Tobia Scarpa ci hanno illustrato: «Il tentativo etico del progetto è quello di ricostruire un rapporto chiaro tra il caffè e le persone. Non c'è finzione, non ci sono barriere: si beve e si compra caffè.

La parola chiave è «togliere»: sparisce il famoso bancone, che nasconde il disordine e dietro al quale trovano posto elementi di varia natura; il prodotto è immediatamente riconoscibile e il rapporto con il cliente è diretto e trasparente. Dovrebbe quindi essere più semplice riconquistare anche un rapporto umano tra chi entra nel bar e chi direttamente gli «prepara qualcosa». L'esperimento è in corso e i primi risultati, a Sassuolo e Ancona sono molto incoraggianti; è probabile che accanto alla riscoperta di una precisa cultura del caffè si possano abbinare sapori e culture in sintonia, come la cioccolata o il gelato, in modo da allargare la ragione di servizio».



Per diffondere l'idea del caffè da bere e da comperare «fresco» sono inoltre stati pensati degli spazi minimi, cosiddetti corner, da inserire in contesti di grande tradizione come il Salumaio di via Montenapoleone a Milano, il Dò Forni a Venezia e il Caffè Greco a Roma.
Com'è nella tradizione della loro lunga e felice avventura progettuale anche per questo lavoro Afra e Tobia Scarpa hanno curato l'insieme e i dettagli: l'architettura fronte strada così come gli interni. Appositamente disegnati quindi i tavolini con base di ghisa fusa e piano di marmo industriale, le sedie di legno impilabili prodotte da Meritalia, i pannelli in truciolato antiumido e antincendio che, come fogli in un gioco di carte, definiscono gli spazi e laddove serve possono essere rivestiti in marmo oppure essere ricoperti con uno speciale intonachino anch'esso messo a punto in «casa Scarpa». Dettagli quasi infiniti che emergono in una sequenza cinematografica, dal campo lungo al primo piano, mentre davanti agli occhi passano gli studi per le tazze... che non devono essere le bombate tazzine per il classico espresso «ristretto e perforante» all'italiana né i recipienti usa e getta del brodoso caffè all'americana, ma: « Una giusta misura, una porcellana elegante e sottile che sappia però resistere all'uso intenso di un luogo pubblico... non è facile».

Ultime frasi che scorrono e che ci invitano ad alcune riflessioni. La maggior parte dei grandi progettisti hanno alle loro dipendenze stuoli di giovani che inventano, disegnano e sviluppano i dettagli dato che i progettisti stessi sono in gran parte assorbiti (o costretti?) nell'inseguire il business di cantiere in cantiere, di azienda in azienda, di pranzo in cena, ecc. Non avendo nessuna intenzione di competere sullo scenario intercontinentale e neppure lobbies da difendere, gli architetti Afra Bianchin e Tobia Scarpa hanno scelto di non avere strutture e disegnano personalmente tutti i passaggi (per la Cafeteria abbiamo scorso almeno un centinaio di schizzi, studi e prove), assistiti da una sola creatura gentile e paziente: una straordinaria ordinatrice giapponese.
Così pur non sapendo quante attività abbiano in corso capiamo, nel breve volgere di un calice del novello Corbulino rosso di loro produzione, che la risistemazione della biblioteca privata di Carlo Scarpa è a buon punto (con realizzazione di una speciale libreria da parete a parete, i cui ripiani tengono «a spinta», senza montanti, senza fori...); che ABA, la barca a vela da loro disegnata, è rientrata a Venezia da Rodi in soli tre giorni di navigazione; che anche il secondo lotto della cittadella tecnologica Benetton a Castrette di Villorba di cui sono progettisti è già in funzione (in meno di 2 anni sono stati pensati, progettati, realizzati, due stabilimenti industriali a struttura strallata, ciascuno di 40.000 metri quadri, dotati di illuminazione e microclima computerizzati in tempo reale a seconda delle condizioni atmosferiche, integrati con cablaggi in fibra ottica agli altri stabilimenti operativi nell'area) e che invece il restauro della loggia trecentesca a Treviso procede piuttosto lentamente. Parole e progetti in ordine sparso, come pare vada il mondo. Così un buon augurio ci sembra la notizia che la prossima Cafeteria aprirà a Zagabria nel febbraio 1996, laddove un anno fa ancora piovevano missili. ■

Nella foto in alto a sinistra, il progetto della Cafeteria di Afra e Tobia Scarpa, particolare dell'ingresso. In alto a destra, la pianta della Cafeteria di cui sono possibili numerose varianti. In basso, la tazzina definita dai progettisti «una giusta misura, una porcellana elegante e sottile che sappia resistere all'uso intenso di un luogo pubblico».

Verso una nuova ecologia della mente

Incontro con Wolfgang Sachs

sulla fine dello sviluppo, sulla diminuzione dei consumi in favore di una nuova dignità del vivere

di Virginio Briatore

D. Nei tuoi libri e in particolare in «Global Ecology: A New Arena of Political Conflict» hai dimostrato come il ciclo che si aprì con il discorso di insediamento di Harry Truman del 1949, nel quale venne coniata per l'emisfero Sud la definizione di «area sottosviluppata» si sia ormai concluso e come la teoria dello sviluppo sia fallita. Vuoi riassumerci i perché di questo fallimento?

Sachs. Nella dichiarazione di Truman c'erano due promesse: una maggior giustizia nel mondo; la diffusione del modello di sviluppo dei paesi ricchi a tutti i paesi, in un progresso quasi infinito.

La prima promessa è fallita nella stragrande maggioranza dei casi: il divario Nord/Sud si è allargato. Non soltanto è cresciuta la polarizzazione tra Nord e Sud, ma anche all'interno delle nazioni. Certo ci sono delle sfumature in controtendenza sia in alcuni paesi dell'Asia che in quelli del Golfo. Infatti il Nord è presente dappertutto, con le sue nicchie «esclusive»: nelle capitali, nei centri urbani, nelle aree industriali. Anche il Sud è dappertutto, con i suoi «esclusi»: non solo gli immigrati, ma anche i disoccupati, le fascie più deboli, ecc. Nord/Sud non sono più solo categorie geografiche, ma socio economiche e la linea tra inclusione ed esclusione sociale agisce in India come e Parigi. Possiamo dire che questo conflitto per la maggior giustizia è apertissimo e la promessa è fallita. Anche la promessa di portare tutti verso un futuro industriale è in crisi; oggi non siamo più sicuri che il futuro, anche il nostro, sia durevole e sostenibile. Esempio: abbiamo oltre 5 miliardi di persone e circa 600 milioni di automobili; in Germania il rapporto è di un'auto ogni due persone e se si dovesse estendere dovremmo presto arrivare a 3 miliardi di autoveicoli e ciò da solo significherebbe la morte del pianeta. È quindi chiaro che il nostro modello di consumo non può essere esteso. Il progresso diffuso nello spazio è fallito così come quello durevole nel tempo, perciò diciamo che l'era dello sviluppo è finita.

D. Anche se cresce la consapevolezza della Terra come sistema unico e alterato, gli organismi internazionali continuano a predicare lo sviluppo e non propongono altre visioni; nessuno ha il coraggio di voltare pagina. Ma se l'era dello sviluppo è finita in che era viviamo?

Sachs. Non dobbiamo farci ingannare dalle parole. Anche quelli che ancora portano la fatidica parola nella loro carta intestata, come l'Agenzia per lo sviluppo, in realtà non cercano più lo Sviluppo con la maiuscola: non credono più che il modello sia difendibile ovunque nel mondo e per tutti i tempi. Se la crescita, la competizione sono ancora sull'agenda del giorno, il quadro è cambiato: dall'era dello sviluppo siamo passati a quella della sicurezza. Cambia la percezione dei paesi poveri, i quali vengono visti non come il luogo dove risiede il futuro, la speranza, ma come luoghi dove si cela il rischio, la minaccia: integralismo, terrorismo, droga e rischi ecologici planetari, che tornano al Nord come un boomerang.

La preoccupazione del Nord non è più diffondere il suo modello di vita, ma mantenere la linea dello sviluppo per un numero limitato di paesi. Chiari indicatori di ciò sono le nuove politiche per il Sud che puntano alla prevenzione dei rischi; l'UE sta discutendo un programma d'aiuto all'Africa mediterranea e lo chiama ancora politica dello sviluppo, ma in realtà è un tentativo di proteggerci dall'immigrazione di quelle masse. In questo nuovo scenario anche se le parole sono le stesse hanno un significato diverso. Pure le mosse per l'egemonia sono cambiate. Gli Stati Uniti erano leader perché più avanzati sulla via del progresso. Oggi sono ancora la nazione complessivamente più ricca, ma la loro leadership è dovuta al fatto che sono gli unici che dispongono di una forza militare di rapido intervento per far fronte a un mondo più instabile e che soprattutto viene percepito come più insicuro. Non è vero che in Africa ci siano più guerre di prima, ma oggi le vediamo meglio e la nostra percezione è strutturata in modo che questi fenomeni ci colpiscano di più, ci sembrino meno lontani.

D. Possiamo allora riferirci al tuo «Blue Planet»: ossia come l'occhio satellitare ci abbia rimandato una palla bluastra persa nel nulla che ha cambiato la nostra percezione interiore del mondo?

Sachs. Soffermiamoci sul significato diverso che separa il mappamondo dall'immagine del Pianeta Blu. La sfera che troviamo nelle biblioteche, nelle scuole, in molte case è il riassunto di secoli di scoperte, indagini, esplorazioni ed emana un messaggio che invita ad arrivare lontano, a conoscere altri paesi. Il messaggio del Pianeta Blu sprigiona piuttosto nervosismo, paure indefinite che trovano espressione in frasi del tipo: «siamo tutti sulla stessa barca», «il pianeta è una creatura fragile»; in ultimo ci dice che siamo tutti passeggeri, intrappolati sullo stesso pianeta, e da questa visione nascono delle conseguenze. Io assocerei l'immagine della terra/palla a quella della nuova sicurezza. Il mappamondo è il simbolo dei 500 anni trascorsi da Colombo a oggi: gli anni delle scoperte, delle conquiste, l'inizio e la fine della globalizzazione. Ora abbiamo varcato una soglia: per 500 anni i costi dell'unificazione sono stati scaricati sugli altri, sui paesi del Sud: sfruttamento, malattie, degrado culturale, ecc. Oggi questa divisione del lavoro: il Sud subisce i costi, il Nord trae i benefici, non funziona più. Il Nord viene raggiunto dalle conseguenze amare dell'unificazione: immigrazione, concorrenza economica, disastri ambientali. La situazione cambia: adesso l'esigenza prioritaria dei paesi ricchi è la protezione del Nord. A questa transizione storica si associa l'immagine del Pianeta Blu (ma dal momento che non siamo noi che la «vediamo», possiamo ancora chiamarla immagine?). L'idea di espansione continua a esistere e infatti molte pubblicità di nuovi media, carte di credito, reti telematiche o commerciali utilizzano l'immagine del Blue Planet; essa è comunque il simbolo dell'interdipendenza e quindi il Nord sa che il suo destino si gioca al Sud. Tanti oggi chiedono una gestione migliore del pianeta e vogliono arrivare a un «governo globale»; allora è impor-

... oggi non siamo più sicuri che il futuro sia durevole e sostenibile... il progresso diffuso nello spazio è fallito così come quello durevole nel tempo...

tante affermare che solo il Nord ha il lusso di assumersi questa responsabilità, in due drastiche direzioni. La prima comporta di riorganizzare più razionalmente gli affari su tutto il pianeta, perché gestione globale significa anzitutto responsabilità globale. La seconda ci suggerisce che se è vero che gli effetti che noi produciamo vanno oltre il raggio delle nostre responsabilità sarebbe logico ridurre questi effetti al raggio in cui possiamo esserne responsabili. Cioè un'altra idea di responsabilità: non gravare sulle condizioni di vita altrove, comportarsi come un buon vicino globale.

D. L'efficienza è importante, ma se non riduciamo il livello di consumo non ci sono vie d'uscita, tranne quelle catastrofiche.

Sachs. Se la si intende come un alleggerimento del peso con cui la nostra economia incide sul mondo allora si apre un nuovo fronte nel quale l'efficienza ha il suo ruolo importante, perché da secoli il progresso tecnico consiste nel risparmiare lavoro attraverso l'impiego della natura. È il processo di produzione lineare: prendere dalla natura, trasformare, consumare, gettare. Oggi si cercano processi circolari dove ciò che viene abbandonato è l'imput per un nuovo ciclo produttivo, come in natura. Nel nuovo criterio di efficienza viene privilegiato il risparmio nel consumo di natura piuttosto che nell'uso del lavoro. È un discorso giusto, con forti limiti. Esempio: negli ultimi 20 anni le auto sono diventate più efficienti ed è diminuito il consumo di benzina per chilometro, ma sono aumentati i veicoli, il numero di chilometri percorsi, la cilindrata, la potenza, il traffico; di conseguenza se è vero che abbiamo grandi potenzialità per ridurre il consumo di natura per unità di output ciò sarà vano se non viene frenata la crescita. Con una metafora l'economista americano Herman Daly dice che «è come in una barca: se si aggiunge carico è importante ben distribuire il peso, ma se si continua a caricare pesi alla fine metterli bene non basterà più e la barca affonderà». Quindi se vogliamo trovare una via d'uscita dobbiamo affiancare alla rivoluzione dell'efficienza quella della sufficienza; la conversione ecologica deve marciare su due gambe: inventare mezzi migliori e moderare le nostre aspirazioni; è inutile affondare in modo sempre più efficiente.

D. Anche tra gli imprenditori e i designer ve ne sono alcuni che si pongono il problema di che risposte dare nell'interesse della collettività.

Eppure a volte si ha l'impressione che non vi sia più tempo. Possibile che non si trovi la forza di progettare un altro incantesimo di vita? Siamo forse in attesa di un nuovo olocausto?

Sachs. Da troppo tempo il nostro sistema è inerte, sclerotizzato nei suoi interessi, nei suoi poteri, nell'incapacità culturale di inventare nuovi modelli esistenziali. Mi rattristo molto di fronte alla negazione miope che impedisce di fare un passo abbastanza modesto come quello di costruire automobili che non superino i 100km/h Sarebbero sempre automobili, belle, con una velocità reale, praticabile... cambierebbe l'ordine di magnitudo: meno consumo, meno morti, ecc. I designer possono fare qualcosa: proporre un'automobile disegnata per la tecnologia della moderazione, che fa i conti coi limiti biofisici, una tecnologia cauta, leggera, modesta; fare proposte che molto spesso sembrano impossibili. Abbiamo bisogno di tutto: efficienza e sufficienza, le vie più facili e quelle più difficili e soprattutto la creatività nostra e delle generazioni a venire non può essere quella in voga nell'Ottocento. Ciò nonostante non riusciremo a progettare l'onda d'urto della storia.

Io e i miei amici lavoriamo in seno alla società per allargare la nostra capacità di rispondere alle sfide della storia.

D. Di pari passo insisto sul ruolo di responsabilità che i designer, in virtù del loro sapere, dovrebbero avere nel contrastare l'impoverimento biofisico, simbolico ed estetico. generato dalla sovrabbondanza. Così come l'arte che per duemila anni è stata legata alla sacralità, con una funzione poetica, terapeutica, spirituale, dove, si dice, l'Artista fosse il medium di Dio, e ora in alcuni suoi coraggiosi epigoni ritrova una sua corroborante e spesso drammatica identità, anche il design dovrebbe reiventarsi un'etica che ci permetta di avere meno, con più gioia.

Sachs. Per iniziare bisognerà progettare le cose dalla fine, affinché possano rientrare nel ciclo. Questo approccio cambierà il modo di produrre e anche la natura stessa delle cose. Poi occorre lavorare sulla durata e chiederci, con che oggetti ci circondiamo, perchè può darsi che non abbiamo bisogno di un consumo diverso, ma di meno consumo; e dobbiamo combinare meno consumo con una nuova dignità del vivere che richiede di avere cose con le quali possiamo diventare amici, quindi oggetti che abbiano una dignità e un'aura. Che siano durevoli non tanto per i componenti coi quali sono costruiti, ma durevoli nella loro Gestalt. Il dramma è che il miglior design in senso convenzionale serve per aumentare il turnover delle cose e per la sostenibilità si tratta del contrario. I designer dovrebbero orientarsi verso un lavoro che cerca di produrre strumenti con sufficiente «peso interiore», che siano abbastanza autorevoli per dare dignità alla nostra vita quotidiana ed entrare in rapporto duraturo con gli umani. ■

Chi è

Wolfgang Sachs è direttore del Wuppertal Institute per il clima, l'energia e l'ambiente, dove, con un gruppo di studiosi e progettisti, da quasi due anni sta lavorando al progetto «Germania sostenibile». Interessato a capire come l'ecologia stia in parte passando da un ruolo di opposizione a un ruolo di dominio è stato codirettore del giornale «Development» e visiting professor all'Università di Pennsylvania. È autore di «Archeologia dello sviluppo», Macro Edizioni, 1992; «For Love of the Automobile: Looking back into the History of our Desires», Berkeley: UC Press 1992; coautore di «The Development Dictionary: A Guide to Knowelidge as Power», London: Zed, 1992 (che sarà pubblicato da Bollati Boringhieri nel 1996); «Global Ecology: A New Arena of Political Conflict», London: Zed, 1993.