



# Local & Global

Il design contemporaneo riscopre il valore delle tradizioni e delle tecniche artigianali locali. Nasce un nuovo stile globale, che avanza, da ogni latitudine, tra storia e innovazione

Testo  
GIORGIA VIRZI

Il primo trend-reporter a sottolineare l'importanza strategica della proficua relazione tra le "cose ben fatte" e la performance delle inarrestabili avanguardie produttive, è stato David Carlson, guru americano del design che, in un vero e proprio manifesto dedicato al marketing emozionale, ha coniato per la prima volta la parola COOLTURAL, identificandola quale keyword della creatività del futuro.

Una sintesi tra i termini "cool" e "cultural" o in altre parole, tra ciò che piace e il suo significato intrinseco, la sua origine. Il vero estro nasce dunque dalla personalità, dalle mani e dai volti che, resistendo all'anonimato della globalizzazione, continuano a preservare le specializzazioni regionali e locali per definire una nuova idea trainante. Non sorprende che i protagonisti del

tempo moderno, dopo aver sperimentato negli ultimi decenni le gioie e i dolori del design low-cost e high-speed (con annessa industrializzazione e omologazione), oggi esprimano un rinnovato desiderio di individualità, esclusività e dettagli assolutamente unici. Amiamo veramente ciò che possediamo quando racconta una storia, un sapore, un profumo, una caratteristica irripetibile. Scegliamo prodotti che, nonostante le loro origini locali, raggiungono una comprensione e un appeal globale.

L'intuizione ha recentemente convinto designer e progettisti di tutto il mondo a fondere e reinterpretare le eredità e le eccellenze regionali con ispirazioni ultra moderne, accenti di vintage style o linee iper tecno-logiche. Un esempio vincente di questo principio è tradotto nella filoso-

fia di Bottega Veneta, azienda che, trainata dalla lungimirante visione del direttore creativo Tomas Maier, ha costruito la sua fortuna puntando sull'inconfondibile lavorazione a *intreccio* delle borse iconiche (leggi Cabat). La lunga esperienza dei maestri vicentini è fondamentale, perché non sono semplici collaboratori ma custodi delle più antiche tecniche di lavorazione della pelle (sia essa naturale o lussuosamente esotica), trasmesse attraverso intere generazioni. La selezione delle parti più duttili, il taglio, l'intreccio, la rifinitura impeccabile di ogni particolare, sono solo alcuni dei passaggi che garantiscono l'eleganza e la straordinaria morbidezza delle it-bag del momento. Per lo stesso motivo il marchio, acquisito dal Gruppo Gucci nel 2001, ha deciso di preservare e tramandare la sua preziosa tradizione pellettiera istituendo la

Scuola d'Arte e Mestieri di Vicenza, epicentro formativo per gli artigiani del futuro. E dall'amore per l'artigianato nasce anche il progetto Lost & Found, creato dalla stilista canadese Ria Dunn che, insieme al suo compagno Alessandro Esteri (fotografo e designer), lavora in un antico casale toscano, concentrando ricerca e sperimentazione in una linea di abbigliamento e accessori caratterizzata da volumi essenziali e materiali iper sofisticati. Le collezioni, interamente prodotte in Italia, sono il frutto del lavoro di mani sapienti ed esperte che portano alla luce forme antiche, tessiture inimitabili e tecniche sartoriali dimenticate dai più.

Nel campo dell'arredo spicca invece la figura di Romeo Sozzi: un artista che ben conosce il mestiere del restauro, un designer che sa l'arte. La sua è una missione che si propone di ricor-

Nella pagina accanto: comodini Scrigno interamente rivestiti di tessuto impunturato con micro bottoni di bronzo, di Promemoria.

In questa pagina, in alto: un modello estivo dell'iconica borsa Cabat di Bottega Veneta, realizzata con la famosa tecnica dell'intreccio. In basso: grafiche decorative del visionario illustratore finlandese Klaus Haapaniemi.





A sinistra: Ronan Bouroullec all'ingresso di un laboratorio della lacca di Wajima, in Giappone. Sotto: un vassoio piatto disegnato dai fratelli Bouroullec per Japan Brand: interpretazione moderna di un oggetto tipico della tradizione nipponica. In basso: Un outfit della nuova collezione Primavera/Estate 2010 di Lost & Found, disegnata dalla stilista canadese Ria Dunn.



dare tutto quello che occorre fare, sin nel più piccolo dettaglio. Le vetrine del negozio di Via Bagutta espongono mobili di sapere tradizionale, interpretati in una versione delicatamente retrò e glamour perché ciò che è stato bello un tempo possa guardare il futuro attraverso nuove visioni, nuove forme, nuovi tessuti. Il nome da lui scelto, Promemoria, evoca il significato eterno che nasce dal sapere dell'uomo e, in particolare, dalle tecniche della lavorazione del legno che l'imprenditore di Lecco ha imparato fin da giovane, prima dal nonno e poi dal padre. Ma i riferimenti, nel mondo del design, sono molteplici. Il Lanificio Leo, la più antica fabbrica tessile calabrese che ancora oggi conserva il parco macchine originale di fine Ottocento, nonostante la sua estesa e radicata tradizione, si è distinto in campo internazionale per la ricerca e l'innovazione del design, al punto da essere stato incluso nella lista dei finalisti del Premio Guggenheim Impresa & Cultura. La collezione Marine Lanterns, creata per Venini dal duo inglese Barber-Osgerby, ricorda le strutture metalliche usate nella laguna di Venezia per proteggere le boe, i pali di legno per gli ormeggi e le lampade appese alle barche. I fratelli Bouroullec hanno reinventato la tradizione orientale con una collezione realizzata nei laboratori della lacca di Wajima, in collaborazione con Japan Brand, organismo che si preoccupa non soltanto di salvaguardare ma anche di rilanciare valori e tecniche dell'artigianato e dell'industria giapponese. La rielaborazione ironica e contempo-



A destra, in senso orario: la bottiglia e il drink-glass dedicati alla nuova I-Spirit Vodka creata da Lapo Elkann e Arrigo Cipriani, in collaborazione con Fantinel.

ranea della cultura popolare è suggerita dagli italiani di Forma Fantasma, Andrea Trimarchi e Simone Farresin (talenti dell'Accademia di Eindhoven), che hanno riletto la tradizione di Caltagirone in una versione speciale dei vasi "Teste di Moro", supportati fattivamente dagli artigiani del paese siciliano.

Nel campo del graphic-design, tra gli artisti che hanno tradotto in immagine il principio del "local & global", vale la pena citare Klaus Haapaniemi e la vivace espressività dei paesaggi, della natura e del folklore finlandese, evocati a più riprese in un magico universo parallelo popolato da vermi, demoni, troll e mostri. Una tecnica che abbraccia il lato pagano e il misticismo della cultura nativa di Haapaniemi, infondendole un tocco decisamente contemporaneo, fatto di pattern psichedelici, creature ibride e fantasie da Wonderland.

Tornando in Italia, in tema di gusto, Ernest Miller Hemingway, che dei suoi soggiorni veneziani all'Harry's Bar prediligeva la degustazione dei distillati, avrebbe sicuramente apprezzato l'I-

Spirit Vodka, l'originale vodka italiana creata da Arrigo Cipriani, Lapo Elkann e dal produttore Fantinel. Il certificato di autenticità? Si recupera dalle pagine della storia del Bianco (datata 1195), ricco proprietario terriero appassionato di alchimia che, dopo ripetuti esperimenti, annunciò di aver creato l'elisir di lunga vita, il nuovo Spiritus, richiamando al suo castello una folta schiera di signori, regnanti, artisti ed ecclesiastici desiderosi di assaggiare il miracoloso distillato. Le origini italiane della vodka sono ulteriormente tratteggiate in un racconto del 1511, che vede un gruppo di frati del Veneto in cammino verso Fryazino, sorretti, nella lunga traversata dell'Europa, da una grappa alcolica autoprodotta di cui insegneranno la tecnica della distillazione agli abitanti del monastero della città russa. Lo scorso 5 giugno il brindisi tra gli italiani doc&glob Elkann-Cipriani ha sancito dunque l'origine nostrana della vodka, più nota per i suoi natali russi. Verità o leggenda? Poco importa. Quel che vale oggi è il gusto per le cose ben fatte.

