

A New York, in una galleria di SoHo, in mostra il meglio di sessanta aziende del Belpaese

I 100 oggetti che fanno impazzire l'America

Dalla poltrona-ombra allo sgabello Bombo, il design italiano conquista gli Usa

MADE IN ITALY

Espresso firmato

Nella galleria di SoHo è stato allestito uno spazio Lavazza dove si può sorseggiare un espresso fatto con le macchinette disegnate da Pininfarina, sopra una tazzina di lamiera trasformata in un avveniristico bar che testimonia il legame tra design e cibo.

Cinema & prof

Uno schermo proietta in continuazione film italiani. Ruolo di primo piano nel progetto ha avuto anche il Politecnico di Milano e il professor Arturo Dell'Acqua Bellavitis che ha tenuto una conferenza alla prestigiosa Cooper University, il sogno di ogni studente di architettura e design.

di Gianluca Zavatta da New York

Si prenda un'idea ambiziosa, quattro intraprendenti giovani architetti, 100 oggetti di design, una giuria internazionale, due grossi sponsor e la voglia di viaggiare. Si mescoli il tutto con attenzione ai particolari e si riveli il contenuto in una galleria di SoHo. Il risultato è I.DoT, Italian Design on Tour a New York, un'esibizione dei prodotti più significativi del panorama italiano. All'inizio, nel 2000, erano 300 e dopo una difficile scrematura si è arrivati ai 100 in mostra. Ricerca, aspetto funzionale, materiali utilizzati e il significato dell'oggetto sono stati i criteri che hanno condotto alla scelta di questi ambasciatori dell'inventiva e dell'innovazione made in Italy.

Sessanta le aziende rappresentate. Accanto ai nomi storici come Poltrona Frau, Cappellini, Artemide, Magis, B&B e iGuzzini, solo per citarne alcune, ci sono anche piccole società prestigiose ma spesso sconosciute al grande pubblico, come Kundalini, Strato, Segis e AC&T. All'inaugurazione, italiani e americani si sono scambiati commenti ammirati. C'era chi si sedeva incuriosito sulla particolare *chaise longue* che riproduce l'ombra nera allungata di un uomo, della Partner & Co, oppure chi si faceva illuminare dal Cestello, una serie di 6 faretto disegnato da Gae Aulenti e Piero Castiglioni. Sui due piani in cui sono sistemati gli oggetti, nei quali rimarranno fino al 2 giugno, prima di essere imballati e rispediti in Italia, la curiosità degli ospiti era proprio questa, toccare,

provare, discutere dei protagonisti. Dall'arredo ai mobili da bagno, dalle lampade agli elettrodomestici e agli accessori, i 100 prodotti coprono tutta la gamma del design. Particolare attenzione l'ha riscossa poi, soprattutto tra gli americani, lo sgabello Bombo della Magis. Molto famoso da questa parte dell'Atlantico, non c'è talk show televisivo o locale alla moda che non ne abbia almeno un paio.

«La risposta che abbiamo riscontrato ha valicato la più rosea aspettativa», ha esultato Andrea Oliva, uno dei quattro soci dello Studio Olima e Associati di

Como che nel '99 ha avuto l'intuizione di promuovere il design italiano con I.DoT. L'obiettivo era ambizioso: definire lo stato del design e comunicarlo attraverso una serie di eventi a livello internazionale. Quella di New York, infatti, è solo una tappa del tour che nell'arco di 3 anni ha portato e porterà nei diversi continenti i 100 capolavori. Sono già stati a Zurigo, Londra, Venezia, Milano e Colonia, andranno a Parigi, Valencia, Francoforte, Shanghai e Mosca. Fino alla fine del 2003.

La Grande Mela, però, è indubbiamente il contesto più interessante e autorevole per pubblicizzare il nostro design, sia perché è la patria delle novità e delle ultime tendenze, sia perché è la vetrina di un mercato immenso come quello americano. Per mettere in piedi un'iniziativa del genere è stato tuttavia necessario trovare una sostanziosa quantità di denaro. Barilla e Lavazza sono state perciò le due grosse compagnie che hanno deciso di legare i loro nomi al tour del design.

Nella Grande Mela,
dopo Zurigo, Londra,
Venezia, Milano
e Colonia