

Fil di Ferré

a cura di Giusi Ferré

Altagamma: «Esportiamo il bello di un Paese difficile»

Il neopresidente Luti: «Le imprese vogliono innovare, ma in Italia manca una visione della società»

Ci sono parole che l'uso continuo rende quasi prive di significato, come «eccellenza». Da qualche anno impiegata per definire ogni caratteristica italiana di reale, o spesso presunto, pregio.

A ridare significato e spessore a questo termine arrivano oggi un libro, edito da Rizzoli International, e una mostra alla Triennale di Milano (dal 12 dicembre): Altagamma-Italian Contemporary Excellence. Un itinerario fotografico che racconta il senso del bello, l'artigianalità e la tecnologia, l'innovazione e la creatività, lo stile, il legame con il territorio (quel *genius loci* che tanto influenza il vivere italiano): tutti i valori che hanno permesso l'affermarsi nel mondo dell'alto di gamma e delle imprese che lo rappresentano.

Selezionati da Denis Curti, critico e direttore della sede milanese dell'Agenzia Contrasto, 10 fotografi italiani di una nuova generazione di reporter legati all'attualità e al Paese, hanno sintetizzato in pochi scatti iconici l'identità di oltre 70 aziende, colte nella quotidianità secondo il progetto messo a punto da Cristina Morozzi per festeggiare i vent'anni della Fondazione Altagamma, raro esempio del fare sistema tra settori diversi.

«È stata proprio questa idea bellissima a riunirci — spiega **Claudio Luti**, presidente di Fondazione Altagamma e del gruppo di design Kartell —. Volevamo mettere in comune le nostre esperienze, scambiarle, migliorare, rendere questo nome, Altagamma, un brand». Ma far convivere

aziende grandi e piccole, fatturati diversi, visibilità mediatiche differenti si è rivelato agli esordi più difficile del previsto. «Abbiamo ragionato a lungo sulla natura che avrebbe dovuto assumere la Fondazione. Fare lobby o organizzarci in modo più commerciale? L'abbiamo definito per gradi, creando un tipo di rappresentanza che può essere esportato. Il libro e la mostra ci aiutano a definire questa identità plurale, basata su un saper fare che ci rende unici in un'Europa sempre meno manifatturiera».

È l'esportazione, l'impegno e la sfida dell'industria italiana di qualità, conferma **Claudio Luti**, che è appena rientrato dalla Cina dove ha firmato l'accordo per l'apertura di 50 negozi Kartell. Sostenuto da questa convinzione, alla fine di ottobre il brillante imprenditore ha accettato la presidenza del Cosmit, la società controllata da Federlegno che organizza il Salone del mobile e deve ora adeguare le proprie scelte strategiche alle esigenze delle imprese espositrici, costrette a far fronte a una crisi ancora troppo difficile.

«Il Salone del mobile è la rassegna internazionale dell'arredo più visitata e apprezzata. Un primato che non vogliamo perdere, ma che è sotto assedio in una vera guerra commerciale per il moltiplicarsi delle *design week*. Per questo, dopo l'esperienza positiva dei saloni Worldwide Moscow, vogliamo aumenta-

re i nostri appuntamenti ed esportare il marchio in Cina, Brasile e Stati Uniti».

Intanto per il Salone del prossimo anno (9-14 aprile 2013), al quale si affianca il biennale SaloneUfficio, è previsto l'intervento di un superarchitetto, Jean Nouvel, Pritzker Prize 2008, molto conosciuto e amato in Italia. «Cosmit gli ha commissionato un progetto affascinante — spiega Luti — interpretare la profonda trasformazione dello spazio di lavoro, liberarlo da standardizzazioni, banalità e da una specie di segregazione dall'ambiente circostante. Vogliamo suggerire di abitare gli uffici come si abita la propria casa e la propria città».

Ecco una vera dimostrazione di ottimismo, anche se Luti preferisce definirla intenzione. «Le 2.500 imprese dei Saloni vogliono lavorare sull'innovazione e progettare il futuro, anche se è molto difficile in un Paese come il nostro dove mancano una visione della società e la capacità di fare scelte conseguenti. Da almeno vent'anni, non abbiamo una politica industriale, sostituita da una quantità di interventi d'urgenza per salvare situazioni a rischio. Non serve scontrarsi, bisogna invece trovare un punto di mediazione tra interessi diversi, e rispettarlo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Design
Claudio Luti,
presidente di
Altagamma
e del gruppo Kartell

