



UN'ESPERTA DI DESIGN E UN FOTOGRAFO HANNO CREATO LA PIATTAFORMA "FATTOBENE": UN ATLANTE DELLA NOSTRA CULTURA MATERIALE

Icone della quotidianità

Il dentifricio Marvis, l'amarena Fabbri e la Coccoina Se il grande packaging italiano finisce al MoMA

EMANUELA MINUCCI

Cì è il vasetto in vetro smaltato delle amarene Fabbri, che nei disegni ricorda le ceramiche di Meissen, la saponetta Pratoлина della Valobra, iconica nella scatola e nella sagoma con quel prato verde da cui spuntano gigantesche margherite. Ma anche oggetti funzionali e belli da guardare che nessuno sinora si era sognato di infilare nel baule delle «madeleine». Insospettabili archetipi quotidiani come la squadretta in puro legno di faggio marchiata Vittorio Martini, azienda che dal 1866 produce strumenti che sono finiti nelle mani di architetti come Pier Luigi Nervi, Marcello Piacentini o Achille Castiglioni; giocattoli come i chiodini colorati Quercetti (Torino, dal 1953), o ancora la cucitrice Zenith realizzata in mille colori pastello, lo spazzolino da denti Acca Kappa (Treviso, dal 1869). Oggetti d'uso comune, ma dal design irripetibile e capace di scavallare i secoli passando dal comodino del bagno o dai banchi di scuola all'attenzione di un grande museo d'arte contemporanea. Queste briciole di immaginario collettivo sono infatti esposte nel design store del MoMA a Soho, una delle gallerie internazionali più recettiva nel comprendere quando per lavarsi le mani o incollare le figurine si usano piccoli gioielli (anche la Coccoina è entrata in questo Pantheon del made in Italy).

A Soho, la mecca trendy

Questi piccoli oggetti di uso comune, nati per lavarsi i denti (oltre allo spazzolino,

al museo è finito anche l'elegante tubetto di dentifricio Marvis), profumarsi con il talco Naturae o tirare una riga perfetta sono finiti con tutti gli onori Oltreoceano grazie a due italiani, l'esperta di design Anna Lagorio e il fotografo Alex Carnevali. Insieme hanno deciso di mettere al sicuro il meglio dell'Italia in scatola che si fa ammirare nel mondo. Prima hanno raccolto questi oggetti (in tutto 150) in un catalogo-piattaforma dal titolo «Fattobene» e poi sono riusciti a metterli in mostra a Soho in un'esposizione che durerà sino al 29 settembre. E se non ci si accontenta di ammirarli, visto che si tratta di icone ripetibili, in questo design shop si potranno acquistare.

«Ammiriamo da tempo l'impegno nel valorizzare prodotti semplici, durevoli e funzionali; la quintessenza degli oggetti del quotidiano italiano pensati per essere utilizzati e apprezzati negli anni a venire», spiega Emmanuel Plat, direttore del merchandising del MoMA. Lanciati qualche mese fa al Salone del Mobile di Milano gli oggetti della piattaforma Fattobene Italian Everyday Archetypes» compongono un archivio in divenire, che dal '700 fino agli Anni '70 raccontano la storia e il costume italiani. Gli inventori della piattaforma, hanno girato l'Italia in lungo e largo, da nord a sud «alla ricerca di archetipi della tradizione che il tempo non ha scalfito e che oggi fanno parte del nostro immaginario collettivo» come spiegano.

Oggetti che lasciano il segno

Dalla Coccoina che sa di mandorla alle liquirizie Amarelli e le loro scatoline di latta. Ci

sono oggetti che costellano le case degli italiani da sempre: sono oggetti minuti, silenziosi, ma dal fascino irresistibile. Nel corso degli anni, il loro ruolo è cambiato e da semplici prodotti industriali si sono trasformati in icone della quotidianità. Da questa certezza è nato un atlante della cultura materiale italiana, un viaggio nella storia industriale del nostro Paese. La realtà di 35 aziende che, con i loro prodotti, hanno attraversato indenni due guerre mondiali, e che continuano a produrre con la stessa cura di un tempo. Materiale d'archivio - spesso inedito - fatto di fotografie, cartoline, prototipi e manifesti pubblicitari per raccontare aneddoti, storie e curiosità del nostro made in Italy. Dall'oggetto al packaging, fino alla grafica e alla promozione pubblicitaria: sullo sfondo, la storia dell'Italia e del gusto nel corso del Novecento. Una pas-

seggiata nella storia e nel bello, insieme ai prodotti con i quali siamo cresciuti.

Grucce opere d'arte

Per i Millennials, ma anche per i ragazzi ancor più giovani si tratta di un mondo da scoprire, magari mentre si soffia dentro una sfera di Crystal Ball, per gli adulti sono ricordi di infanzia da annusare come il talco. Così all'amarena Fabbri e alla liquirizia Amarelli, due tra gli esempi più golosi, si aggiungono e debuttano negli USA le grucce Toscanini, la sdraio Spaghetti di FIAM, gli spazzolini Acca Kappa o le piastrelle disegnate da Gio Ponti. L'occasione è ghiotta ma, come tutte le cose belle, la durata è limitata: i visitatori avranno due mesi per apprezzare il

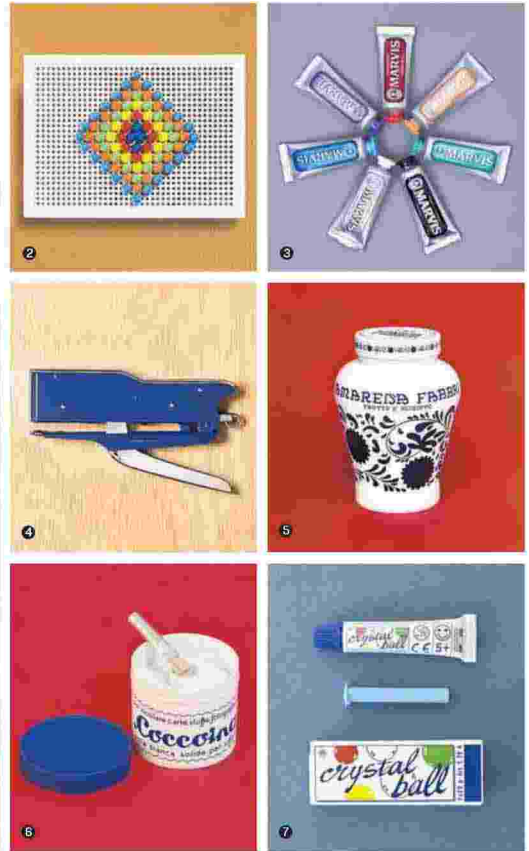


nostro design (stra)ordina-
rio e partecipare alle tavole

rotonde sul valore storico del
Made in Italy nel panorama

contemporaneo che anime-
ranno il pop-up. —

© BY NC ND AL CUNI DIRITTI RISERVATI



1. Anna Lagorio (giornalista) e Alex Carnevall (fotografo), che hanno creato un atlante di archetipi quotidiani esposti al Design Stor e del MoMA. Per entrare a far parte della selezione, ogni oggetto deve possedere un packaging unico ed essere in produzione da almeno 40 anni; 2. I chiodini colorati Quercetti; 3. I dentifrici Marvis; 4. La cucitrice Zenith; 5. Il vasetto dell'Amarena Fabbri; 6. La colla Coccolina; 7. Il Crystal Ball

Sono oggetti minuti e
silenziosi nati per
lavarsi le mani o
deliziare le papille

Negli Usa il nostro
design è molto
apprezzato e ora si
acquista al museo

