

Rep

Mercoledì, 6 novembre 2024 | € 0,50*



Design

Idee da vivere e abitare

design.repubblica.it

Oldani “I miei progetti in piazza”

Due ristoranti e un laboratorio intorno a un olmo: il perimetro urbano e la geografia interiore di un'idea di cucina, di design e di vita cui lavora il cuoco italiano più pop

Primo piano

Fiorucci sorprende ancora nella grande mostra alla Triennale di Milano

Libri

Mellini, Mollino, gli Scarpa: Le nostre case viste dagli altri

Personaggi

Elisa Ossino: “Le idee? Rinascimento, natura e una bella doccia”

Dossier

Le buone ragioni dell'ufficio: un hub creativo e collaborativo



IL PROSSIMO NUMERO SARÀ IN EDICOLA CON REPUBBLICA DEL 4 DICEMBRE

Supplemento de la Repubblica del 06/11/2024 da vendersi obbligatoriamente con la Repubblica al prezzo complessivo di € 1,70: Repubblica € 1,20 + Design € 0,50. Da giovedì 07/11/2024 Design opzionale a € 0,50 più il prezzo del quotidiano. Sped. abbon post - art. 46/04 del 27/02/2004 - Roma

La nostra carta proviene da materiali riciclati e da foreste gestite in modo sostenibile



* 771826*668037

pagina 12

Design Primo piano

Mercoledì, 6

La zona notte "on demand" del sistema Caccaro

La zona notte diventa "on demand" con Caccaro, con una collezione di letti in cui testiera e giroletto diventano elementi da combinare secondo il gusto personale con materiali, dimensioni e accessori diversi. Tre i letti: Let'space (design Caccaro), Bishape e

Groove (design Monica Graffeo). Groove (in foto) spicca per la destrutturazione delle componenti: la barra agganciata alla parete dietro al letto fa da cassa acustica multimediale, da ripiano munito di comodi ganci e da supporto per i cuscini rimovibili.



“Il genio è altrove” Elio Fiorucci sorprende ancora

La Triennale di Milano dedica la mostra più completa mai allestita al creativo e cool hunter che ha saputo anticipare mode e tendenze. Per mettere in luce aspetti inediti del suo poliedrico carattere

di Elisa Poli

Fiorucci, che in molti pensiamo di conoscere, e di aver capito, attraverso i suoi prodotti pop, le grafiche neon, è pronto a sorprenderci ancora, a quasi dieci anni dalla scomparsa. Stavolta con la mostra *Elio Fiorucci*, aperta da oggi al 16 marzo 2025 alla Triennale di Milano, curata da Judith Clark (art director e exhibition curator di mostre per V&A, Palazzo Fortuny e Palais de Tokyo, tra gli altri) e con progetto di allestimento di Fabio Cherstich, regista e scenografo teatrale. «Oggi abbiamo le parole per descrivere quello che ha fatto Fiorucci», spiega Clark, «ma quando ha iniziato il mondo fashion era acerbo, non così sofisticato, e la moda non era ancora una disciplina. Abbiamo il vizio di volerlo rinchiusere in una definizione, ma lui lavora su molti fronti contemporaneamente, con molti linguaggi». Un viaggio biografico che ci fa scoprire aspetti inediti di colui che è stato l'incarnazione del *cool hunting*: «nella sua vita ha collaborato con tantissime persone, quelle giuste, al momento giusto. Abbiamo fatto ricerca e chiesto a molti collezionisti privati, così oggi abbiamo il grande lusso di esibire il numero più grande mai messo insieme di suoi articoli, lavori, disegni. Quello che emerge dalla mostra è l'uomo, la sua visione, estetica, il talento multiforme». E inafferrabile. Forse perché la sua capacità più grande è stata proprio riconoscere il talento altrui, mentre «oggi abbiamo il culto dell'individuo-genio, del designer singolo. Lui invece è stato molto, molto generoso, con le sue "antenne", pronto a capire e supportare gli altri», aggiunge Clark. «Il genio è altrove», è una frase

“Aveva il culto dell'Elsewhere, meno accessibile di oggi, più romantico, dove trovare quell'oggetto diverso, evocativo dell'avventura”

che trovo geniale e che ripetevo spesso», conferma Cherstich, «la grandezza di Fiorucci è stata quella di essere generativo. Ha generato mondi, talenti, bellezza. E il focus della mostra non è concentrato sul prodotto finale, come l'abito, ma su quello che Fiorucci gli crea intorno: i negozi e le vetrine (*antesignani del concept store*), i gadget, i packaging, i poster, le figurine. E sul rapporto con designer, artisti, fotografi e fotografe, un gruppo di persone speciali che ha reso Fiorucci famoso nel mondo». Un riconoscimento globale nutrito anche dalla sua *sociability*, dall'idea di portare chi si voleva divertire sognare, ballare nei suoi negozi, a Londra, a Milano e a quello di New York, dove andavano Bianca Jagger, Grace Jones, Andy Warhol, che convinse nel 1983 Keith Haring a dipingere tutto il negozio Fiorucci di Milano in una performance di due giorni con djset. E poi alla sera ci si trasferiva magari allo Studio 54 o al Plastic. In un mondo colorato e avventuroso. Mondo oggi perfettamente conoscibile, a portata se non di aereo,

di web e social media, che era per l'esploratore Fiorucci fonte di curiosità e sorpresa continua. «Aveva il culto dell'Elsewhere» racconta Clark, «un altrove meno accessibile di oggi, più romantico, dove trovare quell'oggetto diverso, mai visto, da portare nei negozi. Anche la cosa più banale poteva essere speciale se evocativa dell'idea dell'avventura. Fra i suoi schizzi ce ne sono tantissimi con macchine e aerei, con immagini di viaggio. Le figlie raccontano che oltre che molto riservato, per la sua casa era anche minimalista, non era attaccato alle cose, ma sempre pronto a partire».

Tutto inizia in un'epoca analogica, di cui abbiamo nostalgia e che rivive anche attraverso alcuni aspetti dell'allestimento, come spiega Cherstich: «il progetto non è stato semplice, e si è evoluto in un continuo scambio con Clark. Bisognava dare ordine a una storia complessa, con diversi colpi di scena. La mostra risulta un po' un ottovolante», racconta sorridendo, «ho studiato gli interni dei negozi Fiorucci a Milano e nel mondo, grazie agli archivi dello storico collaboratore Franco Marabelli e a quello di Love Therapy gestito dalla sorella Flora e dalla famiglia. La mostra corre su tre binari, paralleli e che dialogano: una parte centrale di tavoli con documenti di archivio e backstage, la seconda legata agli allestimenti e la terza, una parete di video di grafiche e oggetti animati in stop motion dallo studio mammafotogramma. Lungo questi tre percorsi di lettura, ci siamo concessi anche dei depistaggi e dei sospesi».

A guidarci in questo viaggio, a farci trovare la via e perdersi, ci sarà anche la voce di Elio Fiorucci, diffusa da altoparlanti e registratori, rigorosamente predigitali.

▼ Esplorazioni

Del 1979, giacca di pelle rossa con frange. Il lontano, l'esotico è tema chiave del suo lavoro



FOTO GIULIACA DI IOIA



FOTO GIULIACA DI IOIA

▲ Giochi di ruolo

Provocatorie le Furry Cuffs, manette rivestite di pelliccia rosa. La sensualità e sessualità sono raccontate con ironia e spirito giocoso

▼ Citazioni

Borsa-radio, di Love Therapy, anni 2000. Il mondo di Fiorucci è ricco di riferimenti alla musica e culture alternative giovanili



FOTO GIULIACA DI IOIA



COURTESY OF LOVE THERAPY ARCHIVE