



# Il Sole 24 ORE

Fondato nel 1865  
Quotidiano Politico Economico Finanziario Normativo



A tu per tu  
Anna Tavano  
«La finanza è  
diventata meno  
creativa e innovativa,  
ma più sostenibile  
di 25 anni fa»

Manager,  
Anna Tavano,  
dirigente di Haba

di Monica D'Ascenzo  
— a pagina 30



## Domenica

ZAVATTINI  
IL FILM  
MAI SCRITTO  
SU ANNA FRANK

di Massimo Bucciantini  
— a pagina 1

## QUIRINALE

Berlusconi  
rinuncia:  
«Ma Draghi  
premier  
fino a fine  
legislatura»  
Il no di Fdi

Barbara Flammer  
— a pag. 2



DOPPIA TRATTATIVA  
Quirinale  
e Palazzo Chigi,  
tutte le ipotesi

Emilia Patta — a pag. 2

## POLITICA 2.0

Le conseguenze  
della divisione  
nel centrodestra

Lina Palmerini — a pag. 2

## L'ANALISI

IL PRESIDENTE  
DELLE TRE  
LEGISLATURE  
di Francesco Clementi  
— a pag. 4

## LO SPETTATORE

SALVIAMO  
I LIBRI  
DAL ROGO  
DELL'OBLIO

di Natalino Irti

Che ne sarà dei nostri lib  
di questi fatti e fedeli  
amici, che — basta un g  
della mano — ci vengono acci  
nelle ore liere e dolorose della  
vita? La rete telematica ha pre  
il luogo dei libri cartacei: in  
aziende economiche, studi  
professionali, ricerche di sing  
studiosi, indagini scientifiche  
— a pag. 6

18

## Arredo Design 24 Weekend



**LA PIETRA NATIVA DI FAP**  
Fap ceramiche celebra la forza  
primordiale della pietra  
e ne innova l'estetica minimalista  
con la nuova collezione di superfici  
in gres porcellanato Nativa



**ARTIKA, LA LAMPADA È**  
Italamp presenta Artika, un  
sospensione che richiama il  
saggio polare grazie alla combi  
zione di due forme in vetro bo  
cato lavorato con soffio rotaz

## L'industria italiana che si fa bella nel mondo

**Esposizioni.** «Created in Italy», mostra proposta  
dal ministero degli Esteri, esplora il meglio  
del design industriale. Partenza da San Francisco

Stefano Salis

**A** Enzo Mari, il nostro amato e ineguagliato "Michelangelo dei fiammiferi", le falci piacevano. Più ancora che per motivi ideologici (c'erano pure quelli, nessuno lo nega), per motivi estetici: e, anzi, profondamente, per motivi di design. Erano oggetti, cioè, che sapevano unire alla perfezione funzionale — tagliare l'erba con precisione e con vantaggi ecologici (una falciatura a mano lascia erba pulita, non crea la poltiglia di quella a macchina, che può portare a malattie fungine) — anche una "bellezza impreveduta": una eccezionale cifra stilistica che, nella variazione di modelli, era capace anche di affascinare per la concreta (e, appunto, inaspettata: ma bisogna saperla vedere) soluzione "grafica". Ecco che, quindi, in un'esposizione che celebra il meglio dell'industria italiana del design e dell'innovazione, le falci della ditta, omonima, Falci, di Dronero ci stanno benissimo. Di più: sono, insieme, un simbolo di resilienza, affidabilità e pratica meraviglia (a parte la promessa di sudore che portano con sé). Azienda riferimento per i contadini di tutto il pia-

**Da piccoli paesi a leader nel mondo: palloncini, terra rossa, trafilè, grappa o suole. Il meglio della creazione italiana**

neta, la cuneese Falci (Fabbri forgiatori dal 1600) conserva un archivio di miriadi di modelli e forme diverse che interpretano e assecondano gli stessi gesti, identici da millenni: oltre 300 tipologie e un mercato in 54 Paesi, da un paesino piemontese ai prati erbosi, sparsi in tutto il mondo, colmi di ogni erba.

La parabola di Falci — uno tra i molti esempi che si potevano fare — è significativa di una mostra di grande spessore simbolico (e imprenditoriale) che inizia un tour internazionale. Quasi un atlante della creatività e della bellezza dell'industria italiana, declinata secondo la prospettiva dell'"impossibile" (parola delicata da maneggiare) e, tuttavia, esistente. Si intitola "Created in Italy" e, voluta dal ministero degli Esteri, è stata affidata alle sapienti mani e menti di due designer celebrati come Odo Fioravanti e Giulio Iacchetti, con Francesca Picchi, e porta come, opportuno, sottotitolo appunto "L'attitudine per l'impossibile". «Questa esplorazione dell'industria italiana — scrivono in catalogo i curatori — fa emergere un arcipelago di esperienze riuscite che rappresentano i picchi di una attitudine che ha reso unica la nostra nazione. Un sistema di aziende medio o piccole che però ha sortito il gigantesco effetto di cambiare la storia della cultura materiale del mondo. La stessa idea della disciplina del design che da mero disegno degli oggetti si trasforma in medium strumento poetico di racconto e di riflessione, rimane un traguardo che si deve alla nostra storia produttiva e progettuale». Niente di esagerato, anzi, a veder bene, tutto vero. E provato. E provate voi, perciò, a passarle in rassegna,

queste storie e questi oggetti, nel bel catalogo edito da Corraini. Si va dalle maschere subacquee di Cressi alla Chair One, la sedia girevole di Konstantin Grcic per Magis (pressofusione di alluminio e base in cemento, 2004), alle bottiglie di grappa monovittigno di Nonino (da Percoto, Friuli, a nobilitare il distillato, fino al premio di Migliore Distilleria del Mondo del 2019), alle suole in gomma ad alte prestazioni di Vibram. E se, fin qui, magari molti di noi hanno sentito nominare (o gustare e provare) questi marchi e prodotti, l'esplorazione dei curatori si spinge a vicende ancora più "esotiche", e, coerentemente, più "impossibili". Il fascino è quello di prodotti di assoluta innovazione che vincono la competizione internazionale per qualità funzionale ed estetica, e si impongono dappertutto. Quasi sempre partendo da piccoli paesi, dalla provincia, lezione che faremmo bene a ricordare, sul piano personale e collettivo.

Per dire: le trafilè e inserti per formati tradizionali e di fantasia per la pasta (cosa c'è di più italiano? con buona pace dei cinesi...), di Landucci da Pistoia (nata nel 1925), o i palloncini in lattice che, dalla campagna di Prosinone, tramite la Gemar (attiva dal 1902), prendono il volo per il pianeta e vanno sì «a spasso per l'azzurrità» ma lo lasciano pulito quando cascano («dove vanno a finire i palloncini?» si chiedeva Renato Rascel), essendo ora totalmente biodegradabili: una innovazione che sa di, anzi è, già, futuro. E la terra rossa dei campi da tennis? Dalle cave padane di Torre de' Picenardi (Cremona) ai più prestigiosi terreni di gioco: tutto a partire dalla macinatura di mattoni d'argilla, a seguito di demolizioni di vecchie strutture agricole e abitative, per una polvere perfetta per i campi. Gioco, partita, incontro.

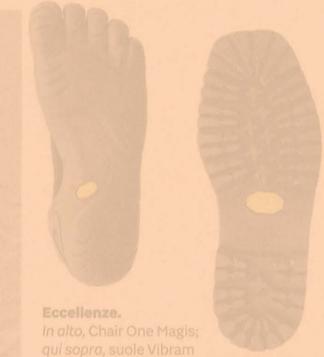
E ancora: in mostra emergono tecnologie avanzatissime e soluzioni ergonomiche in vari settori. Il caledoscopio di aziende esplora realtà famose come Brembo (sistemi frenanti ad altissima precisione e contenuto estetico) o Foscarini (luci di illuminante armonia) o le tute ultrasuone di Dainese e altre meno note, come il Grafysober, un dispositivo per la decontaminazione dell'acqua composto da nanostrutture tridimensionali a base di grafene (brevettato Directa Plus, da Lomazzo) o ai tessuti naturalmente ignifughi di Coex (Pieve Porto Morone) fino a Fizik di Pozzoleone, vicino a Vicenza. Questi ultimi fanno sellini di bicicletta: e allora? Belli, certo, ma soprattutto il modello di sviluppo di prodotto prefigura una nuova idea di produzione in serie variata, cioè prodotti industriali su misura, calibrati sul corpo di ogni singolo ciclista.

Come scrivono ancora Fioravanti e Iacchetti, in questa mostra «si consuma un'epifania della bellezza nella sua forma più pura: quella che plasma le cose e i gesti produttivi, dandogli un senso profondo che supera l'estetica della loro parte fisica e si amplia fino a concetti di giustizia — per l'adempimento degli scopi — e giustizia — per gli effetti di costruzione di un migliore futuro possibile». Mi sembra di risentire qui un concetto che a Enzo Mari, sempresalodato, sì, dico che sarebbe perfino piaciuto.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Eccellenze.**  
In alto, Chair One Magis;  
qui sopra, suole Vibram



## L'arte del fare.

Sopra, inserti per la produzione di pasta di vari formati e misure, produzione Landucci Pistoia; a lato, una pagina del catalogo della mostra con la Pinza freno per Formula E, 2017 (Compasso d'Oro 2020) di Brembo; al centro, sedia Frida di Pedrali, design Odo Fioravanti, (Compasso d'Oro 2011)

## IL SITO E LA PROMOZIONE

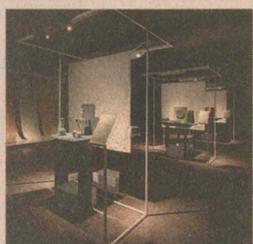
### Aziende in vetrina e idee da sviluppare

La mostra «Created in Italy» è ospitata nelle sedi degli Istituti Italiani di Cultura nel mondo, e intende promuovere il nostro "saper fare", così da poter attrarre altre menti creative. Un'occasione per facilitare il dialogo e la collaborazione tra aziende italiane e internazionali, ponendo in essere un repertorio di episodi di ricerca e sviluppo perfettamente riusciti. L'esposizione è un progetto originale del Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale, ed è curata da Odo Fioravanti, Giulio Iacchetti, Francesca Picchi, con il contributo, per il progetto grafico, di Mario Trimarchi, e il digital design di Propp che si è occupato di realizzare un percorso virtuale visitabile all'indirizzo [createdinitaly.it](http://createdinitaly.it).

Il catalogo è edito da Corraini. Il libro, anche questo a cura di Fioravanti, Iacchetti e Picchi, comprende un testo di approfondimento di Enrico Morteo e una sezione con interviste e contributi su alcune delle realtà analizzate, raccontate in prima persona da chi si è dedicato con passione alla produzione di nuovi prodotti o ha investito sulle proprie intuizioni per costruire la propria impresa (pagg. 144, € 23).

La prima tappa della mostra ha visto il suo avvio lo scorso 16 dicembre 2021 all'Istituto Italiano di cultura di San Francisco insieme all'Italian Innovation and Culture Hub della città californiana (in esposizione fino al 15 febbraio). L'inaugurazione di San Francisco è stata inoltre l'occasione per mettere in linea la mostra digitale. Questa prima apertura ufficiale sarà seguita da una serie di eventi per favorire nuovi incontri con esponenti del mondo culturale e industriale e discutere di temi collegati al paesaggio industriale italiano. La prossima tappa dell'esposizione dovrebbe essere Melbourne.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**Nell'hub.** Uno scorcio della mostra attualmente a San Francisco

## PACKAGING D'AUTORE

### Nel food il contenitore rende inconfondibile l'identità del marchio

Essere riconosciuti subito, a colpo d'occhio, anche nel mondo del food, dove per farsi notare comprare non è importante solo quel che c'è confezioni, ma anche come si presentano i se sono unici, inconfondibili e identificativi da diventare iconici, allora il gioco è fatto. Capadocia, il barattolo di pasta di semola di grano duro, il barattolo di salsa di Heinz alla bottiglietta in vetro con della salsa di sola Kikkoman, dal barattolo di Pringles alla bottiglia della Perrier. Probabilmente il pack più noto e globale resta ancora oggi quello della Coca Cola: la bottiglia contour è stata creata nel 1915 e da allora, salvo qualche ritocco, è il feticcio del miracolo a stelle e strisce, tanto affiancata a un'altra icona del sogno americano, l'attrice Mae West. L'Italia, quanto a miti del food e a capolavori del food design, non è da meno: negli Usa è stata paragonata a Sophia Loren, quanto espressione dell'Italia e delle sue bellezze. La bottiglia di Titulus, il Verdicchio dei Castelli, prodotto da Fazi Battaglia. Dalla tipica forma anfora, dal colore verde smeraldo e con un "cartiglio" al collo (che ancora oggi viene arrotolato a mano), questa bottiglia disegnata da Antonio Maiocchi è nata nel 1953 da un'intuizione di marketing anti-litteram di Francesco Angelini, proprietario della cantina e fondatore dell'industria farmaceutica: quella di "rivestire" questo vino marchigiano con una bottiglia unica, che ne valorizzasse la storia e rendesse popolare e immediatamente identificabile. Un altro esempio di food design made in Italy

che ha conquistato il mondo (entrando anche a MoMa di New York) è il vaso dell'Amarena Fabbri, stato creato dal ceramista faentino Angelo Gennaro nel 1915 su richiesta di Gennaro Fabbri, il capostipite dell'azienda che voleva regalare alla moglie un contenitore degno di conservare le sue squisitezze "marene con frutto". Oltre cent'anni dopo, questo vaso di ceramica dal profilo bombato e dagli arabeschi ispirati ai motivi orientali, è riconosciuto un ambasciatore dello stile e del gusto italiano nel mondo, tanto che in Cina i giudici della Corte Popolo hanno proibito ogni tentativo di riprova considerato «alta reputazione del pacchi di Fabbri». Unicità e bellezza, però, vanno sempre pari passo con la funzionalità, come accade in creazione di design che si rispetti. E se il vaso era stato disegnato per inserirsi alla perfezione nei carretti dei venditori ambulanti di gelato, la bottiglietta a calice rovesciato del Camparino è stata realizzata in vetro smerigliato per assicura una presa solida e sicura. La si deve all'artista Fortunato Depero, che l'ha ideata nel 1932 per il lancio del primo aperitivo monodose al mondo, quello che riproduceva in versione ready-to-go il rito milanese di bere il Campari con una spruzzata di soda. Un prodotto così innovativo richiedeva un contenitore altrettanto "rivoluzionario", con il nome impresso in rilievo nel vetro ed una piccola etichetta proprio per esaltare la forza comunicativa del colore rosso dell'aperitivo. Ancora, il bicchiere monouso e "portatile" dell'Estathé nel 2022, trapiantato da 50 anni. Il vaso in vetro con il fondo in plastica della Nutella ha invece subito diversi restyling. Frutto di un'intuizione vincente di Michele Ferrero (ossia quella di puntare su un contenitore riutilizzabile in cucina sia come bicchiere che contenitore) il vasetto della Nutella ha continuato a nutrire il rapporto affettivo con i consumatori ad arrivare alle versioni personalizzate con i pattern a scelta. O alla recente limited edition "Amo Italia", che propone 142 luoghi del cuore da oltre 2 milioni di consumatori tra quelli selezionati da Ferrero in collaborazione con

— Manuela



Forma e funzione  
Il contenitore  
l'Amarena Fabbri  
nasce per i  
nei carretti  
venditori di  
il barattolo o  
Nutella ha s  
mutazioni s  
perdere per  
tà: la bottigli  
Camparino  
una pubblica  
ca) è zigrinat  
assicurare la