

ITALIA

OPINIONI

Trasfigurazione alchemica per la Milano Design Week alle prese con una partita strategica per tutto il settore

Il settore del lusso a corto di idee, la nuova strada imboccata dal Salone del Mobile, il lavoro onesto e instancabile delle aziende espositrici, l'ipotesi virtuosa della complementarità, evitando la frammentazione in mille rivoli dell'intrattenimento promozionale

di Francesco Morace, presidente Future Concept Lab

La Milano Design Week 2025 appena conclusa, ha fornito indicazioni interessanti sullo stato dell'arte del settore, in un periodo così turbolento e controverso. Il mondo del lusso - espresso da moda e automotive - continua a presidiare i grandi spazi in centro città (da La Pelota in via Palermo al Palazzo Serbelloni in Corso Venezia fino ai Chiostrini di San Simpliciano e a Palazzo Borromeo) - ma arriva con il fiato corto, dimostrandosi in debito d'ossigeno. La crisi del lusso cominciata nel 2024 rischia di prolungarsi nella difficile stagione segnata dai conflitti geo-politici, e chissà per quanto attraverserà un mondo della creatività che sembrava dovesse prosperare ancora per molto tempo. Prodotti presentati in pompa magna in luoghi meravigliosi, ma che in molti casi scelgono la via della nostalgia piuttosto che nuove idee di futuro. Viene confermata l'ipotesi di un tempo sospeso, di attesa nel deserto culturale di Trump che è come quello dei Tartari, aspettando un Godot che potrebbe non arrivare mai.

STRADA NUOVA PER IL SALONE DEL MOBILE. A fronte di questa situazione, appare interessante la scelta del Salone del Mobile che - pur se abbandonato da alcuni soci fondatori - ha imboccato una strada nuova sotto l'abile guida della presidente Maria Porro, a partire dal tema 'Thought For Humans' puntando su incontri molto apprezzati nelle sue diverse arene: ho personalmente seguito una sessione del Lighting Forum con designer, antropologi ed esperti di alto livello, sul tema Light & Life che è stata seguita in presenza da almeno duecento persone. Molto curato e vivace anche lo spazio del Satellite con la piazza delle Botteghe Artigiane, con i giovani designer provenienti da tutto il mondo intenti a promuovere le proprie idee e progetti. Centrato anche il tema dell'anno 'New Craftmanship: a New World', che peraltro anche il Fuori Salone ha ospitato con tanti spazi dedicati a giovani creativi, un po' artisti e un po' designer, che hanno alimentato i mille eventi presenti nei Design District della città.

AZIENDE INSTANCABILI. E poi il lavoro onesto e instancabile delle aziende espositrici (da Kartell a Knoll, da Magis a Edra) che garantiscono lo status di una Fiera che rimane la più importante del mondo a fronte della crisi di Francoforte,

che sembra irreversibile. L'ipotesi virtuosa rimane quella di una complementarità per un mondo del design che si conferma polo di attrazione articolato in tutte le sue componenti: un Fuori Salone che rafforzi le sue caratteristiche di stimolazione culturale, evitando di frammentarsi e disperdersi nei mille rivoli dell'intrattenimento promozionale e un Salone del Mobile che continui a scommettere sulle solide realtà produttive del made in Italy, affiancate da alcune eccellenze straniere che la riconoscono come occasione unica di visibilità credibile. Entrambe le realtà possono continuare a puntare sulle Università, sui giovani artigiani che promuovono l'arte del fare, e sulla divulgazione intelligente che completa la sana e trasparente dimensione commerciale che una Fiera deve garantire senza infingimenti. Si tratta di mettere in atto una vera e propria metamorfosi che rimescoli le carte del 'Fuori e del Dentro' per vincere una partita strategica per l'intero settore e per la città di Milano.

UNA NUOVA ALCHIMIA che viene proposta con straordinaria sensibilità da Patricia Urquiola nella sua mostra Alchemica a Palazzo Bovara, realizzata per Elle Decor: una delle più stimolanti dell'intera settimana. La designer spagnola, milanese adottiva, propone un viaggio di trasfigurazione della materia e del concetto stesso di Bellezza Vitale che passa attraverso la trasformazione dei 4 elementi (nell'ordine Fuoco, Acqua, Aria e Terra) in altrettante sale precedute da un Corridoio Alchemico che ospita la Pietra Filosofale e che anticipa i tre stadi fondamentali del processo alchemico: Nigredo, Albedo e Rubedo che scopriamo esplorando i dieci diversi ambienti della mostra. Il percorso si conclude in un Giardino Cosmopolita che sembra dettare la linea all'intera Design Week, sia dentro che fuori il Salone. La scommessa torna a essere quella di un incontro magico tra Salone e Fuori Salone, Art Week e Design Week, Milano e il resto del mondo, in cui sia possibile far incontrare senza conflitti la diversità delle idee, delle origini, dei diversi immaginari che la cultura e il commercio hanno sempre permesso di mescolare, con risultati che spesso rimangono l'unico modo per offrire una convivenza possibile e in molti casi virtuosa.