

FAMIGLIE/9. Tre generazioni per un successo che ha puntato tutto sul design

OMERTÀ C'era un tempo in cui i contadini, gravidi d'amor perduto e di voglia di lavoro, salivano le Alpi e si perdevano nelle valli svizzere e tedesche a cercar fortuna. Si andava a piedi valicando i passi, scavalcando le nuvole e le passioni. Cominciò Giovanni Domenico, all'inizio dell'Ottocento. Il figlio Gottardo - concepito forse in una di quelle infinite salite e discese - seguì la stessa via. E tornando nella Valle Strona un giorno trovò l'amore. «Bernarda la tedesca» la nominarono, grinta e volontà, cocciutaggine e energia. Li chiamavano i peltrai, un tornio in casa, l'odore di metallo negli abiti, i sogni color grigio. Così quando il figlio Giovanni decise di scendere al lago d'Orta e di aprire una fabbrichetta, già sapeva costruire a memoria caffettiere e pentole, posate e vassoi. Era il 1921, l'anno dell'uscita del Pci, l'anno di Mussolini, l'anno del governo Bonomi. Il vento della disperazione ancora non si incuneava in questo angolo incastonato tra Piemonte, Lombardia e Ticino. Era dunque la speranza a reggere l'insegna degli Alessi.

Oggi che gli Alessi sono giunti alla terza generazione, sanno con certezza che nonno Giovanni l'unica vera speranza la riponeva nella sua ostinazione. Un pregio ma anche una pecca.

L'addio all'ottone

Il confine tra la volontà contadina e l'ingegno industriale si è infranto con Carlo Alessi, classe 1916, studi di disegno industriale a Novara. È stato lui a metà degli anni Trenta a scegliere l'acciaio e a trasformarlo in una sinfonia. Il padre scosse la testa, appalca e ottone erano la sua vita e quella delle generazioni precedenti. L'ultima creazione di Carlo Alessi data 1945, un servizio da caffè denominato Bombé. Da allora il vecchio e saggio Alessi ha messo la matita nel taschino: né uno schizzo né un disegno. La matita spenta traccia vortici immaginari nella sua mente ma non si muove da quel taschino. Forse scrive lettere che si sparpiano nelle acque del lago d'Orta davanti al quale ha costruito la sua personale «Casa della felicità» elaborata da Alessandro e Francesco Mendini e Giorgio Gregori. Cos'è accaduto in quest'uomo dall'aspetto bonario e autoritario, che mischia dolcezza e forza? Intui che l'artigiano classico era un limite, che la guerra portava via i lutti e le improvvisazioni. Si affidò - primo in Italia - a progettisti esterni come Carlo Mazzen, Anselmo Vitale e Luigi Massoni. La notte, forse, non dormiva, si alzava a guardare quei prototipi, aveva la tentazione di riprendere la matita ma desisteva. Era ormai il direttore generale e con il fratello Ettore stava avviandosi sulla via del boom industriale. E ancora adesso, nella loro costante presenza nella fabbrica di Crusinallo, i due Alessi sanno di aver agito nel modo giusto.

Dietro le scrivanie, le vetrate, i tavoli da disegno e le esposizioni degli Alessi si ritrova una costante: la riservatezza. E oggi che Alberto, Michele, Alessio (figli di Carlo) e Stefano (figlio di Ettore) sono l'anima della Alessi, il nucleo vitale di una azienda così ricca d'immagine



La fabbrica Alessi e i suoi operai in un'immagine del 1930

Alessi, il mondo in una teiera

La saga discreta e appartata degli Alessi si svolge sul fondo del lago d'Orta. Tradito l'ottone amato dal nonno Giovanni si sono convertiti all'acciaio, abbandonata la creatività artigianale hanno scelto il design a tutti i costi. La terza generazione è convinta che i predecessori abbiano fatto la scelta giusta ma conservano degli avi l'amore per il lavoro in officina. Oggetti-scandalo e l'ambizione di un museo, per inaugurare un nuovo Bauhaus.

DAL NOSTRO INVIATO MARCO FERRARI

È ancora riposto nell'officina meccanica, non nell'aspetto giocoso e trasgressivo delle creazioni. «Questa scoperta - sostiene Alberto Alessi, 48 anni, responsabile marketing, comunicazione e design, la vera mente dell'azienda - l'ho fatta tra quattordici e quindici anni quando mio padre, durante le vacanze estive mi inviava a fare l'apprendista in officina. Per due anni mi sono trovato davanti lo stesso blocco d'acciaio da incidere. Tra quegli uomini semplici ho trovato la certezza dello sperimentare». Nonostante computer e fax, gli Alessi frequentano l'officina in quello spirito di collaborazione e di franchezza che appare una costante dell'azienda e che neanche gli anni duri della contestazione ha distrutto in una zona, come quella di Omegna, provincia di Novara, piccola capitale dei casalinghi in metallo (qui hanno sede anche la Bialelli e la Lagostina) di antica tradizione socialista che ha retto agli scrolloni leghisti e forzisti. Ri-

servatezza e costanza: sarà l'influenza del lago? Sarà la marginalità del luogo? Sarà la piccola vita di Omegna? Alberto Alessi non nasconde l'incidenza psicologica e culturale di un microclima come Omegna dal quale si guarda con invidia - pensate un po' - alla «centralità» turistica di Orta e all'inquietudine e fantastica presenza dell'isola di San Giulio. Eppure, scavando, non si trova la ragione di questo miracolo: vivere appartati, quasi in un luogo estremo, e creare con la visione del mondo.

Arta di grandi firme

Nell'atelier Alessi, soprattutto adesso che al metallo si sono aggiunti legno e ceramica, si respirano i colori di Picasso, gli spazi di Bob Wilson, le «combine» di Rauschenberg, le favole di Matisse, le forme di Miró, le folle strutturali di Gaudí. È stato proprio Alberto Alessi a trasformare lo stile arditamente del padre Carlo in vocazione per il designer intesa come disciplina



La famiglia Alessi, da sinistra: Alessio, Stefano, Alberto, Michele

Giuseppe S. Piro

globale che comprende la semiotica e la psicologia. Anche a costo di forzare la formazione da architetti dei suoi «creatori» principi: Ettore Sottsass, Achille Castiglioni, Richard Sapper, Philippe Starck, Alessandro Mendini, Aldo Rossi e Michael Graves. E non basta pensare alla tradizione industriale, alla capacità degli operai e alla tecnica

di mercato - tutte componenti vere e necessarie - per comprendere il successo dei prodotti Alessi (300 dipendenti, 4 marchi, 90 miliardi di fatturato nel '94 contro i 76,7 del '93, metà dei ricavi dall'esportazione, vedite quasi raddoppiate in sei anni) che ha sovvertito un mercato considerato sino a poco tempo tradizionale.

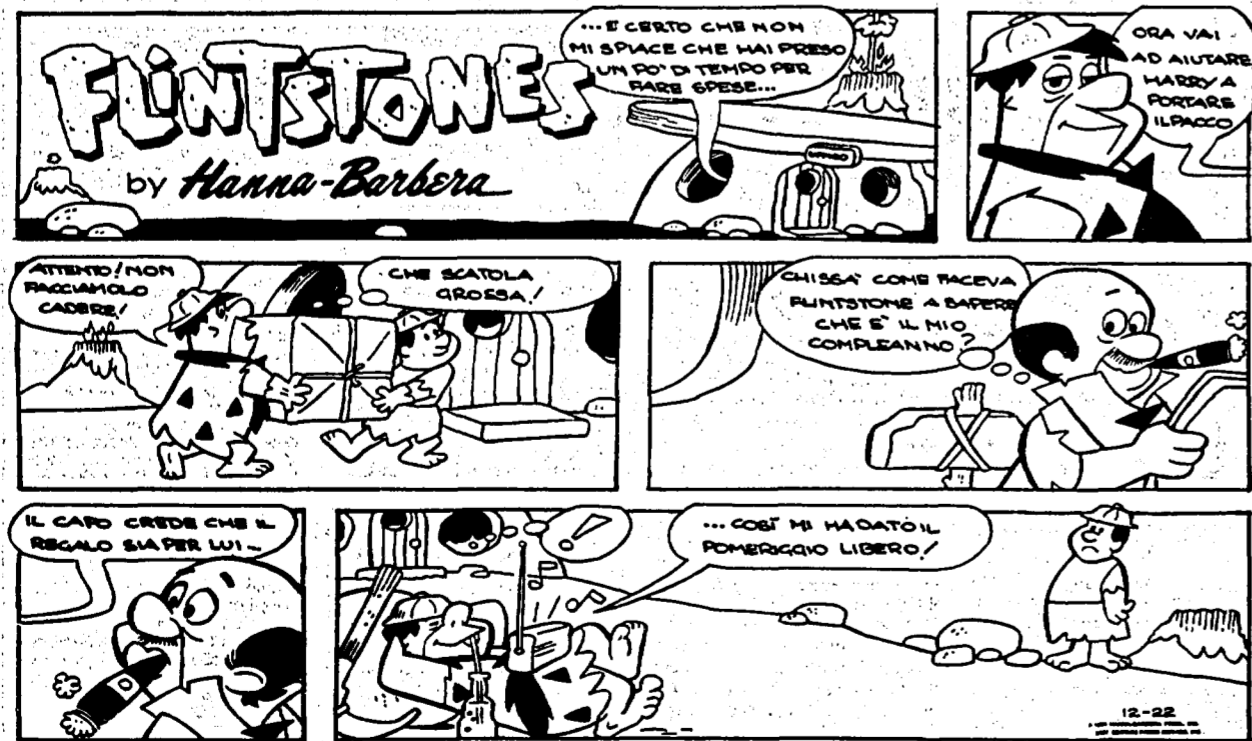
Nell'interpretare l'industria come arte, Alberto Alessi ha svolto la funzione di regista. Si è trascinato dietro la sua distratta partecipazione al '68, alla Cattolica di Milano, impaginato nei suoi studi di legge: la passione inespressa per l'arte; il suo girovagare in solitudine tra musei e città; la scoperta del design scandinavo e della pop art ameri-

cana, insomma l'idea che gli oggetti non esprimono solo funzionalità. Una capacità che anche gli altri membri della famiglia gli riconoscono: Michele, 44 anni, 4 figli, direttore generale; Alessio, 38 anni, 4 figli, direttore commerciale; il cugino Stefano, 35 anni, direttore acquisti. Alberto ha creato un catalogo di oltre 500 pezzi, offerti in due-mila versioni, ha organizzato un centro studi a Milano indirizzato ai giovani designer (producono circa il 40% delle idee Alessi) e ora sogna un museo, da far sorgere sulle rive del lago o in una vecchia ferreria, che lui immagina come un nuovo Bauhaus. Delle 50 creazioni che ogni anno sfuma si innamora come se fossero quadri da lui composti. E se ha sconvolto l'idea dell'oggettistica con il Firebird, l'accendisigari a forma fallica disegnato da Guido Venturini, con lo spremiagrumi di Starck, con lo scoppino «merdolino» di Stefano Giovannoni, se ha trascinato l'arte pura nella collezione di vasi «100 per 100 make up», ancora non sa il limite verso il quale si sta spingendo, oltre l'idea della forma e della funzionalità, laggù dove l'orizzonte dell'oggetto lambisce quella del racconto. E il suo sguardo non comprende la meta della sua ricerca.

La formula del successo

Forse per questo i suoi occhi sanno più di poesia che di lavoro. «Industria, cultura e arte - dice - possono muoversi insieme. Anche i consumi possono accrescere il livello civile ed estetico della società».

Non è un compito facile, specialmente quando si devono fare i conti con i bilanci e le volture e con le regole di mercato. Ma anche in questo caso il manager non sfugge all'originalità: «Ho elaborato una formula del successo che si basa su due punti centrali di giudizio sugli oggetti, sensorialità-memoria-immaginario e comunicazione-linguaggio, e due punti laterali, prezzo e funzioni». Una formula magica? Il sentimento oggetto di sondaggio? Oppure l'idea che la reazione della gente è ormai omologabile? «Una semplice formula matematica» assicura lui. Semplice e enigmatica, come la sua visione della vita. Dalla tranquillità quasi intangibile di questa piccola Svizzera piemontese, dalla serena esistenza quotidiana con la moglie e la figlia, dalla pace di una famiglia raccolta e unita non si fugge con tanta allegria. Così Alberto Alessi compie le sue personali fughe superando i limiti del lavoro industriale, la logica dell'accumulazione e del profitto, l'ansia dei bilanci e dei rischi che si corrono nell'avventura dell'arte che invade il campo dell'oggetto di consumo. La sua, in fondo, è una limpida e dichiarata trasgressione. Forse all'immane padre-padrone che ogni industria vanta, forse ai sogni perduti, forse alla gioventù che diventa nostalgia. Non c'è acredine nel guardare oltre le sbarre della fabbrica. Come quella di pensare che, a giorni, a ore, qualcuno della quarta generazione Alessi comincerà a voler vantare una scrivania nello stabilimento di Crusinallo. Di generazione in generazione verso una originalità che segna il tempo e con esso la nostra memoria.



© 1994 Turner Entertainment Co./distr. EPS/ILPA Milano

Spunta il nome del sovrano in un intrigo di «proposte indecenti» Re Fahd nel letto di lady S.

LUCREZIA LUCCHINI

Il nome re Fahd, il sovrano dell'Arabia Saudita, è saltato fuori a sorpresa l'altro ieri in aula del tribunale di Londra nel corso di un processo che ha per protagonista una affascinante e miliardaria manager iraniana di 43 anni. E la storia, in cui il sovrano suo malgrado si è trovato involtato, non è delle più esaltanti: è quella infatti di un torbido intreccio di pomocassette, di «proposte indecenti» e di ricatti la cui trama sta appassionando da qualche tempo il pur compassato pubblico inglese e su cui cercano di far luce i giudici.

Tutto comincia quando la dinamica signora chiamata dalla stampa londinese «Mrs S» (la legge inglese vieta infatti l'identificazione per rispetto della privacy) intenta causa contro un suo ex dipendente e un costruttore iraniano: li accusa di averla ricattata con

la minaccia di rivelare tutto sulle sue tresche con il sovrano saudita e con un certo Mohammed, uno sceicco arabo che si sarebbe a tal punto invaghito di lei da farle una proposta indecente da capogiro: due miliardi e mezzo di lire per una notte di amore. In cambio del silenzio i due, sempre secondo l'accusa, avrebbero chiesto a «Mrs S» cinque miliardi di lire a testa.

Durante l'udienza la donna ha confermato - le sue accuse - ma quando gli avvocati della difesa le hanno chiesto di precisare i suoi rapporti con il sovrano, «Mrs S» si è rifiutata di rispondere: «È una storia che riguarda solo me», ha detto - non ho nessuna intenzione di rendere pubbliche le mie vicende private».

«Mrs S» non ha potuto però evitare che altri ben più scabrosi particolari della sua vita facessero ingresso in aula. La corte infatti ha dovuto prendere visione della cas-

setta girata da Abdulmajeed Behbehani, 61, l'imprenditore implicato nel procedimento giudiziario anni, che la ritirare in pose osé. La donna sostiene che il filmato era una delle armi del ricatto, il costruttore invece smentisce di aver mai reclamato soldi per la distruzione del video-tape e sostiene di averlo girato addirittura con il consenso della signora. Ma i guai di «Mrs S» non finiscono qui: deve anche vedersela con il suo ex dipendente, anche lui identificabile solo con il nome di battesimo, Nico, che, a suo dire, l'avrebbe ricattata nel maggio scorso minacciandola di spifferare ai quattro venti le sue segrete passioni in un libro di memorie. Quanto alla proposta indecente che avrebbe ricevuto dallo sceicco, la manager ha smentito con decisione e un pizzico di ironia: «Certe cose non mi interessano... E comunque non c'è nessun pazzo che mi darebbe un milione di sterline solo per andare a letto con lui».