

“DAL VALORE DELL’IDEA ALL’IDEA DEL VALORE”

INTERVISTA AL CAV. BENITO LUIGI GIOVANNETTI, DIRETTORE GENERALE DELLA
GIOVANNETTI COLLEZIONI

DI FEDERICA CAPODURI



01

Senza dubbio la Giovannetti Collezioni è una delle aziende italiane leader nella produzione di oggetti di design, spesso chiamata a rappresentare il Made in Italy nel mondo. Compito non facile e denso di responsabilità, ma che se coadiuvato di esperienze – concorsi, incontri ed eventi – come questa, sarà sicuramente anche ricco di soddisfazioni...

La soddisfazione è data dalle esperienze acquisite, in quanto queste alimentano le nostre conoscenze, ci portano nuovi stimoli, nuove idee, nuovi progetti su cui metterci alla prova.

02

Ricordiamo lo straordinario successo del vostro pezzo forte: Anfibio. Questo divano trasformabile in letto, progettato nel 1970 da Alessandro Becchi, nel 1972 vince il premio Compasso d'Oro ed è attualmente presente in dodici musei d'arte moderna nel mondo, tra cui il MoMA di New York. Onestamente, crede che nel panorama dei nuovi oggetti possano nascere e definirsi ancora dei pezzi-icona? Prodotti longevi e capaci di divenire simboli da collezione, cult nel genere, che oltre al contenuto estetico possano emozionare e stupire un sempre più consapevole, appassionato ed esigente pubblico?

La nostra forza ed il nostro obiettivo restano immutati; anzi, ancora di più, il nostro scopo deve essere quello di realizzare e produrre pezzi con caratteristiche forti di qualità, ricerca, estetica e quella fondamentale componente emozionale che lei ha così correttamente definito.

Credo che questo debba essere lo scopo di tutta l'alta manifattura italiana. Non dimentichiamo che oggi la manifattura che resiste in questo contesto così difficile è proprio quella legata al mondo della ricerca, dell'alta ed altissima qualità.

03

Cosa ne pensa del binomio azienda-università? Quali altre sinergie o nuovi campi potrebbero essere sviluppati per stimolare la creatività e l'interesse nel cercare il nuovo e il diverso?

Apprezzo molto la cultura e la preparazione teorica che trovo in molti docenti delle università italiane. Forse dovrebbero riuscire a trasmettere di più ai giovani, studenti e designers, l'importanza della tecnica, della fattibilità degli oggetti. Sapere come si fanno le cose è utilissimo per essere presi nella giusta considerazione dalle aziende

04

Enzo Mari, uno dei più grandi del design italiano, parte dal presupposto che la vera qualità nasce dalla fatica, dal lavoro, e che i giovani che non vogliono restare disoccupati dovrebbero capire l'importanza del lavoro come trasformazione; senza perder troppo tempo sui banchi di scuole varie e non dando troppo rilievo alla rappresentazione del prodotto. Molte volte, sembra invece che ciò prevalga sul valore intrinseco dell'idea. Qual è, secondo Giovannetti, l'approccio giusto per proporsi?

Apprezzo molto Enzo Mari, il suo lavoro e le sue idee progettuali sono stati per tutti un grande stimolo.

Ma credo che oggi siano tante le variabili che portano un'idea alla sua realizzazione e al suo successo.

Una di queste è certamente la comunicazione, anche quella che il designer ne fa quando presenta un progetto ad una azienda, anche noi abbiamo bisogno di essere emozionati!

05

Il designer oggi, deve essere più una sorta di filosofo creativo o un interprete di tendenze? E quanto deve contare la conoscenza del mercato nella scelta progettuale?

E' sempre il mix che vince. Quanto si riesce a “mescolare” di tutte le diverse variabili. Un progetto è come in cucina ci vuole quel tanto di ingredienti – di tutti quelli che lei ha elencato – ma sono proprio le “dosi” dei singoli che fanno la differenza. L'equilibrio delle singole parti che dà il successo o meno di un'idea, di un progetto.

06

Sempre restando in tema di mercato, e all'attivo del vostro 60% di produzione per quello estero, le chiedo verso cosa si sta muovendo, e come, il commercio del Design in campo internazionale. Quali i consigli per diventarne un'espressione?

Credo che le nostre percentuali di export raggiungano ormai quasi il 70%...

Gli obiettivi del Design a livello internazionale non sono molto cambiati: creare un'offerta che abbia un suo stile riconoscibile nel suo insieme; creare prodotti con forti caratteristiche progettuali; la cura dei dettagli, prodotti molto "particolareggiati"; l'attualità nell'aspetto visivo, nel "look"

07

La Giovannetti – attiva da oltre 40 anni – è stata una di quelle aziende che nella loro produzione hanno dato spazio al design radicale. Un movimento controcorrente, nato in Toscana negli anni '60, che ha annoverato tra gli esponenti gruppi come Archizoom e Superstudio – quest'ultimo ideatore del memorabile divano Bazaar – e nomi storici come Sottsass, Mendini, Branzi, Pesce e Natalini – solo per citarne alcuni. Cosa spinse l'azienda ad aderire al clima di sperimentazione di quegli anni?

La voglia di cambiare, di fare cose diverse da quelle che il mercato produceva. E' stata certamente una strada più difficile, ma altrettanto ricca di soddisfazioni, prima tra tutte il fatto di appartenere ad un brand riconoscibile e conosciuto in tutto il mondo.

08

Guardandosi attorno, osservando il lavoro delle aziende che fanno il suo stesso mestiere, cosa vede? Riconosce qualcuno predisposto all'avanguardia, allo stupore, preparato al rischio? Si può ancora parlare di qualità, ricerca – estetica e formale – e innovazione quando la pressione economica sta stringendo sempre più la cinghia agli imprenditori? I quali, giocoforza, sono sempre meno illuminati?

Mi piace la parola "mestiere" che Lei ha scelto. Perché il nostro è veramente un "mestiere", appartiene a quel mondo – forse un po' antico – del fare legato al pensare, a quel modo tutto italiano di intendere la creatività.

Quello che vedo intorno a me sono piccole e medie aziende che lavorano molto, con poche finanze e tante idee e voglia di fare. Purtroppo le risorse economiche sono importanti e vitali per fare ricerca e prodotti davvero interessanti. In questo vorremmo uno Stato più attento alle necessità delle imprese.

09

Dulcis in fundo. Tre nomi – da scegliere in assoluta libertà; storici e non, famosi e meno noti, progettisti e imprenditori ecc. – che hanno contribuito all'affermazione del Design italiano. Insomma a chi volgersi e da chi, eventualmente, prendere il testimone...

Tre sono pochi.... Dovrei elencarne di più e certamente farei torto a tanti lo stesso. Non so se Giovannetti meriti di essere nell'olimpo dei tre che hanno contribuito all'affermazione del Design italiano, so che abbiamo partecipato ad alcune tappe storiche importanti nel percorso di affermazione del Design "made in Italy", e questo ci rende oggi orgogliosi di raccontare e di aver raccontato nel mondo la nostra piccola parte d'Italia.