

Torna la Campionaria tra design e innovazione

Sedici anni dopo l'ultima edizione, rientra in scena uno dei luoghi simbolo del boom economico italiano. Cambiano le voci dal fashion alla "soft economy", ma resta l'obiettivo di valorizzare tanti prodotti di eccellenza. "Piattaforme territoriali" per orientare i visitatori

IRENE MARIA SCALISE

Milano

Il futuro dell'economia italiana parte da sedici anni fa. Esattamente dove, allora, si è conclusa l'avventura della Fiera Campionaria, luogo simbolo del boom economico di un'Italia che si tragettava dal mondo agricolo a quello industriale. Ora la Campionaria torna a raccontare il paese. Tutta diversa ma, in fondo, tutta uguale. Ci sono voci che allora neanche si pronunciavano: il design, le tendenze, il fashion, la soft economy. Ma il concetto in fondo è lo stesso: creare in un sol luogo l'occasione per valorizzare le produzioni manifatturiere e artigianali, la moda come le eccellenze alimentari, le produzioni culturali e l'innovazione. Insomma, il made in Italy. Dal 22 al 25 novembre la nuova Fiera milanese, quella disegnata da Massimiliano Fuksas, si trasformerà in una cittadella della qualità per ospitare la Fiera Campionaria 2007. Per orientare i visitatori sono previste delle "piattaforme territoriali", inserite in delle torri create ad hoc, che avranno il compito di disegnare una geografia diversa: quella economica. Ecco allora Fiat, Tod's, Seat, Pagine Gialle, Bialetti, Perugina e Federparchi. L'evento è promosso da Symbola, la fondazione

che per prima ha diffuso l'esperienza della soft economy, e da Export società di Fiera Milano. «In tutto il mondo lo stile di vita italiano — spiega Ermete Realacci presidente di Symbola — è in particolare la qualità dei prodotti, la cultura, il turismo sono considerati merce rara e preziosa. La nostra sarà una foto di gruppo di un'Italia che si rigenera ma che ripropone i valori di fondo della Campionaria storica».

E nel clima di rinnovamento generale un posto d'onore spetta al design. Amati, idolatrati come un tempo erano gli attori o magari gli artisti, i designer sono i nuovi idoli. Tutti li vogliono, li conoscono

e li imitano. Il bar, il ristorante ma anche una semplice sedia piacciono di più se chi li ha progettati è un designer, appunto. Ma a volte il design ha radici antiche. E' il caso di Ifi, nata come azienda artigianale specializzata nella produzione di arredi per bar, che lanciava già negli anni '60 l'idea di costruire allestimenti con un concetto industriale come succede nel pret-a-porter. E adesso, in occasione della Fiera Campionaria, Ifi mostra i suoi nuovi modelli di

quarta generazione basati su trasparenza e innovazione. Fiore all'occhiello è "Tonda" la prima vetrina gelateria della storia dalla forma tonda e dal movimento rotante. Altro caso di successo è quello degli occhiali FreeGenio, punto d'incontro tra innovazione tecnologica e talento artigianale. L'erede dell'azienda, Alberto Frigerio, stanco degli occhiali pesanti da tenere sul naso ha inventato una montatura ultra leggera, flessibile e resistente. Naturalmente in titanio. E oggi esistono sagome dall'incredibile peso di 6 grammi.

Il design, sempre di più, fa rima con il turismo di qualità. Ecco allora spuntare, tra gli allestimenti della Campionaria, il caso del "turismo diffuso" di Santo Stefano di Sessanio. Il borgo fortificato medievale ai piedi del Gran Sasso, per anni lasciato andare, è stato rilevato dall'imprenditore Daniele Kihlgren che ha realizzato un'imponente struttura: 3500 metri quadrati più altri 1000 di case sparpagliate per la tenuta. Tratto comune a tutte le abitazioni? Un'architettura ripristinata seguendo le tecniche tradizionali, come la malta di calce e la pietra calcarea locale, ma anche gli arredi fashion, gli asciugamani tessuti a mano e il tocco di un mobile d'antiquariato. Quel che si dice un caso di successo: in quattro anni il valore delle case è triplicato e il turismo è aumentato del 30%. E

poi ancora i grandi nomi che legano al design il loro successo come Tod's, Fiat e Bialetti. Prodotti di qualità ma soprattutto esteticamente perfetti, in cui nulla è lasciato al caso. Spesso frutto di un complesso lavoro di squadra.

E, tra i padiglioni della Fiera, la moda si accompagna spesso alla tradizione. E' il caso del maglificio Ar-Va, fondato negli anni '50 in un piccolo laboratorio artigianale, ed ora sempre più orientato in un target di lusso e qualità. «La forza del nostro paese è spesso legata alla moda e all'arte — puntualizza Corrado Peraboni, l'amministratore delegato di Expocts — purtroppo si conoscono solo i grandi nomi noti a livello internazionale e meno le storie di piccole e medie aziende molto

innovative». Anche il vino, prodotto italiano per eccellenza, è sempre più spesso vicino al bello. Design di bottiglie e bicchieri, etichette griffate, sinuosi decanter, algidi rinfrescatori e sottili portabottiglie. E' il caso dell'azienda Donnafugata, 14 milioni di euro di fatturato, 300 ettari di vigneti.

"Una foto di gruppo di un paese sempre pronto a rigenerarsi"

Grandi industrie ma anche artigiani: tutte le novità in mostra



LA STORIA



Motori: la Lambretta nel 1950

L'esposizione della "mitica" Lambretta alla Fiera Campionaria del 1950



Tecnologie, i televisori nel 1961

Le "nuove tecnologie", sono da sempre protagoniste: ecco uno stand di televisioni nel 1961



Arredamento, i mobili nel 1967

Uno stand di mobili nel 1967: l'arredamento è uno dei settori di punta della Campionaria

