

Giovani dentro



Colpi di coda

Tra progetto e design, il racconto delle nuove imprese di Dainese, Guglielmi e Alessi. Perché se qualcuno ha uno spirito innovatore, lo mantiene per sempre.

di Daniela Giambrone

Non tutti gli imprenditori sono uguali. Ci sono quelli che partono come un treno, noncuranti del rischio; ci sono i gestionali, amanti del tutto sotto controllo; ci sono i metodici, che senza le giuste procedure applicate a ogni processo non si muovono.

Una cosa che tutti hanno in comune è certa: se nasci con la vocazione dell'impresa nel Dna, questa ti rimane dentro tutta la vita, anche quando sei over 70. Esemplari, a questo riguardo, le storie che stiamo per raccontare.

Tre affermati imprenditori del Made in Italy, alle spalle una lunga carriera nel mondo del design, che hanno deciso di "ri-mettersi" in discussione.

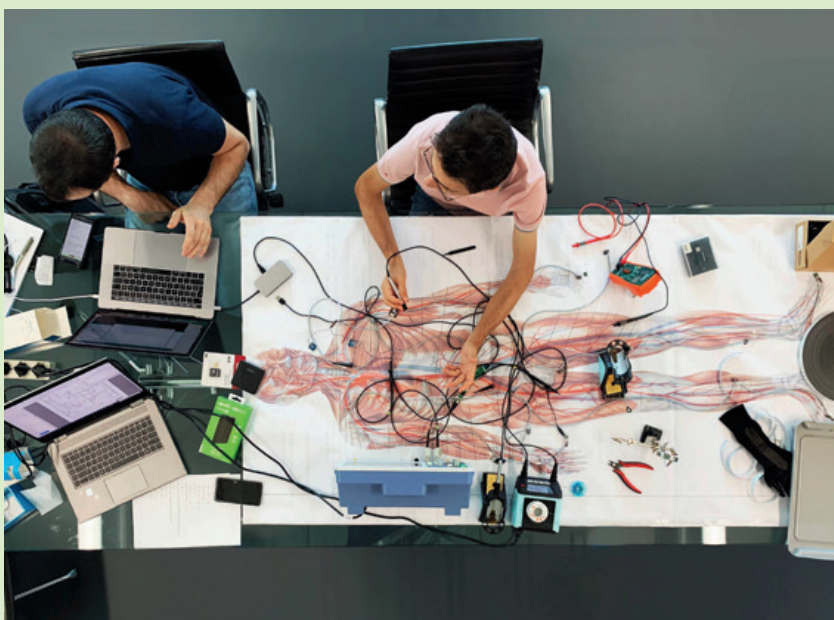
Sottotraccia, per tutti, la volontà di dettare le proprie regole al mercato piuttosto che conformarsi all'esistente. Una spinta verso il fare che non è da confondersi con un'orgogliosa *hybris*: è piuttosto una vis intraprendente ad animarli, un guizzo di genialità personale che acquista senso solo se orientato alla collettività. *I know it's never too late / To make a brand new start* cantava Paul Weller nel 1998. Così è per questi tre imprenditori. Appendere l'azienda al chiodo per godersi il meritato riposo era evidentemente un'opzione non prevista, molto più stimolante è risultato ai loro occhi introdurre la loro visione di futuro nella realtà consolidata che li circonda. Altro che "Ok boomer".

1. LE TECNOLOGIE DI PROTEZIONE D-AIR

SONO STUDIATE SU E PER IL CORPO UMANO.

2. WORKAIR LIGHT, PER CHI LAVORA IN ALTEZZA.

3. LA TUTA CON I TUBI FOTOLUMINESCENTI CHE D-AIR HA REALIZZATO PER LA COLLEZIONE DIOR A/I 22-23.



Missione: proteggere

Il passato di Lino Dainese lo conoscono in tanti. Classe 1948, nel 1972 fonda la Dainese, azienda produttrice di equipaggiamento tecnico e protettivo inizialmente pensato per il motociclismo (basti citare il suo paraschiama Aragosta), poi applicato anche a mountain bike, snowboard, sci alpino, equitazione, fino a estendersi all'ambito delle tute spaziali. Dopo decenni di attività, nel 2015 Dainese vende la maggioranza delle quote a un fondo di investimenti, rimane in azienda come socio di minoranza e inizia a dedicarsi alla sua seconda vita. La tradizione Dainese rinasce e si incarna nelle attività targate D-Air Lab, start-up impegnata nella messa a punto di dispositivi "smart", indossabili, che proteggono il corpo umano dai rischi connessi allo svolgimento delle attività quotidiane: FutureAge, per esempio, è un airbag dotato di sensori, pensato per persone anziane o

con difficoltà motorie, che si attiva solo in caso di caduta. D-One è in grado di rilevare un'immobilità prolungata causata da infortunio, con invio tramite smartphone di una chiamata di emergenza assieme a un sms geolocalizzato. WorkAir e WorkAir Light sono airbag da usare come Dpi pensati per i lavoratori in altezza. E infine

«Unire l'esperienza all'energia e alle competenze dei giovani».

Antarctica è un equipaggiamento per scienziati e ricercatori che lavorano in condizioni ambientali estreme. «Mi spinge la voglia di creare cose utili per le persone» spiega Lino Dainese, «così come unire l'esperienza all'energia e alle competenze dei giovani. Molti di loro hanno un talento nascosto da valorizzare. Ecco, mi interessa questa alleanza». L'idea di que-

sti dispositivi indossabili come un abbigliamento intelligente non è passata inosservata: dopo aver ricevuto il Premio Innovazione Adi Design Index 2022, WorkAir concorre ora per il Compasso d'Oro 2024.

Sotto la lampada

«Stare a casa a fare niente è noiosissimo». Anche con questa motivazione Carlo Guglielmi spiega, sorridendo, perché ha fondato Firmamento Milano, la sfida che ha deciso di intraprendere nel 2017 dopo la lunga esperienza alla guida di Fontana Arte dal 1979 al 2012. L'obiettivo è rinfocolare lo spirito avanguardista che animava le grandi aziende agli albori del design italiano negli Anni 50, riunendo la creatività di architetti milanesi di fama (da Cino Zucchi a Michele de Lucchi, da Michele Reginaldi a Parisotto + Formenton, fra gli altri) supportati nella gestione della produzione dall'expertise di una piccola media industria locale. Questa la spinta ideale che si riconosce dietro prodotti come la lampada a sospensione *Cono* disegnata da Guglielmi stesso, per esempio: un metro e duecento centimetri di diametro senza un punto di saldatura.

«La nostra forza sta nella realizzazione di prodotti innovativi dal punto di vista formale, funzionale, materico e di processo. La nostra debolezza, invece, sta nel fatto che purtroppo il mondo è cambiato: negli Anni 50 i grandi imprenditori design erano anche grandi commercianti che sapevano presentare i loro prodotti; oggi mi sembra che la distribuzione sia piuttosto una rete logistica cui i clienti si rivolgono per chiedere ciò che è maggiormente pubblicizzato». In verità, è proprio nell'approccio come una volta il punto di rottura di questa nuova impresa, che per scelta prende le distanze da quei diktat marketing efficaci sì, ma dagli effetti collaterali piallanti.

Attorno al tornio

Il Tornitore Matto è il risultato di una reazione alchemica. Il nuovo brand di casa Alessi, infatti, trasforma il *know-how* storico dell'azienda in merito alla lavorazione del metallo in un'esplorazione

pioniera che, grazie alla creatività, spinge tecniche antichissime verso nuovi lidi. Volutamente da Alberto Alessi, presidente dell'azienda, a ispirare questo progetto sono da un lato il fermento innovatore della Wiener Werkstätte nelle arti applicate, dall'altro il Cappellaio

«La poesia è più forte della tecnica: lo voglio dimostrare».

Matto come simbolo di genio e sregolatezza, motori fondamentali per nutrire ogni processo autenticamente creativo. *Guest star* di queste produzioni, il tornio, il macchinario usato originariamente per fabbricare oggetti in metallo. Nel laboratorio del Tornitore Matto vengono forgiati prodotti per la casa e per la tavola, dise-

gnati da un gruppo multigenerazionale di creativi internazionali che lavorano in diverse discipline, scelti da Alberto Alessi e Giulio Iacchetti, coordinatore del progetto: da Michael Anastassiades a Michele De Lucchi, da Naoto Fukasawa a Nika Zupanc, per citarne alcuni.

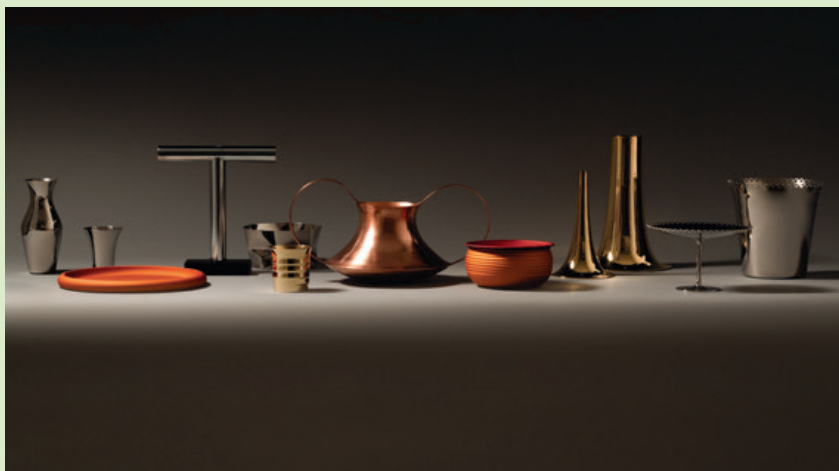
«Arrivato a più di 50 anni di lavoro ho pensato che ormai la tecnica è in grado di offrire al designer pressoché tutto quello che vuole, quasi senza limiti, anche se i risultati non mi sembrano così straordinari», spiega Alberto Alessi. «Riflettendo sulla mia esperienza, mi è sembrato di capire che i progetti migliori li ho realizzati quando ho superato molti limiti tecnici, subendone il condizionamento ma reagendo con un addendum di natura poetica. La poesia è più forte della tecnica: lo voglio dimostrare ancora una volta».



4



5



6

4. E 5. DUE LAMPADE DI FIRMAMENTO MILANO:

PILLOLA E *CONO* (5), CHE HA ANCHE UNA VERSIONE DI OLTRE UN METRO DI DIAMETRO.

6. LA COLLEZIONE DEL TORNITORE MATTO,

PROGETTO CONCEPITO DA ALBERTO ALESSI.