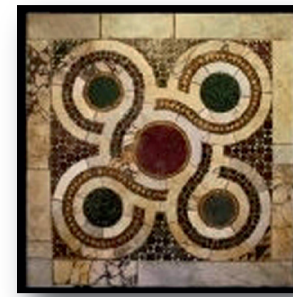


Poster

CULTURA • POLITICA • IDEE • FILOSOFIA

GIUGNO 2018



LABORATORIO MARMORARIO

SECTILIA

di Franco Vitelli

FREEPRESS MENSILE • NUMERO 6/2018

Direttore responsabile Lidano Grassucci - Magazine edito da Accademia Life srl

• Redazione: via Garibaldi, 37 - 04100 Latina • Registrato al Tribunale di Latina n. 653 RC 1368/97 CR 2007 •

LABORATORIO MARMORARIO

SECTILIA

di Franco Vitelli



I Guru del Menswear

a cura di Rinaldo Ceccano

Non farei mai disegni di abbigliamento stagionale senza il mio album di schizzi. L'ho iniziato quando ho aperto il negozio l'anno scorso. Ho letteralmente tagliato le immagini dai fogli di linea [elenchi di immagini e dettagli di ogni pezzo della collezione di un marchio] che ottengo alle grandi fiere, come Liberty Fairs a New York, e le inserisco nei miei taccuini usando del nastro colorato. Mi piace avere la stagione presentata come un collage su carta, più che su un computer o su qualsiasi altro supporto. Mi aiuta a tenere un orologio stretto e non a comprare troppo, e mi tiene concentrato sui prodotti specifici che voglio.

È anche uno strumento creativo per le combinazioni di colori. Lo mescolo con altre immagini che trovo allettanti - opere d'arte, volantini e cose del genere - mentre modellano l'estetica generale. L'acquisto può essere spesso guidato da numeri, ma questo collage mi aiuta a selezionare visivamente e a vedere come sarà lo spazio del negozio. Pagina per pagina, detta ciò che sembra bello insieme, così ho una visione chiara di quali pezzi si completeranno a vicenda sui binari o sui tavoli del negozio.

Abbiamo una tavolozza di colori molto distinta. Rende il negozio più unificato. In questa stagione è piuttosto terroso, con giacche di velluto a coste color ruggine e camicie in twill di cotone in marrone chiaro. Sono tutti nel mio album e, quando il prodotto arriva e va in negozio, lo spacco. È più veloce che cercare tra le email tutto il tempo.

Il mio libro arriva ovunque con me - non si sa mai quando l'ispirazione potrebbe colpire. Vivevo a Chinatown e alcune mattine vedevo persone che indossavano i toni del capo che mi piacevano così avrei scattato una foto. Il libro vive nella mia borsa, accanto a cose come i miei occhiali e dolcetti per il mio cane Frankie. Conservo i vecchi libri a casa perché è bello avere un punto di riferimento e vedere come si evolve il tipo di prodotti che acquisto.

Compro ciò che voglio indossare - cose che avrei nel mio guardaroba. Questo è ciò che rende County quello che è: tutti gli articoli per la casa e l'abbigliamento sono pezzi in cui crediamo. Il nostro abbigliamento maschile è minimalista e funzionale. Penso che questo atteggiamento sia stato modellato dalla mia infanzia a Chicago. Inverni pesanti ed estati difficili: c'erano molti contenitori per l'abbigliamento stagionale che entravano e uscivano dal seminterrato a casa nostra. A Los Angeles è più di una temperatura costante. Ma quei contenitori per abbigliamento erano funzionali e l'antitesi della moda veloce - a County, adottiamo questo approccio slow-fashion. Sento che c'è più tempo per i dettagli in questo modo. Inoltre ho sempre avuto un apprezzamento per una maglietta davvero ben fatta ea Los Angeles la T-Shirt è un interesse per tutto l'anno. Quindi ne compro molti.

Il rilancio del lusso in Europa

a cura di Rinaldo Ceccano

Pensa ai beni di lusso tedeschi e ti vengono in mente Porsche e BMW. Ma a marzo, quando la rivista economica WirtschaftsWoche pubblicò la sua top 100 dei marchi di lusso tedeschi, Porsche era solo quarta. Al numero 1 c'era il produttore di orologi della Sassonia A Lange & Söhne, mentre un altro produttore di orologi della Germania orientale, Glashütte Original, era al numero 3 e il produttore di porcellana Meissen arrivò a 10 anni.

Con questi marchi nella fascia più alta, Dresda e le sue aree periferiche stanno diventando un focolaio per beni di lusso di precisione. È piuttosto un capovolgimento di fortune per un'area che, per 40 anni, era sotto il dominio comunista.

“Dalla caduta del Muro, è incredibile quanto velocemente Sassonia sia riuscita a ristabilire le industrie che furono distrutte durante la seconda guerra mondiale. Industrie che, in precedenza, avevano impiegato secoli per svilupparsi”, afferma Martin Roth, direttore delle collezioni federali d'arte della Sassonia, tra cui Grünes Gewölbe (Green Vault Museum), la collezione d'arte che i sovrani della Sassonia, come August der Starke, hanno accumulato sui secoli.

Secondo Fritz Straub, direttore di Deutsche Werkstätten Hellerau, una ditta di Dresda che produce interni per yacht e ville di lusso, il revival sassone è legato alla passione per lo splendore della vecchia aristocrazia. “Volevano il lusso totale e speso un sacco di soldi per raggiungerlo”, dice. “Nel corso dei secoli, la Sassonia ha attirato i migliori orologiai e fabbricanti di mobili, orafi, scienziati e artisti della zona, e questa eredità continua ad esistere oggi”.

Altre aziende sassoni, che producono di tutto, dai vini ai tessuti, hanno anche raggiunto uno status di alto livello nel mercato internazionale. Anche le BMW, le Porsche e le Volkswagen realizzate nella regione sono riunite in fabbriche spettacolari, come se fossero pezzi d'arte moderna.

In Sassonia, come in Francia, le radici dell'industria del lusso si trovano nel periodo barocco. Nel XVII secolo, quando Luigi XIV governò Parigi e assunse Versailles come status symbol, August der Starke spese un'enorme quantità di denaro per tenere il passo con l'abbondanza del suo omologo francese. A volte, ci è riuscito. I suoi scienziati decifrarono il segreto della porcellana bianca e, nel 1708, August der Starke fondò Meissen, il primo produttore di porcellana in Europa.

Per lo Schatzkammer (tesoro d'arte) e Wunderkammer (gabinetto di curiosità), gli oggetti più preziosi della collezione contenuta nel Grünes Gewölbe, il re e i suoi discendenti comprarono le merci più costose che riuscirono a trovare; mobili, gioielli e fenomeni naturali esotici, come Coco de Mer delle Seychelles. I re barocchi erano anche ossessionati da madreperla, porcellana e uova di struzzo.

Lo scorso autunno, la Schatzkammer è stata riaperta al pubblico dopo un progetto di ristrutturazione di 45 milioni di euro. “I biglietti sono già esauriti fino a novembre. È davvero incredibile”, afferma Roth, che ha assunto l'architetto newyorchese Peter Marino per il suo ultimo progetto, organizzando l'enorme collezione di porcellane nella nuova galleria dell'East Asia.

Marino ha progettato interni per i più grandi marchi di lusso del mondo, tra cui il flagship store Louis Vuitton sugli Champs-Élysées a Parigi, ed è stato un buon segno che ha anche collezionato porcellane. “I pezzi dovrebbero attirare il visitatore, non essere nascosti dietro il vetro. Ho pensato che se qualcuno potesse rendere erotica una mostra di borse, sarà in grado di fare la stessa cosa con questa favolosa porcellana”, dice Roth. “Marino ha svolto il lavoro su base pro bono, il che è positivo perché è stato abbastanza costoso.”

Per la Sassonia di oggi, il turista ideale è, forse, qualcuno che vola su un Challenger da Taipei al minuscolo aeroporto Dresden-Klotzsche e prende la suite barocca presso l'Hotel Taschenbergpalais Kempinski, una replica esatta di un palazzo distrutto durante la seconda guerra mondiale apparteneva all'amante di August der Starke, la contessa Cosel. Di fronte, a Grünes Gewölbe, il visitatore riceverà una visita guidata privata prima di ordinare un centrotavola di porcellana da € 120.000 a Meissen e un orologio su misura a Glashütte. Si recherà quindi a Lipsia, dove comprerà un'auto dalla fabbrica BMW progettata da Zaha Hadid prima di un appuntamento con il gallerista Gerd Harry Lybke per acquistare un Neo Rauch, Tim Eitel o Matthias Weischer.

Purtroppo, i tedeschi associano ancora la Sassonia a nient'altro che a un dialetto poco attraente - e, a livello internazionale, i beni di lusso sono ancora legati a luoghi come Parigi piuttosto che Dresda. Ciò di cui questa regione ha bisogno è un buon marketing. La Chambre Syndicale, in Francia, e Alta Gamma, in Italia, promuovono con grande brio i marchi più prestigiosi del loro paese. Alla Germania manca un'organizzazione equivalente, ma la Sassonia è una ragione sufficiente per crearne una.

Milano: l'artigianato dello stile che regge l'economia.

a cura di Emiliano D'Arpino

Non è un segreto che Milano tragga molti chilometri dall'essere etichettata come una capitale della moda, un titolo che condivide (anche se in qualche modo a malincuore) con Parigi, Londra, New York e Tokyo. Ogni stagione la città gode di un afflusso di compratori, editori e celebrità che partecipano alle sue sfilate di moda. Questo febbraio, il primo ministro Matteo Renzi è diventato il primo leader italiano ad inaugurare la settimana della moda di Milano in un cenno al ruolo che la città gioca nel circuito di stile globale.

Spesso perso in mezzo alla fanfara, tuttavia, è l'altra faccia dell'equazione che aiuta a cementare la reputazione internazionale della capitale lombarda: le circa 4.000 aziende, grandi e piccole, che lavorano dietro le quinte per confezionare abiti e accessori per residenti e stranieri. I dati di vendita presso i negozi di marchi di lusso nel quadrilatero della Moda del distretto commerciale della città possono attirare più notizie, ma l'output delle imprese che lavorano a Milano e dintorni, alcune delle quali finiscono negli scaffali di quegli stessi negozi, non dovrebbe essere trascurato.

Con sede a tre milioni di residenti e con un'impronta delle dimensioni della Grande Londra, la provincia di Milano esporta oltre 6 miliardi di euro in beni legati alla moda. Le aziende, alcune delle quali sono ancora di proprietà familiare e gestite, sono sparse per la città. Molti siedono all'interno della circoscrizione e alcuni sono persino nei quartieri vicini al centro, dove gli artigiani fanno i loro affari negli scantinati, all'insaputa dei passanti mentre vanno al lavoro.

Il tragitto giornaliero di Piero Restelli è invidiabile. A pochi passi dalla porta del suo appartamento che si affaccia su Corso Sempione, è seduto dietro la sua scrivania, che oggi è coperta da un assortimento di guanti. La sua famiglia produce accessori quasi identici sotto la loro etichetta da quasi un secolo. “Vivere al piano di sopra dall'ufficio è un'arma a doppio taglio: il sabato è difficile combattere l'impulso di scendere e andare oltre gli ordini che abbiamo”, dice il 78enne. Indica i dettagli sui guanti, dalle prese d'aria laterali e tubazioni a bottoni in madreperla e fodere in pelliccia di opossum.

Oggi esce la figlia maggiore Raffaella - che ha preso in mano le redini del business -, quindi Piero ci fa fare un rapido giro, facendo capolino per vedere un dipendente che utilizza la loro macchina da cucire Singer vintage. “Richiede una mano esperta per assemblarli”, afferma Piero. “E pazienza: ci vogliono tre o quattro ore solo per finire una singola coppia.”

Passa le dita sulle pelli (la conceria della ditta è nella provincia) controllando i pecari e la pelle di daino per le imperfezioni. I guanti da sci e da guida sono ricercati dal Giappone alla Svizzera e Piero si assicura che siano riforniti da rivenditori milanesi come il grande magazzino La Rinascente. “È un'istituzione, come noi”, dice.

Filosofia del design

a cura di Rinaldo Ceccano

Nonostante il suo aspetto cadente, Bofill ha modellato con cura La Fabrica, aggiungendo parcheggi in cemento per il personale, uno studio di stampa 3D nei silos e fioriture di cemento postmoderne agli esterni.

Ma ci sono poche concessioni al design moderno per ufficio: le sedie sono eleganti bentwood Thonets, il riscaldamento dello spazio cavernoso della Cattedrale è complicato e non c'è una borraccia di cui parlare. Alcuni degli architetti abitano nelle vicinanze e fanno un salto a casa per pranzo, mentre altri, a turno, condividono un tavolo comune nascosto in una stanza nel seminterrato o si dirigono all'esterno verso i giardini tentacolare. C'è anche poco spazio per prendere un po' di tempo o avere una riunione informale. Somssich ammette che una lounge o uno spazio sociale sarebbe un'aggiunta gradita ma, come per tutto qui, dipende dall'architetto in capo. “Questa è la storia di Bofill. È la sua storia, la gestisce”.

Le vecchie ossa di La Fabrica significano che richiede una manutenzione costante. “Il cemento e il ferro: non funzionano insieme così bene. Fissiamo, fissiamo, ripariamo sempre”, afferma Vergano. “Ma ne vale la pena.” C'è anche la possibilità di espandersi per adattarsi a più personale. Mentre attraversiamo la cattedrale echeggiante ed emergiamo in un altro giardino piantato con palme e bambù sottile, lei indica un silo in cemento grezzo con un buco aperto sul fianco, pronto per essere trasformato in altri uffici.

Quindi, anche se l'edificio è apparentemente “finito”, mantiene il potenziale di un lavoro perpetuo in corso. “L'edificio è davvero la sintesi di chi siamo, del modo in cui lavoriamo”, dice il figlio di Bofill, Pablo, ora ceo della compagnia (l'altro figlio di Bofill, Ricardo, è presidente). Accende una sigaretta - insolitamente, è permesso fumare dentro - e si appoggia a un tavolo di legno disegnato da suo padre. “Il fatto che sia un edificio che sembra sempre in costruzione aiuta a dimostrare che la nostra architettura non è definita. Deve essere in costante evoluzione.”



Ambasciatori e cartoline

a cura di Maria Grazia Rezzini

Nell'ampio ufficio di Jill Morris, ambasciatore britannico a Roma dal 2016, la partenza imminente del Regno Unito dall'UE non ha nessuna delle sue ambiguità spesso confuse. “Non mi preoccupa affatto”, dice Morris, la prima donna a fare questo post. “Vogliamo una partnership profonda e speciale con l’UE”.

A settembre, per lo sconcerto di molti, il primo ministro britannico Theresa May ha scelto Firenze per fare un'importante dichiarazione di intenti. L'Italia, la terza più grande economia della zona euro, l'origine di circa 600.000 espatriati nel Regno Unito e sede di molte migliaia di residenti britannici a lungo termine, ha avuto le orecchie dritte da allora.

L'ambasciatore fa attenzione a sottolineare che i negoziati vengono gestiti a livello centrale e direttamente con Bruxelles. Ma un cambio di marcia all'ambasciata, che occupa una gemma architettonica brutalista del 1968 progettata da Sir Basil Spence, è palpabile. “Stiamo turbo-caricando il nostro lavoro bilaterale”, dice Morris. Sottolinea le recenti dichiarazioni che confermano la cooperazione tra Regno Unito e Italia sulla lotta al terrorismo, nonché un vertice bilaterale sulla ricerca scientifica. C'è molto da mantenere questa missione, che ha oltre 150 dipendenti ed è il terzo avamposto dell'UE nel Regno Unito, opportunamente occupato.

Brexit ha un impatto negativo sul marchio UK in Italia? “Non voglio sottovalutare che ci sono incertezza e preoccupazione”, dice. Ma Morris non è stata timida nell'impiegare alcuni dei più affascinanti strumenti soft-power a sua disposizione: ha ospitato una vendita di Vivienne Westwood della durata di cinque giorni presso la sontuosa residenza, la Villa Wolkonsky, anche modellando abiti da sola. L'ambasciatore consegna anche la maggior parte dei suoi discorsi in italiano, senza nessuno dei borbottii anglicizzati di alcuni dei suoi compatrioti. “Mi piace portare me stesso nel ruolo”, dice Morris, e sottolinea i profondi legami culturali tra Italia e Regno Unito, con accademie e istituzioni britanniche a Roma, Firenze e Venezia. “Ho scoperto quale enorme affetto gli italiani hanno per il Regno Unito. Per molti di loro, Londra è come una seconda casa [Londra è come una seconda casa].”

E nonostante la preoccupazione per Brexit, l'ambasciatore osserva che la vita continua: gli investimenti italiani nel Regno Unito sono aumentati nell'ultimo anno e gli italiani vogliono ancora viaggiare per perseguire carriere e studiare. Quando ha spinto le sue opinioni sulla prospettiva di un cosiddetto “no deal” con l’UE, Morris rimane irremovibile. “Continuo ad essere ottimista riguardo alle relazioni future. Ma dobbiamo pianificare per ogni scenario; la pianificazione di emergenza fa parte di qualsiasi governo o azienda ragionevole”.

Spingendo il commercio, la moda, la lingua e la cultura, l'ambasciatore ha un'innegabile energia - qualcosa di cui avrà bisogno in secchi come la Brexit macina. Eppure è straordinariamente ottimista riguardo alle future relazioni UK-UE. “Vedo che non siamo solo un buon vicino, ma un migliore amico.”

Interstudio architettonico

a cura di Maria Grazia Rezzini

Un maestoso esempio di architettura delle belle arti, l'ex capolinea del treno centrale lungo il Canale Rideau di Ottawa è stato rinnovato per ospitare il senato canadese fino a un decennio, mentre l'attuale edificio legislativo è sottoposto a una ristrutturazione. Le aziende di architettura Diamond Schmitt e KWC stanno unendo le forze per lavorare sul progetto da 269 miliardi di dollari (186 miliardi di euro). Insieme ripristineranno i dettagli di design persi sulla facciata - come archi, finestre e colonne doriche - e aggiorneranno la struttura generale per un uso moderno. Quando l'edificio riapre tra due anni, il pubblico sarà in grado di dare una sbirciatina all'interno dei tour pubblici condotti dalla Biblioteca del Parlamento.

Lo studio di architettura Nott

Chiunque ami mangiare fuori ad Auckland dovrebbe offrire grazie all'architetto Charlie Nott prima di ogni pasto. La sua pratica, Nott Architects, ha avuto una mano in alcuni dei ristoranti e dei bar più vivibili e facili della città negli ultimi anni. In particolare, Nott era l'architetto dietro Depot, la baracca di ostriche di Midtown di proprietà dello chef Al Brown, che ha cambiato il modo in cui la città pensava al pesce. È casuale: non ci sono prenotazioni, il vino è servito in bicchieri e il cibo è condiviso. Le posate non corrispondenti vengono conservate in barattoli di latta riproposti sulle tavole di legno sfregate; c'è un sacco di vecchi metalli e legno battuti alla maniera di un tradizionale kiwi bach o casa per le vacanze. È uno spazio denso e stratificato. Nott non sarebbe d'accordo che è interamente il suo design: lavora a stretto contatto con i clienti e artisti del calibro di Gary Stewart - insieme, si chiamano Two Right Group - per fare qualcosa di speciale. “Suppongo che gran parte del nostro design stia creando edifici che riflettono l'individualità del proprietario”, afferma. “È l'antitesi dell'architetto che suona dio. È seduto attorno a un tavolo con persone che la pensano allo stesso modo e cerca di rappresentare il cibo attraverso il design”.

Nott ha iniziato la sua pratica 15 anni fa a Christchurch. In questi giorni lavora con cinque architetti a tempo pieno e sette o otto part-time, tutti coetanei di Nott, che vanno e vengono dallo studio. “Ci piace mettere le cose sul tavolo e discuterne apertamente”, dice. “Non abbiamo una struttura lineare: è una leggera ribellione contro le ditte strutturate di cui tutti abbiamo fatto parte”. L'approccio si adatta: l'allineamento del lavoro ha spaziato da case residenziali a ristoranti e cantine nel Central Otago, così come bar e ristoranti. Non c'è un tema unificante: a Nott non piace riutilizzare le idee da lavoro a lavoro, quindi i progetti sono stati costruiti utilizzando tutto, dagli acciai in cemento e arrugginiti di Corten all'azienda vinicola Amisfield alla Formica e al cromo della Federal Delicatessen.

Sono tutti spazi stratificati di calore, umiltà e teatro; Nott confessa di essere completamente a disagio in ambienti ricchi di amidi. “Ci piace vedere il nostro cibo placcato”, dice. “Anche se il posto non è così pieno, ti senti intrattenuto. È l'opposto di bere la tua birra e fissare il muro”. Il concetto non è difficile da capire: rendere lo spazio caldo e divertente. Questo lo rende facile - solo che non lo è. Nei ristoranti di Nott, i commensali si siedono vicini, circondati da strati di cose effimere, ma sono tutti molto considerati. “Cerchiamo di dare a questi spazi un'anima”, dice.

La catena... di biciclette. Emilio Aldo Renesto

a cura di Rinaldo Ceccano

Monza può essere conosciuta per il suo circuito, ma il vicino villaggio di Muggiò, a 30 minuti di auto a nord-est di Milano, c'è un'azienda che sta avendo una rapida espansione che vale la pena monitorare. Lungo una strada senza pretese, dietro una grande porta di legno che attutisce il rumore del martello c'è il frenetico laboratorio di Emilio Aldo Renesto.

Utilizzando l'acciaio fabbricato a Cremona e poi tagliato a laser in Brianza, entrambi in Lombardia, Renesto ha incorniciato a mano cornici nello stesso spazio dai soffitti alti negli ultimi 45 anni. Anche se la tecnologia è cambiata e le sue fortune hanno raggiunto il picco e sono diminuite con i cambiamenti nel mercato, le cose qui sono le stesse che sono sempre state da quando ha aperto il negozio nel 1969.

Renesto stesso è pronto a identificare il segreto della longevità della sua azienda. Sebbene i livelli di produzione siano diminuiti da 3.000 fotogrammi al mese negli anni precedenti a circa 500 al mese oggi, è la qualità e non la quantità a mantenere gli ingranaggi trasformati e gli affari correnti. “Abbiamo deciso di distinguerci attraverso i nostri prodotti”, afferma. “Non siamo interessati al mercato della produzione di massa e non possiamo competere sul volume”.

Grandi numeri possono significare alti profitti, ma rappresentano un mercato che Renesto ha fermamente e, come risulta, saggiamente, ignorato. Avendo brevemente - e disastrosamente - sperimentato l'uso dell'alluminio piuttosto che dell'acciaio per i suoi telai, il maestro ha imparato ad attenersi a ciò che sa fare meglio e lasciare che i produttori si rivolgessero a lui per le sue capacità. Con l'aiuto del cognato molto abile Luigi Nespoli (lui stesso un veterano del laboratorio di 34 anni) e della moglie Matilde, il team di scheletri adempie ordini piccoli e tecnicamente complicati per produttori di boutique, individui e persino squadre di corse.

Usando tra 15 e 20 pezzi per fotogramma, e modificando manualmente ognuno secondo le specifiche del suo cliente, ha creato anche un mercato per pezzi unici. Quando le visite monocolo, Renesto e Nespoli sono al lavoro su una commissione insolita, anche per loro. Tocchi finali sono stati aggiunti a una bicicletta tandem con sterzo posteriore personalizzato, fabbricato per conto di un ciclista non vedente. “Cerchiamo di indirizzare un mercato di nicchia”, dice Renesto con un sorriso ironico. “Abbiamo un certo numero di marchi di alto profilo nel nostro portafoglio, ma preferiamo non rivelarli.”

Un esempio di cui Renesto parlerà è Cicli Maestro. La start-up milanese progetta bici create nello stabilimento di Renesto e assemblate per due ore di viaggio in un altro anello essenziale della catena - Cicli Blume di Nico Battistello (nella foto a destra). Il laboratorio di Verona assembla e aggiunge gli ultimi ritocchi a progetti come quelli di Cicli Maestro. Questo piccolo gruppo di imprese eleganti è l'anima della rete tradizionale di costruzione di biciclette in Italia e parte di un più ampio rinascimento della cultura ciclistica nelle strade delle città soffocate dal traffico, come la vicina Milano.

L'attenzione ai dettagli di Renesto è visibile nella cornice semplice e ridotta di Cicli Maestro che utilizza forcelle diritte (le lame che fissano la ruota anteriore in posizione). Questi determinano una guida più dura, mentre altre personalizzazioni significano che questo telaio da binario in acciaio inossidabile da 4 kg è realizzato esattamente secondo il rapporto attentamente calcolato del marchio.

Queste richieste speciali hanno trasformato Renesto in un astuto uomo d'affari nel corso degli anni.

Stanco della rinomata cultura del mettiamoci d'accordo (“lascia fare, è un affare”), ora copre le sue spese assicurando di essere pagato in anticipo e di un premio per il suo tocco su misura.

Riducendo le sue offerte, riducendo la produzione e concentrandosi sui modelli di business su piccola scala, come quelli di Renesto, si crea un successo attraverso un lavoro attento e competente che va oltre le capacità di molte grandi fabbriche. Il lavoro tiene anche Renesto, che ora ha settant'anni, in punta di piedi. “La maggior parte dei nostri clienti acquista i nostri prodotti per l'individualità”, afferma sorridente. “Questa è la bellezza del nostro lavoro. Ogni prodotto è diverso dall'altro.”

La bellezza delle due ruote

a cura di Emiliano D'Arpino

La bicicletta è il futuro del viaggio? Poster certamente la pensa così. Siamo sempre felici di salire sulle nostre bici Skeppshult o Arrow e schivare la nostra strada attraverso il traffico di Londra: andare in bicicletta al lavoro è una cosa che la città ha effettivamente iniziato ad affrontare con successo. Ma non è ora che il mondo intero cominci a capire che il ciclismo è un modo semplice per proteggere l'ambiente e migliorare la nostra salute? Questo mese, in ogni sezione di Poster, guardiamo i pionieri della bicicletta per cambiare il mondo, dagli urbanisti ai progettisti industriali, ma scopriamo perché la Cina ora sta favorendo la macchina rispetto alla potenza dei pedali.

Adagiata nell'estremo angolo nord-orientale dei Paesi Bassi, a due ore e mezza di treno da Amsterdam, si trova l'ordinata città di Groningen, capitale della provincia verde piatta che condivide il suo nome. Non è molto da vedere, Groningen, la sua uniformità monotona e urbana come qualcosa di un romanzo di Douglas Coupland, ma a pochi minuti dall'arrivo si cominciano a notare le biciclette, migliaia di loro. Ciò non è inusuale in sé, naturalmente, dato che la bicicletta è una costante in tutti i Paesi Bassi, ma qui ci sono in qualche modo, beh, di più.

Autobus e taxi sono affollati o vuoti e tutti, ma tutti, si stanno facendo strada dalla A-Z su due ruote. C'è l'anziano signore, la donna incinta e la preuberante i cui piedi non toccano il suolo. C'è la coppia che cavalca fianco a fianco per meglio tenere le mani, e la giovane madre con una scatola di legno sul davanti in cui tiene due bambini, un cane e una settimana di shopping. E poi ci sono gli adolescenti scontenti che si muovono pesantemente sul manubrio, il peso dell'adolescenza su di loro e pedalano lentamente come la gravità lo permetterà.

Benvenuti, quindi, alla Città ciclistica mondiale, come è stato soprannominato, un luogo in cui le biciclette sono più numerose degli umani per un rapporto di due a uno. “Siamo una città di 180.000 persone e qualcosa come 300.000 biciclette”, afferma Cor van der Klaauw, responsabile dei trasporti e del traffico presso il dipartimento di pianificazione locale. “Questo perché molte persone hanno più di una bicicletta. Ne ho due, ma conosco persone con tre, forse quattro: una per uso quotidiano, un'altra per il fine settimana, e altre forse per occasioni speciali ...”

Queste occasioni speciali non sono immediatamente chiare per il visitatore, ma più tardi incontrerò un uomo, lui stesso un proprietario multiplo, a cui piace usare un monocolo durante il fine settimana, “o ogni volta che l'umore mi prende”, dice sorridendo. “Ma allora cosa ti aspettavi? Questo è l'Olanda.”

Questo è davvero l'Olanda, un paese di gente bionda robusta, un linguaggio che si basa molto sull'abbondanza di vocali e una squadra di football perennemente poco brillante, ma spesso brillante. Il gioiello nella sua corona, ovviamente, è Amsterdam - e questo nonostante la sua popolarità come una mecca per il sesso, la droga e l'iniquità generale.

Per lo più, tuttavia, l'Olanda è un paese di energia da pedale, una terra invitante e piatta che è diventata una vera e propria Utopia ciclistica per i suoi sei milioni di abitanti.

“Tu ricevi la tua prima bicicletta, una tre ruote, quando hai quattro anni”, dice Van der Klaauw, “e all'età di sei anni, vai su due ruote e non guardi mai indietro. Quasi tutti i bambini viaggiano a scuola in bicicletta. Dopo di ciò, siamo condizionati per la vita.”

Mentre Amsterdam affollata di biciclette, soffre ancora di ingorghi stradali, SUV non necessari e inquinamento elevato, qualcosa che il suo vicino nord-orientale è diventato irremovibile e che non ha permesso di accadere. Ci sono volute azioni proattive per ben tre decenni fa e ora stiamo raccogliendo i risultati.

“Groningen è così com'è oggi a causa di urbanisti particolarmente lungimiranti negli anni '70”, dice Peter van der Wal, un manager di mobilità sponsorizzato dal governo, il cui compito è quello di indurre le persone lontano dalle auto informandole di determinate tasse interruzioni dell'offerta ai ciclisti (coloro che vanno in bicicletta al lavoro possono sostituire le loro vecchie biciclette ogni tre anni con uno sconto del 30%, oltre all'assicurazione furto gratuita) e le proprietà di promozione della salute delle due ruote su quattro. “Era il 1977 quando decidemmo che avremmo avuto bisogno di rivoluzionare la città e salvarla dalla congestione permanente chiudendo il centro a tutto l'uso dell'automobile. Ha fatto le notizie nazionali, c'è stato un grande dramma su di esso, e molta opposizione, ma i pianificatori hanno insistito sul fatto che una città di queste dimensioni semplicemente non sarebbe stata in grado di far fronte a una crescita massiccia delle autovetture”.

a cura di Rinaldo Ceccano