

OF ARCH
DESIGN

COMUNICARE
TO COMMUNICATE



PIERLUIGI CERRI LA CONQUISTA DELLA SEMPLICITÀ TO CONQUER SIMPLICITY

Text: Francesco Massoni

Nella moltitudine di segni e oggetti che affollano, e spesso offuscano, la nostra percezione del mondo, è sempre più arduo discriminare tra autenticità e banalità. Pierluigi Cerri ha scelto la strada più difficile, quella della semplicità, per dare un senso e una forma alla qualità

Incrociando le discipline progettuali, dai libri alle navi, dai musei ai negozi, dalla corporate image ai mobili, l'architetto Pierluigi Cerri ci dimostra che, nonostante tutto, è ancora possibile conferire, e comunicare, un senso coerente e compiuto agli spazi, alle attività, agli oggetti, ai servizi che costellano la nostra esperienza quotidiana in un mondo sempre più complesso da decifrare e gestire. Forgiare identità, elaborare visioni, coniare segni e strumenti utili a definire i nostri orizzonti professionali, culturali, sociali, con chiarezza e semplicità, questo è il compito che si è dato Pierluigi Cerri nell'arco della sua carriera, lavorando prima con Vittorio Gregotti, e poi, dal 1998, aprendo a Milano il proprio studio Cerri & Associati, assieme ad Alessandro Colombo. Vincitore di tre premi Compasso d'Oro ADI, Cerri ha lavorato o lavora per aziende quali Arflex, B&B Italia, Costa Crociere, Einaudi, Electa, Fontana Arte, Fiat, Fratelli Guzzini, Fusital, IGuzzini Illuminazione, Molteni & C., Poltrona Frau, Prada, Skira, Trussardi, Unifor. La mostra "Design. La sindrome dell'influenza" in corso al Triennale Design Museum di Milano, realizzata a cura di Pierluigi Nicolini e della quale Pierluigi Cerri ha firmato progetto d'allestimento e immagine, ha rappresentato lo spunto di partenza per la nostra conversazione...

118 La sesta edizione del Triennale Design Museum, intitolata "Design. La sindrome dell'influenza", dimostra che i linguaggi progettuali che hanno dato vita al fenomeno dell'Italian Design non sono immuni da contaminazioni, innesti, suggestioni provenienti da altri mondi e culture. Dunque, una sindrome molto benefica...

Al di là della retorica celebrativa e del legittimo orgoglio nazionale, il successo dell'Italian Design non è affatto un fenomeno autarchico, ma l'espressione locale di un'evoluzione progettuale che è maturata in un più ampio contesto con lo sviluppo dell'economia industriale. Molti dei nostri "padri fondatori" hanno saputo guardare fuori dai loro confini geografici, e direi anche linguistici, accogliendo spunti e suggestioni provenienti da diversi ambiti disciplinari. In particolare, credo che il delinearsi di un modello tipicamente italiano possa essere riconducibile al periodo tra le due guerre del XX secolo, quando architetti come Luigi Figini e Gino Pollini, Franco Albini, Gio

Ponti, diedero nuove interpretazioni dell'abitare, dei suoi spazi e arredi. Non voglio entrare nella mente di Pierluigi Nicolini, vecchio compagno di studi e di studio, ma sono convinto che, nella scelta dei titoli dati alla mostra e ai suoi tre capitoli, il curatore sia stato animato da una riflessione acuta e ironica al tempo stesso: non può sfuggire il fatto che la seconda sezione, quella intermedia, prende il nome dalla "Teoria dello sviluppo economico" di Joseph Schumpeter, in cui si parla espressamente di "distruzione creatrice", alludendo a quella confusione di linguaggi che ho visualizzato con un gioco di specchi nel quale gli oggetti si mescolano alle immagini e alle parole dei vari autori. Al di là di questo, credo che la parte più originale della mostra – e il merito è tutto di Nicolini – sia la prima, quella dedicata alla "invenzione del design italiano" con le sue 10 installazioni, medium espressivo privilegiato dalle generazioni d'oggi. È bello e stimolante vedere come i progettisti più giovani interpretino i loro maestri prediletti in chiave spettacolare, usando mezzi e supporti molto attuali.

Di questa mostra lei ha firmato il progetto d'allestimento e l'immagine grafica e tuttavia ne parla come se fosse un visitatore...

Ho fatto tanti progetti d'allestimento per mostre d'arte, architettura e design, lavorando con o al servizio di personaggi come Germano Celant e Frank O. Gehry, e preoccupandomi sempre di non sovrastare con il mio intervento il valore delle opere esposte. Il fatto di disegnare un "condominio", come è avvenuto in questo caso, non deve gratificare il mio narcisismo professionale. Non ho ambizioni di protagonismo, se è questo che intende.

Parlando dei suoi maestri, chi ha influenzato di più la sua attività?

Direi forse una cosa scandalosa, ma il mio modello, il personaggio che ammiro di più, e con il quale mi sono spesso idealmente confrontato, è Peter Behrens che nei primi decenni del XX secolo non solo ha forgiato la corporate identity della tedesca AEG ma ne ha anche progettato la fabbrica di turbine, insomma: designer e architetto, dal cucchiaio alla città... E pare che, in occasione di un compleanno del suo datore di lavoro, Walther Rathenau, abbia composto anche una canzone in suo onore. Per la Unifor, azienda con cui collaboro da circa trent'anni, non mi sono ancora spinto così in là, ma chissà...

E Vittorio Gregotti?

Sono stato suo assistente alla Facoltà di architettura del Politecnico di Milano, poi