

Flaminia, chiamala se vuoi, "artitettura"

Giuliano Aluffi

Nelle pagine di "Good Morning", la vocazione architettonica e artistica del marchio di ceramiche che compie sessantacinque anni

Gli avveniristici lavabi variopinti Monowash di Alessandro Mendini e il Monoroll di Nendo, lavabo a forma di foglio arrotolato, che fanno capolino tra colonne rosse, ombre e architravi. I sanitari della linea Bonola di Jasper Morrison che, materializzandosi a sorpresa

in spazi aperti e illuminati, appaiono come boccaporti di navi o orecchie di ceramica, metafisiche sentinelle in ascolto del mondo. È un dialogo lunare tra design e architettura il cuore del nuovo libro illustrato *Good Morning Design* pubblicato da Rizzoli. Nel volume curato dal progettista Mario Trimarchi, le fotografie di Santi Caleca (a lun-

go collaboratore di Ettore Sottsass) raffigurano i prodotti di Ceramica Flaminia, azienda storica nell'arredamento per il bagno di design, e capofila del distretto industriale di Civita Castellana, che celebra 65 anni di attività. «Questo libro nasce come testimonianza viva della nostra peculiarità» spiega Augusto Ciarrocchi, presidente di Ceramica Flaminia. «Ormai da più di vent'anni insistiamo su prodotti di design a vocazione "architettonica", per il rapporto che cercano di instaurare con gli spazi». E così, tra angoli e prospettive in fuga, scenari alla de Chirico, si manifestano come visitatori alieni i Void di Fabio Novembre, sanitari con superfici scavate da spazi curvilinei e levigati che ricordano il millenario lavoro dell'acqua sulle rocce, o l'Albero di Massimiliano Abati, albero-doccia tutto in ceramica. «Questi oggetti così fotografati sembrano spaesati e fuori scala: per un momento non stanno dove immaginiamo debbano stare» spiega Trimarchi. «Ma si ritrovano sorprendentemente liberi in mezzo a spazi inondati dalla luce». Ed è proprio la complicità tra oggetti e architettura



↑
Monowash, lavabo a colonna in un unico blocco di ceramica nella versione AZ, decorata da Alessandro Mendini



Curato da Mario Trimarchi, *Good Morning* è edito da Rizzoli

ture la chiave dell'operazione: la visione surreale, fotografia dopo fotografia, di un mondo privato della nostra chiassosa presenza e pervaso di mistero estetico: «Un pianeta inanimato è quello in cui finalmente le cose iniziano ad animarsi» spiega Trimarchi. «Oggetti che per gran parte della loro vita sono rimasti al posto assegnato possono uscire timidamente dalle case deserte e ritrovarsi tutti insieme nei cortili, come in un'ora d'aria da tempo desiderata». Un'ora d'aria dove a liberarsi dai vincoli della quotidiana dialettica forma-funzione - in mezzo ai pezzi più rappresentativi del marchio, catturati da Santi Caleca in attimi di silenziosa solennità - sono anche le emozioni: «L'innovazione ha senso solo se riesce a rispondere in modo chiaro e coerente alle reali necessità del fruitore» osserva Giulio Cappellini, direttore creativo del brand. «Regalandogli non solo oggetti belli e funzionali, ma facendolo sognare e sorridere». Come fanno i coloratissimi Rocchetti di Mendini che occhieggiano dalla copertina: impilati come piccoli equilibristi ritratti durante un numero ad effetto.