

## Giulio Cappellini

Direttore artistico, architetto

# Soluzioni in continuità

“Dall’Italia il mondo si aspetta bellezza, e questo fa parte della nostra storia; noi, però, sappiamo infondere bellezza anche nella tecnologia, e questo è irripetibile. Dunque, lo dobbiamo difendere”. Incasellare la figura di Giulio Cappellini in un’unica definizione sarebbe impossibile: è architetto, designer, imprenditore, talent scout, docente, art director. Nel 2022, un Compasso d’Oro alla carriera è arrivato a coronare, ma certo non a suggellare, un percorso di vita e di carriera ricchissimo, aperto e lungimirante. Generoso, soprattutto: lo è tanto nella metodologia di lavoro che offre agli esordienti e agli studenti con cui si confronta nelle università e nella sua azienda - ha favorito l’ascesa di nomi come Jasper Morrison, James Irvine, Marc Newson, Marcel Wanders, Patrick Norguet e Shiro Kuramata, il grande architetto giapponese scomparso nel 1991 di cui curò la prima personale al Museo di Milano nel 1986 - quanto nella filosofia, che è anche approccio fattivo, con cui gestisce l’impresa.

Fondata nel 1946 dal padre Enrico a Carugo, cuore paradigmatico, ma anche dogmatico, della Brianza mobiliera che in quegli anni si stava riprendendo dal conflitto allestendo gli appartamenti dei Cavigioli gaddiani e dei poveri-ma-belli che compravano a rate buffet e controbuffet, la Cappellini degli anni dell’infanzia di Giulio sarebbe di certo irriconoscibile oggi, dopo decenni di “contaminazione, emozione, disorientamento”, le tre definizioni chiave del suo pensiero. Giulio Cappellini nasce nel 1954, si laurea al Politecnico e ha il tempo di fare esperienza nello studio di Gio Ponti poco prima della scomparsa. Sono pochi mesi; sufficienti però a trasmettergli quel senso della sperimentazione e del valore democratico dell’infinita riproducibilità del bello, “che non significa mai spreco o eccesso di materiali e di lavoro”, sui quali mette tuttora in pratica le proprie intuizioni: “Bisogna opporsi a tutto ciò che è superfluo”, afferma. Cappellini, uomo di eleganza classica come tutti i veri rivoluzionari, che fanno come un

aspetto curato attiri chiunque, senza differenza di classe, detesta il luccichio, il *bling bling* di questi tempi di accesso superficiale al consumo, ma al tempo stesso trova immorale che si spacci alla massa “qualunque cosa, nella convinzione che tutto le piaccia”. Questa filosofia alla Ortega y Gasset, intrisa della profonda comprensione della vita quotidiana, dei suoi apici creativi come delle sue necessità più triviali, lo ha guidato fin dagli esordi quando, conclusa l’esperienza nello studio di via Dezza, decide di frequentare la Scuola di Direzione Aziendale della Bocconi: vuole portare i valori del Made in Italy nel mondo, e vuole farlo a modo suo, cioè da imprenditore. Entra nella Cappellini spa, oggi parte di Haworth Group con la denominazione Cap Design, negli anni in cui Milano e l’Italia tentano faticosamente di uscire dal periodo nero del terrorismo, e già nel 1981 esordisce con i Sistemi, una serie di mobili modulari dalle linee semplici e leggere, di grande funzionalità, formando al contempo il team interno che, di collezione in collezione, farà evolvere questo modulo originario nelle attuali collezioni Easy, Aviolut e Flexy Container. Qualcuno, anzi lui stesso, lo definisce “il metodo Cappellini”: come tutti i processi personali, che sempre e per definizione mescolano “razionalità e fantasia” ma postulano quell’approccio razionale singolo e quello specifico guizzo che li rendono inimitabili, anche quello di Cappellini non pare riproducibile. Dunque, vale per raccontarlo la sintesi che lui stesso dà del design come di uno strumento “che deve riuscire a far sognare le persone”, e che deve protrarre questo sogno il più a lungo possibile. Di alcuni dei suoi oggetti - per esempio la “Knotted Chair” di Wanders o la “Wooden chair” di Marc New-

son diventata un classico, o ancora la “Thinking man’s chair” di Morrison, il progettista con il quale ha stretto la collaborazione e il rapporto personale forse più duraturi e soddisfacenti - ha venduto centinaia di migliaia di esemplari, ma preferirebbe non attribuire loro la definizione di “best seller”, quanto di “long seller”. “Alcuni di questi oggetti si vendono adesso quasi più di trenta o venti anni fa, quando furono progettati”. La bellezza, per lui, è questa: non è univoca perché “tutto può coesistere” e infatti nulla appare più eclettico del suo catalogo; non ha necessariamente una patria o tanto meno una cultura predefinita (“nei miei viaggi e nei miei incontri cerco sempre di cogliere spunti e suggestioni dalla cultura locale”); soprattutto, non è gridata. Nel 2018, venne eletto dalla rivista *Time* fra i dieci trendsetter della moda e del design internazionale, ambasciatore d’eccellenza della creatività italiana nel mondo. Se la produzione italiana di arredi e complementi è diventata un fenomeno di avanguardia culturale mondiale, ma al tempo stesso un argomento di conversazione popolare, è anche grazie a lui e al suo intuito, felicemente sicuro di sé al punto di trasformare anche i luoghi in cui rende pubblici i suoi progetti: nel 1992, un suo allestimento in uno spazio industriale allora fatiscente porta all’affermazione della Fabbrica del Vapore come luogo espositivo privilegiato. Dal Duemila, su invito di Flavio Lucchini e Gisella Borioli, replica con il Superstudio, tuttora sede espositiva delle collezioni Cappellini nell’annuale Fuorisalone. Dalle sue feste grandiose si esce un po’ più leggeri, privi del senso di progettualità austera che talvolta rende il design ostico. Come Achille Castiglioni, anche Cappellini vuole “oggetti liberi e felici, da usare e non solo da contemplare”.