

ALTAGAMMA IN TRIENNALE

DIECI FOTOGRAFI «UNDER 40»
INTERPRETANO I PRODOTTI ICONA
DELLE AZIENDE DEL LUSSO ITALIANE.
DOPO MILANO, LA MOSTRA ANDRÀ
IN CINA, GIAPPONE, USA E A DUBAI

di **Giulia Crivelli**

Moda, design e immagini vivono da sempre un rapporto simbiotico e molte sono le collaborazioni tra creativi e grandi fotografi, che non si trasformano solo in campagne pubblicitarie ma sfociano spesso in veri e propri progetti artistici. La mostra Italian contemporary excellence, ideata da Fondazione Altagamma e che si apre giovedì 13 dicembre alla Triennale di Milano, è però qualcosa di diverso, con un respiro forse ancora più ampio di un "semplice" progetto fotografico voluto dalle 70 grandi aziende italiane della moda e del lusso riunite in Altagamma.

«Abbiamo pensato di rivolgerci non a fotografi abituati a frequentare la moda o addirittura specializzati e identificati con il fashion system, bensì a reporter – spiega **Armando Branchini**, segretario generale della Fondazione –. Sono dieci italiani under 40 di grande talento, tre hanno vinto quest'anno il World press award. Abbiamo chiesto loro di visitare le aziende di Altagamma per respirarne l'atmosfera e per osservarne i rispettivi prodotti iconici. Dal loro sguardo non convenzionale sono nati decine e decine di scatti: fare una scelta è stato difficile e alla fine abbiamo scelto due strade. In Triennale ci sono 65 immagini, nessuna delle quali didascalica eppure tutte evocative dell'eccellenza che le aziende rappresentano nei loro rispettivi settori. Poi c'è un libro di quasi 600 pagine e pubblicato da Rizzoli, intitolato a sua volta "Italian contemporary excellence", che contiene una selezione di foto molto più ampia e che fissa nel tempo l'universo di Altagamma».

Un universo che ha appena compiuto

vent'anni, fatto di nomi storici del made in Italy che spaziano dalla moda al design, dall'ospitalità ai motori e alla nautica (l'elenco completo all'indirizzo www.htagamma.it). «All'inizio avevamo pensato di organizzare una mostra di oggetti e prodotti, non di fotografie – racconta Branchini –. Ma ci siamo resi conto quasi subito che mettendo sotto lo stesso tetto complementi d'arredo e calzature, abiti e gioielli, motoscafi e autovetture, avremmo corso il rischio di un effetto bazaar che nulla ha in comune con l'eccellenza "complessa" delle aziende di Altagamma, fatta di prodotto, certo, ma anche di storia, know how, tradizione familiare e radici sul territorio. Tutti elementi che una fotografia può cogliere molto bene, ad arte, direi».

Dopo Milano la mostra, nella primavera 2013, si trasferirà a Shanghai e poi andrà negli Stati Uniti, in Giappone e a Dubai. «Queste sono le tappe già sicure, ma non escludiamo che se ne aggiungano altre – svela il segretario generale di Altagamma –. La versione itinerante di Italian contemporary excellence sarà diversa e ancora più ricca di quella milanese: in Triennale le immagini sono presentate tutte nello stesso modo, ma a partire dalla tappa cinese ogni fotografia avrà una cornice ideata ad hoc da un creativo dell'azienda a cui si riferisce. La mostra è un progetto di comunicazione e di marketing e vivrà anche su internet, perché abbiamo creato un sito ad hoc (www.htagammaexcellence.com) e due app, una per iPad e una per tablet che utilizzano Android. Le aziende della Fondazione stanno attraversando la crisi economica con coraggio e senza arretrare, sono tutte ambasciatrici di quell'idea di bello e ben fatto che rende onore al nostro Paese. Ma il momento è difficilissimo, aldilà della congiuntura: la competizione, anche nella nicchia del lusso – conclude Branchini – è sempre più serrata. I grandi gruppi vogliono diventare sempre più grandi, anche a forza di acquisizioni, le medie aziende devono diventare grandi e le piccole, che in Italia sono tante, devono riuscire a trarre forza da un sistema Paese. Altagamma, in questo senso, vuole dare il suo contributo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SOTTO LALENTE

566

PAGINE DEL LIBRO

«Italian contemporary excellence», pubblicato da Rizzoli in occasione della mostra che si apre in Triennale giovedì 13 dicembre, non è un catalogo ma un vero e proprio volume a sé. La mostra "vive" anche su internet, grazie a un sito ad hoc (www.altagammaexcellence.com) e a due applicazioni per iPad e Android

65

IMMAGINI ESPOSTE

Gli scatti sono firmati non da fotografi di moda bensì da reporter: Lorenzo Cicconi Massi, Daniele Dainelli, Nicolò Degiorgis, Simona Ghizzoni, Martino Lombezzi, Alex Majoli, Paolo Pellegrin, Lorenzo Pesce, Marta Sarlo, Massimo Siragusa, tutti dell'agenzia Contrasto



► Da sinistra, le immagini dedicate dai fotografi di Contrasto (tra parentesi i rispettivi nomi) a Emilio Pucci (Alex Majoli), Kartell (Massimo Siragusa), Rubelli (Lorenzo Pesce) e Salvatore Ferragamo (Marta Sarlo)