

# gapcasa

*l'informazione al punto vendita*

databank

## letti d'oggi

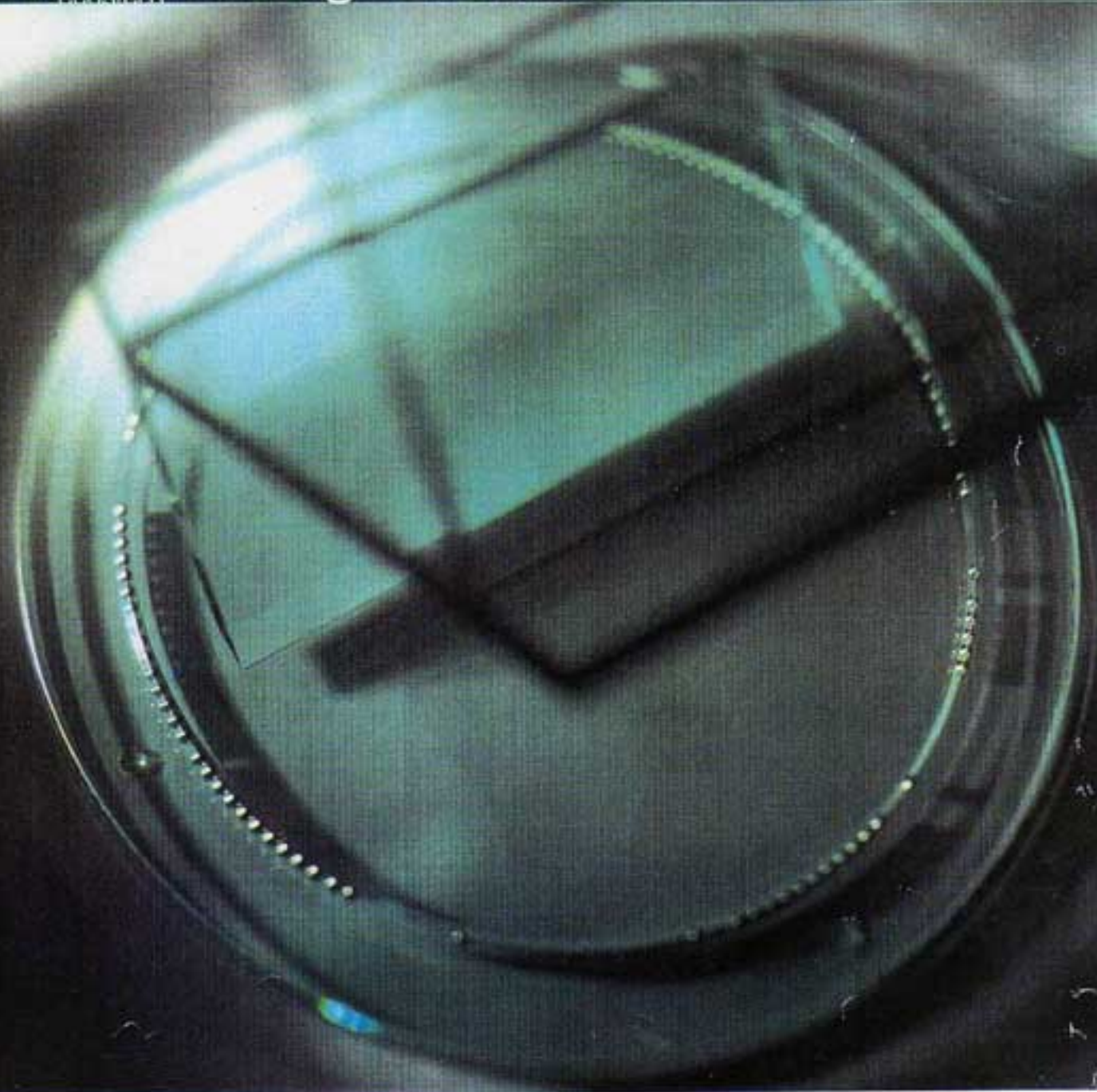
benessere, riposo,  
salute: perché?

stage  
economia  
ristampa

ricerche di mercato  
notizie  
fiere d'autunno  
ecosfera

tte le

## indagine: i mobili nel centro di milano





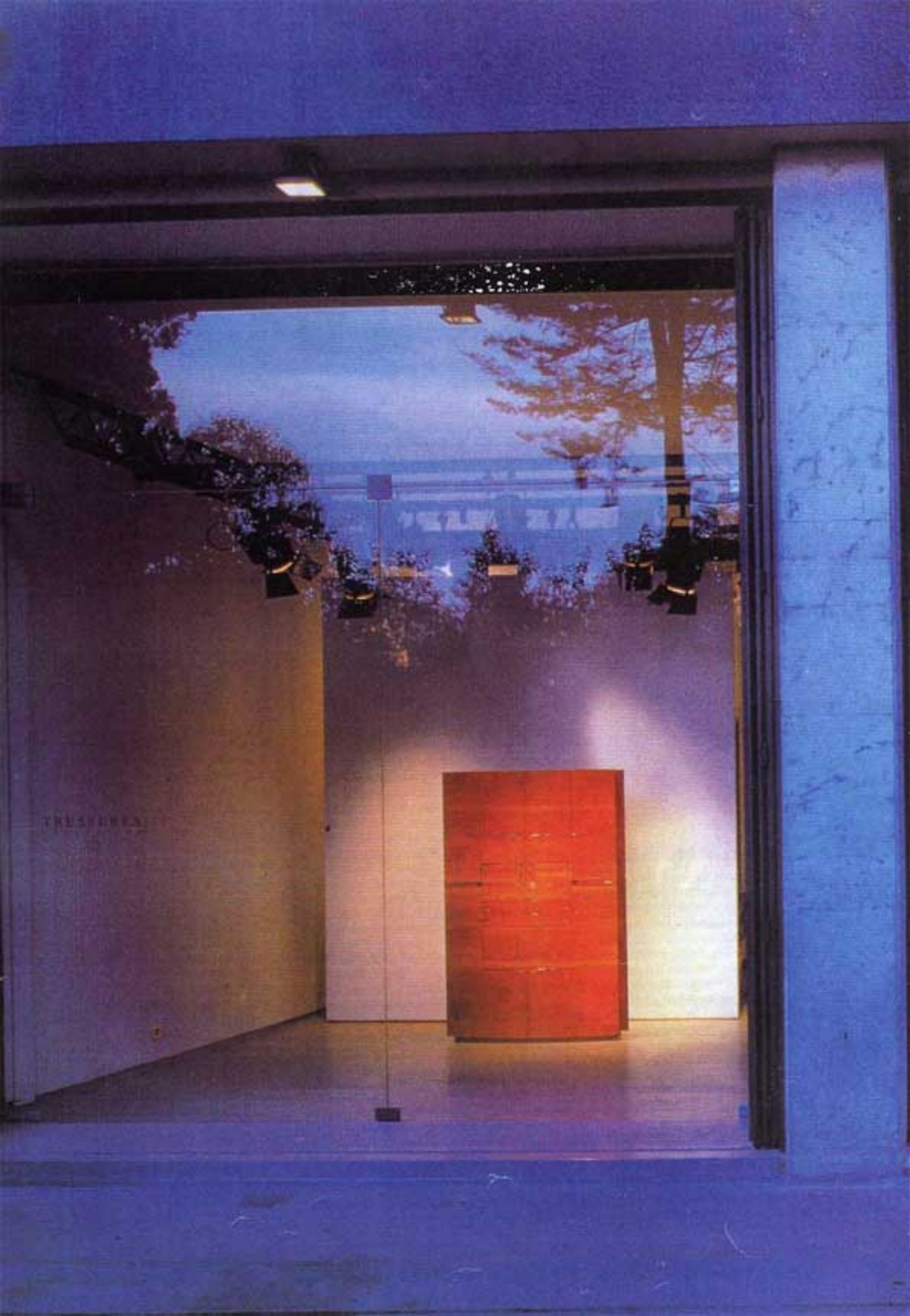
# vetrine

Da Barcellona uno show room di prestigio, uno spazio parigino a Napoli, design e artigianato a Nocera e Arezzo, nuove strategie nei punti vendita.

© Maria Clara Goldschmidt







TRUSHERS



Tresserra, Barcellona

# ritratto

Una faccia da *hidalgo*, un sorriso autoironico: molto catalano, Jaume Tresserra, è molto 'cinematografico' - non a caso la sua storia prende la via della celebrità quando i suoi mobili sono scelti per l'arredamento di un film ad altissimo gradimento: "Batman" della Warner Brothers, con Kim Basinger come malfard di turno.

Nato nel 1943, barcellonese doc, Tresserra inizia a studiare legge all'università della sua città. Ma lo studio non fa per lui, chiaramente interessato a tutte le espressioni artistiche moderne. Si iscrive allora alla Scuola Massana, tra le più note anche internazionalmente (ha vinto premi pure in Italia) e, diplomatosi, inizia una attività di designer di interni, creatore di gioielli e non disdegna neppure il settore creativo della pubblicità. Dura quindici anni, questa attività, che Tresserra definisce "pan para hoy y hambre para mañana", pane per oggi e fame per domani. E allora, decisioni rapide: nel 1987 produce una serie di mobili da presentare alla Fiera di Valenza dove coglie il primo successo: menzione d'onore per il miglior design nella categoria del mobile moderno. I suoi pezzi, comunque, non sono facili: alta qualità del materiale e della lavorazione, prezzi ovviamente elevati, una struttura di vendita impari allo scopo. Ma è l'anno che "apre il futuro". Comincia la collezione dei premi e dei riconoscimenti: quello di Nuevo Estilo nel 1988, del SIDI, di ID International Design Magazine nel 1990. E oltre. Ma è decisamente il cinema che porta fortuna a questo catalano determinato. Già nominato "Batman", che sulle sue ali di pipistrello tiene a battesimo la poltrona Casablanca e lo scrittoio Carpet, poi viene "Hercule Poirot" della BBC. Nel 1991 è la volta di "Un bacio prima di morire" diretto da James Dearden e, recentissimo, "Damage" diretto da Louis Malle.

Decisamente, i suoi mobili non sono mobili per tutti: creazioni libere, "il mobile che non serve, il totale edonismo". Ma sotto questo lato solo apparentemente ludico, c'è una forte capacità imprenditoriale, che ha avuto il suo coronamento nell'apertura (giugno 1994) di uno show-room nella parte nobile di Barcellona, molto residenziale, con ampi spazi verdi. Lo show-room (anche qui c'è la mano di Jaume) è secco, senza fronzoli, solo i mobili sono protagonisti e caricano lo spazio di un'atmosfera di "calme luxe et volupté" di intellettualissimo calore. Per l'occasione lo sforzo creativo è stato notevole: sono stati messi in cantiere nuovi pezzi di altissima ebanisteria, che uniti a quelli ormai classici della produzione portano a trentatré i protagonisti lignei dell'evento. Prodotti sorprendenti, fatti per stupire, tavoli, sedie e poltrone, una serie di elementi per ufficio (ma che sia direzionale!) e armadi e cassettoni con innumeri cassetti, e tanti 'segreti', una delle



caratteristiche del design di Tresserra. E sempre le essenze più pregiate (iroko, teak, noce, sicomoro) e finiture all'altezza.

Qual è l'humus da cui trae l'ispirazione? Non temo di riconoscere la derivazione di tanta parte del mio design: nella stratificazione dei miei studi nei settori dell'ebanisteria, del gioiello; sulla mia passione per la musica, ho creato 'a orecchio' il mio stile. La mia ispirazione non deriva solo dai designer moderni, ma anche dai luoghi che ho visto, che mi sono rimasti dentro. Mi piace osservare le cose, interiorizzarle. Certamente una buona componente di ispirazione mi deriva dall'Art Déco, dal Bauhaus, ma non per i canali consueti, piuttosto attraverso il cinema (ecco ancora il leitmotiv dominante, *n.d.r.*), i transatlantici anni Trenta del musical che ho rivisto decine di volte. In fondo mi considero un voyeur della realtà.

Uno stile, il suo, sofisticato, di non facile collocazione: rivolto a un pubblico d'élite, non solo dal côté economico... "Il mio scopo non è creare pezzi genericamente belli, ma elementi che attraggano immediatamente persone con un certo tipo di sensibilità: i colori, le essenze, le lavorazioni che uso sono il veicolo con cui cerco di esprimere il mio concetto di bellezza, senza dimenticare la necessità di una funzione specifica. E' il mio modo di esprimermi: creare mobili voluttuosi, sensuali, è il solo modo che ho per esternare quanto sento: disegnare questi mobili e questi oggetti."

Lei è stato definito un aristocratico nel mondo del design dei mobili moderni. Il termine non mi dispiace se per aristocrazia si intende amare l'arte, agire quando possibile da mecenate, puntare sui valori tradizionali, sia dello spirito che della materia (nel mio caso i materiali nobili, le nobili finiture, le alte capacità artigianali che non dovrebbero mai essere disperse): non accetto invece la definizione di aristocratico che viene fatta coincidere con l'idea di reazione.

Ma è indubbio che molta parte del suo lavoro può essere definito romantico, assolutamente non industriale... Certamente, ma credo che si possa fare un mobile 'con amore', perché sia una testimonianza di quanto può essere ottenuto al di fuori di una troppo stretta regola di mercato.

Il design spagnolo ha avuto momenti di crescita impetuosa, seguiti recentemente da periodi di stanchezza: un azzardo l'apertura di questo spazio così elitario?

Questo show-room, che ho progettato io stesso, l'ho voluto come una sfida: credo siano



proprio questi momenti di stanchezza che invitano a non lasciarsi andare, a reagire. I mobili, i miei mobili, ma anche quelli di altri bravi designer catalani, devono avere una propria vetrina esclusiva in cui brillare, un ambiente adatto in cui emergere.

Lei si è sempre interessato anche alla creazione di pezzi unici, mobili specialissimi su commissione... E' il lato rischioso di questa impresa che mi affascina: come avvicinarsi alla scultura, tentare di raffigurare impressioni, sensazioni, sensi... Ecco, i sensi: come *due sensi creati per l'Hotel Arts del villaggio olimpico*, un mobile enorme per l'altezza (quasi due metri e mezzo) con una profondità di soli otto centimetri e formato da tanti cassettoni di otto centimetri per otto con maniglie a forma di orecchie (quelle laterali) e di nasi (quelle frontali). Mi affascina l'idea di affrontare il progetto di visualizzare allo stesso modo il gusto e il tatto. Questo campo di indagine mi permette di evitare la noia della ripetizione che non riuscirei a sopportare.

Le crediamo sulla parola, lei ha nominato l'Hotel





## show-room

La superficie dello show-room è di circa 420 metri quadri. È situato al 17 di calle Josep Bertrand, 08021 Barcelona, poco lontano dall'Avinguda Diagonal, con affaccio sul verde dei Jardins Eduard Marquina. I lavori, iniziati nel maggio 1993, sono durati meno di un anno, consentendo l'apertura nell'aprile 1994. Con Jaume Tresserra, autore del progetto, ha collaborato Javier Mendez.

L'affaccio non è molto ampio: una vetrina con un unico pezzo che cattura lo sguardo, e il corridoio di accesso alle sale interne. I materiali - pavimentazioni, stucco, vetri, illuminazione (115 fonti luminose) - sono tutti scelti in sintonia con l'alta qualità della collezione esposta. Oggi i pezzi che la compongono sono 33, di cui viene fatta mediamente una tiratura di 400 copie, vendute in tutto il mondo. Al momento dell'incontro con Jaume Tresserra ci vengono fatti i nomi di cinque esclusivisti italiani: MC Selvini a Milano, Gurliano a Torino, Toschi a Reggio Emilia, Interior Design a Firenze, Del Febro a Spilimbergo: come dire "la crème de la crème".



foto di Rafael Vargas

Arts dove ha arredato i piani residenziali e che è stato acquistato da una grande società giapponese. È servito come "biglietto da visita" per sfondare in Giappone?

Certo. E, modestamente, mi si è aperto così il mercato del Sol Levante, con un fatturato di tutto rispetto.

Come definirebbe il suo nuovo spazio? Non negozio, ma vetrina per presentare cose belle che non servono. Non mi importa lo show-room come vetrina per la città, ma come vetrina per il mondo. Penso che basti un "piccolo" passo avanti per essere sempre in prima fila.

Un'opinione sui problemi della distribuzione. Il mio problema è quello di creare una rete di distributori estremamente selezionata. In Italia posso citare quattro o cinque negozi - non molti, ma sono quelli giusti, situati lungo tutta la penisola. Comunque la regola principale è di non "bypassare" mai il negozio, rivalutare il cliente con uno stretto rapporto interpersonale. Perfino nei piccoli particolari, che poi si rivelano

importanti nel tempo. Per esempio, se riteniamo di aver apportato un miglioramento in una cerniera, la sostituiamo anche a distanza di tempo, anche se non ci viene richiesto.

A questo punto non si crea il problema del reperimento della mano d'opera altamente specializzata artigianalmente, necessaria per realizzare i suoi progetti?

Questo è del tutto vero: ogni giorno le fila di chi è davvero capace di una lavorazione come quella alla base dei miei progetti si diradano. Ma è imprescindibile per me continuare su questa strada perché voglio che i miei pezzi siano una testimonianza di questa capacità, anche se un giorno questo non sarà più possibile. Alla base di quanto progettato c'è il rifiuto del *cui-de-sac* in cui si dibatte tanta parte della progettazione attuale. Il design secondo me è una vocazione, lontanissima dal creare l'ennesima inutile sedia, piuttosto nel filone "missionario" della ricerca, di nuove forme, nuovi materiali, con costanza e dedizione.

Intorno al "sole" Jaume si muovono i pianeti, le figure - indispensabili - dei collaboratori: da Lola Planas, la moglie, sagoma sottile di intellettuale, che è l'interlocutrice che gli permette di "spiegarle, e spiegandogliele, capire lo stesso, le forme vaghe che immagino e che così prendono forma compiuta" e Javier Mendez, il mitico disegnatore, da sempre vicino a Tresserra (hanno studiato insieme) e che visualizza, per gli artigiani che poi li realizzeranno, i sogni del designer. C'è poi l'intelligenza barcelonense, capeggiata - occorre dirlo? - da Kim Larrea e Juli Capella, "inventori" di una rivista di design dalla troppo breve vita. Uscendo dall'algida bellezza dello show-room nel sole e nel verde di questo stupendo Barcellona vitale e vivace, si comprende la carica di entusiasmo misto a una buona dose di "irresponsabilità imprenditoriale" che fa di Tresserra uno dei protagonisti del design catalano.

F