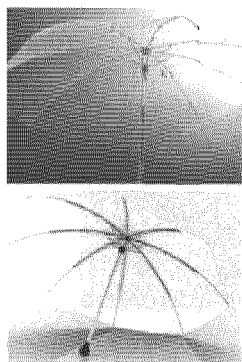


CASE & COSE

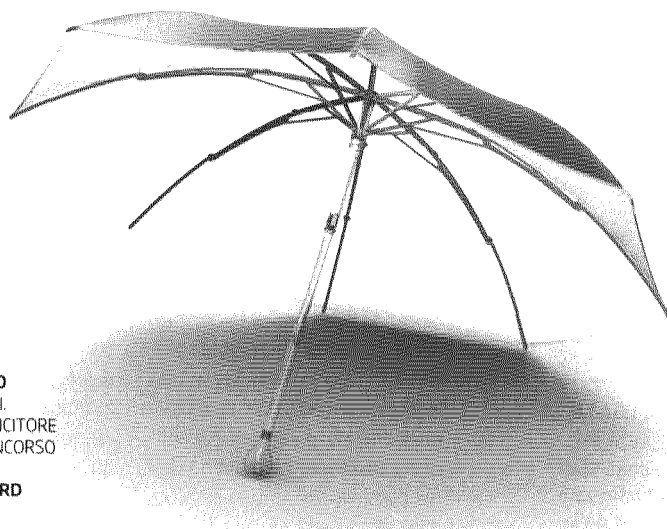


di AURELIO MAGISTÀ

## NUOVE IDEE: L'OMBRELLO DI DESIGN CHE METTE A RIPARO L'AMBIENTE



L'OMBRELLO GINKGO DI GIANLUCA SAVELLI. IL PROGETTO È IL VINCITORE PER L'ITALIA DEL CONCORSO INTERNAZIONALE JAMES DYSON AWARD



**J**ames Dyson, cui di recente l'*Herald Tribune* ha dedicato un ritratto, è uno spirito pratico. Come spesso accade ai designer che hanno una formazione da ingegneri, è molto sensibile a due aspetti del progetto: che le cose funzionino e che aiutino la gente nella vita quotidiana. E le sue invenzioni più note lo confermano: una serie di aspirapolvere più potenti e senza sacchetto, i ventilatori senza pale... Ogni anno il suo premio internazionale seleziona le idee più interessanti che vanno in questa direzione, risolvere i problemi quotidiani e migliorare la vita di tutti i giorni. Da alcuni anni facciamo parte della giuria che seleziona i progetti italiani e bisogna dire che in genere non si tratta di proposte di particolare qualità. Facendo il nostro dovere di giurati, finiamo per augurarci che dalle altre nazioni vengano progetti più meritevoli di vincere.

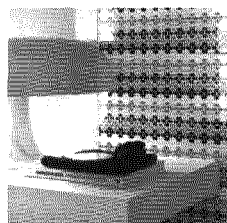
Quest'anno però quella del primo classificato per l'Italia sembra un'idea davvero buona. E diciamo «sembra» solo perché la bontà di qualsiasi idea, finché non si misura con l'uso quotidiano, non può essere davvero verificata. Gianluca Savelli, che al Politecnico di Milano studia, guarda caso, ingegneria meccanica, è partito da queste considerazioni: «Ogni anno più di novecentomila ombrelli vengono persi, rotti e incorrettamente depositi, considerando un peso medio di duecento grammi, con la quantità totale di ferro, pari a 180 mila tonnellate, sarebbe possibile costruire oltre venti torri Eiffel. Il poliestere nella copertura ha un tempo di degrado di oltre mille anni. I diversi materiali rendono l'oggetto leggero, robusto ma non flessibile, inadatto a sopportare urti e vento, senza deformarsi o rompersi; braccetti, aste e pulsanti non riescono a sostenere le sollecitazioni dovute alle operazioni di apertura e chiusura e al vento. L'alto numero di componenti, oltre cento, comporta bassa affidabilità e fasi di produzione e assemblaggio complicate; per la lavorazione dei materiali si utilizzano processi produttivi con forte impatto sull'ambiente».

Soluzione: GinkGo. Non l'ispettore di Diabolik, ma un ombrello composto da un unico materiale, il polipropilene, riciclabile al cento per cento, ma soprattutto «un ombrello più semplice, resistente, robusto, flessibile, composto dall'80 per cento di componenti in meno di quelli tradizionali». Se il progetto dovesse passare alla fase esecutiva, un ripensamento sul nome andrà ovviamente fatto. Tutti i progetti scelti dalla giuria su [jamesdysonaward.org](http://jamesdysonaward.org) ■■

## dolce vita

### LA SOBRIETÀ PER ESSERE SUPERFICIALI

Ideata per i rivestimenti, la linea Smart di Ragno è un'ottima scelta per interni che accordano sobrietà con una certa vocazione al decorativo. In sei colori (bianco, beige, arancio, marrone, blu e verde), propone inserti in cinque motivi: dal Lines, con superficie a righe in rilievo tono su tono in formato 25 per 76 centimetri, al pannello floreale di 50 per 76 centimetri, fino al Mosaico di 30 per 30. Si tratta di una monocottura a pasta bianca spessa 11,5 millimetri. La superficie è lucida. [ragno.it](http://ragno.it)



### COSÌ NEGLI USA LA PUBBLICITÀ FECE BOOM

«L'espansione del mercato delle nuove abitazioni fece da volano alla crescita», scrive Ferdinando Fasce in *Le anime del commercio. Pubblicità e consumi nel secolo americano* (Carocci, pp. 235, euro 17), parlando della tumultuosa crescita economica degli Stati Uniti tra il 1945 e il 1960. Molti dei consumi furono indotti, appunto, dalle nuove case che gli americani dovevano, volevano, arredare nello spirito del nuovo tempo: le cucine componibili, gli elettrodomestici, il telefono, il living... L'impianto saggistico del libro dedicato alla storia della pubblicità offre anche altri, piacevoli, piani di lettura: quello dei consumi e di come eravamo.