

Abitare



Design L'immagine al potere

Cataloghi come libri d'arte, pubblicità d'autore, video che raccontano delle storie: i marchi dell'arredo riscoprono l'informazione emozionale

Bianco e nero. Una donna mollemente adagiata su un divano, rilassata ma senza scomporsi. Letizia Herrera, raffinata modella over 50, incarna il comfort elegante di chi non guarda alle mode, nemmeno in un arredo. È uno degli scatti della nuova campagna pubblicitaria di Edra firmata da Giovanni Gastel: c'è il «prodotto» ma soprattutto il significato di un marchio, con i suoi valori e l'immaginario che muovono. Potere di un modello di comunicazione canonico, ancora oggi vincente se si vuole raggiungere un pubblico ampio e diversificato.

«Quello che fissa una fotografia rimane scolpito nel tuo

immaginario. C'è la qualità dello scatto, la restituzione chiara del messaggio: per noi sono il comfort e l'eleganza atemporale. E Gastel li riproduce magistralmente. Poi c'è il valore concreto, la funzionalità trasversale del divano, raccontata dal gioco della ripetizione — la persona, seduta, distesa, rannicchiata —, un artificio per suggerire le tante possibilità di stare in relax». Così Monica Mazzei, vicepresidente di Edra, sintetizza il senso di affidarsi al mezzo di comunicazione più consolidato (l'advertising) in un momento in cui l'attenzione dei brand di design si sta spostando altrove: i video, i social, ma anche nuove forme di cataloghi prodotti.



Ricerca creatività Qui sotto, il divano Standard nella foto della campagna pubblicitaria di Edra, firmata da Giovanni Gastel; a sinistra, il catalogo celebrativo 50 + 30, realizzato da Graph.X per Living Divani (foto Thomas Pagani)

Che cosa è cambiato negli anni? Tutto e niente, verrebbe da dire guardando per esempio gli scatti dei fotografi famosi che hanno accompagnato il percorso di Edra: «Le nostre campagne hanno sempre voluto tradurre l'assolutezza del prodotto: il divano Wave di Zaha Hadid era un'architettura e questo emergeva; il

Flap, con una Mariacarla Boscono (ai suoi esordi da modella) dal sorriso rilassato, evocava il comfort totale». Cioè, il prodotto deve riconoscersi per quello che è.

L'autenticità: presupposto non solo dell'immagine pubblicitaria, ma anche del catalogo, che oggi rinasce con un volto nuovo. Come conferma

Massimo Lissoni, direttore di Graph.x, società di comunicazione parte della Lissoni Associati e autrice ogni anno di una ventina di pubblicazioni per marchi importanti: «Conta il rigore: creare un progetto su dei valori reali, mettendo a nudo il prodotto in tutte le sue sfaccettature. Senza inganni». Anche se la dimensione «straordinaria» è d'obbligo: «Dalle foto di impatto in location importanti all'uso di carta e soluzioni creative speciali. Il catalogo deve farci sognare», dice Lissoni che evidenzia la tendenza recente dei prodotti ricercati quasi come libri d'arte, perché, spiega: «Un oggetto prezioso e curato, come gli arredi di design, può essere raccontato solo da



Dettagli Un catalogo di Luaidi, dal film Doors. Luaidi Stories, di F. Molteni

THE SPIRIT OF PROJECT

SISTEMA ARMADI COVER FREESTANDING, PANCA PLANET DESIGN G.BAVUO

Rimadesio



CORRIERE DELLA SERA

Milano, Via Solferino 28 - Tel. 02 62821
Roma, Via Campana 59/C - Tel. 06 688281

FONDATA NEL 1876

Servizio Clienti - Tel. 02 6379710
mail: servizioclienti@corriere.it



Mattarella alla Silicon Valley
«Il sistema Italia non aiuta le start-up»
di **Giuseppe Sarcina**
a pagina 15

«la Lettura» in edicola
L'Amazzonia è di tutti: il pericolo sovranista
di **Sabino Cassese**
nel settimanale



Quale futuro

LA DESTRA OLTRE LA PIAZZA

di **Pierluigi Battista**

Il centrodestra oggi celebrerà a Roma il suo trionfo in piazza. Festeggia il suo popolo che è vasto e gli è restato fedele anche nella tempesta, si sente galvanizzato dall'entusiasmo di un'opposizione che oggi persino i sondaggi più negativi accreditano di un eccellente 45 per cento, e tra qualche giorno potrebbe persino mettere a segno il colpaccio della vittoria in Umbria. Ma l'euforia, più che comprensibile in una giornata così, rischia di nascondere le crepe che si sono aperte nel grande azzardo di agosto. Salvini è stato estromesso dal governo, Pd e Cinque Stelle sono riusciti a disinnescare la strapotenza. Il centrodestra a trazione salviniana è ormai decisamente più destra che centro. Il mondo delle piccole imprese, delle partite Iva, dei commercianti, del ceto medio dei lavoratori autonomi, dei professionisti, la base sociale che è da sempre il pilastro del centrodestra, è spaventato dal governo giallorosso che si presenta (masochisticamente) come la solita coalizione delle tasse ma è diffidente, sospettoso, e non è affatto contento di come la Lega nel suo anno governativo ha condotto la sua battaglia per il rilancio dell'economia. L'alleanza è minata da malumori e rancori. E soprattutto la sensazione che le elezioni si possano allontanare nel tempo impone una battaglia di posizione che non può ridursi all'eterna propaganda elettorale: l'attività preferita dei suoi leader, Berlusconi prima e Salvini adesso.

continua a pagina 28

Il presidente del Consiglio: se hanno poco coraggio lo dicano in Parlamento. Zingaretti: irresponsabili

Manovra, asse anti-premier

Renzi e Di Maio all'attacco: «Va cambiata, serve un vertice». L'ira di Conte

Si consolida l'asse Di Maio-Renzi contro la manovra e, di conseguenza, contro il premier Conte. Il pentastellato e il leader di Italia viva sono d'accordo: la manovra va «cambiata» e per questo «serve un vertice di maggioranza». Il presidente del Consiglio non nasconde malumore e dice: se hanno poco coraggio lo dicano in Parlamento. Mentre il segretario del Pd Zingaretti: sono irresponsabili.

da pagina 2 a pagina 11

L'ANALISI

Il senso di un assedio

di **Massimo Franco**

Si sta delineando un grillismo anti-Conte guidato da Luigi Di Maio. Fino a qualche settimana fa sarebbe suonato come un ossimoro politico.

continua a pagina 5

GIANNELLI



SETTEGIORNI

di **Francesco Verderami**

Palazzo Chigi, i dem e il piano B contro il logorio

La «cotta» politica non è passata: Di Maio sta con Renzi perché insieme hanno interesse a logorare Conte e il Pd di Zingaretti. Palazzo Chigi e Nazareno non avevano bisogno di assistere ai giochi pirotecnici di ieri per capirlo, infatti stavano già elaborando un «piano B». continua pagina 5

LA QUESTIONE CURDA

La tregua fragile al confine siriano L'Europa chiama Erdogan al tavolo

di **Lorenzo Cremonesi**



Una donna in lacrime per i morti curdi

I curdi sono accerchiati. Qualche esplosione si sente ancora. Ma sembra l'inizio della fine della guerra guerreggiata.

a pagina 12

I disordini Dopo le condanne dei secessionisti. Salta la sfida con il Real



Manifestanti con la bandiera dell'indipendenza catalana durante gli scontri con la polizia lungo le strade di Barcellona

Barricate, scontri e feriti: la battaglia di Barcellona

di **Andrea Nicastro**

Gas lacrimogeni e proiettili di gomma contro i manifestanti che avevano costruito barricate e lanciato oggetti contro gli agenti. Continuano i disordini a Barcellona dopo la condanna dei leader secessionisti. In Spagna — viste le tensioni — è stato deciso di rinviare la partita Barcellona-Real.

a pagina 13

L'INCHIESTA È ACCUSATO DI CORRUZIONE

Tangenti, arrestato l'autore Lieto: fu in corsa per Rai

di **Antonella Baccaro e Fiorenza Sarzanini**

Corruzione in atti giudiziari. Questa l'accusa che ha portato in carcere Casimiro Lieto, avellinese, classe 1963, autore di trasmissioni televisive come «La Domenica Ventura» con Simona Ventura. Lieto è balzato agli onori delle cronache televisive un anno fa, quando si parlava di un suo approdo alla direzione di Rai, proprio mentre lui era l'autore preferito di Elisa Isoardi, conduttrice della «Prova del cuoco» e, in quel periodo, ancora compagna dell'allora vicepremier Matteo Salvini. La Rai, appresa la notizia dell'arresto, avrebbe già avviato l'iter per la risoluzione del contratto di collaborazione con Casimiro Lieto.

a pagina 23

MILANO SI INDAGA PER OMESSA VIGILANZA

Precipita dalle scale a scuola Grave bimbo di cinque anni

di **Gianni Santucci**

a pagina 19

IL CAFFÈ

di **Massimo Gramellini**

Vietato agli anziani

Grillo vuole togliere il voto agli anziani, dunque anche a sé stesso. Dopo una certa età, che si dimentica di precisare, le uniche urne concesse sarebbero quelle cinerarie.

In Italia i veterani dell'esistenza si avviano a diventare il gruppo più numeroso. E in democrazia, se la maggioranza preferisce investire in dentiere anziché in biberon, occorre assecondarla, a costo di trasformarci in un immenso ospizio. Ma è davvero così? La provocazione di Grillo, che pure passa per un utopista, mi sembra di un cinismo spaventoso. Secondo lui ogni anziano vota sulla spinta delle convenienze personali immediate. Ne consegue che il destino dell'ambiente gli interessa meno di quello della badante. Ma ogni essere umano è un impasto di interessi e di

passioni. E anche l'anziano, Grillo ne converrà, è un essere umano. Restringerlo al cliché del vecchietto passatista e borbottone non fa onore al capopopolo (anziano). Vada a spiegare le sue teorie ai congiunti della nonna di Iglesias investita da un Suv, che ha protetto la nipote col proprio corpo e con l'ultimo filo di voce ha detto ai soccorritori: «Pensate alla bambina». O all'ottantenne toscano che si fa 60 chilometri al giorno per portare a scuola un bimbo cieco che non è nemmeno suo parente. La crisi economica, costringendo tanti anziani a sostituirsi allo Stato, li ha già indotti a coniugare i verbi al futuro. Non bisognerebbe impedire loro di votare. Casomai di farsi votare, ma questo è un cattivo pensiero che mi attraversa solo quando vedo Trump.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

