

PADRE DELLE FORME-ICONE

Loewy, il designer che reinventò Coca-Cola e Shell

Maurizio Di Fazio

Questa è la storia dell'uomo che ha progettato una buona parte dei prodotti iconici di massa del 900. Il pacchetto di sigarette Lucky Strike e le nuove bottigliette e dispenser della Coca Cola, la conchiglia Shell e le decorazioni dell'Air Force One. Locomotive e automobili lanciate nel futuro, centri commerciali e il primo grande magazzino meccanizzato, i frigoriferi Sears Roebuck e Frigidaire. Mobili e arredi degli uffici, delle case e dei grattacieli. Aspirapolvere e treni, pentole e rosetti, trattori e navi da crociera. Nulla di vintage, tutta roba ancora al passo coi tempi.

L'INVENTORE DELLE FORME MODERNE

RAYMOND LOEWY (1893-1986) è stato un designer statunitense di origini francesi, creatore del disegno industriale di massa: tra le sue invenzioni famose, il pacchetto di sigarette Lucky Strike, le bottigliette della Coca Cola, la conchiglia Shell e le decorazioni dell'Air Force One. Concepisce poi gli ambienti dei veicoli spaziali della Nasa e negli anni 70 pure l'Unione Sovietica bussa alla sua porta



IL LIBRO



Non accontentarsi mai Raymond Loewy
Pagine: 450
Prezzo: 28 €
Editore: Mare Verticale



MASSIMA
Il design industriale è per il 25% ispirazione e per il 75% spostamenti

cia natia. È il 1919 ed è subito colpo di fulmine. "Ricordo ancora come ero esaltato alla vista della bandiera a stelle e strisce. Esteticamente parlando, è perfetta. Uno dei più eccezionali design di tutti i tempi. Forse ogni nazione ha la bandiera che merita". I suoi esordi sono da illustratore per i rotocalchi di moda. Nel 1927, all'improvviso, la svolta, dopo avere ridisegnato un logoro ciclostile. Si reinventa designer industriale, da pioniere in capo. L'impatto è fragoroso. Nemmeno il crollo di Wall Street, la Grande Depressione e la Seconda guerra mondiale lo piegano. Il suo modello colonizza l'Europa. Per certi versi, la globalizzazione è sbocciata proprio in quegli anni. "Una cosa tira l'altra, finché non siamo stati chiamati quasi ogni giorno per una consulenza su qualche nuovo problema. La gamma era imprevedibile. Il colore di un traghetto, il design di un menu, una nuova torre di segnalazione, un ponte sul Potomac, una tazza di caffè o il design di una tavoletta di bronzo per un dirigente in pensione. Invariabilmente abbiamo cercato di essere immaginativi e pratici".

Il suo studio è ormai potente, con oltre duecento dipendenti. Uno staff di trenta-quarantenni di talento, dotati di "un senso dell'umorismo che si manifestava soprattutto nel magazzino. Amavano scrivere sulle pareti frasi come 'non mordere la mano che firma l'assegno'. Diventa un personaggio televisivo e radiofonico, e nel 1949 Time gli dedica la copertina. Colleziona mogli e yacht, dimore da sogno e party da mille e una notte. Si gode magnificamente la vita: uno che si era ripromesso di fare più confortevole e desiderabile quella degli altri non poteva che cominciare dalla propria. I cancelli dell'agloria sono spalancati, è al timone del più importante centro internazionale di progettazione e servizio al dettaglio, ma non smette di saltare da un continente all'altro. "Il design industriale è fatto per il 25 per cento di ispirazione creativa e per il 75 per cento di spostamenti". Concepisce gli ambienti dei veicoli spaziali della Nasa e negli anni Settanta persino l'Unione Sovietica bussa alla sua arte, carica d'artigianato. Ha già perso la Guerra fredda sul campo dell'immaginario collettivo, il consumismo ha sbaragliato il comunismo e per assurdo contatta, per risollevarsi, uno dei suoi principali sicari materiali e pseudo-spirituali. Rovesciando Saint-Exupéry, "L'essenziale è visibile agli occhi".

"Futurista" Raymond Loewy sulla locomotiva da lui disegnata. Accanto, la bottiglietta di Coca e il suo marchio Shell CONTRASTO



RAYMOND LOEWY Esce il memoir inedito

IL SIGNORE CHE RICREÒ

COCA-COLA

Progettista di aerei e loghi