



L'impressione è che in virtù di questi movimenti sia venuta meno la creatività o una buona percentuale di essa, aziende create o acquisite per fare fatturati che non rischiano più di presentare oggetti o mobili alternativi e veramente innovativi in grado di caratterizzare fortemente un ambiente o di monopolizzare l'attenzione, aziende alle quali non interessa più percorrere le strade che negli anni '60 e '70 furono aperte dai vari Aurelio Zanotta o Cassina, Busnelli o Vitra, Kartell o Simon con oggetti che ancora fanno parlare di se anche attraverso presenze nei musei di tutto il mondo.

Ormai l'immagine di un mobile è più dettata dal particolare che dalla forma vera e propria, oppure da incursioni che fanno di esagerato come abbiamo visto da Edra, che ha rivestito il suo ormai famoso Tatlin con un prezioso tessuto in kevlar sul quale sono stati applicati milioni di piccolissimi cristalli swarovski che alla fine fanno lievitare il suo prezzo alla stratosferica cifra di ben 73.000 euro!

Il fatto curioso è poi che una addetta del settore commerciale ci ha confermato che l'azienda sembra determinata a produrlo e che addirittura alcuni pezzi erano già stati commissionati da facoltosi clienti.

Personalmente dobbiamo però rilevare che queste sembrano più operazioni di marketing volte a stupire che non ricerca di un prodotto che sappia veramente innovare e lanciare nuove tendenze.



Il Tatlin di Edra, 73000 euro di strass