

Il terzo libro più diffuso al mondo¹

Il catalogo IKEA 2015

Di Nicolas Santolaria²

NDR: Approfondire la business idea dell'Ikea è sempre un esercizio utile per chi si occupa di imprese. Nel testo che segue diventa anche un "divertissement" semi-serio. L'autore, giornalista francese, sfoglia il catalogo Ikea 2015 alla ricerca della "filosofia" che ne ispira alcuni slogan. Anch'essi proposti in kit di facile assemblaggio...

L'articolo si completa - in nota conclusiva - con una breve sintesi delle dimensioni aziendali ed i riferimenti ad una carta interattiva riportante le sedi Ikea nel mondo.

Ogni anno l'arrivo del catalogo Ikea nella buca delle lettere costituisce per me un piccolo evento. Un segnale, alla pari della migrazione degli uccelli o della rinuncia agli zoccoli Crocs per la stagione fredda, che annuncia la fine prossima dell'estate e l'arrivo imminente di week end maniacalmente passati a deambulare dentro un immenso hangar giallo e blu.

Sulla copertina di questo parallelepipedo di 330 pagine, un papà scapigliato vestito di una anonima felpa porge un succo di frutta al figlio appollaiato su di una scaletta sgabello Masterby da 29,90 euro. Potrebbero trovarsi ovunque, in una sorta di Brooklyn globalizzata dove le persone amano far crescere le piantine aromatiche in interno e camminare a piedi nudi sul parquet in legno grezzo. Il papà sorride visibilmente al bimbo e l'immagine sembra dirci che l'ergonomia della cucina Ikea in cui la scena si svolge favorisce lo scambio di sentimenti autentici e profondi. Fenomenologia arredativa che accredita lo slogan che accompagna questa piacevole istantanea: *"le piccole cose di tutti i giorni"*

¹Fonte: <http://bigbrowser.blog.lemonde.fr/2015>

Traduzione: M.Linda Salerno

² Redattore presso il magazine GQ, dopo aver collaborato con *Libération* e *Technikart*



Il terzo libro più diffuso al mondo

Si coglie subito a occhio nudo che questo catalogo non è una volgare pubblicazione di vendita per corrispondenza ma che converrebbe considerarlo alla stregua di una guida esistenziale, posta sotto la doppia influenza del filosofo svedese Christofer Jacob Bostrom (per le basi teoriche dal vago sapore di marmellata di mirtilli) e del semiologo francese Roland Barthes (per la potente portata metafisica degli oggetti). Dopo la *Bibbia* e il *Piccolo Libro Rosso*, il catalogo Ikea è la terza opera più diffusa al mondo e il gigante svedese sembra prendere molto sul serio la sua vocazione ad elevare le folle. Voltiamo pagina. Vicino ad una foto di bigné con zuccherini disposti in un contenitore per alimenti di vetro trasparente Fortrolig (3,99 euro, prezzo ribassato), un testo intitolato *"Lunga vita alle piccole cose!"* chiarisce in grandi linee questo esistenzialismo: *" A prima vista si potrebbero considerare dei dettagli. Un gesto, una parola gentile, un sorriso al volo. Forse queste piccole cose si possono manifestare con il vassoio della prima colazione, che portate al letto di colui o colei che condivide la vostra vita. O attraverso la pedana che aiuta i piccoli ad avvicinarsi ai grandi. Piccole cose semplici che contribuiscono a rendere straordinario il quotidiano...."*

Ecco che un oggetto minimale può servire in modo concreto ad afferrare un barattolo di marmellata sullo scaffale ma possiede ugualmente una funzione molto più nobile, quasi un invito intrinseco alla elevazione spirituale. Allo stesso modo, alcune pagine dopo, David stilista culinario che testimonia la sua esperienza di risveglio, ci spiega che le polpette sono *"più che semplici polpette"*

Ogni cosa qui supera la semplice dimensione funzionale e si propone come portatrice di una epifania in rotta con gli artifici peculiari della società dell'immagine. *"Più le nostre vite diventano virtuali più abbiamo bisogno di contatto fisico. Abbiamo scelto materiali naturali e piacevoli al tatto per riscoprire i nostri sensi e ritrovare noi stessi, le nostre emozioni e le nostre case"* aggiunge Isle, architetto di interni e designer che appare a pagina 9. Più efficace della maieutica di Socrate, la lampada da tavolo in bambù e vernice trasparente Sinnerlig a 49 euro vi strapperà di colpo dal mondo delle illusioni.

Un pensiero rivoluzionario

Quando si annovera il catalogo Ikea tra i libri di vera saggezza corale, retrocedendo il *Tao Te King* al rango di volgare prospetto pubblicitario, si leggono con uno sguardo diverso gli *haiku*³ che punteggiano i vari capitoli e che costituiscono tanti elementi sparsi di una filosofia di vita da assemblare da sé. Ogni problema dal più materiale al più profondo trova qui una risposta. Non siete riusciti a risolvere il rapporto col vostro figlio adolescente malgrado la vostra tenace lettura di Wittgenstein? Ebbene meditate piuttosto sull'aforisma a pagina 16: *" Tutto ruota qui intorno. Ovunque vadano i teenager fanno sempre una tappa al frigorifero che diventa il punto di incontro di tutta la famiglia"*.

Attratto dalla sottile interazione degli elementi, auspicate allora andare oltre il grande chimico Lavoisier che professava che *"nulla si perde, nulla si crea, tutto si*

³Un **haiku** (俳句, *haiku*), termine creato dal poeta [Masaoka Shiki](#) (1867-1902), è una forma poetica molto codificata di origine giapponese

trasforma"? Sappiate allora – come precisato a pagina 35 – che sono "vietati gli sprechi in cucina: con contenitori adatti e ricette ingegnose gli avanzi di stasera possono elegantemente trasformarsi negli ingredienti della cena di domani o in un pranzo al sacco.." Il catalogo Ikea non si ferma a metà strada e dopo aver rivoluzionato la psicologia e la storia delle scienze, fa piazza pulita dello stoicismo, della sua rigidità morale e dello scomodo barile di Diogene. Si legge infatti a pagina 86 : " Il compromesso perfetto: ? lui preferisce una seduta più rigida invece a te nel divano piace sprofondare. Basta non farsi mancare niente e l'armonia sarà garantita"

Vivere felici? Non è forse ciò a cui anela massimamente ognuno di noi? Non andate lontano, la risposta è pagina 88, vicino alla foto di un divano letto angolare Friheten a 429 euro: *"il vero confort è un comodo divano letto e qualche tavolino, circondati da una perfetta connessione wi fi"*.

La parabola del guardaroba

Vi state dicendo che tutto ciò è troppo semplice? Che il gigante dell'arredamento intento a proporvi una pseudo illuminazione insieme ad un paralume Krusning a 15,95 euro dimentica le asperità proprie di ogni percorso? Basta obiezioni e gustatevi piuttosto la parabola del guardaroba riportata a pagina 116, vicino ad una bella immagine di cassetiera con tre cassetti Tarva a 369 euro: *"Uno per lui, uno per lei: un'equa divisione dello spazio del guardaroba permette di curare il proprio aspetto senza inibire lo stile dell'altro"*

Ed ecco che col mio libro di saggezza sotto braccio sono certo di poter ormai affrontare ogni situazione. Questa comoda filosofia tagliata per l'avventura come una cassetiera Malm con tre cassetti mi dà una bella sensazione di sicurezza ed una voglia irrefrenabile di andare a gustare le nuove Grönsaksbullar, meravigliose polpettine vegetariane surgelate a 5,50 euro il chilo.

Note conclusive

IKEA azienda multinazionale, fondata in Svezia da Ingvar Kamprad, specializzata nella vendita di mobili, complementi d'arredo e altra oggettistica per la casa, ha la sede legale a Leida nei Paesi Bassi, Nel 2013 il gruppo risultava avere 151.000 collaboratori con un management composto per il 47% da donne e un fatturato annuale di oltre 29 miliardi. È presente con 345 centri di vendita in 42 paesi, gran parte dei quali in Europa dove realizza il 70% del suo fatturato. Gli altri centri di vendita si trovano negli Stati Uniti, in Canada, in Asia e in Australia.

A questo link <http://www.slate.fr/monde/86845/carte-interactive-implantations-magasins-ikea> si può vedere la diffusione delle sedi Ikea nel mondo con una cartina interattiva ideata da Mike Barker, specialista in design e applicazioni numeriche.

