

Lo strano mondo di mister Liberty

di Giuseppe Scimone

Agli Italiani la parola Liberty richiama alla mente i motivi floreali che per qualche decennio hanno contraddistinto stoffe, suppellettili, oggetti ornamentali e persino strutture architettoniche. La diffusione della « moda » raggiunse da noi l'apice nel periodo tra le due guerre mondiali e la sua influenza fu tale da rispecchiarsi nella produzione di alcuni scrittori anche noti.

Ancora oggi l'atteggiamento dei non più giovanissimi verso di essa si avvicina al sentimento bivalente di odio-amore nutrito talvolta verso le persone a cui si è più legati. È stato lo stile del salotto buono dell'infanzia, ma anche dei tempi delle grandi speranze e delusioni, della sinuosa *silhouette* dell'iris e delle più orripilanti *abat-jours* che la nostra memoria ricordi.

Come mai gli oggetti più disparati, dai portafiori alle sedie, dalla tappezzeria agli orologi, riescono a fregiarsi di una definizione che abbraccia espressioni di grande raffinatezza e squisito gusto artistico, ma anche di deprimente banalità? Il merito o la colpa, secondo i casi, va ricercata nella influenza esercitata da un inglese nato a Chesham, nella Contea di Buckingham, il 13 Agosto 1843. Arthur Lansenby Liberty non fu un artista né un teorico. Era invece un geniale mercante che, esattamente un secolo fa, riuscì ad aprire bottega nella via più elegante ed esclusiva della Londra ottocentesca, quella Regent Street ideata e costruita per lo *shopping* dei privilegiati più esigenti (pescivendoli, macellai, fruttivendoli e venditori di simili prosaicità ne furono decisa-

mente banditi per non offendere le narici più delicate).

Mr Liberty si era fatto le ossa presso un emporio della stessa strada, specializzato in scialli indiani e cinesi. Da tempo ormai l'Inghilterra imperiale si concedeva del resto all'esotismo, basti pensare al Padiglione di Brighton, la più incredibile e zuccherosa costruzione arabesca, che il Principe di Galles (futuro Giorgio III) fece costruire nel 1787. La tendenza verso il nuovo e l'originale trovò conferma nella Esposizione Internazionale del 1862, nella capitale britannica, dove i prodotti giapponesi stimolarono l'interesse generale. Circolavano addirittura leggende sull'*escalation* della cultura orientale in Europa, come l'episodio delle stampe scoperte a Parigi nel 1860 fra l'imballaggio di tazze e piattini provenienti dal Paese del Sol Levante.

Col talento degli affari e con la innegabile esperienza e genialità che possedeva, Arturo Liberty fece del suo negozio un Eastern Bazaar: le lacche, le paglie leggere e delicate, i motivi ornamentali di piante ed uccelli in composizioni insolite e preziose, costituirono un forte richiamo non solo per i clienti, ma anche per i protagonisti del mondo artistico.

Fra questi ultimi c'era in quel tempo anche chi sentiva la esigenza di far uscire l'arte dalla stretta cerchia dei suoi cultori, portandola negli oggetti di uso quotidiano. Mentre un gruppo di entusiasti incominciava una produzione ispirata a questi principi e ad una intenzionale polemica con quella industriale, ma su scala molto

ristretta, per la manualità della lavorazione, Liberty si avviava trasformarsi da importatore di alto livello in promotore di creazioni originali.

La colorazione delle sete che arrivavano dall'India avevano dimostrato purtroppo scarsa resistenza alla prolissità dei tempi intercorrenza fra la loro preparazione e la vendita: tra la bruma di Londra il giallo tramonto, il rosso veneziano, il blu pavone, lo zaffiro e il ceruleo sembravano ammalarsi di inguaribile malinconia, illanguidivano e impallidivano miseramente.

La collaborazione di un geniale tintore consentì a Liberty di aggirare l'ostacolo, importando i tessuti grezzi da tingere in patria con colori

