

MUSEO
FRATELLI
COZZI

Alfa Romeo

presenta

dove c'è gente c'è *velca*
da Legnano al MOMA

dal 5 al 12 settembre 2021
Sala Rossa del Museo Fratelli Cozzi

In Partnership con il distretto 5Vie nell'ambito del Fuorisalone 2021

con il supporto di associazione Friends of Museo Fratelli Cozzi

Un'idea nata dall'incontro di Elisabetta Cozzi, Paolo Girotti e Gabriele Vedani



MUSEO
FRATELLI
COZZI

Alfa Romeo

dove c'è gente c'è **velca**
da Legnano al MOMA

il museo

Il **Museo Fratelli Cozzi**, aperto nell'ottobre del 2015, nasce dalla passione di **Pietro Cozzi** per il marchio Alfa Romeo, passione che lo porta a collezionare a partire dal 1955, anno di fondazione dell'omonima concessionaria, un esemplare per ogni modello prodotto dal Biscione, scelto tra l'allestimento più performante o interessante ai fini del collezionismo. Oggi il Museo raccoglie oltre 60 auto, comprendendo nella collezione 2 auto uniche al mondo ed alcuni modelli rarissimi.

Oltre alle auto, nel **Cozzi.LAB** sono conservati più di 300 poster originali, migliaia di fotografie, depliant, libretti d'uso, cataloghi auto e ricambi, manuali di riparazione, trofei, oggetti d'arte insieme alle maggiori riviste e libri di settore, e tutti i documenti che testimoniano il percorso commerciale, le tecniche di vendita e marketing della concessionaria che le ha vendute. Sono tante le storie che il Museo racconta e, tra queste, quella di **Pietro Cozzi**: un imprenditore che ha fatto della sua passione una professione, che ha voluto condividere con tutti attraverso il Museo.



Il progetto del Museo, disegnato dallo **studio di architettura Buratti**, è stato pubblicato per il suo particolare concept su molte riviste di arredamento, architettura e design. A fine 2019 sempre lo studio Buratti ha creato una nuova area (Sala Rossa) dedicata all'accoglienza, a conferenze e alla consultazione digitale dell'archivio. Infatti, dopo due anni di lavoro di una professionista archivistica, tutti i documenti del Cozzi.LAB sono stati catalogati e digitalizzati ed ora risiedono in un grande database consultabile con un software dedicato. Il Museo ha reso pubblica parte di questo archivio attraverso la sua pubblicazione sul sito, con accesso aperto e gratuito agli utenti interessati.

Dalla sua nascita il Museo Fratelli Cozzi ha ricevuto ogni anno il Certificato d'Eccellenza di Tripadvisor, collocandosi al primo posto tra le attività della Città di Legnano. Nel 2020 il riconoscimento Travellers' Choice: il museo viene inserito tra il 10% delle migliori attrazioni del mondo. Membro della rete di MuseImpresa, del Circuito Lombardo dei Musei del Design e dell'associazione MuseoCity, nelle Giornate di Primavera 2019 il Museo è stato scelto dal FAI tra i 1100 Beni del patrimonio italiano aperti al pubblico, registrando un record per numero di visitatori. Nel 2021 ASI (Automotoclub Storico Italiano), ACI Storico e RIVS (Registro Italiano Veicoli Storici) hanno affiliato il Museo alle loro prestigiose associazioni, riconoscendone il ruolo istituzionale di valorizzazione della cultura motoristica italiana ed internazionale.

Il Museo è anche la sede di un movimento dedicato alla valorizzazione del mondo femminile, giunto al tredicesimo anno di vita: Woman In Power.

FRIENDS OF



MUSEO
FRATELLI
COZZI

Alfa Romeo

dove c'è gente c'è **velca**
da Legnano al MOMA

perché il museo fratelli cozzi e velca?

I numeri del Museo a marzo 2021



Perché vogliamo raccontare la storia di Velca?

Per riportare alla memoria dei legnanesi in primis ma anche di tutti gli appassionati di impresa e di design una straordinaria storia aziendale. Oggetti, documenti, video e testimonianze in una mostra dal titolo: **Dove c'è gente c'è Velca, da Legnano al MOMA.**

Cultura di impresa: quello che le imprese italiane insegnano al mondo.

Carlo M. Cipolla, uno dei più grandi storici dell'economia del Novecento, disse: "Gli italiani sono abituati fin dal Medioevo a produrre, all'ombra dei campanili, cose belle che piacciono al mondo".

E la bellezza di cui parla Cipolla, dice **Antonio Calabrò** – Presidente di MuseImpresa – è senza dubbio un tratto distintivo, un elemento della competitività delle imprese italiane. Bello è tutto quello che, dagli anni '50 del secolo scorso in poi, abbiamo plasmato sotto l'insegna del design e che si contraddistingue per qualità, estetica e funzionalità. Tutto ciò che esce dal nostro Paese è "bello", perché frutto della bellezza di cui siamo impregnati, e che viene dalla dimensione delle forme e delle proporzioni».

Le imprese, raccontandosi, generano valore, a livello economico, ma anche sociale e culturale. La storia delle imprese italiane, infatti, è fatta di radici e di ali, per utilizzare un'espressione cara al sociologo tedesco Ulrich Beck, e dimostra che si può innovare pur senza perdere di vista la tradizione. «Un museo dice molto bene tutto questo – sottolinea **Calabrò** – e fa passare nella coscienza comune del Paese la consapevolezza che fare impresa è un elemento di grande valenza sociale (perché dà un'idea positiva del cambiamento) e morale (perché impresa è responsabilità)».



dove c'è gente c'è **velca**

da Legnano al MOMA

Nel 1954, quando all'indomani delle macerie lasciate sul campo dalla guerra tutto sembrava possibile, **Aldo Casaroli e Luigi Vedani**, in un piccolo capannone di via Balbo, cominciano a costruire la storia di un'azienda che da laboratorio artigianale arriverà ad avere, nel momento di massima espansione a cavallo tra la fine degli anni Settanta e i primi Ottanta, ben 140 dipendenti. Un'azienda che lascerà un segno indelebile, fino ad ora mai raccontato e ricostruito nei passaggi fondamentali, nella storia industriale della città e del design dell'arredamento da ufficio.

La storia di **velca** ha alla base una ricetta costruita con ingredienti non sempre di facile reperimento: capacità imprenditoriale, abilità manuali nelle lavorazioni acquisite con l'esperienza e una buona dose di intuito, coraggio e sana incoscienza che in poco più di trent'anni, prima delle cessioni a una multinazionale, hanno contribuito a rendere florida l'azienda anche attraverso una serie di intrecci e contatti con numerose realtà del design italiano che proprio allora scrivevano le prime pagine di una vicenda unica, alla quale ancora oggi si guarda con ammirazione.



Non è il solo fatto di essere un'azienda di Legnano a rendere importante per la città la storia di **velca** e a giustificare l'idea di una mostra che ricostruisca i passaggi fondamentali: le radici sono importanti quando diventano simbolo di una qualità che non ha più confini territoriali, quando generano un modello di successo al quale guardare con ammirazione, quando è possibile rintracciare in quel dna originario i caratteri di laboriosità, genio, condivisione con il contesto sociale e territoriale di appartenenza che possono essere ancora declinati al presente: caratteri che, perché no, potrebbero essere utilizzati per ridefinire in termini contemporanei una sorta di "genius loci", da utilizzare ancora oggi come radice di una futura vocazione territoriale.



dove c'è gente c'è **Velca** da Legnano al MOMA

la mostra

La mostra si occuperà di prendere in considerazione gli anni che vanno dal 1954 al 1986, il periodo più importante della vicenda imprenditoriale di Velca e quello gestito in prima persona da **Vedani** e **Casaroli** prima della vendita dell'azienda al **gruppo Knoll**.

La narrazione si propone di mettere in relazione le vicende umane e professionali, le storie dei protagonisti di questa avventura (i fondatori, ma anche le testimonianze dei designer che hanno firmato i prodotti più importanti di **velca**) con i prodotti di punta dell'azienda. A questo si aggiunge una sezione dedicata ad evidenziare la capacità dei fondatori di proporre una visione allora innovativa, sia nella produzione del materiale grafico a sostegno della commercializzazione, sia nella scelta di essere presenti in modo massiccio nella promozione attraverso consistenti investimenti pubblicitari e una attenta e misurata programmazione. Una visione allora riscontrabile solo in realtà produttive ben più grandi.

La storia dell'azienda può essere raccontata a partire da una prima fase storica, caratterizzata dalla produzione di arredamenti metallici con il proprio marchio e di parti per terzi. La prima crescita di fatturato consistente è collegata alla produzione e commercializzazione di mobili studiati per dare un sostegno solido alle televisioni che tra la fine degli anni Cinquanta e gli anni Sessanta entravano in tutte le case degli italiani. Il caso vuole che la programmazione ufficiale di trasmissioni rivolte al grande pubblico cominci proprio nel 1954, anno di fondazione della **velca**.

Un altro scatto in avanti è poi connesso all'importante commessa che porta **velca** ad arredare gli Autogrill che cominciano a punteggiare le strade della penisola, per poi proseguire (siamo sempre negli anni Sessanta) con la produzione delle prime serie di sedie e sgabelli con struttura metallica.

La seconda fase trova forza con lo spostamento dal piccolo capannone di via Balbo alla nuova sede di via Jucker e poi con il via, alla fine degli anni Sessanta, di una politica di reclutamento di giovani designer chiamati a rinnovare il catalogo prodotti creandone di nuovi. Il consolidamento della produzione e l'accento posto sulla commercializzazione grazie a importanti accordi di distribuzione e produzione decentrata stretti con partner internazionali, portano Velca ad avere fino a 140 dipendenti. Il passaggio successivo sarà poi quello che condurrà, nel 1986, alla cessione dell'azienda a **Knoll**. L'attività proseguirà fino ad attraversare gli anni '90, ma la mostra intende fermare la ricostruzione al momento della cessione da parte dei fondatori.



dove c'è gente c'è **velca** da Legnano al MOMA

i prodotti



La mostra si concentrerà sui prodotti principali, selezionati in un catalogo che, nel momento della massima espansione dell'azienda, poteva vantare centinaia di soluzioni. Tra le "icone" del gruppo abbiamo voluto concentrare l'attenzione su almeno tre oggetti di complemento, che portano la firma degli stessi designer e cioè **Roberto Lucci** e **Paolo Orlandini**: i due designer con il loro studio **L&O** avrebbero a lungo affiancato **velca** per poi firmare sedute e oggetti di design anche per i marchi più famosi del settore.



I tre prodotti iconici che abbiamo scelto sono la scala **Scaleo**, la serie di appendiabiti **Vip** e lo sgabello **Golf**. Tutti e tre i prodotti, realizzati in Abs, hanno avuto un'ampia commercializzazione in tutta Europa e sono ancora oggi oggetto di culto da parte degli appassionati del settore.



Un capitolo a parte riguarda il prodotto di punta di **velca**, con tutte le sue numerose varianti: si tratta della serie di **sedie K**, sviluppata in quattro anni di lavoro da **Lucci** e **Orlandini** e che, in prima battuta, venne assegnata per la progettazione da **Vedani** e **Casaroli** a **Renzo Piano**. Piano, infatti, era con Roberto Lucci alla fine degli anni Sessanta uno degli assistenti universitari di **Marco Zanuso**, contattato allora da Vedani affinché gli venisse segnalato il nome di qualche promettente architetto e designer. Piano avrebbe accettato l'incarico per poi telefonare un giorno a Lucci chiedendogli di proseguire il lavoro senza di lui perché aveva in ballo una progettazione che sarebbe potuta diventare importante per la sua carriera di architetto: si trattava del Centre Pompidou a Parigi. Da quel momento in poi la progettazione sarebbe proseguita a quattro mani con **Paolo Orlandini**, dando il "la" a un sodalizio che sarebbe poi durato per anni.



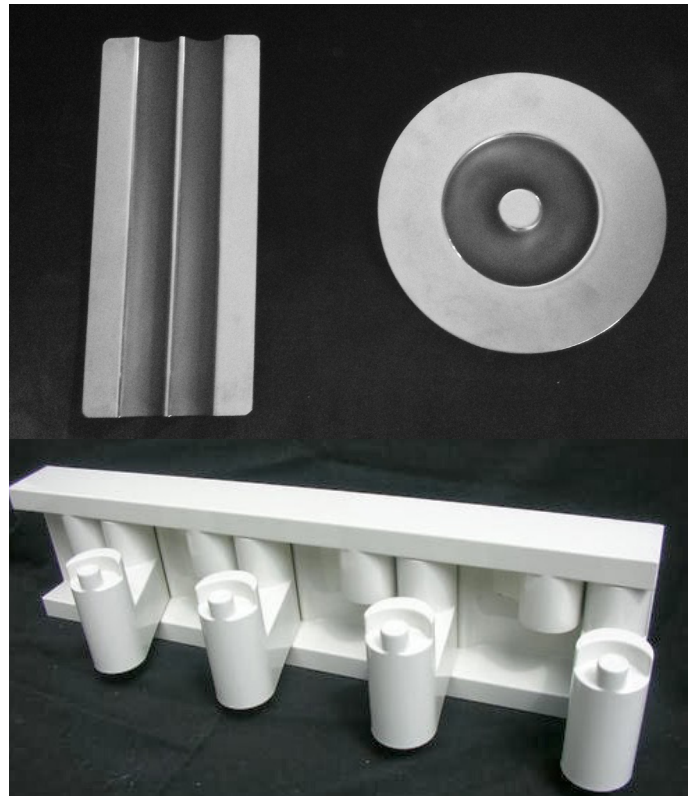
Le tante varianti hanno trasformato la serie K nel prodotto di maggiore successo commerciale dell'azienda, con una fama che ha superato i confini europei, arrivando ad avere una consistente diffusione negli Stati Uniti e anche in Giappone attraverso la collaborazione con **Kokuyo**. Numeri impressionanti, che vengono sottolineati dalla lista infinita di clienti (alberghi, centri congressi, teatri, aeroporti, ambasciate e grandi gruppi industriali) che hanno avuto e talvolta hanno ancora **sedie K** nelle loro strutture. E quando diciamo "hanno ancora" ci riferiamo a prodotti che hanno superato decenni arrivando ancora oggi in buono, se non in ottimo stato malgrado l'uso. Nulla a che fare con qualsiasi forma di obsolescenza programmata.

dove c'è gente c'è **velca** da Legnano al MOMA

gli altri prodotti

Accanto ai prodotti che costituiscono il nucleo centrale di questo viaggio a ritroso nel tempo, verrà dedicato spazio (con oggetti esposti oppure attraverso il materiale fotografico rintracciato) anche ad altri complementi dei quali sarà facile apprezzare lo stile inconfondibile: il portacenere **Ufo** e il portamatite in acciaio, sempre disegnati da **Lucci e Orlandini**, il **Mini Vip**, l'attaccapanni da parete che porta la firma di **Benanti e Brunori**, la serie di cassettiere **Stipo Tlac**, progettate da **Franco Annoni**, il portacenere **Exa** di **Albert Leclerc**, sino ad arrivare al bricco per il latte **Carrafo**, disegnato da **Vito e Gustavo Latis**.

Proprio la storia di questi due professionisti, che hanno scritto pagine importanti nella storia dell'architettura contemporanea, si allaccia poi a quella di **velca** anche per la progettazione della sede di via Jucker che aveva costituito un passo decisivo nel processo di crescita dell'azienda. Un edificio industriale ancora oggi segnalato tra i riferimenti architettonici del settore in Lombardia e che, anche questo, era decisamente all'avanguardia al momento della sua progettazione.



pubblicità e grafica

Il grafico **Alberto Provinciali**, l'art director **Michele Platania**, un giovane **Oliviero Toscani**, autore delle fotografie scelte per pubblicizzare alcuni prodotti di Velca, compresa **Scaleo**: l'elenco dei nomi che si intrecciano con la scelta di **Casaroli** e **Vedani** di investire nella grafica di qualità, nella creatività e nella pubblicità di prodotto è di notevole spessore e racconta della capacità di guardare avanti dei due imprenditori, scegliendo strade anche rischiose. Anche questi materiali saranno parte della mostra proprio per aiutare i visitatori ad immergersi nel contesto in cui **velca** è cresciuta.

dove c'è gente c'è **velca** da Legnano al MOMA

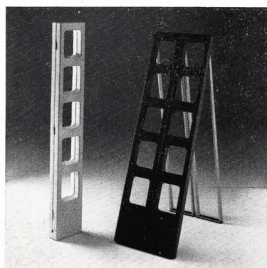
il titolo della mostra

Dal Carroccio a New York.

*Cambian le cose nel tempo.
Così succede che gente di stampo antico
prima combatta il Barbarossa
e poi gli esponano i lavori
al Museum of Modern Art di New York.*



**A New York, paese degli ascensori,
c'è la più bella scala del mondo.**



E' italiana, della Velca.

*La nuova ottica produttiva tiene finalmente conto
dell'uomo, dell'economia, della società.
Oggi molti cercano di fare meglio, e chi il meglio lo
faceva per abitudine, oggi si trova bene.*

*Scaleo, scala pieghevole in abs e duralluminio.
Esposto al museo d'Arte Moderna di New York.
L/O design*

velca

Velca spa Legnano (Milano)

*Questo annuncio fa parte di una serie
di tre apparsi sulle più importanti
riviste di opinione.*

"Dove c'è gente c'è **velca**" è stata la frase utilizzata per promuovere la sponsorizzazione della ristrutturazione del **Teatro Litta** a Milano a inizio anni '80, anche quella un'operazione di marketing lungimirante.

La frase riassume il senso complessivo della produzione **velca**, in primo luogo per quanto concerne tutta la serie delle già citate sedie K: sistemi di sedute destinate agli aeroporti, alle università, ai centri congressi e a tutte le realtà nelle quali la modularità e la duttilità del prodotto avrebbero permesso una gestione più semplice della progettazione e della messa in opera. Il tutto al servizio di flussi di persone consistenti. I luoghi affollati, quelli di passaggio ma anche quelli destinati alla cultura: spazi, dunque, dove le persone transitano e, soprattutto, si incontrano.

Mai come in questo momento il desiderio di tornare a luoghi "dove c'è gente" è stato così forte, almeno quanto la volontà di identificare nel poter stare fianco a fianco con gli altri quella parte di normalità che ancora vogliamo conservare in un mondo destinato a cambiare, possibilmente in meglio. Per questo motivo ispirarci ai luoghi "dove c'è gente" è sembrato quanto mai attuale.

Il sommario, "da Legnano al Moma", è invece il riassunto di un percorso, un ponte tra la provincia che ancora vogliamo immaginare come laboriosa oltre che virtuosa e il punto di arrivo ideale, la New York che ancora oggi è - almeno nell'immaginario - il centro del mondo, il luogo del "if i can make it there, i'll make it everywhere".

Questo non è soltanto un itinerario immaginario, ma una strada che **velca** ha percorso attraverso **Scaleo**, la scala in Abs entrata a far parte della collezione del **Moma**, il **Museum of Modern Art** di New York e che, almeno in questo senso, è uno dei simboli della mostra. È dunque vero che a New York, la città degli ascensori, "c'è la scala più bella del mondo" ed è italiana...