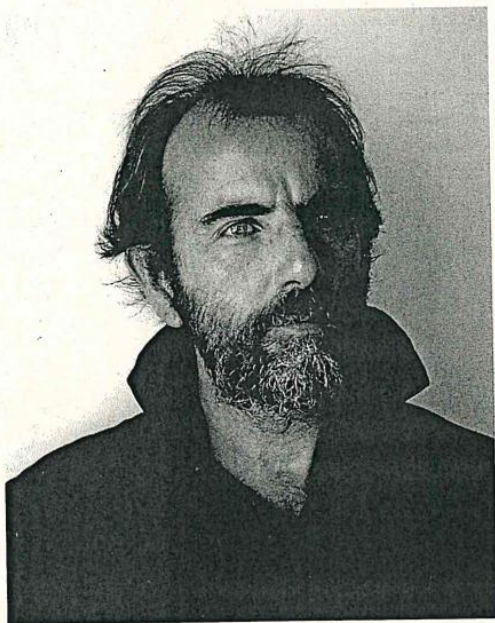


Un artista cagliaritano affermatosi nella grafica internazionale.
Si chiama Stefano Asili

SOLISTA DEL DESIGN



di Raffaella Venturi

Tanti interessi e studi, che vanno dalla musica alla fisica. Ma la sua vera passione sono i segni, tradotti in marchi, loghi, manifesti, ecc... Lavori realizzati nello studio, che divide con Roberto Boassa, e spesso apprezzati ai massimi livelli in campo mondiale. Tra le numerose perle della sua brillante carriera, la partecipazione nel 2007 alla Triennale di Milano e l'ampissimo servizio dedicatogli recentemente da una rivista cinese

Stefano Asili e sotto una delle sue opere:
il marchio territoriale di Cagliari

Confessa che uno dei suoi punti deboli è la marmellata di arance. Le ha provate quasi tutte, quelle in commercio, a prescindere dalla gradevolezza delle loro etichette; anzi, quella che gli piace di più (di una grande catena di distribuzione) ha proprio un'etichetta fra le più banali. Pazienza. L'occhio critico di Stefano Asili va in deroga.

Per andare sui punti di forza, occorre invece fare la spola fra la bizzarra biografia di questa eccellenza della grafica e i lavori realizzati pian piano, negli ultimi anni, dallo studio Asili&Boassa (Roberto Boassa è il socio collega dal '95), in un crescendo di riconoscimenti che va a corroborare la storia un po' sottotraccia, ma di grande qualità, della grafica in Sardegna.

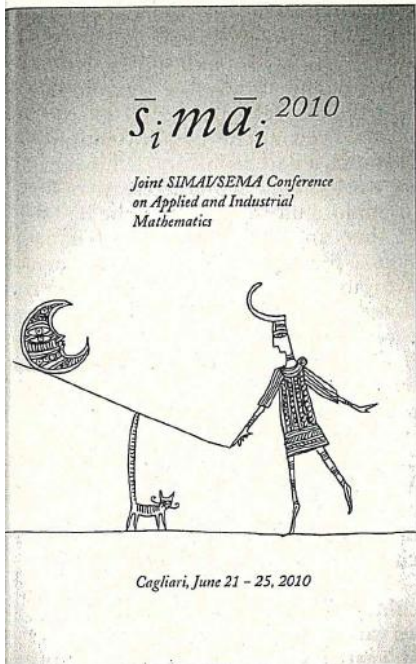
Proprio da questa storia dei segni e

dei loro illustri interpreti locali, inizia la chiacchierata fiume sulla terrazza della casa-studio Asili, alle pendici di Monte Urpinu, dove Stefano vive con la moglie Debora, i loro quattro figli e le famiglie allargate di fenicotteri, che ogni sera passano con regale volo a V in dire-

zione Molentargius: visione privilegiata di Bellezza. E la Bellezza, si sa, sta alla base di ogni percorso creativo.

La creatività di Asili affonda le radici in ambiti diversissimi, spesso ossimori di un'esistenza che ha preso la forma di una magnifica ossessione per il segno, il





In questa pagina e nella seguente, altri lavori del grafico cagliaritano. Qui, un poster per la Società italiana di matematica (Simai)

Marchio del Museo Fonderia di San Gavino



marchio, il logo, la cifra. Per dirla con un termine molto generico, la comunicazione visiva. Per essere esatti, il *graphic design*. Un ambito oggi molto praticato, dove nascono ogni giorno *competitor* nuovi e agguerriti, con mega studi e tanta enfasi.

Invece Stefano Asili lavora in una piccola stanza con scrivania libreria e computer. Su un sopralco, stessa cosa per Roberto Boassa. Eppure, proprio da quella libreria, fanno capolino varie pubblicazioni della serie che, se ci sei dentro, sei nel gotha della grafica mondiale. E lui c'è.

Su uno scaffale, c'è anche un solido strano, una G d'oro. È la G di *Graphis*, forse la più blasonata e antica rassegna internazionale sull'eccellenza nel *graphic design*.

Asili&Boassa è l'unico studio italiano premiato per *LogoDesign 8*, il volume che racchiude i migliori progetti di marchi da tutto il mondo. Hanno vinto, nel 2012, col marchio del loro studio, una & che diventa un uccellino rosso.

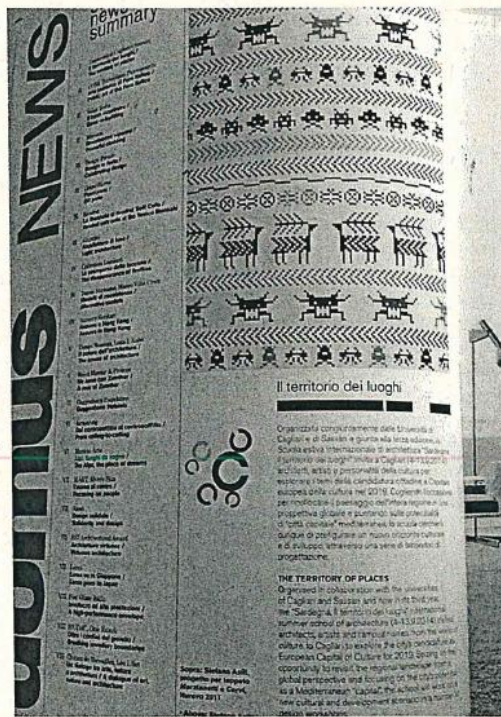
Ma prima di iniziare la conta dei riconoscimenti, il discorso è piacevolmente ondivago, anche perché Asili non è certo uno di quelli – insopportabili – che si parla addosso. Tutt'altro: basso profilo e ammissione dei propri limiti, salvo poi scoprire sorprese, ammesse quasi con imbarazzo.

Che sia laureato in fisica si legge anche sulla biografia del suo sito. Ma che a 19 anni avesse il brevetto di volo; che abbia fatto cinque anni di organo e composizione al Conservatorio di Cagliari (nello studio c'è anche un piccolo organo); che volesse fare l'astronauta; che quando, nel '97, c'è stato il concorso per astronauti destinati alla stazione orbitante internazionale, lui ha fatto la domanda (non è passato «ma è bello conservare il telegramma col quale venivo convocato»); che abbia lavora-

Progetto per tappeto sardo, apparso sulla rivista "Domus"

to per cinque anni come borsista all'Osservatorio astronomico di Poggio dei Pini; che sia entrato in Ingegneria ad insegnare telemetria laser: tutti questi passaggi, apparentemente incongrui rispetto alla dimensione grafica, sono invece il *background* che fa la differenza. E poi non sono nemmeno così incongrui, per uno abituato a trovare legami, analogie, assonanze fra le più disparate cose: questa attitudine, in fondo, è alla base dell'idea grafica. Sicché, quando gli si chiede se la fisica c'entri con la grafica, lui risponde «certamente». Senz'altro è così, almeno per lui.

Cionondimeno, come sempre, sono le suggestioni dell'infanzia a stimolare inclinazioni e passioni. Ancora gli si illuminano gli occhi quando ricorda la pagina dei monogrammi nel «Manuale delle giovani marmotte». Di lì pagine di prove con le sue iniziali, in quella che presto diviene «una febbre del senso del segno sintetico». Dopo tutte le variegate esperienze, fra cui anche due anni allo IED, Istituto Europeo di Design, Asili entra nella facoltà di Architettura di Ca-



gliari nel 2003, dopo aver realizzato alcuni lavori per la comunicazione del rettorato. Part time al 50 per cento, per fare anche la libera professione, e, contemporaneamente il dottorato di ricerca, corso di progetto grafico.

Al netto di questi impegni istituzionali, Stefano Asili corre da solo. E, spesso, arriva primo. Lo studio Asili&Boassa ha all'attivo molti dei marchi che corredano il nostro quotidiano: per esempio, l'elefantino del CTM, concorso vinto nel '97; per il Banco di Sardegna vincono il premio miglior *spot low budget*; nel 2004 inizia il lavoro sul Museo del carbone di Carbonia, che come facoltà, si è aggiudicato il Premio del Paesaggio bandito dal Consiglio d'Europa; nel 2007 è la volta del concorso regionale per il marchio ARST, vinto anche quello, quindi del marchio della Metro Cagliari.

Fra questi riconoscimenti, che costellano come punti radiosi, l'attività dello studio Asili & Boassa, si inseriscono poi alcune emozionanti gratificazioni.

Iscritto all'Associazione italiana design per comunicazione visiva (AIAP), Asili viene invitato a presentare il lavoro su Carbonia alla settimana della grafica a Napoli. È qui che si va a complimentare con lui Armando Milani, una tra le figure più importanti della grafica internazionale.

Non nasconde, Asili, l'orgoglio per



Manifesto per il balletto "Lo Schiaccianoci" di Cajkovskij, in programma al Teatro lirico di Cagliari

essere apparso in una "bibbia" della grafica, edita recentemente a Berlino, dove compaiono circa 500 grafici di tutto il mondo. Né la soddisfazione per aver fatto parte di una mostra - la *The New Italian Design* - per la Triennale di Milano del 2007, che è stata poi in giro per il mondo.

Nel 2009 arriva una G d'argento, da *Graphis*, l'annuario della grafica di New York, per il manifesto su Carbonia e nel 2010 Asili si trova al punto giusto nel momento giusto: è al *Moulin des Trois Arcs*, in Costa Azzurra, dove Milani tiene corsi sulla comunicazione visiva ai quali prendono parte i maggiori designer ed esperti, quali Massimo Vignelli e Roger Remington.

Marchio dell'Azienda Regionale Trasporti



La rivista "Progetto grafico" pubblica i suoi lavori e, di recente, un'elegante rivista cinese gli ha dedicato un servizio di sei pagine dal titolo "Stefano Asili Homo faber design".

Ma sono anche committenze più semplici, a dare la misura dell'inventiva e originalità di questo creativo. Per esempio, l'ultima etichetta che ha fatto, per un vermentino delle Tenute Fois, è formata da due cerchi di carta avoriata. In quello superiore ci sono il nome del vino, "Chlamys", e il produttore; in quello inferiore compare solo il disegno dell'omonima conchiglia, come fosse preso da un'antica enciclopedia, con le righine, le costole radiali, in leggero rilievo tattile, in ricercato accordo col fondo della bottiglia, rigato anch'esso. Una sintesi formale che incontra un gusto sobrio, dove è il dettaglio spogliato dai fronzoli a divenire cifra di eleganza e distinzione.

Non sono mai, i lavori di Asili, chiassosi o sovrabbondanti. Basta osservare anche i manifesti delle opere al Teatro lirico di Cagliari (stagione 2014), sempre firmati da lui. La sua è una ricerca "per forza di levare", per citare un illustre interprete della forma (scultorea). Ed è una ricerca in linea con le istanze più informate del *graphic design*, ma anche con un padre della grafica sarda, e non solo, che Asili considera il più grande: Giovanni Pintori (Tresnuraghes 1912-Milano 1999), che nel 1950 era *art director* della Olivetti, dove aveva iniziato a lavorare, quindici anni prima, assieme a Costantino Nivola.

Altra personalità svettante, cui Asili guarda con deferenza, è Eugenio Tavalara (Sassari 1901-1963), re del segno identitario sardo. Ma passa anche in rassegna nomi come Nanni Pes, Aldo Brigaglia, Nicola Merella, Adriano Sorrentino, Mimmo Caruso e quando arriva ai fratelli Giorgio e Massimo Podda, coi loro primi esperimenti di computer grafica e una cifra stilistica innervata di curiosità e ironia, li definisce "maestri".

Anche da questo suo sereno riconoscere maestri locali e mondiali, si capisce che ormai Stefano Asili è consapevole e sicuro, prima di tutto, del suo marchio personale. **Raffaella Venturi**