

SOCIETÀ
DEGLI INGEGNERI E DEGLI ARCHITETTI
IN TORINO

ATTI E RASSEGNA TECNICA

Anno 45

XLV-II-12
NUOVA SERIE

NOVEMBRE
DICEMBRE 1991

**TORINO
DESIGN**

a cura di:

STUDIO DE FERRARI JACOMUSSI GERMAK LAURINI ARCHITETTI

SPEDIZIONE IN ABBONAMENTO POSTALE - GR. III/70 - MENSILE

Spedito gennaio 1992

ATTI E RASSEGNA TECNICA

DELLA SOCIETÀ DEGLI INGEGNERI E DEGLI ARCHITETTI IN TORINO

RIVISTA FONDATA A TORINO NEL 1867

NUOVA SERIE - ANNO XLIII - Numero 11-12 - NOVEMBRE-DICEMBRE 1991

SOMMARIO

Presentazione del Sindaco della Città di Torino	pag.	504
Introduzione di <i>Marco Filippi</i>	»	505
ATTI		
Premessa di <i>Vittorio Jacomussi</i>	»	506
DESIGN E STORIA		
<i>E. Fratelli</i> , Il design a Torino. Tra due elettrodi vivificanti	»	518
<i>V. Garis</i> , 1966-1976: Il design sperimentale a Torino	»	512
Design tra Milano e Torino, <i>incontro con P.L. Molinari</i>	»	516
Istituto Alvar Aalto	»	543
DESIGN E AUTO		
Auto & Design, <i>incontro con F. Cinti</i>	»	518
L'industria del progetto, <i>incontro con N. Crea e G. Molineri</i> ...	»	521
La cultura del progetto, <i>incontro con F. Valentini, R. Piatti e J. Norek</i>	»	524
DESIGN E INDUSTRIA		
La cultura industriale, <i>incontro con G. Pichetto</i>	»	527
DESIGN E AMBIENTE		
Contributi all'immagine urbana, <i>incontro con G. Fea e G. Serra</i>	»	529
<i>C. Germak</i> , Design per la città	»	533
<i>L. Bistagnino</i> , Design dei margini	»	537
DESIGN E PROFESSIONE		
<i>R. Gabetti</i> , Arredi e Architettura: continuità della professione di architetto	»	540
Progettare a Torino, <i>incontro con P. Gatti, B. Giardino e G. Raimondi</i>	»	544
L'altro design, <i>incontro con T. Cordero</i>	»	547
DESIGN E COMPUTER		
Esperienze in evoluzione, <i>note ad un incontro con B. Benenti</i> ..	»	549
La nuova ingegneria, <i>incontro con P. Pernigotti e S. Cattaneo</i> .	»	551
<i>L. Salio</i> , La computer grafica e la produzione industriale	»	553
DESIGN E DIDATTICA		
<i>G. De Ferrari</i> , Una giusta strada difficile	»	555
<i>C.I.S.D.A.</i> , Complementarità degli strumenti progettuali	»	560
RASSEGNA		
ABET LAMINATI, ART & FORM, ATM TRASPORTI TORINESI, G STUDIO, GIARDINO DESIGN/LEITNER, GIUGIARO DESIGN, GRUPPO BODINO, GUFRAM, GURLINO, I.D.E.A., ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN, PININFARINA, SCUOLA D'ARTE APPLICATA E DESIGN, SICCMA, SIRE, SITFA, TRAU	»	562

Direttore: Marco Filippi

Vice-direttore: Elena Tamagno

Comitato di redazione: Liliana Bazzanella, Valentino Castellani, Rocco Curto, Giovanni Del Tin, Vittorio Jacomussi, Luigi Mazza, Gian Federico Micheletti, Vittorio Nascé, Angelo Pichierri, Mario Federico Roggero, Giorgio Santilli, Micaela Viglino.

Comitato di amministrazione: Pier Carlo Poma (presidente), Franco Mellano, Laura Riccetti, Riccardo Roscelli, Giorgio Rosental.

Segreteria di redazione: Tilde Evangelisti

Sede: Società degli Ingegneri e degli Architetti in Torino, Corso Massimo d'Azeffio 42, 10125 Torino, telefono 011 - 6508511

ISSN 0004-7287

Periodico inviato gratuitamente ai Soci della Società degli Ingegneri e degli Architetti in Torino.



ARCHITETTURA INDUSTRIALE

Studio Associato di Giorgio De Ferrari, Vittorio Jacomussi, Claudio Germak, Osvaldo Laurini, Laura di Aichelburg, Costantino Florakis, Eugenio Jacomussi, Cristina Lattuada

Progetto grafico: Giorgio De Ferrari - Studio Associato

CONTENUTI

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari - Vittorio Jacomussi - Claudio Germak - Osvaldo Laurini - Laura di Aichelburg - Costantino Florakis - Eugenio Jacomussi - Cristina Lattuada

Giorgio De Ferrari è Professore Associato di Disegno Industriale presso la Facoltà di Architettura del Politecnico di Torino. Vittorio Jacomussi, Claudio Germak ed Osvaldo Laurini sono Cultori in Disegno Industriale presso lo stesso ateneo. Lo Studio Associato partecipa assiduamente alle iniziative nazionali ed internazionali nei settori design per la città e progettazione ambientale attraverso attività professionale, convegni, mostre e pubblicazioni.

Si ringraziano per il contributo alla compilazione della seguente pubblicazione Laura di Aichelburg, Costantino Florakis, Eugenio Jacomussi, Cristina Lattuada.

SOCIETÀ DEGLI INGEGNERI E DEGLI ARCHITETTI IN TORINO

TORINO DESIGN

con il patrocinio di:

CITTÀ DI TORINO
FACOLTÀ DI ARCHITETTURA DEL POLITECNICO DI TORINO
ADI - ASSOCIAZIONE PER IL DISEGNO INDUSTRIALE

Sono lieto di presentare questo numero di Atti e Rassegna Tecnica dedicato alla attività di disegno industriale in Torino, ai suoi artefici ed alle loro relazioni con la città. L'industria torinese, con in primo piano il settore dell'auto, deve al design una consistente parte del proprio successo e del proprio stile, riconosciuto e riconoscibile in campo nazionale ed internazionale. Industria e design hanno cominciato insieme il loro viaggio: l'una e l'altro sono cresciuti in questo secolo attraverso una molteplicità di esperienze in qualche caso diventate leggenda, più spesso rimaste nell'ombra, per il tradizionale carattere schivo dei torinesi, comunque sempre all'avanguardia delle rispettive realtà.

La Società degli Ingegneri e degli Architetti in Torino con il coinvolgimento dei cultori del design cittadino, ci ha sottoposto un panorama inaspettato di questa risorsa produttiva e culturale che merita attenzione e riconoscimento.

Ed oggi consegniamo all'esterno la testimonianza di questo patrimonio, caratterizzato dalla capacità di mediare tradizione ed innovazione, tecnologia ed espressività, professionalità e ricerca, produttività e cultura.

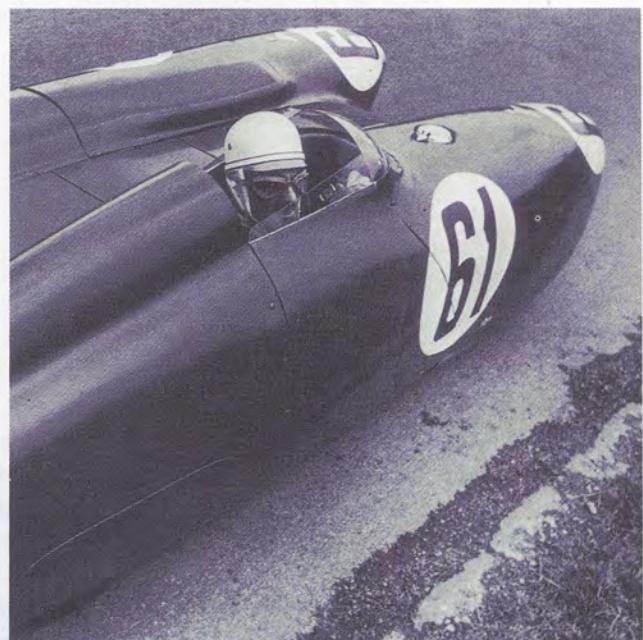
Se in questi tempi, complessi e condizionanti per il futuro, la città ha bisogno di tutti i contributi, questa iniziativa costituisce per Torino una occasione di conoscenza delle proprie più significative potenzialità.

Il Sindaco della Città di Torino

D. GIACOSA: 500, FIAT, 1956



C. MOLLINO, con S. DAMONTE e C. NARDI: BISILURO, 1955



Quando divenni presidente della Società degli Ingegneri e degli Architetti in Torino auspicai che il Consiglio Direttivo ponesse fra i suoi obiettivi l'intensificazione del rapporto fra i soci ingegneri ed architetti per fare del sodalizio l'ideale punto di incontro di competenze che nel tempo si sono forse troppo differenziate, e per rinnovare la tradizione della Società che fin dalle sue origini volle essere luogo di discussione e confronto sulle «cognizioni utili all'esercizio delle arti meccaniche ed edilizie, del commercio e dell'industria» e quindi punto di riferimento per le questioni tecniche riguardanti lo sviluppo sociale ed economico della città. Proposi allora al Comitato di Redazione della nostra rivista di dedicare un numero monografico alla tematica del disegno industriale, caratterizzata dalla particolare connessione ideazione-tecnologia-fruizione e, come afferma E. Frateili, dalla «transizionalità architetto-designer-ingegnere», e trovai in Vittorio Jacomussi, componente del Comitato stesso, l'animatore e l'organizzatore di questo numero che è insieme testimonianza di operatori, designers, critici, esperti della cultura, del mondo accademico e dell'industria, e rassegna di progetti e di prodotti, di progettisti e di aziende. È il design a Torino che si è voluto esplorare, non soltanto in segno di affetto nei confronti della nostra città, ma soprattutto con la consapevolezza che Torino è un polo riconoscibile, anche se non sempre riconosciuto, del design italiano, in quanto per varietà, organizzazione e fatturato esso emerge dal contesto nazionale «scavalcando l'Italia», come metaforicamente afferma P.L. Molinari, presidente dell'Associazione Disegno Industriale.

È merito dei curatori del numero, così come di tutti coloro che sono intervenuti negli incontri, che sono autori di testi o che hanno messo a disposizione il loro materiale documentario, se questa «monografia» risulta una così efficace lettura della realtà culturale ed imprenditoriale di settore; certamente emerge spontanea la volontà di continuare su questa strada proponendo altre iniziative di riflessione. Stiamo ora cercando risorse economiche e organizzative per non fare di questo numero una iniziativa isolata, per non fermarci qui.

Ringrazio gli Enti che, comprendendo il significato di questo nostro impegno, hanno voluto concedere il loro patrocinio; voglio sperare che questa pubblicazione diventi veicolo di conoscenza della realtà torinese per operatori italiani e stranieri e contribuisca a meglio presentare la multiforme immagine sia culturale che imprenditoriale della nostra città.

Marco Filippi

Matrici per dolcetti in zucchero, prod. C. SARTORIO, 1900-1970



G.B. FARINA: ASTURA, 1936



ATTI

Il design a Torino è fenomeno per molti versi inesplorato. A fronte di grandi firme del settore auto, oggi poco altro emerge da una notorietà limitata ai soli specialisti, nonostante si tratti di un settore assai vitale e frequentato, come risulta dai contributi e dagli atti dei nostri incontri «clandestini» con molti dei protagonisti. E dalla presa diretta sul fenomeno proponiamo questo minimo tentativo di inquadramento a caldo, una messa in chiaro di annotazioni «emotive».

Torino offre una stratificazione di attività molto complessa, certamente inaspettata a fronte della sua immagine consolidata.

Indagando, si avverte infatti un humus, una atmosfera, una diffusa cultura del progettare per produrre, fortemente radicata in una secolare tradizione del fare con mentalità industriale.

È certamente l'industria dell'auto che per prima coagula queste energie come proprio vitale indotto; ma la realtà attuale registra la tendenza ad una evoluzione in entità totalmente indipendenti, spesso diversificate in altri ambiti del design ed oggi all'avanguardia del panorama mondiale della progettazione di sistemi complessi. L'ambito del design dell'auto (o dello stile, con una differenziazione a nostro parere obsoleta data la complessità delle competenze che l'auto implica in fase di progetto) è infatti difficilmente scindibile da atti-

vità tradizionalmente considerate di supporto, quali ingegnerizzazione, modellistica e prototipistica, di cui abbiamo verificato un importante coinvolgimento nel processo ideativo ed una stupefacente vitalità culturale e tecnologica.

E non a caso in questa ottica molto torinese di integrazione di processo sono presenti grandi strutture di progettazione industriale, vere e proprie industrie del progetto, con pochi confronti anche all'estero; e dal settore auto tendono a proporsi in tutti i settori del design.

Per gemmazione dallo stesso settore auto, fioriscono altresì in Torino decine di studi, specializzati nei settori del design per la grande produzione industriale.

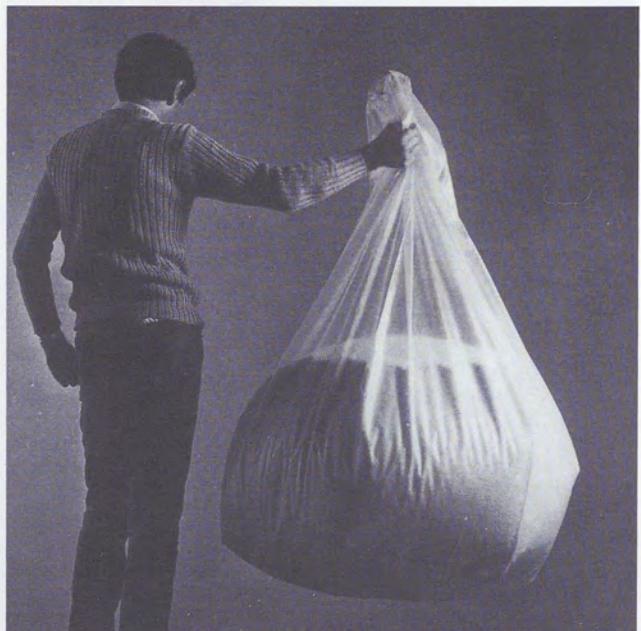
Tradotto in slogan, questo panorama rappresenta il «design del fattibile», a nostro parere, caratteristica peculiare del disegno industriale torinese.

Esiste peraltro un fenomeno all'apparenza opposto ed in contraddizione, ma comunque congenito a questo contesto: la ricerca di un «design del possibile». Ci riferiamo a chi rifiuta l'omologazione del mercato tipica del settore industriale e quindi elabora il progetto ben oltre la richiesta della committenza produttiva, ostinatamente fuori dalle facilitazioni consentite dal consolidato, sia esso formale, produttivo, di processo ideativo o di approccio culturale.

C. MOLLINO: sedia GAUDÌ, casa Orengo, 1949.



P. GATTI, G. PAOLINI, F. TEODORO: seduta SACCO, prod. ZANOTTA, 1968.



Riteniamo rintracciabile la matrice di questo atteggiamento nelle stesse radici culturali che abbiamo citato a fondamento del fenomeno precedentemente descritto. Un esempio accattivante: quando il mondo produceva con orgoglio i dolci tradizionali, casalinghi, grandi e appariscenti, Torino ha stampato con processo industriale il cioccolatino. Si tratta non di un'avanguardia, ma piuttosto di un percorso parallelo alla consuetudine, di una tendenza a ricercare novità senza scossoni ideologici, nella continuità dei processi in atto; a ben vedere cambiano ora l'ottica ora la forma ora qualcosa d'altro, ma non si nega la tradizione del fattibile.

È curioso leggere su questo schema il fenomeno Mollino che disegna alcuni mobili apparentemente per il puro gesto espressivo, in realtà quasi industrialmente (molto «design», si direbbe) in quanto ideati, o dedotti, con una unica e comune matrice di piegatura dei compensati. D'altra parte al di là del mito, i grandi carrozzieri del passato disegnano auto rivoluzionarie su telai FIAT o Lancia deducendo lo «stile» anche dalla materia dei loro modelli, gesso e plastilina, più adatta a linee semplici, tirate e fluenti.

In questa logica complessiva è forse inscrivibile l'aspetto di difesa del mestiere presente nel neoliberty, come rifiuto dell'internazionalizzazione della forma e del produrre, un ritorno alla logica della evoluzione culturale che il «moderno» tendeva a soppiantare.

Molti protagonisti torinesi, se progettano alla ricerca del possibile oltre la cortina del consueto che il mercato offre, comunque ci pare non cerchino il futuribile, ma soltanto (si fa per dire!) il rovescio del design internazionalizzato dalla produzione o dalla moda, tutti coscientemente orientati a non «svendere», negandosi al grande e facile consumo.

Chiosco con orinatoio, prod. U. RENZI, 1930-1960 (attribuito a G. PAGANO POGATSCHNIG)



È un approccio sul filo di quell'Arte Povera che elabora e trasforma i significati del fattibile sotto casa, nella «boîte» e pertanto produce arte comprensibile, nella tradizione del fare torinese.

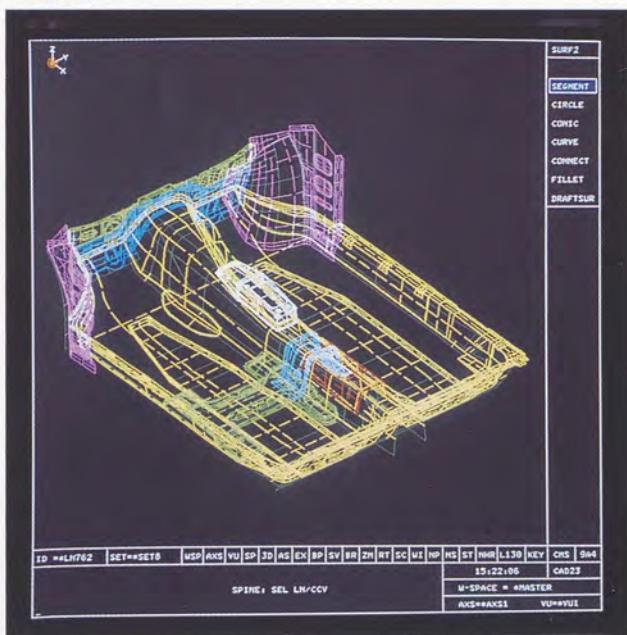
Ed ancora ci pare molto torinese il tentativo di voler fare un certo design per la città, attraverso il colore o gli oggetti, conciliando gli opposti di una industria del settore tesa al grande numero, a fare cataloghi omologati, e di una città luogo dell'oggetto contestualizzato, del colore «ad hoc», del design di pezzi unici e quindi non da catalogo, non vendibili altrove.

Questo viaggio, certamente parziale, e di parte, ci appare alla fine comunque necessario se pensiamo che il disegno industriale torinese, cresciuto nella leggenda delle proto-industrie sabaude, dei mitici maestri dello stile auto, fino al movimento dell'avanguardia sessantottina, oggi nel suo complesso vive in totale carenza di «scenografie». Ovvero di un sistema informativo (vedi il Design milanese o la cultura parigina) aperto contemporaneamente verso l'esterno e verso se stesso, che riceva e rifletta, che promuova e provochi, che crei scambi e reazioni tra i diversi settori. Che consenta quindi l'iterarsi dei legami tradizionali, oggi carenti, tra produzione e ricerca, tra professionalità e didattica, tra industria, città e culture. In sostanza qualcosa che assicuri la continuità dell'humus. Senza tutto questo molti pronosticano un lento ma inesorabile esaurimento.

In conclusione questa premessa vuole avere anche il significato di un sasso nello stagno della città: non è di nostra competenza configurare una scenografia diversa, ma vorremmo fornire un primo riferimento per chi dovrà o vorrà avventurarsi nel tentativo.

Vittorio Jacomussi

Progettazione computerizzata di componenti automobilistici, TESCO, 1991



Il design a Torino. Tra due elettrodi vivificanti

Contributo di Enzo Frateili, già professore ordinario di Disegno Industriale presso la Facoltà di Architettura del Politecnico di Torino

Il ricostruire, il delineare una possibile vicenda vissuta dalla cultura del design a Torino, comporta di mettere assieme i suoi sviluppi nel tempo provenienti da tante tematiche distanziate, di diversa incidenza e valenza di significato, ma soprattutto collocabili in posizioni talvolta quasi antipolari rispetto all'orizzonte amplificato della accensione che oggi ha assunto il disegno industriale.

Un lavoro, dai contorni di una ricerca piuttosto di prima mano in un arcipelago di episodi, dove rintracciare un filo conduttore organico per stimolare un percorso storico lungo una vicenda meno conosciuta, sollecita sicuramente una indagine più approfondita. E questo per inserire il «tassello torinese» nell'itinerario e ruolo svolto dal nostro design dagli iniziali anni Trenta nella geografia evolutiva della sua cultura entro e fuori dei propri confini.

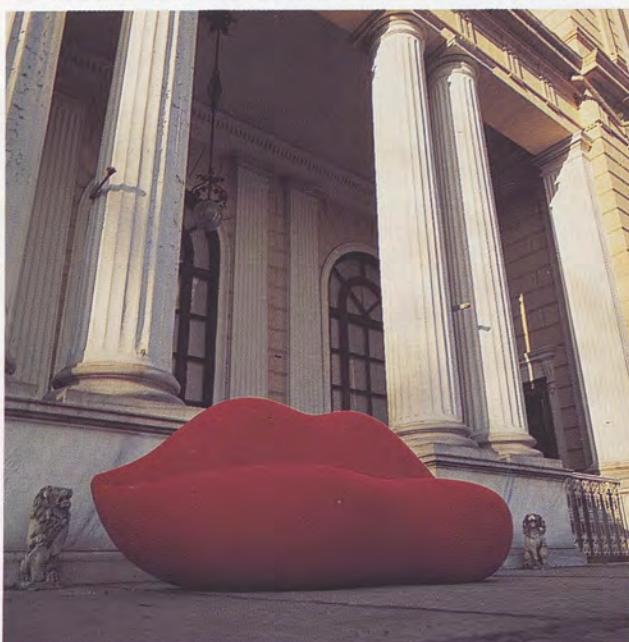
Si può ammettere comunque che una difficoltà nasce dal ricucire lo spirito di attività non legate fra loro, in assenza di veri «movimenti» come di una informazione diffusa in senso promozionale, forse per una privatezza dell'operare. Il cono ottico proviene qui da un osservatorio piazzato lungo gli anni Ottanta nella Facoltà di Architettura, ed è quello di un testimone non torinese. Ad un primo esame direi che, dalla vicenda trascor-

sa, come dalla scena attuale, emergono, sul terreno del design, dei caratteri incongruenti.

Da un lato infatti la vicenda torinese concorre a comporre quell'asse principale della storia che verrà invece centrato — per il coagulo di più espressioni di questa giovane disciplina — sulla cultura del progetto di quella Milano che viene identificata come capitale del design; dall'altro la condizione disequilibrata starebbe nel fatto che se il disegno industriale trova il proprio terreno naturale nella industria (e in questo caso nella Torino ancora Sabauda) doveva avere un diritto di precedenza storica, anche per la sua posizione sulla direttrice di propagazione della rivoluzione industriale. E lo ha avuto di fatto nella presenza della grande industria meccanica dell'automobile, ma subordinatamente a quel dominio autonomo e decontestualizzato rispetto alla cultura del design, rappresentato dal disegno della carrozzeria che centrifuga molte energie di progetto nella sua specificità di totale integrazione con la progettazione meccanica.

E questo anche se negli ultimi decenni l'esperienza Giugiaro ha testimoniato una concezione modificata della «linea» dell'auto — al limite di un abitacolo motorizzato — che tende ad approssimarsi alla natura connotativa delle operazioni di design.

STUDIO 65: divano BOCCA, Prod. GUFRAM, 1970



G. STUDIO: modello in polistirolo di interno vettura, scala 1:1, 1990



Comunque questa grande realtà industriale, per la sua specificità produttiva non ha attivato direttamente le potenzialità del design torinese, ma ne ha semmai ispirato con sottile filtrazione più di un carattere individuale, ne ha influenzato una forma di genio della meccanica che accompagna il lavoro di molti designers torinesi.

C'è una Torino dei grandi ateliers, e un'altra dei piccoli studi così come esiste il tessuto urbano a scacchiera e quello irregolare: così come convive una profonda conoscenza tecnica, anche di dettaglio, con una spregiudicatezza nella concezione figurativa.

La particolarità propria della diversa forma mentis che distingue il mondo progettuale dell'ingegnere da quello del designer (soprattutto con matrice formativa di architetto) trova nel caso di Torino un certo venirsi incontro delle due formazioni culturali-professionali, fino ad esempi paradigmatici di un ribaltamento.

Si pensi al caso dell'ingegnere Giacosa che nella ideazione della «500» aveva risolto insieme la meccanica e la carrozzeria, come intervento sintetico che si sostituiva a quello del designer stilista nel modello esterno come nell'abitacolo.

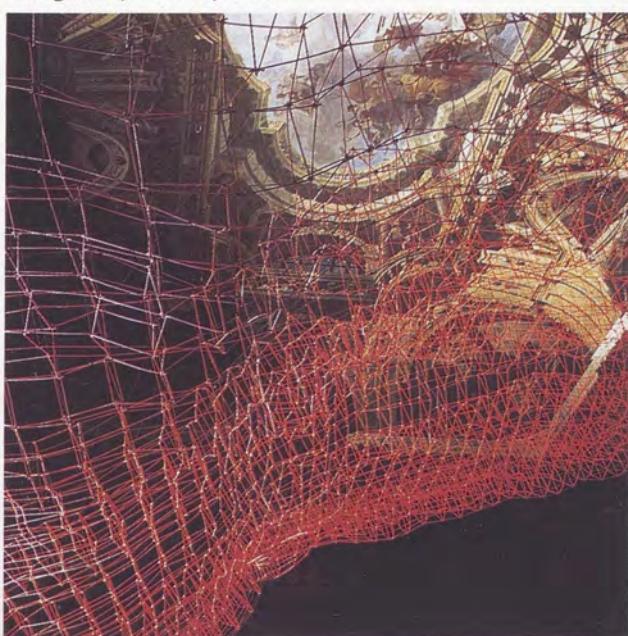
E d'altra parte sul terreno tecnologico produttivo (con ricorso alla sperimentazione) al caso di quella figura emblematica per la compresenza sintonizzata sul medesimo linguaggio fra concezione architettonica e concezione di design, di Carlo Mollino, straordinario protagonista nella storia del design torinese, «scenografo» dei suoi interni e designer dei suoi dinamici pezzi d'arredo e nello stesso tempo progettista ingegnere dei suoi modelli di automobili, e inventore e realizzatore

del «bisiluro». Quest'ultima esperienza si può leggere come caso rovesciato rispetto a quello della «500», di un designer che diventa ingegnere. D'altronde questa sua creatività dirompente trovava nel proprio ingegno gli strumenti tecnici necessari per realizzarsi in modo autosufficiente.

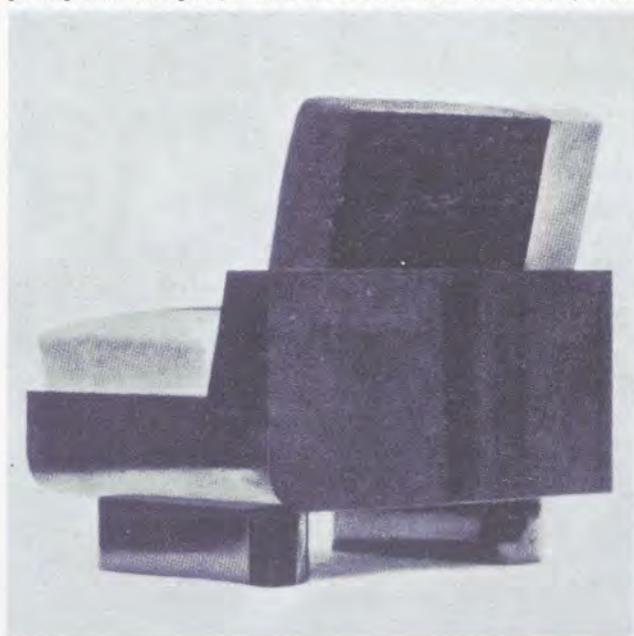
A questa transizionalità architetto-designer-ingegnere, fa riscontro una empatia fra designer e artista (di vecchia data se si risale alla personalità di Sartoris torinese europeo, sensibilizzato alla confluenza fra il retaggio di de Stijl e quello futurista), empatia che va dalla presenza di un artista nel gruppo di lavoro di uno studio di design, o al caso di un artista che produce opere che ispirano il design (come il percorso sinuoso dei grandi tavoli di Merz che attraversano le stanze); oppure al caso di un oggetto di design, la poltrona «Sacco» di Gatti, Paolini, Teodoro, sposalizio fra l'informale nell'arte e nel comportamento, e la tecnologia del materiale (nelle palline del polistirolo); suggestione assunta dalla Land Art, dominante in quel periodo nella versione minimalista e concretata nei termini più «economici» del disegno della forma.

La connessione trasversale del design nei due sensi ora visti, riporta infine al rapporto usurato arte/tecnica, sostenuto in alcune lontane definizioni della disciplina al suo atto di nascita, rapporto che trova a Torino una propria legittimazione anche nella mediata e possibile eredità dell'ingegneria del ferro dell'Ottocento, e oggi in una design philosophy che anima certa corrente High-Tech. Il binomio testimoniato appunto dalla spinta tecnologica congiunta allo sprigionarsi della fantasia, rappresenta ancora un gioco d'equilibrio

L. MOSSO: Struttura/ambiente NUVOLA ROSSA, Palazzo Carignano, Torino, 1975



G. CHESSA, A. SARTORIS: poltrone per la «Sala di riposo per la stampa», XVI BIENNALE DI VENEZIA, 1928



che si rintraccia nei mobili di designers sensibili come Cavaglià o Cordero che operano a cavallo fra assemblaggio dada e i materiali della industrializzazione.

E ancora la attenuazione constatabile nel salto della scala e la parvenza di un continuum fra la progettazione di design e la progettazione urbanistica attraverso l'architettura, è una sensazione indotta dalla caratteristica immagine della città di Torino con il suo ordito assoluto nella ortogonalità del tessuto, quasi un casellario inteso ad inquadrare i diversi livelli progettuali, ma anche una congettura legittimata dalla formazione di parte dei designers torinesi da una Facoltà di Architettura che prepara ai tre ruoli professionali e comunica nella sede fisica del Castello un'altra impressiva immagine affermatrice di una presenza tuttora operante nella storia.

La forte contestualizzazione del design a Torino, tendenzialmente anti internazionalista e cultore attento del concetto di *genius loci*, dà luogo a due espressioni soprattutto. Da un lato sussiste la sperimentazione nell'arredo urbano, esemplificabile con il lavoro dello studio De Ferrari Jacomussi Gemak Laurini Architetti, una attitudine indotta dalla testimonianza storica offerta, non solo negli spazi collettivi, ma anche come proiezione all'esterno delle attività (vedi l'arredo commerciale fornito dai «dehors» dei negozi conservati dal passato, grazie anche alla protezione della continuità dei portici) e dall'altro le specialità: dalla modellistica, sintomo della sensibilità per la forma e preludio alla ingegnerizzazione del progetto con tema dominante l'automobile, alla industria dolciaria del cioccolato di memoria ottocen-

tesca che nelle forme degli stampi per cioccolatini o nelle siringhe per gianduiotti, presenta una produzione di serie riferita alla cultura del cibo.

Si avverte nell'ambiente del design torinese la assenza di una cassa di risonanza, per l'estrema rarefazione di strutture per la sua promozione, a cominciare dalle manifestazioni espositive. In questo ristagno di iniziative vi si può vedere insieme la causa e l'effetto del costume riservato e quasi alieno dalla «autopromotion», della condizione tendenzialmente appartata degli studi dove si fa del disegno industriale.

È questa una assenza dalla scena in effetti apparente, che contrasta con una presenza in realtà alle battaglie più importanti. Cito qui soltanto l'episodio del neoliberty, così incisivo nella nostra storia: quella rottura compiuta da Gabetti e Isola nel 1960, estesa dalla architettura al disegno del mobile, avvenuta per saturazione da manierismo organico e da «curtain walls», con la proposta anche di una riconsiderazione di specifiche soluzioni nella tecnica costruttiva tramite dei riscoperti mezzi di espressione. Come pure più tardi la partecipazione alla mostra «Italy, the New Domestic Landscape» al MOMA di N.Y. (1972) di una edizione torinese del «radical» tanto incisiva nella protesta estetica quanto esplosiva nel linguaggio «pop», che ha visto schierati il gruppo Strum (Derossi, Ceretti, e C.), l'«Anonima Design» (Jaretti, Luzi, ...), lo Studio Sessantacinque (Arnaudo, Audrito, ...) per nominare i principali esponenti delle neoavanguardie attive nel «design sperimentale» a Torino dalla metà degli anni Sessanta alla metà degli anni Settanta, la stupefacente esperienza «disinibita» di certo modo

Anonimo, fontanella storica della Città di Torino, prodotta dalla metà dell'Ottocento



STUDIO DE FERRARI JACOMUSSI GEMAK LAURINI ARCHITETTI: gettarifiuti per la Città di Torino SABAUDO, prod. ALUCASA, 1987



di essere introverso della progettualità torinese. Alla inclinazione, alla asciuttezza espressiva nell'operare degli architetti — e designers per l'attrazione osmotica esercitata dalla architettura, — queste rappresentano appunto delle eccezioni clamorose precedute già negli anni Cinquanta (e ancora nell'immediato anteguerra) dalla esplosione loquace e dirompente di Carlo Mollino designer, ancora in una stagione preorganica. L'accensione fantastica di questo grande protagonista si colloca ad un estremo, mentre nell'altro, circa trenta anni dopo si afferma la lezione di sobrietà, nella matrice rigorosamente funzionale della espressione, della nuova generazione dei designers interpreti dei temi della tecnica, da Benenti, a Giardino, a Quirighetti.

Ma in tema di «presenze» va ancora sottolineata l'estrema avvertenza ad una attualità propria degli anni Sessanta — dalla metodologia del progettare alla sperimentazione della struttura industrializzata — leggibile nell'opera di Leonardo Mosso, consapevole dei valori di forma nella sperimentazione strutturistica e condensabile nella

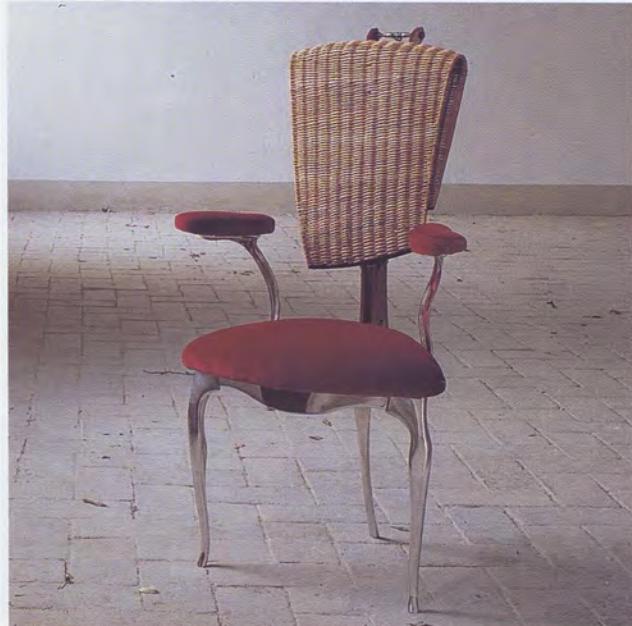
sua «nuvola rossa» di Palazzo Carignano, dove al prodotto d'arte della matassa informe vaporosa, corrisponde una vivisezione della tecnica alla miniscala della cellularità ripetitiva della struttura tridimensionale.

Da queste mie note frutto di una prima indagine sugli sviluppi del design a Torino si potranno tirare le fila di alcune risultanti. Si intravedono intanto i due poli opposti fra i quali esso gioca e ha giocato: da un lato il legame con la tradizione originaria, con lo spirito conservatore riflesso nel richiamo ad un lavoro di dedizione artigiana, reperibile nell'area del mobile come nell'ambiente arredato; dall'altro la vocazione alla progettazione tecnico-meccanica, alla precisione del pezzo, l'impegno di approfondimento tecnologico, portato fino all'interesse per l'universo informatico. Così allo squilibrio della compresenza di queste opposte polarità nei temi, dal mobile all'auto, alla immagine nella computergrafica, fa riscontro l'equilibrio rappresentato dalla connessione trasversale: tecnica-design-arte.

P. MARTIN: bicicletta CHRONO, prototipo, 1984



T. CORDERO: poltroncina Collezione NUOVI TERRITORI, prod. MORPHOS-ACERBIS INTERNATIONAL, 1991



1966-1976: Il design sperimentale a Torino

*Contributo di Vittorio Garis, estratto dalla Tesi di Laurea,
relatore prof. G. De Ferrari, correlatore P. Fossati, Corso di Disegno Industriale,
Facoltà di Architettura del Politecnico di Torino A.A. 1987/88*

Gli anni Sessanta ed i primi Settanta sono caratterizzati da avvenimenti destinati ad influire sul concetto di design.

Sono gli anni della contestazione giovanile culminata nelle agitazioni studentesche del '68 e nell'impegno politico; del trionfo del rock e della musica pop in generale, delle nuove tendenze underground dell'arte, della moda e del teatro; di Carnaby street, del flower-power e dell'estetica psichedelica delle droghe; della Pop Art, della Op Art, dell'arte Cinetica e dell'Arte Povera.

Nasce il bisogno di un nuovo modo di abitare e quindi di un nuovo ambiente domestico non più legato a schemi «borghesi» tradizionalisti.

Il design della forma/funzione si integra ai nuovi valori espressivi e di vita e grazie anche all'accresciuta libertà generata dalla accelerazione della tecnologia e dai nuovi materiali nascono oggetti provocatori, con forme ed usi totalmente nuovi, dalla forte carica espressiva, contestativa e concettuale, al limite oggetti non usabili ma utili allo «scopo».

L'oggetto di possesso di questa generazione perde la staticità, la presenza senza tempo per diventare gonfiabile, impilabile, pieghevole, adattabile e posizionabile ovunque. I materiali sono poliuretano, polietilene, pvc, composti plastici di

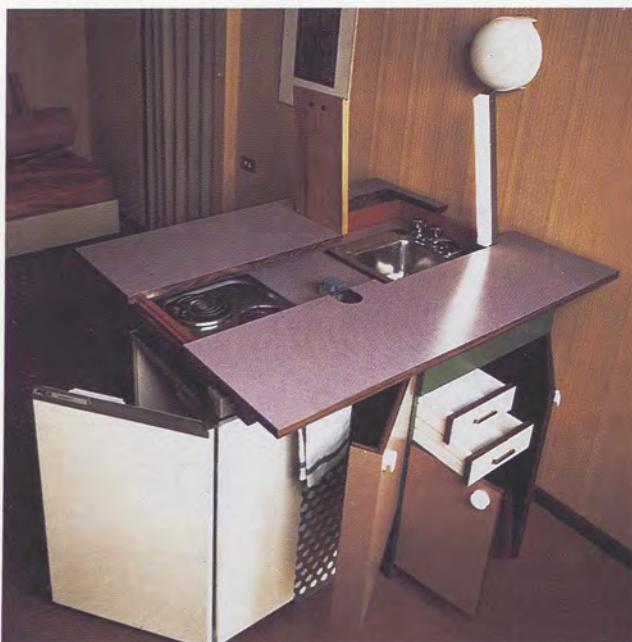
ogni tipo, truciolare, cartone, alluminio e laminati plastici decorati; i tessuti sono prevalentemente sintetici, dai colori sempre vivi e, grazie alle nuove tecnologie, inalterabili nel tempo.

Torino, il luogo di questa storia, possiede una lunga tradizione nella nascita (ma poco nello sviluppo a scala internazionale) delle avanguardie in campo artistico, basti pensare al Liberty, al Futurismo, al cinema, al Neoliberty, all'Arte Povera. I luoghi della nuova avanguardia sono, oltre alla Facoltà di Architettura e con essa tutta l'Università (dove molti degli architetti qui citati traggono i motivi, i temi e le linee di sviluppo del proprio intervento nel periodo successivo) alcuni «luoghi» cittadini particolarmente significativi.

Il Piper Club concepito come luogo di aggregazione delle avanguardie (culturali, artistiche e politiche) e allo stesso tempo come discoteca dove accedere alle nuove tendenze di moda o del ballo, come luogo di spettacolo munito di attrezzature che ne permettono gli usi più diversi.

La galleria Sperone, punto di riferimento per architetti e designers torinesi porta a Torino la Pop Art americana e quella europea e per prima espone e fa conoscere in Europa gli artisti dell'Arte Povera. Si interessa anche al nuovo design torinese e nel 1971 allestisce una mostra dei Multipli Gufram.

ANONIMA DESIGN: dinette CAMALEON, prod. MOMBILGRADISCA, 1970



G. CERETTI, P. DERROSSI, R. ROSSO: seduta PRATONE, prod. GUFRAM, 1970



L'Unione Culturale diventa un importante centro di «avanguardia culturale»; promuove la divulgazione del New American Cinema (Wahrol, Cassavetes, Mekas), ospita ancora performance del Living Theatre, si occupa di letteratura: il responsabile Edoardo Sanguineti ne fa il punto di riferimento per il Gruppo 63. Vi è un risveglio di interesse anche per l'architettura ed è chiamato a partecipare Piero Derossi che nel 1969 proprio con l'Unione Culturale organizza alla Facoltà di Architettura il significativo convegno internazionale Utopia e/o Rivoluzione.

La Tesi/ricerca documenta del lavoro di: Anonima Design, L. Bistagnino, G. Ceretti/P. Derossi/R. Rosso, G. De Ferrari, G. Drocco, R. Gabbetti/A. Isola, P. Gatti/C. Paolini/F. Teodoro, P. Gilardi, La Disegnofila, Libidarch, F. Mello, U. Nespolo, G. Raimondi, Studio 65, dei quali è stata documentata l'attività con particolare attenzione all'inedito. Intento non ultimo è la costituzione di un organico panorama raccolto prima che il tempo ne disperda le notizie.

Il 1972 si può considerare come l'anno in cui il design sperimentale torinese è stato maggiormente presente sulla scena nazionale ed internazionale. Ne sono conferma la quantità e la qualità della produzione in quest'anno e la nutrita presenza da parte dei designer torinesi ad importanti manifestazioni del settore quali la mostra «Italy: the new domestic landscape», tenutasi al MOMA di New York che vide la partecipazione del Gruppo Strum, di Gilardi, di Raimondi e di Gatti, Paolini e Teodoro; il convegno internazionale di industrial design organizzato dalla Busnelli a Milano «I.D. Teoria e Pratica nella prospettiva de-

gli anni '70» cui partecipò con una relazione il gruppo Libidarch ed infine l'esposizione d'arredamento Eurodomus 4 tenutasi a Torino e che ebbe una nutrita partecipazione torinese: De Ferrari, Raimondi, Studio 65, ed Anonima Design.

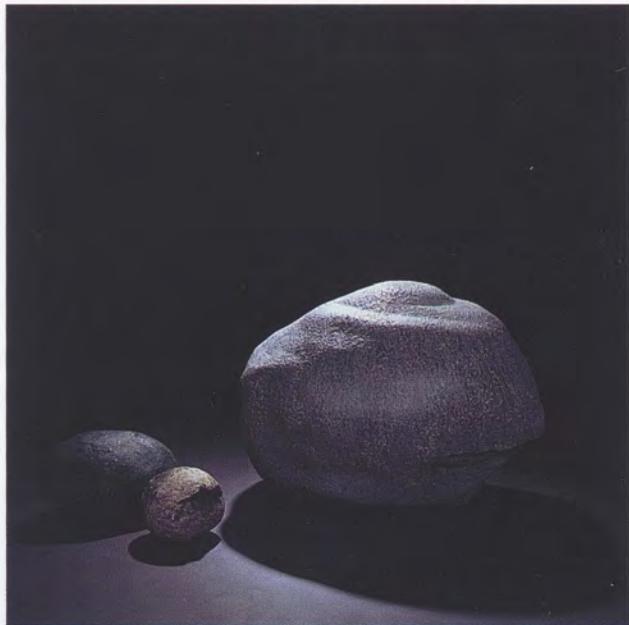
Anonima Design - Gruppo fondato nel 1970 da Jaretti, Luzi, Prandi, Riccato e Virano. La loro attività va dalla partecipazione a numerosi concorsi nazionali ed internazionali con premi e riconoscimenti, alle azioni politiche e culturali con interventi di carattere critico, a mostre ed esposizioni, dal design di componenti edilizi a mobili ed oggetti per l'arredamento. Nel 1970 disegnano l'appendiabiti Skorpion, primo di una fortunata serie di mobili denominata Collezione Ultraplatti, prodotta sino al 1981 dalla Bonetto di Chieri. La serie (composta di sedie, tavoli, letti, contenitori, armadi, ecc.) aspirava a formare una grande varietà di elementi ciascuno con una propria caratterizzazione funzionale e con un'immagine ben precisa, tale da consentire l'acquisto e l'impiego anche come pezzo unico. Negli anni successivi l'Anonima Design disegna numerosi altri oggetti per la Mobilgradisca, Flaet e Bonetto. Per quest'ultima si ricorda il Tavolift del 1972, un interessante tavolo estraibile ad altezza variabile.

Giorgio Ceretti, Pietro Derossi, Riccardo Rosso - Gruppo Strum - Ceretti, Derossi e Rosso iniziano a collaborare nel 1966 per la realizzazione del Piper Club a Torino. Tra il 1968 ed il 1974 disegnano gli oggetti più noti della loro produzione: il Puffo, il Pratone, la poltroncina Torneraj e la seduta Wimbledon (prod. Gufram). Secondo i progettisti questo gruppo di oggetti voleva contribuire a liberare i fruitori da condizio-

G. DE FERRARI: pannello contenitore VACUUM FOAM PANEL, prod. ELCO, 1968



P. GILARDI: sedute SASSI, prod. GUFRAM, 1968



namenti nel loro comportamento: lo spunto tecnologico e fantasioso è l'elasticità del materiale, il poliuretano. L'impegno politico svolto attraverso la pubblicazione di numerosi scritti su riviste di architettura (Casabella, ...), ha una sua importante tappa nel 1971. In quest'anno viene fondato il Gruppo Strum (per un'architettura strumentale) con Carlo Giammarco e Maurizio Vogliazzo, che partecipa alla mostra «Italy: the new domestic landscape» tenutasi al MOMA di New York nel 1972. Qui vengono presentati e distribuiti i famosi Fotoromanzi in tre colori di copertina (bianco, rosso e verde) che proponevano secondo tre diversi punti di vista (l'Utopia, La lotta per la casa, La Città Intermedia) le tematiche italiane relative al design, alla politica dell'abitazione e al territorio.

Giorgio De Ferrari - Nel 1966 con M. Semino ottiene il primo premio al concorso MIA-Abet di Monza con il mobile «Tramezzino»; presidente della giuria è Joe Colombo che lo avvia nel mondo del design. Il Tramezzino è un mobile «plurivalente», piatto e sottile, in cui tra due pareti chiuse (due lastre di laminato stratificato) è contenuta una fila di stretti e profondi cassetti, sfilabili: l'attrezzatura interna è variabile. L'innovazione tipologica, la pluralità d'uso, la disaggregazione degli insiemi, l'indirizzo verso l'«open space» sono aspetti dei mobili che entrano in produzione per: Kartell, Stildomus, Bath Shop, Ny Form, Colli 2. Altro interesse di quegli anni è per l'applicazione dei nuovi materiali e tecnologie produttive. Ne sono esempi il pannello contenitore Vacuum Foam Panel del 1968 per la Elco, di cui era art director ancora Joe Colombo, e il diffu-

sissimo posacenere per la Kartell del 1976, disegnato con P. Maccarrone, ancora oggi in produzione.

Piero Gatti, Cesare Paolini, Franco Teodoro

Fondato nel 1965 il gruppo inizialmente collabora con lo studio Milani-Jannon per lo sviluppo del prodotto e l'immagine della Abet Print con ricerche sui decori. Nel 1968 disegnano il Sacco prodotto da Zanotta, oggetto già ampiamente analizzato ed entrato ormai nella storia del design. Come molti altri loro oggetti, il Sacco è legato ad un'idea di nomadismo, presente in quegli anni, intesa come capacità di muoversi, di vivere in spazi collettivi privilegiando il pubblico al privato. Gli oggetti che vengono progettati non devono essere aggressivi, feticistici ma adattabili a più usi, come la Sudanese del 1971 per Zanotta o il mobile contenitore girevole, presentato con G. Drocco al Concorso MIA-Abet di Monza nel 1968. Lo studio sarà attivo sino al 1983, anno della scomparsa di Cesare Paolini.

Piero Gilardi - Artista di levatura internazionale che dalla formulazione dell'Arte Povera giunge alla proposizione di un naturalismo tecnologico con i famosi Tappeti-natura del 1966, che verranno esposti in tutto il mondo: una proposta estetica, ma anche ludica, per lo spazio domestico. Nel suo lavoro di designer trasferisce dal fare artistico le sue ricerche sul poliuretano. Indubbia la sua influenza, non solo espressiva ma anche tecnologica su molti degli oggetti e prototipi della Gufram, dei quali molto spesso ne è l'esecutore «manuale». Per la Gufram disegna, oltre a diversi prototipi, il Pavè-piuma nel '67 (una «industrializzazione» del tappeto-natura) e nel 1968

LA DISEGNOFILA: sdraio relax OMOTEA, prototipo, 1970



LIBIDARCH: progetto ABITARE, 1972



i Sassi, sedute in forma di sasso. Del 1970 è il prototipo della Fiag-chioccia, una poltroncina economica in poliuretano pensata come competitiva nei confronti delle costose serie di design.

La Disegnofila - Atelier di ricerca e progettazione fondato nel 1970 da componenti di Studio 65, da Jaretti e Luzi, De Ferrari, Isola, Gatti ed altri. Programmaticamente era un gruppo aperto che si avvaleva della collaborazione di personaggi provenienti da altre discipline. Ebbe vita breve a causa della differente «stabilità professionale» tra i vari componenti. La Disegnofila ha comunque prodotto una serie di interessanti prototipi di oggetti per il concorso Sintesis Idee 70 del 1970: l'Omoteca, sdraio-relax ottenuta dal calco intero di una persona; la Bicorna, sedia impilabile; la seduta Bettina e il tavolo Saturno.

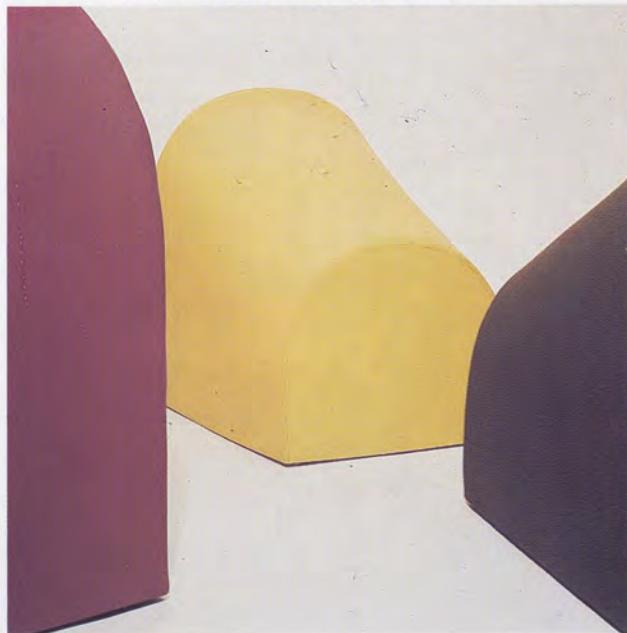
Libidarch - Gruppo fondato nel 1970, attivo fino al 1975 e composto da Ceretto, Mascardi, Mazzella, Gallo e Daprà. Si colloca per tipo di riferimenti culturali e per la teorizzazione (Manifesto della Architettura povera - 1970) nell'area dell'Architettura Radicale. Nel 1972 al concorso internazionale Interieur '72 a Courtrai (Belgio) presentano il progetto Relax una considerazione critica su uno degli assunti (il riposare) della Carta di Atene di Le Corbusier. Tra il '74 e il '76 realizzano numerose «Azioni Comportamentali» dove sul territorio venivano documentate fotograficamente e accostate poi con la tecnica del fotogramma, prelevando dal contesto urbano o suburbano morfologie non culturalizzate che potevano immediatamente diventare oggetto. Nel 1974 disegnano per Busnelli il divano componibile Ar-

gine, realizzato in sassi di poliuretano e rete elastica.

Giuseppe Raimondi - Inizia l'attività come designer ed art director della Gufram; nel 1967 la seduta Alvar e la Mozza nel 1968, oggetti legati alla ricerca sulle potenzialità espressive del poliuretano. È in questi anni che perfeziona quella che sarà una delle specificità del suo lavoro: dare all'industria non solo i prodotti ma anche la definizione della sua immagine. È possibile individuare dei filoni di ricerca cui corrispondono altrettanti oggetti e modi di progettarli: la ricerca di una nuova immagine dell'oggetto utilizzando i rinnovamenti espressivi dell'arte (serie di specchi per la Cristal Art, tessuti per Piovano, ceramiche per New Land), i nuovi materiali o tecnologie innovative (sedute per Gufram e Nikol), l'intuizione di un diverso modo di usare un materiale antico (mobili ed oggetti in legno per Tarzia e Pedano).

Studio 65 - Gruppo fondato nel 1965, sulla scia dei gruppi del movimento studentesco della Facoltà di Architettura (Atelier Popolare e Città Fabbrica), composto da Audrito, Sampaniotou, Paci, Tartaglia, Ferroni con numerosi altri ingressi e uscite di personaggi nel corso degli anni. Il design dello Studio 65 non nasce come disegno per l'industria ma come espressione di un atteggiamento progettuale di un momento storico e di un modo di pensare la vita e i rapporti tra persone. Per la Gufram disegnano, oltre a numerosi altri oggetti e prototipi: nel 1970 il divano Bocca, nel 1972 la seduta Capitello, nel '73 l'Attica ed il gioco per bambini Baby-lonia. Esasperare i significati ideologici degli oggetti è stato uno dei principali obiettivi del lavoro di questo gruppo.

G. RAIMONDI, seduta FETTA, prod. NIKOL, 1969



STUDIO 65, seduta CAPITELLO, prod. GUFRAM, 1972



Design tra Torino e Milano

*Incontro con Pierluigi Molinari,
presidente dell'ADI Associazione Disegno Industriale*

D. Che tipo di presenza esprime la città di Torino all'interno del fenomeno design italiano? Oltre il settore auto, esistono il product-design, il design per la città, e tutto il design «altro» che restano sconosciuti ai più.

MOLINARI. All'interno dell'ADI ci sono quasi 800 soci, un raggruppamento pressoché totale di chi fa la professione in Italia. Per Torino c'è certamente la connotazione dell'auto, ma c'è anche la connotazione data da persone che fanno un «altro» design. È interessante la citazione di Giardino e di altri che fanno questo discorso dell'«altro». È un fenomeno oggetto di un grosso interesse da parte dell'ADI e non da adesso, legato alla manifestazione del Compasso d'Oro, ovvero alla promozione del design soprattutto in termini internazionali. C'è stata un'attenzione molto precisa e ci sono stati parecchi Compassi d'Oro e segnalazioni per Torino.

Dividiamo comunque il problema dell'assegnazione del premio dalla presenza alla mostra: a mio parere la linea prioritaria è la valorizzazione della mostra rispetto all'assegnazione del premio. Cioè fornire il panorama del design italiano con la mostra, non con i Compassi d'Oro. Una mostra di 150 oggetti, che va in giro per il mondo, come obiettivo si pone la rappresentazione di

tutte le tipologie di intervento del design, anche quelle meno conosciute.

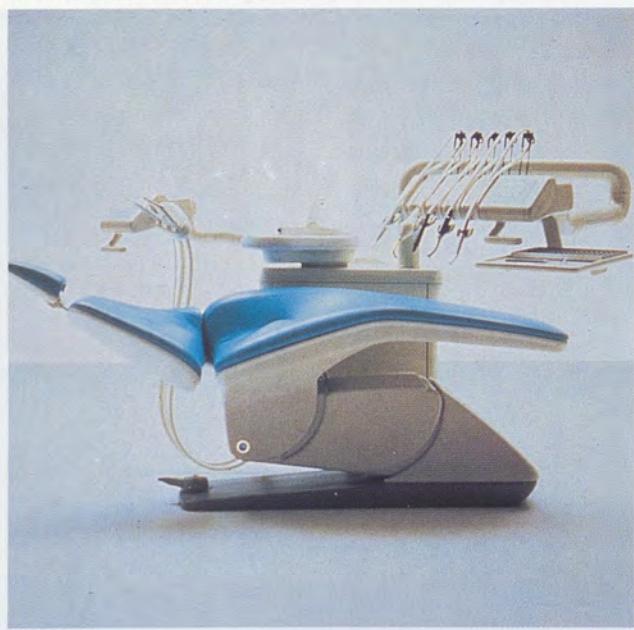
D. Tu ritieni che, nell'immagine complessiva del design italiano, Milano detenga uno strapotere assoluto legato al settore arredamento?

M. Il problema dello strapotere di Milano, che come sai io ho sempre negato, esiste soprattutto se legato al fenomeno delle riviste. Abbiamo fatto fare delle inchieste sul valore economico e sul fenomeno design da diversi istituti: l'Università Bocconi e il CENSIS di Roma. Al di là dei valori economici che sono rilevanti, la distribuzione degli studi in Italia è per il 40% a Milano o dintorni e per il 60% in altri luoghi. Il 40% della professione gravita su Milano, allora è chiaro che c'è molto affollamento. Ma il 60% è altrove; se tieni conto poi che si distribuisce tra Torino, il Veneto, e un poco la Toscana, c'è una concentrazione più forte ma non così prevalente.

D. E in termini di valore economico?

M. Pininfarina, Giugiaro e I.D.E.A. credo che facciano il triplo del fatturato degli studi di Milano messi insieme. Il discorso dell'egemonia è molto relativo; io credo che non ci sia un'importanza nella distribuzione regionale, se non per manifestazioni abbastanza marginali; credo che ci sia un buon design e un cattivo design, punto e basta.

GIUGIARO DESIGN: poltrona per dentista ISOTRON, prod. EURODENT, 1989



BENENTI DESIGN ASSOCIATI: packaging prodotti linea carrozzeria, prod. VAGNONE & BOERI, 1990



Torino ha delle stimolazioni, con pregi e difetti che derivano dall'auto, per cui è chiaro che ha un design con un contenuto tecnologico più presente, più complesso: meno arredamento e più altri tipi di prodotti.

D. In questo quadro, dove l'ADI è il tramite tra cultura del design e fatturato del design, c'è, mi pare, corrispondenza inversa tra immagine e realtà soprattutto sotto l'aspetto economico. Tu non ritieni che l'ADI in qualche modo non coincida esattamente con questa realtà: negli ultimi anni l'Associazione si è un po' sganciata dal fenomeno design inteso come avanguardia, ma resta comunque legata ad una Milano della produzione meno «culturale» e forse meno interessante.

M. Ma, sai, sono nate un po' tutte qui queste storie, nel senso che qui c'è il peso e il fastidio della storia, perché il design di fatto è nato a Milano su dei fenomeni che conosciamo tutti. Oggi la professione ha assunto un altro peso. Diciamo che nel caso di Torino, sicuramente il sistema è in evoluzione; è meno di «immagine» perché è partito dall'auto che è fuori dal design «classico», ma si è esteso recentemente ad altre esperienze.

D. Torino, a parte qualche caso isolato di architetti/designer, mi sembra caratterizzata da una struttura di tipo aziendale. Ed anche il singolo tende a proporsi come una società.

M. Il problema è che in Milano la varietà è maggiore per cui c'è dentro di tutto, però il discorso del legarsi alla personalità isolata è legato all'origine del design. Ancora oggi c'è la sedia firmata Castiglioni, ma per una macchina utensile la firma non interessa. Questo è un problema di scala merceologica del prodotto, di comunicazione legata ai settori, non di organizzazione del singolo studio.

D. Giugiaro e Pininfarina sicuramente sono i designers dell'automobile, ma tendono a estendersi in altri settori.

M. Torino ha un incentivo economico molto preciso per fare queste operazioni. Per Giugiaro i risultati sono stati per anni molto discutibili, tant'è vero che non ha ottenuto il Compasso d'Oro per un oggetto, ma per la carriera. Quest'anno ha vinto con la sedia da dentista ed era molto contento del riconoscimento al di fuori dell'automobile.

Io credo che comunque si debba fare un grosso distinguo tra l'organizzazione e la risposta della grande società di progetto, e quella dello studio professionale. Giugiaro Design, Pininfarina, I.D.E.A., sono commisurabili più nel panorama economico internazionale che in quello nazionale, perché danno un certo tipo di risposta simile agli studi americani o giapponesi. Per cui io li tirerei fuori dal contesto italiano. È una Torino che scavalca l'Italia.

P. MARTIN: cerchione in lega FORZA, prod. WASHI ALUMI, 1986



GIUGIARO DESIGN: macchina fotografica F4, prod. NIKON, 1988



Auto & Design

Incontro con Fulvio Cinti, direttore della rivista Auto & Design

D. Quale contributo ha fornito alla disciplina del design il settore auto torinese?

CINTI. Torino rappresenta una delle culle del design italiano. Il fenomeno nasce nel periodo compreso tra gli anni '20 e gli anni '30, con l'attività artigianale e creativa dei carrozziere, ed esplode prepotentemente negli anni '50 come Italian Style. Nei saloni di allora esponevano una grande quantità di carrozziere, grandi o piccoli, sfornando un'infinità di idee. Oggi ci stupiamo del fatto che i giapponesi importino in Italia tante vetture di nicchia. In realtà negli anni '50 i nostri carrozziere, che dovevano vivere sulle trasformazioni delle vetture FIAT e dovevano inventare qualcosa di diverso da quello che la FIAT forniva, avevano già fatto tutto!

D. Quindi il fenomeno puntava anche sull'invenzione tipologica oltre che sul fattore espressivo?

C. Certamente. Allora però più che di design si trattava di stile. Si è continuato a parlare di stile praticamente fino alla fine degli anni '70. Quale precursore si può individuare Giovanni Michelotti, che a mio avviso ha aperto le porte alla figura del designer odierno. In quel periodo collaborava con quasi tutti i carrozziere ad eccezione dei grandi che avevano strutture interne.

La grande forza della carrozzeria italiana era

allora la creatività supportata da un buon gusto e da un senso estetico che per esempio gli americani, i francesi o i tedeschi non avevano.

D. Da dove proveniva questo gusto? I carrozziere erano comunque autodidatti formati nell'ambiente aziendale, eppure si collocavano in modo parallelo all'avanguardia culturale ed artistica del periodo?

C. Non si deve assolutamente dimenticare la componente formativa che risale al periodo che va dagli anni '30 fino alla fine della guerra. In quegli anni le carrozzerie speciali, di grande levatura anche dal punto di vista espressivo, erano commissionate spesso da persone di cultura, con profonda conoscenza dell'arte contemporanea.

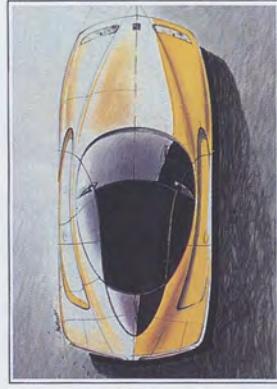
Riuscivano attraverso la richiesta ed una assidua frequentazione a stimolare e ad ispirare la creatività e l'abilità dei carrozziere.

Anche Koenig riconosceva l'importanza di questa scuola indiretta. Con notevole forza immaginativa, egli paragonava le carrozzerie torinesi, soprattutto quelle degli uomini che hanno fatto poi scuola, a delle vere e proprie botteghe fiorentine del Rinascimento in cui si formavano dei nuovi artisti. Oggi è rimasto ancora qualcuno dei vecchi maestri di bottega. Per esempio Bertone ha portato alla ribalta dei grandi talenti come

Rivista internazionale bimestrale AUTO & DESIGN edita in Torino dal 1979

Auto & Design

CONCETTO ARCHITETTURA IMMAGINE



Pininfarina Chronos

Pininfarina, seduzione americana

Foto: G. Cinti - Pininfarina - Pininfarina

Auto & Design 68 - 1991 - 11-12

Foto: G. Cinti - Pininfarina - Pininfarina

N. BERTONE: ALFA ROMEO 1900 BAT 5



Scaglione, Giugiaro, Gandini, dando loro la possibilità di esprimersi.

Oggi è sempre più difficile creare dei talenti perché le strutture si sono modificate molto nel passaggio dallo stile al design. Si è capito che non si poteva più semplicemente fornire al richiedente uno schizzo, un modellino, dei disegni o anche il piano di forma. Oggi sono indispensabili competenze e prestazioni complesse: l'automobile non consente più molti voli pindarici. Se un'azienda affronta un tema di progettazione avanzata, finalizzato per esempio a saloni o esposizioni, è richiesto un notevole impegno finanziario. A Torino solo Bertone, Pininfarina e Giugiaro possono ancora permettersi un tale onere. C'è poi la necessità di costruire prototipi funzionanti, perché agli addetti ai lavori non interessa solo la forma, ma le relazioni della forma con l'oggetto che ricopre. Oggi, in un'evoluzione resa necessaria dai tempi, la carrozzeria tradizionale non esiste più e lo stile è soltanto una delle componenti del progetto, che prevede come prioritarie la funzionalità e la riproducibilità in funzione della voce costi: l'oggetto si può fare solo se i costi sono favorevoli.

In questa nuova visione del progetto, si apre la possibilità di sviluppare il processo curando tutte le fasi ideative. Nascono i centri come Italdesign, in cui operano più di trecento persone all'interno e altre centocinquanta all'esterno. L'Italdesign si identifica con Giugiaro, che è riuscito ad associarsi ad un grande ingegnerizzatore come Mantovani. In maniera analoga si pone anche I.D.E.A., che non gioca la sua partita sotto un nome ma sotto una sigla, e Pininfarina con il Centro Studi e Ricerche.

G. MICHELOTTI: LANCIA APPIA COUPÈ, prod. AL-LEMANO



Ma io ritengo che la straordinaria continuità dalla carrozzeria al car-design, sia determinata anche dalle tante piccole attività di supporto che con la presenza della grande industria hanno potuto nascere ed evolversi.

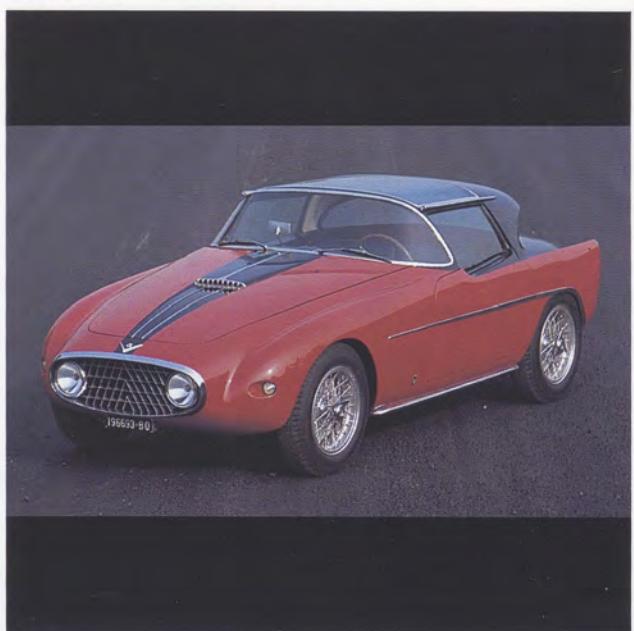
D. E il Centro Stile FIAT?

C. In passato lo stile non veniva fatto in un reparto apposito, ma nei vari uffici tecnici. In questi uffici lavoravano degli ingegneri, dei tecnici ed alcuni «creativi» molto tecnici. Oggi la FIAT ha un Centro Stile con due studi per gli esterni ed uno per gli interni di recente dotati di tutte le attrezzature più moderne e sofisticate (CAD-CAM). Attualmente il Centro progetta in concorrenza con i fornitori esterni e le proposte vengono confrontate con altre di Giugiaro, di Pininfarina e di I.D.E.A. Purtroppo devo ammettere che raramente FIAT è uscita vincente da questi confronti. Il Centro Stile si limita perlopiù ad affinare il lavoro degli altri, modificandolo secondo le esigenze di marketing e di produzione.

D. Dopo lo sviluppo degli anni '30 e l'esplosione della carrozzeria degli anni '50, dopo la trasformazione dello stile in una forte struttura di design, il mondo dell'auto sembra essersi un po' chiuso in se stesso...

C. Non esattamente. Oggi lavorano per l'automobile più di un centinaio di aziende attrezzate a fornire servizi a clienti anche stranieri. La loro attività varia dagli studi ingegneristici di carrozzeria alla realizzazione di modelli, di prototipi e di stampi. Non vanno poi dimenticati i vari designers formati nel settore auto, oggi indirizzati su settori collaterali o diversi. Complessivamente il pianeta del design torinese, sia sotto l'aspetto crea-

G. MICHELOTTI: FIAT 8V DEMON ROUGE, prod. VIGNALE



tivo che sotto l'aspetto esecutivo e dei servizi, costituisce una realtà eccezionale.

D. Fondamentalmente i settori del design italiano, al quale il mondo riconosce una notevole forza e vitalità, sono due: uno è quello dell'auto e dei mezzi di trasporto, l'altro è quello del mobile e dell'abitare. Il car-design si è trasformato in struttura o in industria del progetto e tende a proporsi con la stessa logica all'altro settore forte. Per esempio Pininfarina e Giugiaro firmano con il proprio nome dei prodotti che in realtà vengono realizzati dalla struttura.

C. Io e Giugiaro, per citare un rappresentante del caso grandi strutture di progettazione, siamo legati da un affetto reciproco perché io fui il primo giornalista al mondo a scrivere un articolo su di lui. Giugiaro attualmente è il capo progetto, ma è in una situazione tale per cui non può seguire i progetti nei dettagli. Però nel campo dell'automobile Giugiaro è quello che conosce più profondamente l'oggetto che l'azienda deve vendere. Tutti i suoi prodotti, magari molto criticiati, in realtà sono dei veri prodotti di industrial design. Si pensi all'Alfa Sud, alla Golf, alla Panda, alla Delta, alla Uno, alla Thema, alla Cromia, alla Saab...

D. Ma la domanda voleva indagare il perché queste strutture così quotate nel settore auto, non sempre riescano a mantenere il livello quando approdano ad «altro» design.

C. Innanzitutto bisogna vedere cosa richiede il committente. E comunque nel disegno industriale proveniente dall'automobile sono stati fatti molti peccati di gioventù. Molti di questi oggetti hanno una «facile» derivazione dall'oggetto au-

tomobile. È «difficile» rinnegare le proprie radici. D'altra parte tutte le volte che l'«altro» design ha cercato di fare qualcosa nel campo dell'automobile ha fallito gli obiettivi.

D. Ma se oggi a Pininfarina o Bertone non si rivolge più il cliente cultore di Decò o Liberty che alimentava il livello culturale, quale può essere il futuro del progetto in queste strutture «aziendali» certamente molto legate al fatturato, al marketing, al processo produttivo?

In altre parole le Facoltà di Architettura e qualche altra scuola privata, preposte a fornire la «cultura» del design in senso lato, da cui il settore auto potrebbe attingere, sono considerate dall'industria carenti nella formazione tecnica specialistica richiesta.

C. Il grande problema delle Facoltà di Architettura italiane è di non insegnare in modo mirato il disegno industriale. L'unica sede che ha una sezione di disegno industriale indirizzata all'auto è Firenze. A Torino per assurdo, c'è soltanto una piccola scuola privata, con pochissimi mezzi e strutture. Ma soprattutto stanno scomparendo i mestieri irripetibili legati all'automobile anche perché la formazione interna ha tempi troppo lunghi e quindi eccessivamente onerosa. Quando le aziende necessitano di personale specializzato — del battilastra, del falegname o del modellatore — se lo rubano a fior di stipendi. Noi, più che dell'Art Center di Pasadena, abbiamo bisogno di scuole di formazione specializzate.

Sarebbe logico creare a Torino una «scuola» ai diversi livelli, utilizzando tutte le energie disponibili: dalle scuole secondarie fino alla Facoltà di Architettura ed oltre...

FIAT 1100 BERLINA 2 PORTE, prod. VIGNALE



P. MARTIN: veicolo trasporto cavalli, prod. MADA, 1990



L'industria del progetto

*Incontro con Nicola Crea - Centro Stile Fiat e
Giuliano Molinari - Giugiaro Design*

D. Quanto e come incide una grande struttura di progettazione sul fare del singolo designer, e quindi sull'espressività del singolo prodotto?

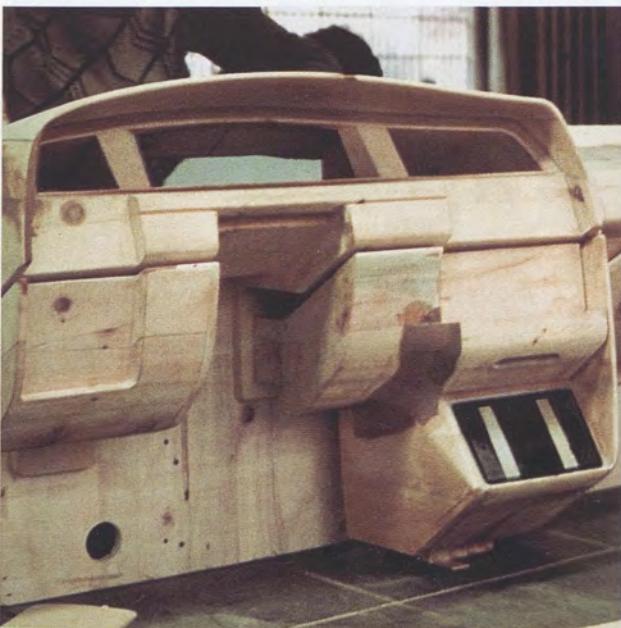
MOLINERI. Io farò sempre una distinzione tra i nostri diversi settori: auto e product design. Il gruppo dell'auto da noi è di 450 persone, quello del design è di 30; perciò già a livello di relazioni interne esistono problematiche diverse. Inoltre il prodotto automobile oggi nasce da condizionamenti ed indirizzi che vengono posti dalle case in modo molto preciso; è ridotta l'autonomia nel concepire ed avviare il prodotto, e quindi le risposte sono sempre più circostanziate ad input precisi. Ma è successo nella storia e nell'attività della nostra azienda di produrre un articolo ex novo, senza altri genitori, con caratteristiche originali ed autonome, e senza troppi legami col passato. I casi della Golf e della Panda, sono situazioni che si possono ripetere, ma sempre meno. Seguendo lo stesso criterio di impostazione generale subentra, a livello di prodotto «non auto», una certa filosofia di Giugiaro Design, che va avanti da tempo: non caratterizzare il prodotto secondo un'immagine personale del designer, non caricarlo, ma assecondare l'immagine della Casa committente. Perché siamo un gruppo di lavoro, prima di tutto, e poi perché crediamo ve-

ramente che nella maggioranza dei casi il miglior servizio che possiamo dare a un cliente sia seguire la sua storia, migliorare certi fattori, senza snaturare, senza dare il segnale particolare.

CREA. La questione principale è se il designer, preso come singolo, incida sul progetto in modo decisivo od in maniera marginale.

Il primo problema che ci si pone è che design e design dell'auto sono due cose diverse. Il design è una disciplina molto precisa, con un iter che parte dal concetto iniziale e finisce alle tecniche di produzione, ai materiali, ecc.; cosa che il car design non può abbracciare per una questione fisica ed intellettuale: non si può fisicamente abbracciare tutto l'iter progettuale di un'auto, un individuo ci impiegherebbe 50 anni, per poi arrivare troppo tardi al mercato. Dire che «l'auto l'ho fatta io» non ha quindi molto senso, perché alla produzione, alla sperimentazione, al clinic test, e a tutte quelle attività che sottendono alla messa in produzione di una vettura, partecipano probabilmente un migliaio di persone. Quindi il singolo designer non può fare una automobile da solo: non è una filosofia di pensiero, ma un dato di fatto. Per lo stesso motivo mi sembra difficile che chi disegna auto si metta a disegnare altro e viceversa.

I.D.E.A.: modello di plancia per LANCIA DEDRA, 1987



L. PRANDO, R. ROSSO: telefono senza fili 900 MHz BRONDITEL, prod. BRONDI, 1988



D. È una provocazione per Giugiaro Design? Di qui la tendenza a non caricare di espressività, di segno gli oggetti?

MOLINERI. Riprendo il discorso da quanto sia difficile ma non impossibile parlare di design di auto. Ho avuto la fortuna di partecipare alla nascita di prodotti auto al fianco di Giugiaro: nel '70 ho visto fare la Golf in tre mesi, non c'era lo sperimentatore, né l'uomo di marketing, né il clinic test. Il prodotto è uscito dalla creatività del singolo: in tre mesi in uno scantinato è nato il modello della Golf, e la carrozzeria di serie è stata fatta pari pari al modello. Noi, come Giugiaro Design, siamo cresciuti all'interno dell'Ital Design dal '71 all'81. In quel periodo ci siamo fatti le ossa, ma continuando così non avremmo istituito un ufficio di «product design», ma avremmo continuato a fare i carrozzieri che, nel tempo libero, si occupano di altri argomenti. Quando ci siamo resi conto che avremmo dovuto proiettarci nello specifico, ci siamo creati un'autonomia: adesso siamo un «gruppo» che riferisce e riceve dei suggerimenti da Giugiaro e che decide sotto la responsabilità di Giugiaro. Poi io darei molto peso alle problematiche della produzione, della tecnologia: il design dell'automobile ci ha insegnato molto.

CREA. A questo proposito: mi è piaciuta la dichiarazione per cui Giugiaro si adegua all'immagine aziendale dei clienti, mi sembra doveroso. Ma, secondo me, si va oltre: il designer idealisticamente è visto come un artista che crea un'opera, che poi viene dischiusa alle grandi masse. Questa non è una lettura appropriata, infatti l'utenza paga per l'oggetto che adopera; in quanto non solo apprezza l'opera, la firma e la qualità

della creazione, ma anche la sente come cosa propria.

D. Nell'ambito del design torinese si nota un allargamento degli interessi dall'auto verso l'«altro» design, sulla scorta probabilmente del successo di Giugiaro Design, ma con alterni risultati. È un'esigenza aziendale-economica quella di trasferirsi in altri settori, oppure è uno «sfizio»?

MOLINERI. È difficile rispondere, perché la nascita di questi fenomeni è legata spesso a situazioni soggettive, familiari, senza strategia. Alla base comunque c'è un'ambizione, e io l'ho anche vissuta all'Ital Design, di costruirsi l'immagine di designer «completo». Noi oggi possediamo metodo e strutture che si possono trasferire anche al design industriale, ma sopravvive un complesso di inferiorità dagli anni '60 quando si sentiva la distinzione tra carrozziere e designer, quando «loro» disegnavano una maniglia ed erano designer, noi facevamo un'auto ed eravamo stilisti. Oggi c'è anche il discorso della griffe che ha snaturato la nostra figura professionale del designer.

CREA. Rispondo in maniera polemica perché è Giugiaro che adotta questa tecnica. È criticabile che, insieme alla metodologia e alla struttura, sia stato trasferito questo aspetto molto automobilistico di affrontare il problema. Il background del disegno industriale torinese, tipicamente automobilistico, aveva pregi e difetti, ma ci si aspettava più creatività, più radicalità, caratteristiche meno tradizionali a cui approdare. Penso che «questo» non sia stato accettato dalla critica di settore.

D. È vero che Torino non ha altri settori, oltre l'auto, in grado di inserire il disegno industriale nel processo produttivo?

ITALDESIGN: WOLKSWAGEN GOLF, 1974



G. ROSENTAL: maniglia CARIGNANO, prod. OLIVARI, 1985



MOLINERI. Si è vero, c'è una certa insensibilità, nel clima culturale.

D. Eppure poche città, negli ultimi tempi, hanno espresso così importanti apporti al settore creativo. L'Arte Povera è nata a Torino, così come il pensierino filosofico di Vattimo.

MOLINERI. Lamentiamo una crisi di cultura «imprenditoriale» mancano i manager veramente coinvolti in questi fenomeni. Quando pensiamo a una Parigi sempre eclatante, ci riferiamo anche alla scenografia, ai grandi investimenti d'immagine attraverso le opere architettoniche e gli eventi.

D. Il difetto non può diventare virtù e spostare la tradizione produttiva oggi relegata a fatto aziendale e potenziare questi aspetti fino a farli diventare caratterizzanti di una strada torinese al design?

MOLINERI. A mio parere, Torino si pone nel panorama del design, come produttrice di sicurezza: noi facciamo quella parte del design che tende al più sobrio, al più sicuro, al più professionale. Parliamo di Torino. Se l'indagine che state facendo tende a ricercare una realtà unitaria, una personalità latente, allora forziamo le energie su questa peculiare professionalità torinese. Ma solo quando la città, a partire dal Sindaco, o dall'Amministrazione Comunale, comincerà a chiedersi «Chi c'è a Torino? Che cosa gli potremmo dare da fare?» si potrà dimostrare che la città è diversamente progettata, che può assumere un carattere di leadership, e non solo nel settore del design. Cerchiamo di dare risposte nel sociale ognuno per il proprio settore, ma non senza l'apporto delle istituzioni e delle energie industriali che spesso lapidano apparentemente senza precisi obiettivi strategici. E teniamo presente che la FIAT non ha in-

teressi specifici sulla città, se non quelli di gestione della fabbrica e del patrimonio immobiliare. La FIAT ormai non è torinese, ma europea. Le energie sono da ricercarsi anche altrove.

D. La scuola non può fare nulla in questa direzione? Si è ventilata, a Torino, la possibilità di organizzare un master di design, attraverso la struttura del COREP del Politecnico. Un'iniziativa di questo genere penso possa essere indirizzata per definizione alla individuazione di una strada torinese del design. Pensate che sia un'iniziativa con possibilità di riscontro nel mondo della produzione o del progetto torinese? E voi sareste disposti ad essere coinvolti in questa iniziativa?

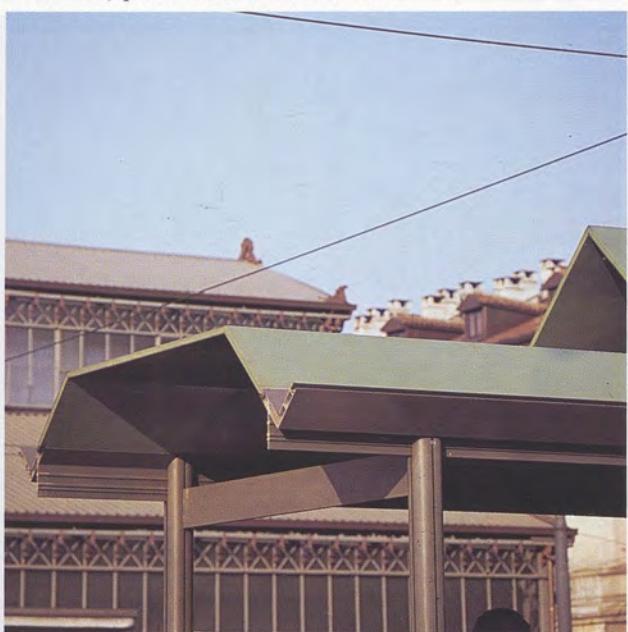
MOLINERI. Io penso che ci saranno delle difficoltà di tipo organizzativo da parte nostra, ma mi sentirei sicuramente di portarla avanti.

CREA. Il caso vuole che ci sia una situazione contingente di necessità che andrebbe colmata. Si diceva che la peculiarità del design dell'automobile è quella di essersi costruita da sola una grossa metodologia e una grossa tecnologia. Ma il nuovo designer deve saper disegnare e fare modelli subito! Sono esigenze fondamentali che si possono insegnare, soprattutto a Torino, senza per forza apprenderle con l'esperienza personale. Quindi sono estremamente favorevole, e penso che possa anche essere trainante per una maggiore ricettività dell'ambiente complessivo nei confronti del design.

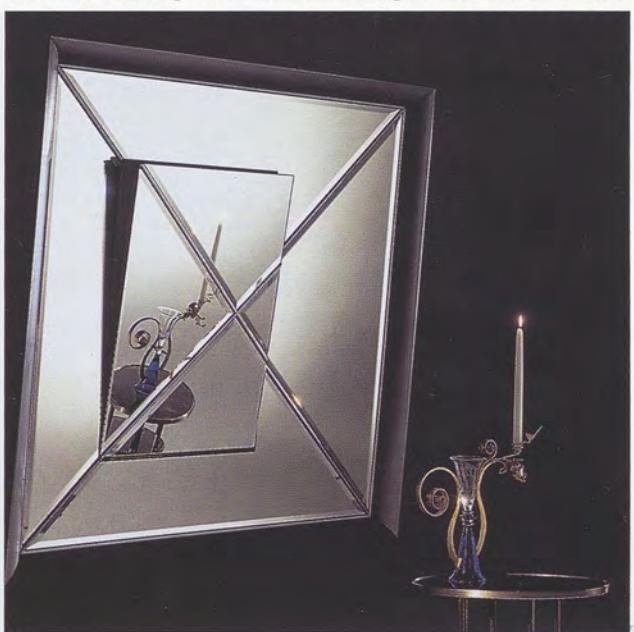
D. Ma potrebbe anche non essere necessariamente finalizzata al design dell'automobile?

CREA. Direi anzi che l'applicazione didattica del patrimonio tecnico-metodologico derivato dall'auto potrebbe essere la marcia in più anche per altri indirizzi.

STUDIO DE FERRARI JACOMUSSI GERMAK LAURINI ARCHITETTI: sistema di fermate mezzi pubblici per ATM TT, prod. ALUCASA 1989-91



P. DERROSSI: specchio OSMOND, prod. DRIADE, 1988



La cultura del progetto

Incontro con Fredi Valentini - Pininfarina S.p.A. - e Roberto Piatti e Justyn Norek - I.D.E.A. Institute

D. Cultura del progetto: dal Giappone giungono segnali interessanti. Le cronache relative all'ultimo «Motor Show» giapponese rivelano un atteggiamento piuttosto ambiguo della stampa specializzata: da un lato c'è una difesa ad oltranza del car design italiano; dall'altro si strizza volentieri l'occhio alle ultime ammiccanti proposte nipponiche. Come giudicate questo attacco dei giapponesi anche sul piano dello «stile»?

VALENTINI. Il Motor Show, per la verità, è una vetrina di prototipi alla quale la grande industria giapponese ha sempre partecipato massicciamente e con la volontà di mettere in mostra tutti i filoni di ricerca: quelli che poi si trasformano in prodotto di mercato sono una minima parte. Nel complesso però, tutto questo sfoggio di creatività, se mi consentite molto disinvolto, non pare dare luogo a nessuna identità di tipo culturale. C'è una ricerca affannata, quasi isterica per fare «cose nuove» e che da sola dimostra che i giapponesi non hanno superato il complesso di non avere un «back ground» in fatto di stile.

PIATTI. Tuttavia l'approccio giapponese al fare «cose nuove» ha dei lati interessanti: intanto è un approccio totale, non solo relativo allo stile e poi non è detto che quello che non si poteva fare ieri non si possa fare oggi. Anche sotto

il profilo meccanico, volendo fare un esempio, hanno stupito il mondo dimostrando la fattibilità del motore Wankel che era stato abbandonato da tutti. E lo hanno fatto ristudiandolo da capo, con umiltà ma soprattutto con tutte le risorse ed i mezzi che la loro potenza economica e tecnologica consente. Quindi con la stessa filosofia potranno mettere a punto le ricerche su certe forme «retro» che a noi fanno anche un po' sorridere, dal momento che le abbiamo vissute, ma che reinterpetate in chiave tecnologica meritano attenzione, stimolano l'aspetto ludico dell'automobile.

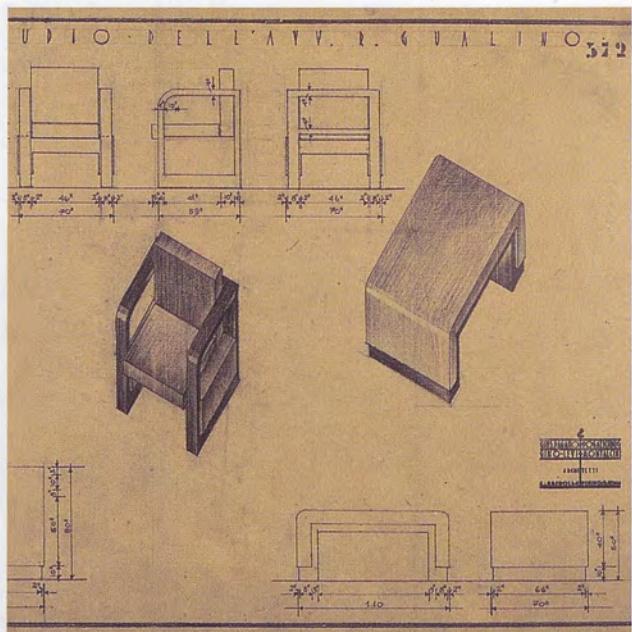
D. Vorrei però a questo riguardo il parere di Norek che è un car designer.

NOREK. Concordo. I giapponesi mancano di identità. Loro possono tutto, quindi fanno di tutto. Lo diceva già Philip Johnson: «Oggi si può fare tutto: qualsiasi cosa inventino gli architetti, gli ingegneri la realizzano». E ciò che trovo anche strano, è l'assenza, nel loro stile, di riferimenti alla cultura tradizionale giapponese, invece presenti in altri settori dell'espressione. Un patrimonio per il momento sottoutilizzato. Lo «stile» italiano però, è altra cosa: anche gli italiani si esprimono con linguaggi differenti, eppure sono immediatamente riconoscibili. Una coerenza che è essenza stessa del made in Italy.

PININFARINA: vettura FERRARI MYTHOS, 1989



G. PAGANO, G. LEVI MONTALCINI: mobili per lo studio di Gualino, 1929



D. Ma quando gli italiani, come voi stessi appunto, disegnano per il Giappone, persiste questo grado di coerenza? Non si diventa un po' giapponesi?

VALENTINI. Noi Pininfarina cerchiamo, nel limite del possibile, di non tradire mai la casa per la quale stiamo disegnando: aggiungiamo all'immagine del cliente un certo quoziente del nostro stile e del nostro design.

Ma non è solo per la «griffe» che siamo chiamati. L'industria dell'auto non può permettersi, a fronte di investimenti colossali, di sbagliare prodotto. Investimenti che seguono un'andamento esponenziale: magari contenuti all'inizio ma sicuramente drammatici alla fine. Così, sono necessarie verifiche sempre più minuziose; e ci si affida ad esterni, come noi ad esempio, per valutare approcci diversi. Una forma di garanzia per un prodotto «giusto». Inoltre il nostro è un gruppo industriale che opera con varie società dislocate in Italia, Germania, USA, nel campo del design, dell'ingegnerizzazione del prodotto e della produzione, e produce carrozzerie e vetture complete. Questo gruppo è quindi in grado di rispondere ad ogni esigenza del cliente. È questa certamente la chiave del nostro «successo», se mi è concessa l'espressione.

PIATTI. Il caso di I.D.E.A. è forse un po' diverso. Noi non abbiamo esigenze di «griffe», non marchiamo mai i prodotti da noi disegnati. Il nostro contributo consiste nel rendere disponibile al cliente un servizio completo ed accurato che si giova dell'esperienza accumulata con committenti e su tipologie di prodotti differenti. Così sfuggiamo alla mono-cultura ed alla frustrazione che de-

G. DE FERRARI, P. MACCARRONE: posacenere autoestinguente, prod. KARTELL, 1976



riva dal lavorare sempre sugli stessi prodotti. Anche questo è un valore aggiunto sul prodotto per il nostro cliente.

D. D'accordo, ma quanto c'è di italiano in questo prodotto?

NOREK. Molto, moltissimo. Il design italiano è d'altronde apprezzato perché più raffinato, più sensibile. È il popolo italiano stesso che si identifica con un'idea del «bello», credetemi. Vi apprezzano perché, il campo estetico è indagato con lo stesso impegno, lo stesso accanimento di quello ingegneristico. Le vetture che hanno fatto storia sono quasi tutte italiane...

D. A parte la Mini... ed il Maggiolino.

Ma a parte tutto, a noi sembra che da questa stessa ricerca estetica non escano prodotti con un'immagine così caratteristica, così innovativa ad esempio da suggestionare l'eventuale acquirente. Ci sembra che proprio la tecnologia che è oggi di tutti, l'aerodinamica che è di tutti, il marketing che governa tutti, tenda ad un livellamento dell'espressività formale ed anche ingegneristica.

VALENTINI. Non credo. Lo spazio per la differenziazione di prodotti che anche appartengono alla stessa classe, si trova, magari con maggiore difficoltà. Certo i vincoli esistono, ad esempio, una legislazione rigorosa che non ci consente soluzioni molto radicali: altezza, dimensioni, posizione della fanaleria...

NOREK. Paradossalmente può lo stesso vincolo normativo essere di stimolo alla ricerca espressiva: è sufficiente una raggiatura diversa nello spazio di un millimetro e potete stare sicuri che la «poetica» della vettura cambia!

L. PRANDO, R. ROSSO: telefono YUPPIE, prod. BRONDI, 1989



PIATTI. Capisco l'obiezione. Forse, sarebbe necessario più coraggio da parte dell'industria nel proporre gamme maggiormente differenziate nei modelli e di cui siano più leggibili gli elementi innovativi, occorrerebbe un marketing più creativo, che stimoli nuove strade piuttosto che repliche commerciali. Quindi ben vengano le sperimentazioni anche un po' bizzarre dei giapponesi. Ecco, credo che l'intuizione più interessante che per viene dal Giappone sia il non trascurare alcuna nicchia di mercato: da qui la dimostrazione di poter fare vetture anche molto diverse molto «ad hoc», prodotte non in serie sterminate.

NOREK. Resta comunque il fatto che gli eccessi di protagonismo non sempre reggono al mercato. La nostra cultura europea è molto diversa: permette un'innovazione lenta che sia solo innovazione nella tradizione. Questo ci consente di non perdere in coerenza.

D. Ed è per questo che anche i vostri prodotti nel campo extra automobile, seguono un'espressività, se mi consentite, contenuta?

VALENTINI. Noi con la Pininfarina Extra, che appunto si occupa di product design, cerchiamo di trasmettere a questi prodotti l'esperienza e le risorse che il settore auto ci consente di sviluppare quotidianamente. Non ci interesserà mai disegnare prodotti in cui non sia ravvisabile, anzi addirittura prevalente la componente tecnologica. Sia pure un occhiale, una valigetta, una cucina, purché ci consenta quella sperimentazione

meccanica che è nostra tradizione ed essa stessa parte della nostra «griffe».

PIATTI. Anche per I.D.E.A. vale questo concetto, ma in senso più ingegneristico. È l'offerta di un servizio professionale che ci interessa, a prescindere dal tema di progetto e dai numeri previsti; quindi, forma, fattibilità, metodo, ingegnerizzazione del prodotto, hanno per noi pesi equilibrati.

D. Ma non vi sembra che queste «intenzioni» del vostro product design, risultino non sempre comprese dall'esterno? Oggetti di alto contenuto di ricerca tecnologica sembrano guidati prevalentemente da uno «stile»; carattere che forse distingue la vostra torinesità di progetto, nel senso che è comune anche ad altri vostri concorrenti, torinesi anch'essi.

NOREK. Il car design ha molto da dire, come stile, ingegneria, sistemi di produzione, ad ogni settore di industrial design. I trascorsi di esperienza e le interazioni sono importanti contributi creativi e non elementi di costruzione. Questo non significa rendere automobilistico quello che auto... non è. Ma è un discorso di metodo, di approccio al problema. Come per il mercato dell'auto, in cui non è pensabile la sopravvivenza di un prodotto funzionalmente mediocre, così le nostre produzioni di design «altro» sono sinonimo di garanzia tecnologica. Noi siamo per un design «ragionato» in cui ai problemi funzionali e di produzione viene data sicura risposta.

PININFARINA EXTRA: ufficio operativo DIGMA, prod. COMPLUS, 1991



P. DEROSI: lampada AULIDE, collezione MILANO-TORINO, prod. ARTEMIDE, 1990



La cultura industriale

Incontro con Giuseppe Pichetto, presidente della Federazione delle Associazioni Industriali del Piemonte

D. È possibile, con Pichetto, configurare un quadro della realtà torinese ove, accanto alle note grandi produzioni e firme, esiste una consolidata realtà progettuale e produttiva poco nota, nascosta in un riserbo quasi ostile alla promozione di sé stessa?

PICHETTO. Posso addirittura allargare il quadro del design in Torino: ad esempio, con la mia personale attività di produttore di estratti per liquori sono convinto di fare «design», non nella forma, ma nel gusto. È doveroso far risalire l'origine del fenomeno design fin dalla trasformazione della produzione da artigianale ad industriale: la presenza in Torino della Corte ha infatti storicamente consentito lo sviluppo di un artigianato di altissima qualità, disponibile ad alimentare la nascente industria manifatturiera. Su questo «humus» straordinario si è innestato il nuovo processo produttivo.

D. Veniamo ai giorni nostri: quale incidenza ha oggi la tradizione artigianale, con tutte le connotazioni di creatività e qualità del prodotto, sulla produzione industriale?

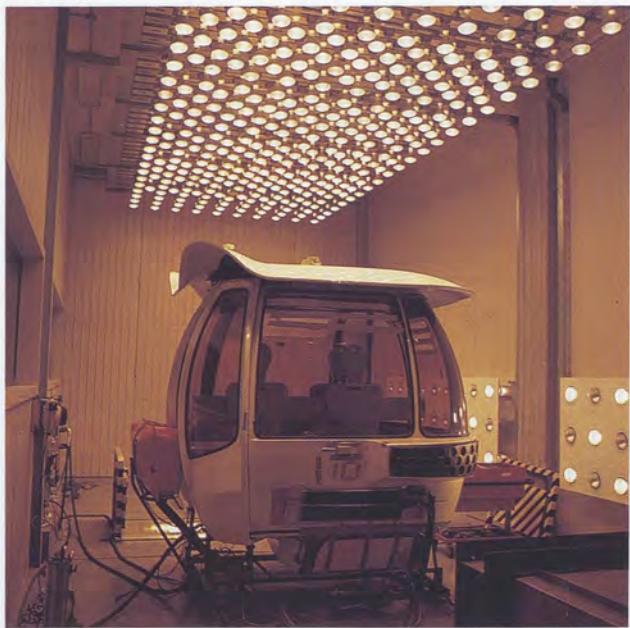
P. In origine, per le fusioni e le forgiature necessarie alla produzione automobilistica, ed industriale in genere, si sono utilizzate le competenze di chi usava il maglio per gli attrezzi agricoli, mentre i battilastra derivano direttamente dai calderai del Canavese. Ed ancora, è importante ricordare, la cultura dell'Arsenale Militare, con un ampio spettro applicativo — legno, cuoio, gesso, marmo,

bronzo, fusioni varie — non solo militare, ma per la Corte, per la nobiltà, per la gente comune. Il tutto, in un quadro di produzione non frivola, forse più noiosa, più mitteleuropea; motivo per cui Torino era già predisposta ad un salto verso la produzione industriale, fino alla ripetizione industriale quantitativa odierna, senza quelle difficoltà che la produzione industriale ha ereditato dall'artigianato d'arte, nel resto d'Italia. Qualcuno, in quest'ottica, ha citato Torino come culla del design italiano, proprio perché culla dell'industria dell'auto, che per prima, nel panorama produttivo di serie si è posta con pretese di autonomia formale, in alternativa appunto all'artigianato d'arte. Già molto prima dell'inizio dell'industrializzazione moderna, in Torino, grazie ad uno specifico modo di ragionare di scienza e tecnica, si trovano una serie di competenze eccezionali, nei settori dell'acustica, della costruzione di ottiche e di macchine: una capacità, in sostanza, di riprodurre 2, 3 o più volte il proprio prodotto, eliminando il pezzo fatto a mano da un artigiano artista ed adattandolo ad un lavoro più ripetitivo. È una predisposizione consentita e giustificata anche dalle situazioni orografiche: con una pendenza delle acque del 6% contro il 2% di Milano, l'industria poteva produrre due o tre volte tanto. Una posizione favorevole, a fronte di uno Stato Sabaudo un po' bigotto, ma organizzato ed ordinato, capace di riconoscersi anche lacune e difetti e scegliere, fuori dai suoi confini, artisti come Juvarra o Guarini.

Progettazione computerizzata di componenti automobilistici, TESCO, 1991



GIARDINO DESIGN: telecabina per EXPO SIVIGLIA '92, prove in camera termica, prod. LEITNER, 1991



D. Tutto questo fino al dopoguerra...

P. Cadiamo nell'universalmente conosciuto, ricordando i successi del «design» torinese nel mondo odierno dell'auto. Ma altri casi, come l'industria alimentare, dolciaria o dei liquori, hanno saputo interpretare una cultura del progetto latente: il Martini è un caso mondiale. E, con la stessa carica di «gusto» di un'auto di Pininfarina, è nato il cioccolatino. Una capacità progettuale e produttiva, a mio avviso con una importante continuità, se riferita alla tradizione culturale: il fare per il proprio simile. Non per il latifondista o il marajà, ma per il cliente del prodotto di massa, condizione indispensabile del fare industriale e quindi del design.

D. E le Associazioni Industriali come si pongono a fronte di questi fenomeni?

P. Ci sono stati anni difficili, tra conflitti sindacali e problemi finanziari, che hanno certamente depresso il fenomeno creativo o quanto meno la sua importanza nel sistema produttivo. Le Associazioni Industriali hanno sempre lavorato per mantenere e sviluppare il ruolo di Torino, ma troppe rigidità, ad esempio finanziarie, hanno impedito che il tradizionale desiderio del «meglio» potesse concretarsi in creatività.

D. È comunque un fenomeno generale...

P. Diciamo che è stata repressa la creatività generale. Molti però — e cito Pininfarina, Bertone, Giugiaro, Testa — hanno fatto ancora cose ben note ed importanti; altri progetti rilevanti si sono sviluppati nella piccola e nella grande impresa. Vorrei altresì sottolineare l'incidenza del problema dell'innovazione tecnologica e culturale e, quindi del rapporto Industria-Università, cui è indissolubilmente legato il fenomeno della crea-

tività industriale. A fronte di altre città che hanno trovato energie diverse, forse più nel mondo politico che nel mondo della produzione, per dotarsi di strutture, Torino ha perso alcune occasioni, invece pienamente giustificate dalla propria tradizione di design seriale, serio, affidabile. E non mi riferisco al successo di Milano, oltretutto giustificato dal suo retroterra produttivo nel settore del mobile e quindi con un suo design specifico, comunque a latere della grande produzione industriale. Oggi dobbiamo concentrarci sulla necessità di un rinnovamento tecnologico, e quindi anche formativo, adeguato alla nuova altissima velocità del sistema produttivo mondiale: l'esempio giapponese è scontato. Una velocità, che ieri possedevamo, oggi impone organizzazione, grandi investimenti, grandi aggregazioni di energie. Noi manchiamo, in Torino, del metodo per «lanciare» il design, per suscitarlo; e non solo il design. Ci restano le individualità, interessanti a volte, ma possiamo considerarci l'ultima generazione: a fronte di questo quadro, il dialogo tra Industria e Università è indispensabile. Accanto alle Associazioni Industriali penso ad una Camera di Commercio e Industria di tipo francese, che unisca tutte le energie, anche quelle finanziarie, a partire dagli artigiani, che sono individualità numerose, fino alle aziende che sono organizzazione e tecnologia. Il tavolo deve essere più vario e più ricco possibile. Oggi l'Università ha il fiato corto, noi aziende abbiamo il fiato corto... Il nuovo P.R.G. può essere una occasione: significa certamente costruire, ma anche suscitare ricerche di design e di progettazione, in tutti i campi, elettronico, tecnico, di trasporti: tutto quanto questa città ha saputo produrre fino alla prima metà del secolo.

Gettarifiuti per la Città di Torino, scocche pressofuse, prod. ALUCASA, 1987



ITALDESIGN: FIAT PANDA, 1980



Contributi all'immagine urbana

*Incontro con Giorgio Fea - Soprintendenza per i Beni Ambientali ed Architettonici del Piemonte - e Giuseppe Serra
Ufficio Arredo Urbano della Città di Torino*

D. Il «design per la città» pone problematiche contrastanti. Da un lato c'è la necessità di integrarsi nel contesto urbano, dall'altro, intendendo il design come industrial design, operare con quanto la produzione industriale è in grado di offrire. Un equilibrio delicato e difficile che esige accurate forme di controllo da parte della città.

FEA. Una problematica particolarmente complessa e di attualità. Anche senza pretendere che la produzione industriale si adegui all'istante, l'azione degli enti preposti alla salvaguardia del territorio dovrà essere, nei confronti di questo fenomeno, diffusa ed energica. Cito, solo quale esempio, il caso della proliferazione di apparecchiature tecniche elettroniche che si vanno sovrapponendo disordinatamente ad ambiti urbani anche d'importanza primaria. È negli intendimenti della Soprintendenza e della Commissione Edilizia poter intervenire con un proprio giudizio preventivo nelle autorizzazioni di inserimento di queste apparecchiature che, pur guidate da logiche legittime, derivano esclusivamente da esigenze tecniche di accessibilità agli impianti e di economia. L'integrazione con l'ambiente è invece l'esigenza da perseguire.

SERRA. Normalmente oltre al Comune operano sulla città aziende Municipalizzate, aziende

di Stato (SIP, ENEL, etc.), aziende private e privati cittadini. Organizzare l'attività territoriale di questi soggetti, che nella maggioranza dei casi operano in maniera indipendente l'uno dall'altro, costituisce un grosso problema. È intenzione dell'Ufficio Arredo Urbano promuovere un progetto organico che consenta di controllare e relazionare questa attività quotidiana nella città: un Piano dell'arredo urbano, quindi.

DE FERRARI. Il vostro allarme è perfettamente giustificato. Certamente nelle scale delle urgenze, al primo posto si pone il controllo dei troppi «segni» che incidono pesantemente sull'immagine della scena urbana, il che presuppone un'attività normativa. Ha infatti poco senso ed in compenso crea molto danno questo «gridare» ognuno il proprio servizio. Per normare occorre però capire i riflessi di una norma su ambienti con caratteri diversi, in alcuni casi molto più sfumati dall'antinomia centro storico/periferia. Quindi, è l'immagine stessa della città che deve essere indagata per prima. Questo progetto di «immagine» informerà poi sia l'attività normativa sia il «design» delle attrezzature.

D. Mi pare di capire che l'urgenza primaria sia proprio la definizione di uno «strumento» generale di controllo ed allo stesso tempo proposi-

SOTTSASS ASSOCIATI: sistema di chioschi per la Città di Torino, 1982



I.D.E.A.: FERRARI PPG, 1988



tivo di criteri di intervento alla scala dell'arredo. Voi Soprintendenza, come vi ponete in merito a tali possibili iniziative?

FEA. Siamo concordi nel ritenere che solo l'ambiente stesso dovrebbe condizionare l'inserimento di altri «segni». Allo stesso tempo riteniamo che la prima azione di controllo debba essere diretta al centro storico.

Per il centro infatti abbiamo optato per una disciplina di salvaguardia ferrea. Vorrei spiegare questa «rigidità» con un riferimento ideologico. Quando la città vive un'ideologia forte, tale da illuminare il pensiero, il politico ed il sociale, come è stato, ad esempio, nell'epoca barocca, questa produce «Architettura». Siccome in questo momento storico non si ravvisa una forza così caratterizzante, le nostre energie devono essere soprattutto rivolte alla salvaguardia della preesistenza. Il che significa salvaguardia dello spazio e dell'espressione storica. Ecco perché siamo piuttosto diffidanti e nei confronti di iniziative disinvolgatamente sostenitrici di un recupero dello spazio che, come nel caso di certe proposte di pedonalizzazione, si portano dietro una nefasta quantità di nuovi «segni», e nei confronti di un certo «design» dai riferimenti poco chiari. Nel centro storico, di massima, solo gli inserimenti «in stile» dovrebbero essere accettati: per altre espressività resta il pericolo di avviare una distorsione dei valori consolidati.

Per il resto della città invece, i margini di interpretazione potrebbero essere maggiori.

D. Esploriamo più a fondo questo rapporto con il «design». Oggi c'è ancora fra città ed industria, una notevole divergenza di intenti: la città

è un oggetto unico fatto di mille casi particolari, importanti o meno; la produzione industriale è invece il grande numero di un oggetto unico, vendibile ovunque per centri storici o meno. Vedete degli spazi per possibili convergenze?

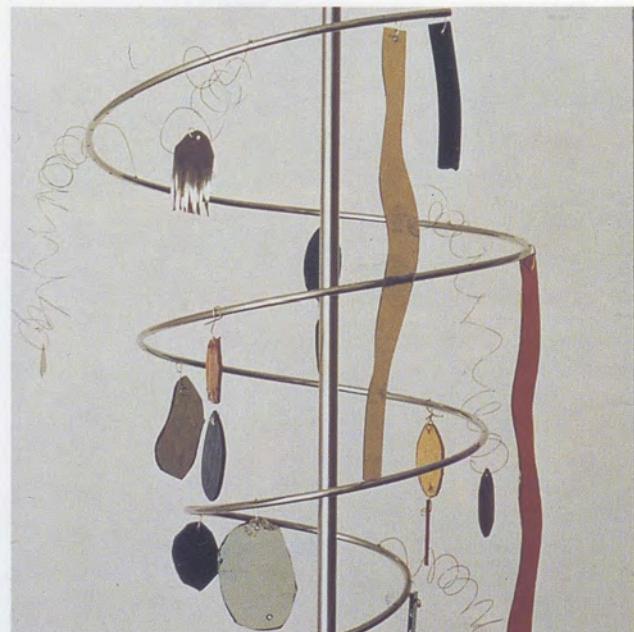
SERRA. Se l'obiettivo è la difesa dei caratteri univoci dell'ambiente, occorreranno produzioni in serie di modesta entità. Una strada è già quella oggi perseguita dalla produzione per componenti, che consentono maggiore flessibilità al prodotto e margini per la loro contestualizzazione. Altresì, non vediamo mai proporre nelle nostre città dei tentativi di accorpamento di più funzioni, visti invece altrove, Barcellona ad esempio. Eppure anche questo giocherebbe a favore di una riduzione dell'inquinamento ambientale dei «segni».

DE FERRARI. Io credo che se all'industria si fanno delle proposte concrete, si diano cioè dei criteri e dei possibili campi di azione, il «design» possa contribuire efficacemente alla valorizzazione dell'immagine della città. L'industria non va subita; piuttosto pilotata sugli interessi della città. D'altronde, qualche dimostrazione di sensibilità, anche di vecchia data, non è mancata. La cabina telefonica di Venezia, ad esempio, è in questo senso un oggetto esemplare: di ridotte dimensioni, trasparente, semplice; si segnala solo a chi è alla ricerca di un telefono. Un'esperienza concreta ed istruttiva ancora oggi. Eppure ogni volta si propongono alla SIP attrezzature più rispettose dell'ambiente di quelle attualmente collocate si incontra una resistente perplessità. È evidente che l'interessamento dell'industria alle problematiche ambientali provoca una certa qual ir-

G. RAIMONDI: sedia operativa NUMEA, prod. VAGHI, 1989



T. CORDERO: lampada collezione «MILANO-TORINO», prod. ARTEMIDE, 1990



requietezza all'interno della logica industriale; rapporti di profitto che forse si temono compromessi...

D. Esempi ne abbiamo anche a Torino, di segno opposto: la metropolitana leggera, per citarne uno. Pure attraversando nel suo tragitto parti di città con un'immagine, con una storia, con caratteri anche molto diversi, ha visto la collocazione di strutture e arredi comunque poco contestuali e tendenzialmente sempre uguali. Credete invece possibile e giustificabile una loro diversificazione? Un'interpretazione delle diverse valenze ambientali?

FEA. Come architetto, dati gli attuali meccanismi amministrativi, non so esattamente come ciò sia possibile, ma lo ritengo senza dubbio corretto, anzi auspicabile, purché sia governato da un «piano» che ne detti i principi in modo inequivocabile ed ineludibile. In altre parole, non vorrei che si perpetuasse una tendenza già oggi presente in città, la quale ha portato a situazioni eccessivamente diversificate come, per fare un esempio, le illuminazioni diverse, troppo diverse, tra la contrada del Gambero e Piazza Solferino; tra Corso Quintino Sella e le sue trasversali. Sembra di trovarci di fronte più ad un eclettismo di azioni che a veri principi di integrazione ambientale. Come Soprintendenza poi, possiamo agire solo attraverso il vincolo: ecco perché l'azione è più praticabile sul centro o su ristrette aree di valore ambientale. Per i prossimi anni, ancora, si intenderebbe configurare regolamentazioni in merito a Via Roma e per prima cosa ci si dovrà occupare delle insegne... Ma tale possibile normativa, con gli strumenti attuali, sarebbe prati-

cabile solo su parti di città assai limitate. Se l'Amministrazione si doterà di un «piano», l'azione di un possibile controllo potrà veramente essere praticata su tutto il territorio cittadino.

SERRA. Anche noi crediamo che il passo fondamentale per dirimere tale questione sia la redazione del «piano». Oltre a definire i criteri di progetto e le norme, esso potrebbe guidare i vari programmi di investimento pubblico in questo settore, oggi poco coordinati. Potrebbe inoltre segnalare le vere priorità di intervento a prescindere dalla zona, consentendoci finalmente di uscire dagli ambiti privilegiati del centro e di poche altre zone sulle quali, di massima, si concentra per forza di cose l'intervento pubblico. Impegno che peraltro, allo stato attuale, assorbe completamente le strutture e le risorse a disposizione dell'Amministrazione.

DE FERRARI. Vorrei rispondere in funzione del nostro tema che è oggi «industrial design per la città». Per esperienza posso testimoniare che l'industria è oggi disponibile ad interpretare gli interessi della città con produzioni un tempo impensabili: piccole serie, produzione per componenti, produzioni «ad hoc», ed ancora sviluppo di tecnologie tali da consentire la caratterizzazione di ogni singolo pezzo pur nell'ambito di una serie. Parimenti c'è comunque chi ancora utilizza la componente del «design» come specchio per le allodole: alcune società di gestione degli spazi pubblicitari, ad esempio. Il caso è tipicamente francese e citiamo pure J.C. Decaux per tutti, società leader mondiale di «design per la città», almeno in termini di fatturato. Società come queste, oggi presenti anche sul territorio nazionale,

R. GABETTI, A. ISOLA, G. DE FERRARI: lampadario per Bottega d'Erasmo, 1962



SOTTSASS ASSOCIATI: sistema di supporti per affissioni pubblicitarie per la Città di Torino, 1982



devono essere controllate da vicino. Esse sono in grado di «regalare» alle amministrazioni, un servizio fatto di attrezzature di un certo design (sempre poco contestuale), la manutenzione e pulizia periodica delle stesse, in cambio dello sfruttamento delle superfici pubblicitarie che queste possono offrire. De caux regala alle amministrazioni europee, arredi urbani pari ad un valore di 400 miliardi all'anno; immaginiamoci quindi a quanto ammonta il fatturato per la gestione dei relativi spazi pubblicitari. Ma ciò che rende più perverso il sistema è che la logica seguita è quella della proliferazione di attrezzature: un arredo per ogni manifesto, per ogni messaggio pubblicitario. Un ingombro di cui la città non necessita e deve rifiutare.

D. Quindi è la pubblicità che va ridotta?

DE FERRARI. Semmai va controllata per zone. Ma non è questo il punto. È che uno dei compiti del «design per la città» oggi è senza dubbio quello di dare alla pubblicità nuove strutture, nuove forme, che non debbano necessariamente coincidere con strutture di arredo o peggio con l'integrazione della pubblicità in un arredo funzionale ad altro.

FEA. E lo stesso discorso vale per altri arredi «da reddito»: insegne e tende, ad esempio. Occorrerebbe ridimensionare i compiti della ripartizione Imposte e Tasse: sarebbe bene non fossero prese decisioni che coinvolgono l'ambiente usando i soli parametri della redditività, anche se la Pubblica Amministrazione è corretto si prefigga l'assorbimento del maggior gettito di imposte possibile.

D. Anche l'ambiente ha un suo «business»?

DE FERRARI. Più che un business ha dei valori, anche di tipo economico. Valori il cui depauperamento è, a tempi lunghi, sicuramente fonte di perdita economica. Via Po, per fare un esempio, si è degradata anche a causa di vetrine invadenti, di insegne banali ed avulse dal contesto architettonico, che hanno contribuito alla caduta generale di tono della via e di conseguenza anche del «tono commerciale». Un effetto boomerang che colpisce soprattutto chi certe strutture ha collocato posponendo alla valorizzazione dei valori ambientali comuni degli apparenti valori di pubblicità individuale e chiassosa.

BENENTI DESIGN ASSOCIATI: distributore di etichette E 70, prod. ETIPACK, 1989



ITALDESIGN: MACHIMOTO, prototipo, 1986



Design per la città

Contributo di Claudio Germak

Studio De Ferrari Jacomussi Germak Laurini Architetti

Abbiamo case e progettiamo case in cui l'esterno permea l'interno: pavimenti passanti, intonaci di memoria urbana e tinte torinesi, dettagli dell'architettura di facciata che diventano arredo. L'essere contestuali ad una situazione, ad un ambiente, ad un'epoca i cui caratteri ci suggeriscono in modo particolare, segna profondamente il nostro linguaggio, indicando strade e limiti alla nostra espressività. Fossimo più radicali, sceglieremmo con lo stesso spirito i ristoranti, le automobili su cui viaggiare, forse anche gli abiti. Quasi un'apologia del «genius loci», che lentamente pervade tutti i campi della nostra progettualità e del nostro stesso essere cittadini di un «luogo».

C'è forse qualcosa di torinese in tutto questo: un desiderio di continuità, una predisposizione verso ciò che può cambiare senza stravolgere ed essere stravolto. Un fare ricerca ancora, senza velletta di protagonismo culturale o di adesione a tendenze. Essere contestuali, d'altronde, non implica essere conservatori né post-moderni. Non è il passato il solo riferimento e non è solo questione di immagine fisica del progetto. Il «senso» del luogo ci interessa come strumento di creatività totale e come occasione per un progetto «ecologico», in cui possano riconoscersi bisogni, funzio-

ni e forme in equilibrio. Sappiamo di non essere soli in questa ricerca e di doverci confrontare con posizioni anche molto diverse. La contestualità, infatti, non è un assioma e non è un obbligo. Semmai, può essere codice di comportamento; talune volte preferibile, altre, come nel caso della città, inevitabile. Avremmo preferito, ad esempio, che Hans Hollein fosse stato più contestuale e meno coerente al proprio desiderio di protagonismo, nella nuova Haas Haus di fronte alla Cattedrale di S. Stefano in Vienna. Capire che quell'edificio tutto curve, metalli e specchi, reinterpreta l'andamento delle antiche mura romane di Vindobona è difficile quanto non considerare quest'opera uno scempio in relazione al contesto.

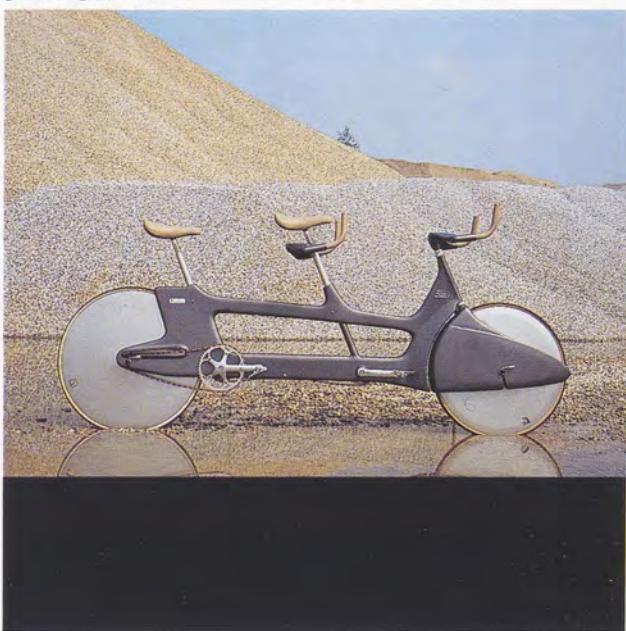
Avremmo, allo stesso modo, preferito non sentire Mario Botta citare sè stesso in qualità di architetto contestuale e che il suo linguaggio deriva dai caratteri del sito, addirittura ispirato alle forme della natura. Botta «organico»? Certamente no; anzi, la sua non-contestualità è forse un pregio, nel senso che se Botta non si fosse concentrato sulle relazioni intrinseche allo spazio dell'edificio, ed avesse invece aperto al contesto, probabilmente oggi non avremmo un'architettura di così alta coerenza espressiva.

Progettare in relazione al contesto è per noi

G. DE FERRARI, P. MACCARRONE: ometto da terra, prod. BLUITALIA, 1980



P. MARTIN: tandem in fibra di carbonio MATCH 0,05, prototipo, 1987



un riconoscimento di suggestioni e caratteri preesistenti così forti, così significanti, così radicati da non poter essere ignorati o contraddetti; semmai ripresi, reinterpretati.

Nella città poi, questa tensione è più che mai evidente: ecco perché Hollein ci spaventa più delle ville ticinesi di Botta.

La città, luogo in cui le espressioni del costruito si confrontano e si sommano, si amalgamano e si evidenziano a vicenda, è terreno minato per il progetto. Qui, più che altrove, esplodono violente le contraddizioni linguistiche: adeguarsi a qualcosa che fu e che è, rischiando magari da «passatista», o distinguersi, proclamandosi «uomini del proprio tempo»? Ai nostalgici della tradizione in assoluto ed agli assertori di un futuro immaginario facciamo una proposta: considerare «altri» i parametri del progetto nella città. Innovazione nella tradizione, ad esempio, ed ancora, coerenza e sobrietà espressiva. Principi che potrebbero costituire una prima risposta alla consuetudine, all'utilitarismo ed a certi eccessi di protagonismo espressivo che sono tra le prime cause del degrado dell'immagine della città stessa. Principi che vorremmo inoltre applicabili, con pesi e misure diverse, a tutte le scale del progetto urbano, ed a maggior ragione alla scala minima del design delle attrezzature di arredo.

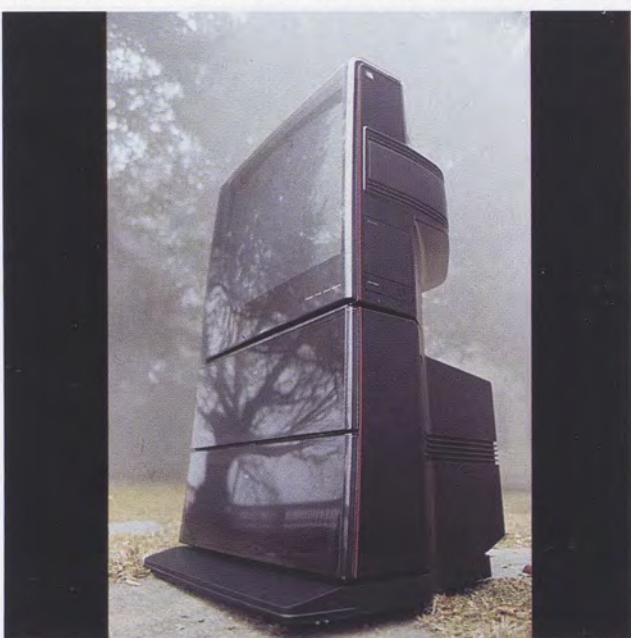
A questa scala, infatti, le attrezzature andranno considerate nel giusto ruolo di complemento della scena urbana. La loro diffusione, la loro ripetizione nella città è già di per sé vincolo espressivo; considerarle monumenti o comunque occasioni per «gesti» eclatanti, sarebbe una catastrofe. Certi oggetti ammiccanti, magari riferiti a lin-

guaggi di moda, contrariamente a quanto ci è dato di vedere altrove — soprattutto in Francia — nelle nostre città non avrebbero futuro. Il design «urbano» infatti, si confronta principalmente con la città, in cui le modificazioni del gusto subiscono una decelerazione rispetto alle correnti del design canonico — quello dell'arredo domestico, ad esempio — per seguire invece l'evoluzione lenta e stratificata dell'architettura. Sarà allora preferibile, come diceva K. Koenig, «parlar basso», anche perché alla costruzione dell'immagine della città è più facile contribuire in sinfonia piuttosto che con assoli.

Quello del design per la città è un terreno sul quale possiamo testimoniare per esperienze dirette e concrete, che proprio in Torino hanno preso avvio; in Torino sono maturate ed hanno conseguito significativi risultati, apprezzabili ed esportabili sotto il profilo del metodo. Tuttavia, parlare di design per la città, termine che per coerenza individua solo produzioni seriali, spaventa e non a torto. Vi si può leggere una contraddizione di fondo, forse anche una velleità: come sia possibile conciliare gli interessi della produzione industriale, per tradizione orientata alla serialità e non contestualizzata, con esigenze invece locali, determinate da precise funzioni e riferimenti ambientali da rispettare.

Ancora più a monte, molti si domandano — Mario Bellini ad esempio (editoriale Domus n° 673, maggio '86) — se l'arredo urbano non sia di per sé stesso un falso problema, reso proprio più perverso da una certa facilità nel disegnare e disporre di oggetti con cui comporre il paesaggio urbano: operazione che va sotto il nome di

I.D.E.A.: televisione TOSHIBA TV SET, 1988



STUDIO DE FERRARI JACOMUSSI GERMAK LAURINI ARCHITETTI: seduta per fermate mezzi pubblici, ATM TT, prototipo, 1991



«cosmesi». Ma questo è un altro tema, quello del rapporto e del ruolo gerarchico tra disegno urbano, arredo della scena urbana e design dei componenti: tema che non ci è dato e non vogliamo indagare in questa sede.

Poggiando bene i piedi a terra, un po' pragmaticamente, se ci consentite anche un po' da torinesi, diremo che l'opportunità di fare design per la città, almeno per ciò che riguarda le attrezzature di arredo urbano, esisterà finché domanda ed offerta lo richiederanno. Starà allora a noi progettisti, per primi, esser consapevoli che uno od una serie di oggetti o segni non sono in grado da soli di divenire struttura ed infrastruttura della qualità urbana e pertanto individuare e proporre i modi affinché anche il design sia contributo reale per un progetto veramente «ecologico».

Di contenitori per rifiuti, pensiline, supporti pubblicitari, sedute, telefoni ed altro, oggetti che per la loro capillare diffusione giustificano una produzione industriale, la «città che funziona» ha comunque bisogno. Sarà quindi compito della città colta e che non improvvisa rivolgersi al design (progettisti ed industria insieme) per avere risposte convincenti: che non siano quelle estetiche — della bella forma — ma dell'oggetto espressivo; che non siano quelle di una scontata funzionalità bensì frutto di ricerche innovative sui parametri funzionali. È questo il campo di azione del design per la città, reso problematico, da un lato, dal confronto con contesti ambientali definiti e dall'altro, con un'utenza che questo design lo subisce, senza concreta possibilità di incidenza sulla sua scelta. Ovvio, allora, che il product design per la città richieda profonde meditazioni

ni; e da qui l'occasione per committente, industria e progettista di ripensare ai propri ruoli ed ai propri obiettivi, affinché le proposte non si abbattano come un boomerang sul più generale e collettivo sforzo per la ricerca di una maggiore qualità urbana.

Per i committenti, principalmente soggetti pubblici — amministrazioni ed aziende municipalizzate o fornitrice di servizi — si pone il problema di una oculata individuazione delle esigenze alle quali dare una risposta in termini di attrezzature urbane. La «città che funziona meglio», in sintonia con la nuova «ecologia urbana», è quella capace di individuare le tipologie di attrezzature in numero strettamente necessario ai bisogni collettivi accertati, secondo una logica che dovrà privilegiare il «togliere al mettere», «l'integrare allo scomporre», con indubbio beneficio per l'immagine e la vivibilità stessa del territorio.

E perché non dire, con un pizzico di orgoglio, che Torino sta dimostrando, in tal senso, una notevole attenzione, là dove enti pubblici si vanno dotando di programmi di rinnovo delle proprie attrezzature territoriali secondo una precisa metodologia che vede proprio privilegiare gli obiettivi di valorizzazione dell'immagine della città e di innovazione tecnologica. Pochi, ad esempio, si saranno accorti delle innovazioni tecnologiche, relative sia a recenti prestazioni sia ai materiali impiegati in alcune recenti dotazioni di attrezzature. Innovazioni anche troppo celate, secondo una attitudine torinese poco incline all'esibizione, ma che nulla hanno da invidiare alla ricerca in campo automobilistico e che richiedono investimenti non da poco. Basti citare il sistema di

PININFARINA EXTRA: poltrona direzionale EGO, prod. POLTRONA FRAU, 1991



G. MOSELLI: Scooter 50-80 cc, prod. PIAGGIO & C, 1987



pensiline e nuovissime paline elettroniche della Atm Trasporti Torinesi, in cui la tecnologia dell'estruzione in alluminio è indagata non solo sotto il profilo dell'industrializzazione del prodotto, ma soprattutto per le potenzialità espressive che tale lavorazione può consentire.

All'industria è invece richiesto di essere, una volta tanto, alfiere degli interessi della città, attraverso l'adeguamento della propria produttività alle concrete esigenze di «serialità» che il territorio urbano richiede. Le aspettative riguardano «serie» con tirature limitate e prodotti con forti valenze all'integrazione con un contesto specifico: da un lato, quindi, produzioni «ad hoc» risolte con oggetti non esportabili ma i cui numeri dovranno comunque giustificare l'intervento dell'industria; dall'altro, lo sviluppo di nuove potenzialità della produzione industriale, atte a garantire prodotti al loro interno diversificabili e contestualizzabili. La sperimentazione, ad esempio già in atto, delle lavorazioni automatiche a controllo numerico o di particolari accorgimenti come il taglio laser per i metalli, costituisce, in quest'ottica, un interessante approccio per produzioni seriali con forte diversificazione interna. Questo è particolarmente valido nel caso dei progetti di «sistema» in cui, all'interno di una gamma di componenti base si rende possibile una caratterizzazione specifica con interventi sulle forme, sull'impiego di materiali in alternativa, di textures e colorazioni differenziate. Le coperture del già citato sistema di pensiline per Torino rappresentano, proprio con la loro intercambiabilità ed adattamento alle espressioni architettoniche di ogni ambito della città, la valen-

za contestuale di un sistema ad alta industrializzazione, pensato fin dalla prima impostazione per contesti diversi. Nella stessa ottica, vedremo tra breve la collocazione, sempre in Torino, di sedute in cui la traforatura del manto segue un criterio di immagine differenziata per ambienti e per obiettivi specifici di comunicazione, definiti caso per caso.

Ai progettisti infine, spetta il ruolo chiave di conciliare gli interessi della città con le possibilità dell'industria. Una progettazione sensibile, quindi, tesa a captare per le attrezzature «ad hoc» quella sintesi dei caratteri ambientali in grado di divenire forma o dettaglio costruttivo dell'oggetto e, nel caso di un sistema dalle collocazioni non definite a priori, i gradi di flessibilità e di apertura del sistema stesso.

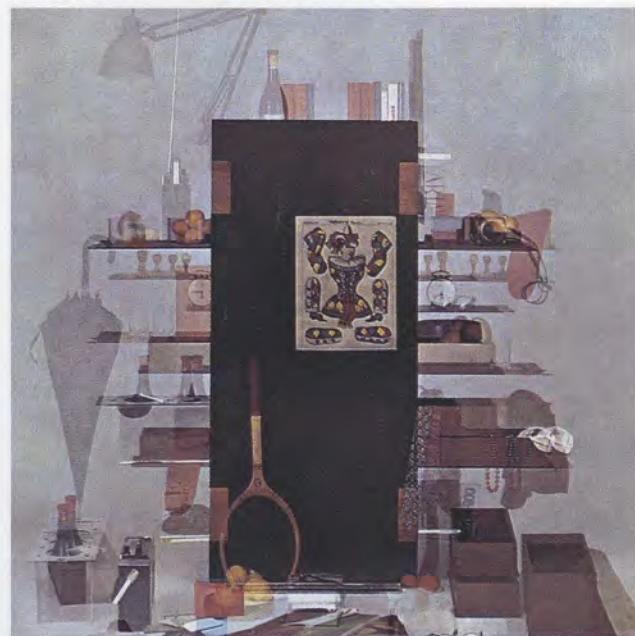
Ricerca tecnologica poi, tale da costituire orientamento e stimolo per le sperimentazioni dell'industria stessa.

Sobrietà espressiva: c'è da augurarsi, come ha scritto recentemente B. Munari, che la gente cominci a capire la differenza che esiste tra il dire «semplice ma bello» e «semplice quindi bello». Quindi, non che malgrado l'oggetto sia semplice possa anche essere ritenuto bello, ma che l'oggetto semplice è una conquista, un equilibrio faticoso a raggiungersi. È una delle strade del design ed è anche, con la contestualità, uno degli ingredienti del nostro design per la città. Il lavoro del togliere resta invisibile; ciò che è stato eliminato, il superfluo, il ridondante, il ripetitivo, l'avulso, sparisce e resta solo l'essenziale. E quello che resta ha un suo senso, una sua espressività, forse anche una sua estetica.

GIARDINO DESIGN: battipista, prod. LEITNER, 1984



G. DE FERRARI, M. SEMINO: mobile pluriuso TRAMEZZINO, prod. STILDOMUS, 1966



Design dei margini

Contributo di Luigi Bistagnino, Carla Lanzavecchia e Mario Simonetta
Bistagnino Associati

Termini come *ambiente*, *ecologia*, *genius loci*, *impatto ambientale*, negli ultimi anni sono stati così usati che oggi appaiono consunti, vuoti di contenuto⁽¹⁾. Verrebbe la voglia di abbandonarli definitivamente, ma il problema è che sul piano concreto i risultati raggiunti sono pochi e che il futuro del design è realmente connesso alla disponibilità o meno delle risorse.

La previsione odierna del loro progressivo impoverimento richiede più che mai ai progettisti di valutare a fondo le conseguenze sull'ambiente che accompagnano la produzione dei nuovi oggetti. L'orientamento sociale è senz'altro indirizzato verso produzioni più pulite, che richiedano meno costi energetici che siano di più agevole scomposizione ed eliminazione. Gli studiosi sono infatti concordi nel sostenere che il vecchio assioma *chi inquina paga*, irrilevante ai fini ecologici, si è convertito nel più utile *chi inquina pulisce*: in questo campo tuttavia le conoscenze generali sono ancora approssimative e le industrie dal canto loro non contribuiscono a chiarire le idee.

Parlando ad esempio di riciclaggio, l'industria dell'auto (ma non è l'unica) afferma che da anni ha avviato al proprio interno processi di recupero dei componenti. In realtà da tempo recupera il proprio invenduto, non le miriadi di carcasse

abbandonate nelle discariche; quindi non solo non ricicla, ma a ben guardare spreca energia sia per assemblare che per scomporre, mentre sa benissimo che la produzione "just in time", realizzata cioè quando ve ne fosse realmente bisogno, richiederebbe senza dubbio minori costi energetici. Con ciò comunque non si vuole puntare il dito su nessuno, consci del fatto che questa eterna tela di Penelope è in realtà frutto di precise scelte sociali e che quindi molto spesso l'industria non può fare diversamente.

Il fatto è che le tecniche produttive e gli stessi materiali sono cambiati molto più profondamente dell'organizzazione sociale. *La materia* — scrive Francois Dagognet — *corre più in fretta dello spirito. Chi l'avrebbe mai detto?... Il materiale si intellettuallizza, ecco il dato sconvolgente della fine del Ventesimo secolo... La materialità attuale si ricrea incessantemente sotto i nostri occhi*⁽²⁾.

Siamo incredibilmente giunti alla possibilità di disporre di materiali «su misura», non esistenti a priori ma da approntare *dopo* la progettazione. Di fronte agli infiniti adattamenti a cui essi si prestano, il design deve assumersi ancor di più le proprie responsabilità, in quanto la *fase della scelta* obbliga a progettare contemporaneamente l'oggetto, il materiale, i costi energetici occorrenti

G.F. CAVAGLIÀ: tavolo, 1980



ITALDESIGN: FIAT UNO, 1983



per la produzione, le successive ricadute sull'ambiente. Poiché nella situazione odierna possono essere prodotte persino le anisotropie e le impurità, Ezio Manzini sottolinea che *in questa gestione della complessità... lo spessore dell'artificiale cresce* (3). In tutto ciò la cosa più semplice da progettare sembrerebbe proprio la forma degli oggetti, ma non è così, perché la loro gestazione espressiva non può essere disgiunta dagli investimenti in termini energetici; a ciò si aggiunga che il peso di questi ultimi nell'ambito progettuale aumenta proporzionalmente alla forza dei legami che uniscono alcuni prodotti a particolari contesti, legami più che evidenziati dal citato dibattito sul rapporto design e genius loci, normalmente incentrate sul confronto tra oggetti e città ai fini del raggiungimento di nuove armonie.

Esistono però ambiti che apparentemente sono terra di nessuno, luoghi del nulla: sono gli spazi di transizione, gli intervalli. Sono le strade, le autostrade, le emergenze dei gasdotti, delle discariche, dei depuratori, sono in pratica i margini. Il tema dell'ibridazione design/architettura dei margini è affascinante anche perché è spesso inesplorato: generalmente infatti se ne valuta soltanto il profilo strettamente tecnico. Eppure anche qui esiste un paesaggio contestuale sebbene involontario, con i suoi segni e il suo linguaggio specifico, un insieme che ben si presta all'ottimizzazione dell'ecologia relazionale.

Sia che questi luoghi costituiscano fonti di ulteriore inquinamento (strade, autostrade) o che al contrario siano da considerarsi indispensabili per il loro ruolo di industrie di ri-generazione di risorse (ad esempio i depuratori, le discariche, e

in genere tutte le industrie della seconda generazione) richiedono un approccio metodologico che possieda al suo interno un contenuto ambientale ancora più forte del normale. Nella progettazione di queste emergenze, infatti, l'inserimento di oggetti (passerelle, mancorrenti, pavimentazioni, corpi illuminanti) realizzati con materie riciclate (plastiche o altro), seppure sia da considerarsi condizione necessaria, da sola non sembra sufficiente a soddisfare l'esigenza complessiva. L'aggiunta di una progettazione che tenga conto non solo dell'assemblaggio ma anche della scomposizione a posteriori dei componenti costituisce senza dubbio un arricchimento, ma il nocciolo risiede comunque nel rapporto che deve innescarsi tra questi spazi di transizione e il progettista, unico veicolo in grado di trasformare a fondo l'ottica progettuale del designer. Quest'ultimo si trova nella *fase della scelta*, praticamente la tecnologia gli offre infinite possibilità per attribuire identità ed espressività autonoma a questi ambiti generalmente caratterizzati solo da cicatrici più o meno evidenti.

Il problema però non è tecnologico ma culturale: più la materia è finemente manipolata, più in essa i componenti diventano inscindibili gli uni dagli altri e quindi impossibili da riciclare.

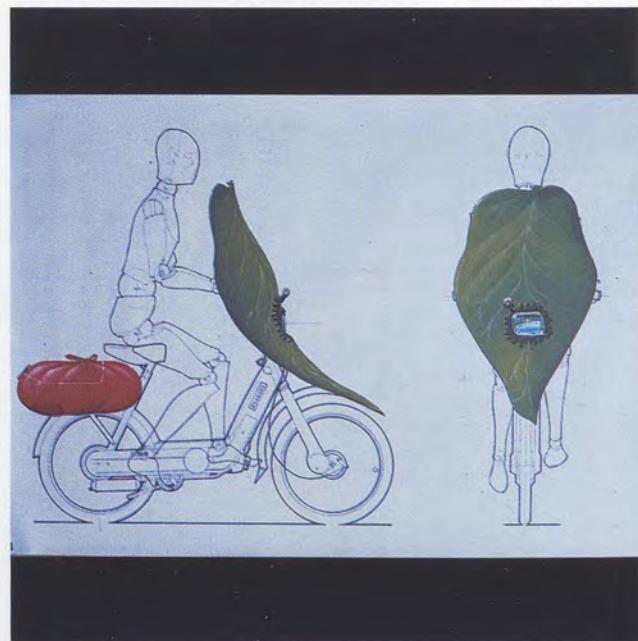
Di fronte a ciò il progettista, per operare in senso ambientale (come implicitamente gli è richiesto) deve scegliere di non avvalersi delle potenziali possibilità tecnologiche.

Nel «regno» dei reflui e della spazzatura c'è molta esigenza di trasparenza (spesso infatti si crede erroneamente che si tratti solo di processi chimici), di creatività e di qualità dei dettagli tecnici. Paradossalmente è proprio il dettaglio l'ele-

GIARDINO DESIGN: schermo protettivo per ciclomotore, prove in galleria del vento, prototipo, 1985



GIARDINO DESIGN: schermo protettivo per ciclomotore, versione POMODORO E FOGLIA, progetto, 1985



mento-chiave per la ricostituzione di un'identità. Si è notato infatti che nei contesti ambientali apparentemente «naturali» si adattano più facilmente oggetti ad alta tecnologia espressiva che altre forme ibride. Ciò però non implica affatto la ricerca formale fine a se stessa: sempre per scelta culturale il progettista dovrebbe anzi rinunciare a qualsiasi forma gratuita di good design se questa a livello produttivo implica, come sovente accade, un impiego energetico superiore rispetto a quello richiesto da forme più semplici. Nel campo del design dei margini il presupposto è: più qualità, meno energia; se a ciò si aggiungesse più divulgazione, probabilmente il concetto potrebbe col tempo essere esteso agli altri settori, ma per arrivare a tanto dovrebbero essere i consumatori stessi a sollecitare la produzione di oggetti più semplici, più puliti, dotati di altre simbologie. Tale svolta culturale, data la sua radicalità, è impensabile a tempi brevi. Sono quindi gli interstizi, proprio perché terra di nessuno, l'ambito più idoneo per l'applicazione di questo approccio progettuale.

L'esperienza personale dimostra infatti che sul piano pratico è possibile superare le resistenze dei produttori sino ad indirizzarli alla ricerca di nuove qualità. Dopo aver infatti affrontato professionalmente alcune delle suddette tematiche, in collaborazione col Centro Ricerche Domus Academy abbiamo coinvolto industrie di settore non solo a finanziare un'apposita ricerca sfociata nel saggio *Produrre Risorse*, ma anche a sponsorizzare un evento inusitato quale *La metamorfosi ambientale*⁽⁴⁾: un seminario, rivolto agli studenti delle Facoltà di Architettura, sull'uso innovativo dei rifiuti civili e industriali nell'ambito dell'architettura.

tura e del design che si è tenuto a Torino (Villa Gualino e Castello del Valentino) dal 6 al 18 maggio di quest'anno. Forse per la prima volta Enti Pubblici (assessorati di Comune, Provincia e Regione), Industrie (Bio Italia e Ecophenix), Università (Politecnico di Torino), un artista (M. Gastini) e degli studenti si sono confrontati su tematiche ambientali che si sono approfondite progettualmente nei tre workshop:

- depurazione acque reflue (*tutor L. Bistagnino*);
 - rifiuti solidi urbani (*tutor M. Sestito*);
 - potenzialità post/prodotto (*tutor D. Santachiara*).

I progetti nati unitamente agli oggetti (modelli iconici) sono confluiti in una mostra, tenutasi alla Facoltà di Architettura di Torino, che ora diventerà itinerante per diffondere la sensibilità sull'argomento e stimolare l'approfondimento di queste insolite tematiche progettuali.

⁽¹⁾ Se per caso interessasse il nostro parere in tal senso si vedano gli articoli su:

— Gran Bazaar, ott/nov. 89 n° 70, pag. 98;
 — Via, sett. 91, n° 19, pag. 66.

⁽²⁾ Francois Dagognet, *Prefazione* in Ezio Manzini, *La materia dell'invenzione*, Arcadia ed., Milano, 1989.

⁽³⁾ Cfr. Enzo Manzini, op. cit.

⁽⁴⁾ Organizzata da: Centro Ricerche Domus Academy, Laboratorio Modelli (C.I.S.D.A.) della Fac. Architettura di Torino e Proto Design (associazione di studenti di architettura di Torino). Patrocinatori e sponsor: Politecnico di Torino, Assessorati all'Ambiente e alla Gioventù della Città di Torino, Assessorato alla Cultura della Provincia di Torino, Assessorati per i Beni Culturali e per la Cultura della Regione Piemonte, Bio Italia, Ecophenix.

I.D.E.A.: cerchione, prod. MOMO, 1991



BENENTI DESIGN ASSOCIATI: quadro comandi antifurto PB 9800, prod. ELKRON SISTEMI, 1985



Arredi e Architettura: continuità della professione di architetto

Contributo di Roberto Gabetti, professore ordinario di Composizione Architettonica presso la Facoltà di Architettura del Politecnico di Torino

Devo premettere alcune giustificazioni di carattere personale: vorrei dire qualcosa per spiegare — a chi non lo sa — come e perché si possa essere legati alle tradizioni del Settecento, dell'Ottocento, e ancora del nostro Novecento in gran parte trascorso. Se sul Settecento tutti oramai sono d'accordo — ma non lo erano sessant'anni fa, e qui va il merito di Tellucini, Olivero, Brinkmann, Viale, Brayda —; se sul Novecento oramai tutti sono costretti ad essere d'accordo, dopo l'omologazione generalizzata del movimento moderno e dopo il gran successo dell'International Style, sull'Ottocento si preferisce tacere. E sono grato a quei pochi che se ne occupano, specie quando se ne occupano con meditata attenzione critica.

Confesso che il mio amore per l'architettura dell'Ottocento ha radici lontane e non è per nulla oggettivo: fin da bambino, ho imparato a riconoscerla, a rivederla con simpatia, seguendo i discorsi del mio nonno materno, Attilio Davicini: mi parlava dei suoi rapporti con Riccardo Brayda (cugino primo, però, di mio padre) con D'Andrade, con Ceppi, del lavoro suo e di suo fratello Giuseppe nello studio che aveva con suo padre Giovanni, studio che avevano ereditato da Benedetto Brunati (Giovanni Davicini ne aveva

sposato la figlia). Il nonno Attilio mi parlava con simpatia dei cugini Mattiolo, Talucchi, Spurgazzi; mi parlava anche con garbata ironia dei suoi compagni di corso, costruttori di ferrovie e di industrie. I discorsi di un uomo cascano spesso nel vuoto di una conversazione animata, a più voci: e i suoi Talucchi e Spurgazzi cadevano fra qualche sorriso in discussioni ove comparivano i nomi di altri: Badoglio e Graziani, Kesserling e Marshall. Io però non avevo nessuna attrazione per quelle vicende di guerra, che mi facevano solo una grande paura; per questo preferivo rifugiarmi in una conversazione parallela, che riguardava solo me e mio nonno; andavamo avanti così per ore e ore. Morendo mi ha lasciato i due volumi in folio dei disegni del Letaronilly e il bel volume in 8° che li accompagnava: era per lui una summa di riferimenti certi. E ho così imparato che Roma, più che Milano, più che Parigi e Londra, era stata per i primi allievi del Museo Industriale un grande esempio di urbanistica e di architettura.

Un legame familiare può tramutarsi in affetto o in odio: sta a chi lo trasmette la responsabilità di assegnare al messaggio un segno più, o un segno meno. Così ho incominciato fin da bambino ad amare un'architettura che mi veniva pazientemente illustrata in passeggiate lungo i portici e

R. GABETTI, A. ISOLA: poltroncina, prod. B&B ITALIA, 1991



STUDIO DE FERRARI JACOMUSSI GERMAK LAURINI ARCHITETTI: seduta in alluminio LESTRUSA, prod. ALUCASA, 1989



lungo i viali, durante le quali mi pare allora di avere carpito qualche messaggio confidenziale e privilegiato.

Passando gli anni, entrato a scuola, mi ero accorto del grande silenzio che copriva tutto l'Ottocento: affioravano termini come «vieti canoni del», «cattivo gusto dei», «pessimo uso della storia da parte di». Che le cose non fossero proprio così, me lo avrebbe denotato con chiarezza soltanto Benedetto Croce — che allora si leggeva per esteso — per quel suo mirabile saggio su Pietro Selvatico Estense.

Avevo anche un nuovo amico, allora, che mi faceva un po' da aio: era Carlo Brayda, ingegnere, figlio dell'architetto Riccardo. Carlo era a scuola assistente nelle aree della storia e del restauro; Carlo vedeva che ero come smarrito in questa città dalla quale mancavo da vent'anni; mi insegnava ad usare la Leica — di cui era maestro —, e a guidare l'automobile. Così anche lui, ha avuto modo di trasmettermi un amore verso il passato, affettuoso e forte per vicinanze immediate. Vedendo in casa nostra qualche sgabello o qualche cassapanca — noi non abbiamo mai buttato via un mobile —, pensavo a D'Andrade, a Brayda. E non mi stupivo che grandi architetti di allora avessero disegnato una scrivania (ne ricordo due, assolutamente eccezionali: quella di Alessandro Antonelli nella sua casa di Maggiore; l'altra nell'alloggio di Rigotti in corso Matteotti: era quella di Annibale Rigotti, che vi stava seduto dietro, autorevolissimo testimone di sé e di altri).

Quando mi sono messo a lavorare con Aimaro Isola — figlio e nipote di due maestri pittori,

che bene conoscevano i maestri piemontesi e francesi del Sette e Ottocento —, ci siamo subito intesi sul fatto che qualche mobile di casa potevamo benissimo portarlo in studio, e potevamo benissimo anche disegnarlo.

Non avevamo contratto nessuna repulsione rispetto ai nostri mobili di casa. Quando, con Giorgio Raineri, abbiamo fatto delle quasi serie per la Borsa Valori di Torino, e poi — noi due soli — alcuni pezzi unici per la Bottega d'Erasmo, libreria e alloggio del titolare, ci pareva di lavorare senza pregiudizi, né verso il vecchio, né verso il moderno. Non eravamo iscritti a nessun ADI, non ci sentivamo protagonisti nel campo del design; ma ci dedicavamo al progetto di arredi con una certa regolarità e costanza, anche per accontentare quegli amici e conoscenti che mettevano su casa in città o in montagna, quei clienti che volevano rinnovare il negozio, il magazzino, lo studio.

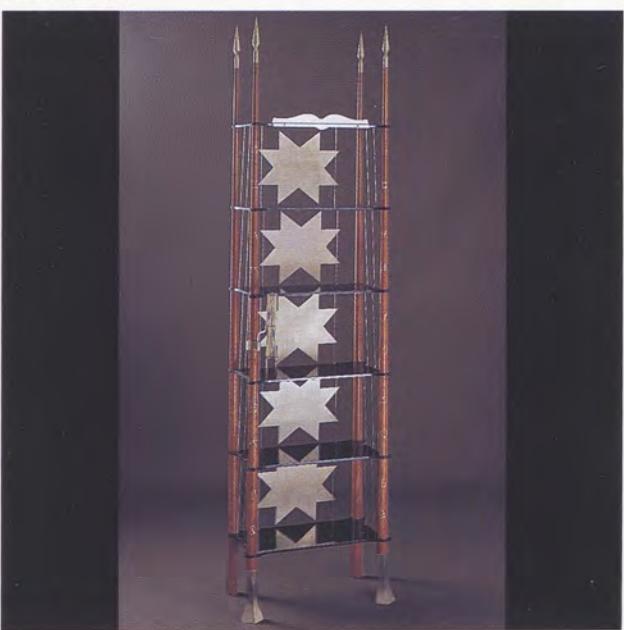
Quando Fulvio Ferrari li ha raccolti tutti assieme e li ha pubblicati nel bel volume di Allemandi del 1986, siamo stati lietamente sorpresi.

Così, senza computer e senza laboratori, con poche punte scriventi in bianco e nero, a colori, abbiamo tracciato alcuni segni, che portavano a realizzare alcuni mobili. Ci è stato di grande sostegno, in questa modesta attività, il motto di Rogers «dal cucchiaio alla città»: un motto di grande suggestione, almeno anche per noi, che appartenevamo a quel «circuito generazionale» del 1925-30, che aveva seguito quello degli anni 1905-1910. Il nostro «circuito» comprendeva due gruppi: gli eroi dell'architettura, e gli architetti in senso semplice: noi appartenevamo al secon-

P. GATTI, STUDIO ALBATROS: MEMOTELEFONO, prod. MONTEDIPE, 1987



J. CERUTTI: libreria LIBABEL, prod. SAWAYA & MORONI, 1989



do gruppo (con Giorgio Raineri, con Ezio Luzi, con Sergio Jaretti ecc. a Torino; con Guido Canella, Vittorio Gregotti, Giotto Stoppino ecc. a Milano). I primi, gli eroi, interpretavano il motto di Rogers nel senso dell'autorevolezza — e talora anche dell'autorità, quando erano riusciti ad averla —; noi potevamo, dovevamo, pareva dicessero — possedere ogni occasione positiva, dal design alla pianificazione territoriale, perché a questi siamo portati, in quanto seguaci di, e di, e di... I secondi — noi — seguendo invece il modello semplice, dettato dalle circostanze, registravano gelidamente la scarsità e la modestia delle occasioni professionali: quelle correnti, potevano dirsi minime, veramente; incastonate fra queste, c'era qualche circostanza eccezionale. Noi secondi prendevamo le cose così, come venivano: e il disegno di mobili ci pareva approccio possibile anche in esempi limitati: Rogers ci era stato di guida, nel segnalarci l'estrema difficoltà di questo lavoro, definito così vicino al corpo

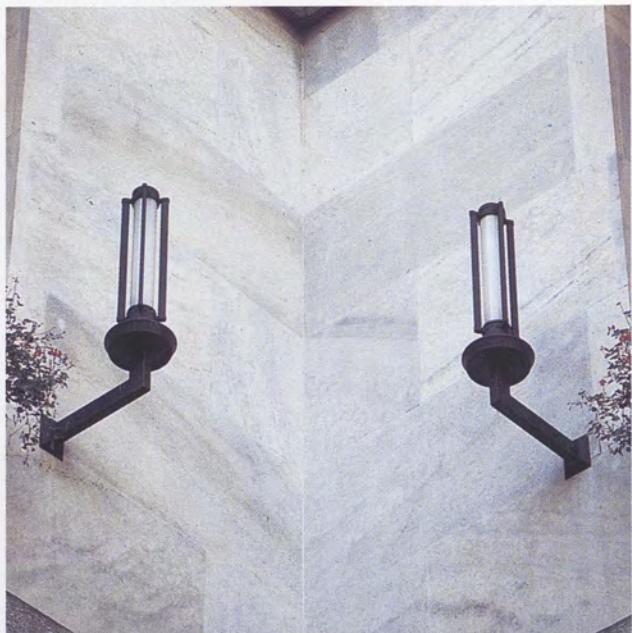
della gente, e quindi ai loro modi di vita corrente.

Quando la B&B Italia ci ha invitati un anno fa a progettare un mobile, insieme ad una rosa di amici (qualcuno però lo abbiamo conosciuto solo allora, anche se lo stimavamo da lontano), abbiamo voluto dedicarle il meditato progetto di una poltrona, a due versioni, con schienale basso e con schienale alto; ci pareva esprimere e contenere le nostre esperienze passate, per passarle al futuro. Così con molta attenzione agli apporti degli espertissimi tecnici di B&B, ci siamo comportati, in quel laboratorio, come in un cantiere: cercando di imparare molto, correggendo continuamente i nostri prototipi, arrivando a concordare un oggetto che noi avevamo oramai voglia di vedere realizzato, e che loro avevano oramai voglia di realizzare. Chi comprerà quella comoda, comodissima poltrona, potrà chiacchierare amabilmente su di noi, oppure addormentarsi e condividere qualche nostro sogno di progettisti architetti.

GIUGIARO DESIGN: calcolatrice DRACO, prod. INFOS, 1987



M. PIACENTINI: illuminazione di gala per via Roma in Torino, riedizione, 1991



Istituto Alvar Aalto

Museo dell'architettura e delle arti applicate

Finalità - Gli scopi dell'Istituto sono:

a) la diffusione della conoscenza dell'architettura e dell'arte moderna e storica, con particolare riguardo ai settori presenti in archivio.

b) salvataggio, ordinamento e messa a disposizione degli studiosi, di archivi fondamentali per la storia dell'arte e dell'architettura contemporanea e di documenti di grande importanza per la storia del Movimento Moderno europeo.

c) salvataggio, ordinamento e conservazione di architetture, arredi, opere e disegni attinenti ai settori di specializzazione.

Attività - L'Istituto Alvar Aalto/Museo dell'Architettura e delle Arti Applicate ha un campo multiforme di attività: da un lato la ricerca sull'arte e sull'architettura moderna e storica, sui rapporti tra le arti e più in generale sulla costruttività umana, architettura popolare italiana e internazionale, centri storici e paesaggio, Alvar Aalto e architettura finlandese. Dall'altro, nel suo settore museale, conserva collezioni e archivi, documenti e oggetti dei settori di sua pertinenza con particolare specializzazione su Razionalismo e Futurismo piemontese, italiano e internazionale, sulle arti applicate di questo secolo, sul Costruttivismo storico e contemporaneo.

Svolge inoltre attività di diffusione culturale proponendo e organizzando incontri, serie di conferenze, dibattiti ed esposizioni in Italia e all'estero.

P. DEROSSI: lampada OSIRIDE 80, prod. ARTEMIDE, 1988



sterio sui personaggi e sui problemi più attuali dell'arte e dell'architettura contemporanea.

Museo dell'Architettura e delle Arti Applicate

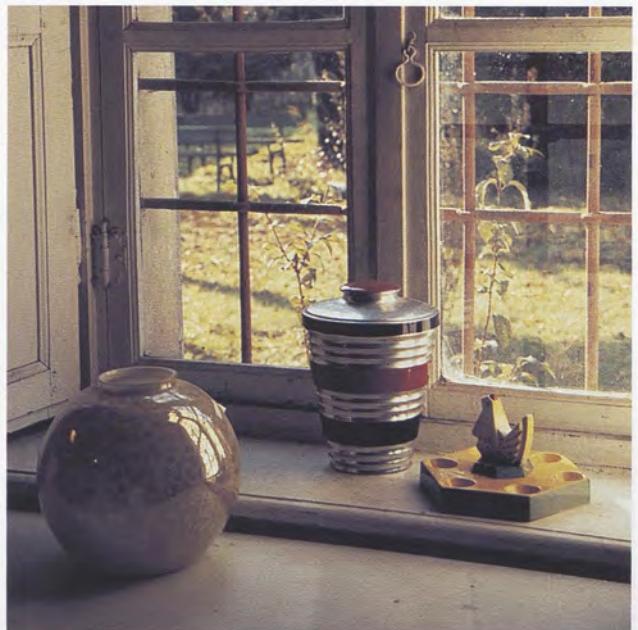
Oltre ai disegni contenuti nei fondi di cui all'archivio, vi sono conservati: oggetti d'arte applicata moderna e contemporanea; mobili, arredi, vasi, lampade, modelli, ceramiche di Alvar Aalto, Nicola Mosso, Pagano e Levi Montalcini, Cuzzi, Chessa, Dezzutti, Deabate, Sturani, Bottone, Moritz, Perzell, Leonardo Mosso, Laura Castagno, Diulgheroff, Fillia, Oriani, Rosso, Aloisio, Fronzoni, Sonja Delaunay, Eileen Grey, Albini, Stam, ecc.

Il Museo possiede inoltre una collezione di libri e riviste, con copertina originale d'autore e d'artista, di circa duemila pezzi.

Archivio - Raggruppa i fondi: Nicola Mosso, Umberto Cuzzi, Mario Dezzutti, Leonardo Mosso, Laura Castagno, Teonesto Deabate, Ottorino Aloisio (parte), Giulia Veronesi (archivio fotografico), Alvar Aalto (parte), Vittorio Parmentola (parte). L'archivio contiene inoltre documenti e progetti originali di: Mies van der Rohe, Le Corbusier, Alberto Sartoris, Carlo Mollino, Gigi Chessa, Hans Schmidt, Fillia, Diulgheroff, Tony Garnier, H. Böhm, Max Bill, R.P. Lohse, documenti CIAM, ecc.

L'archivio comprende inoltre testimonianze originali di molti tra i maggiori artisti contemporanei.

ISTITUTO ALVAR AALTO, 10025 Pino Torinese, via Antonelli 6, tel. 011/890533



Progettare a Torino

Incontro con Piero Gatti, Bruno Giardino e Giuseppe Raimondi

D. Quanto incide il clima culturale esistente in una città come Torino sui vari aspetti della professione? Raimondi ritieni di essere portatore di una certa «torinesità»?

RAIMONDI. Non credo che nel mio lavoro ci sia un aspetto di torinesità che si renda visibile a livello formale. Oggi il designer opera a livello internazionale, in un contesto in cui diventa importante uno stretto rapporto con l'azienda. In altre parole, se i miei prodotti vengono adottati significa che, oltre a rappresentare qualcosa di me, in qualche modo sono coerenti con quello che l'azienda ha individuato come corretti.

GATTI. A mio parere essere «torinesi» oggi significa essere degli emigranti, perché di fatto in Torino non si riesce ad operare. E non solo perché il settore produttivo è dominato dal settore auto...

RAIMONDI. Condivido in parte questa tua opinione. Io difendo però una certa Torino fatta di meditazione, di desiderio di intersecare esperienze di altre discipline. Torino è una città dove c'è una grossa presenza Fiat, ma dove c'è anche una grossa presenza di artisti internazionalmente noti quali Merz, Zorio o Paolini o di personaggi come Bobbio o Vattimo. Nonostante ciò è difficile che si creino ricche occasioni di incontro tra queste entità, come potrebbe verificarsi per

esempio a Milano. Milano ha le riviste, la Triennale, l'ADI, la moda. Tuttavia proprio in queste città «centrali» gli incontri e gli scambi sono spesso bruciati dall'ansia dell'attualità e allora i lati negativi di Torino diventano positivi.

D. A Torino lamentate il disinteresse al dibattito, ad un'elaborazione complessiva che inquadri e colleghi i fatti singoli che non sono pochi...

RAIMONDI. Non c'è uno strumento che li sappia intrecciare e che sappia fare anche da cassa di risonanza. Ad esempio è stimolante Merz, ed è stimolante la realtà Fiat; manca però la possibilità di creare collegamenti tra Merz e Fiat. Merz continua a fare Merz e Fiat continua a fare Fiat. Chi è sensibile può fare questi archi voltai- ci che restano però personali.

D. A questo punto può essere interessante sentire Giardino, che vive più di tutti all'interno del mondo industriale.

GIARDINO. Non condivido le osservazioni di Raimondi: Torino è una città stimolante. Io ho vissuto per una decina di anni nel mondo della carrozzeria. Ebbene, anche quando si progettavano altre cose oltre l'auto, le problematiche erano, e sono, di alto livello tecnico. Torino è stimolante per questi aspetti tecnologici: l'automobile è un sistema complesso con metodologie di progetto d'avanguardia.

G. RAIMONDI: sedia DELFINA, prod. BONTEMPI, 1986



SOTTSASS ASSOCIATI: sistema di supporti per affissioni pubblicitarie per la città di Torino, 1982



GATTI. Ma è proprio l'auto che è un oggetto in involuzione, addirittura obsoleto...

GIARDINO. L'auto è un concentrato di alta tecnologia produttiva con un rinnovamento del linguaggio formale condizionato da altri fattori. Va tenuto presente che i risultati legati all'utilizzo di tecnologie avanzate, essendo sempre piegati a enormi fattori economici, a volte possono sembrare insoddisfacenti. Nonostante questi stimoli è pur vero che si è costretti a rivolgersi altrove. Tutto ciò rientra in una critica alla città monoindustriale e forse monoculturale.

D. Raimondi, però, lamenta soprattutto una carenza di interscambio di cultura generale, un sistema informativo tipico ad esempio del settore del mobile, molto ricettivo verso la moda e gli atteggiamenti d'avanguardia, capace di coinvolgere e contestualizzare l'interesse delle masse.

GIARDINO. Ripeto che, comunque, Torino qualcosa mi ha offerto. L'aspetto tecnologico, il lavorare costantemente in riferimento alla produzione, alla fattibilità, mi ha dato la possibilità di inserirmi e di collaborare con industrie che ambiscono sviluppare proprio questo aspetto del prodotto.

GATTI. Come diceva Raimondi, a Torino recentemente non c'è più stato uno scambio tra industria e cultura, come per esempio a Ivrea con l'Olivetti, o a Milano con la Pirelli e la Rinascente, o in Germania con la Braun. Noi paghiamo lo scotto di questa monocultura isolata. A Torino manca una vivace borghesia. La borghesia di Torino è conservatrice, ferma, troppo vecchia.

GIARDINO. Se si progetta per la produzione occorre stare con i piedi per terra, a meno che

non ci sia una specifica richiesta di sperimentazione. Un prodotto industriale deve essere innanzitutto funzionale e fattibile. Non vedo tutto questo come un aspetto negativo.

GATTI. Io ho lavorato sui frigoriferi. I frigoriferi, come le automobili, sono prodotti che non funzionano, che non hanno più nessun senso così come sono oggi. Lo stesso telefono di Giugiaro secondo me è un oggetto funzionalmente sbagliato. Il mondo del design molto spesso è fasullo, salvo alcuni casi; per il resto ci sono miliardi di telefoni tutti uguali. Il design ormai è troppo influenzato da fattori industriali, di marketing e di immagine. Prevale una logica industriale orientata al profitto. Oggi quando proponi un progetto ti chiedono chi sei, che nome hai, se si vende o non si vende.

D. Gatti parte dal concetto che, a prescindere da Torino, il design risente di una crisi più vasta.

RAIMONDI. Negli anni in cui ho cominciato, emergevano gli aspetti eclatanti. Sostanzialmente riportavano all'interno della disciplina del design certi linguaggi stimolanti di quegli anni. Su questa voglia di trasportare certi segni o certe tecnologie da altri mondi, si è inserita una maggiore capacità di colloquiare con le esigenze dell'azienda. È così cresciuto il desiderio di poter dare all'azienda un prodotto utile oltre che innovativo. L'innovazione non sempre può rientrare nell'ambito del rinnovamento del linguaggio; proprio sul concetto di rinnovamento del linguaggio, si è creata — soprattutto nelle riviste — una certa diseducazione al fare professionale. Molti giovani designers, sull'onda del successo di questi

F. QUIRIGHETTI: autoseggiolino di sicurezza per bambini BABYCIAO, prod. VALLKO-WEBASTO, 1988



T. CORDERO: tavolino Collezione NUOVI TERRITORI, prod. MORPHOS-ACERBIS INTERNATIONAL, 1991



maestri, si sono fermati su quello che è l'aspetto più ovvio, più banale. Per un progetto esemplare di tavolino, si è creata una consuetudine tale per cui se un nuovo progetto non ha quattro gambe un po' ricurve non è un tavolo interessante; e poi, subito dopo, se non ha diciotto gambe piuttosto che le solite banali quattro non è abbastanza nuovo... E si genera quasi una questione morale di cui sento l'obbligo di parlare. Si corre cioè il rischio di lavorare per la carta stampata, e quindi di essere gratificati da un'immagine pubblicata. Le riviste, dovendo stampare ogni mese un pacco di carta patinata, non hanno più capacità critica, plaudono indiscriminatamente a qualunque novità. Per molti giovani c'è il rischio di non avere una professionalità nel senso più profondo del termine. Parlo dell'essere coscienti che il progettare implica fare delle scelte. Per fare delle scelte bisogna sapere quali sono le conseguenze di queste scelte per se stessi, per l'industria, per i costi. Chi progetta pensando soltanto a una scelta di linguaggio, di forma, fa un discorso un po' «ignorante», senza problematiche. E se ci si ferma al gesto, si rischia di far diventare ogni gesto un tic. Si crea spesso in molti giovani o in strutture giovani, come alcune derivate dal settore auto, l'illusione che il mondo del design nasca ieri. A mio parere le riviste di design e di arredamento hanno una grossa responsabilità su questa assenza di ponti di memoria, di collegamento culturale.

D. Esiste un fondamento culturale torinese comune, forse riconducibile alla serietà di apprezzio, come dicono Raimondi e Giardino, oppure non c'è più alcuna speranza come sostiene Gatti?

STUDIO DE FERRARI JACOMUSSI GERMAK LAURINI ARCHITETTI: supporto per affissioni pubblicitarie in zona FIERA, Milano 1990



RAIMONDI. È difficile configurarlo quando esiste uno scarto culturale come tra certi progetti di auto e certi prodotti con la stessa firma nel campo dell'arredamento. A mio avviso questo fenomeno è dovuto principalmente a due motivi. Il primo è che queste persone, che conoscono veramente a fondo il campo dell'automobile hanno avuto finora uno scarso impegno in altri settori utilizzati principalmente come una cassa di risonanza. Il secondo motivo è dovuto al fatto che è molto complessa la ricchezza di valenze che c'è dietro ad un prodotto di arredo come per un film o una poesia. Questi prodotti possono sembrare semplici: una sedia ha quattro gambe, una poesia può essere fatta di cinque parole, ma non per questo sono «semplici». Tutti i prodotti che hanno una ricca storia, che hanno rapporti secolari con l'uomo, hanno valenze molteplici. Solo chi percepisce e conosce questa complessità ha la speranza, la possibilità di riuscire. È anche vero che l'abilità sta nel ritrovarsi dei collaboratori in grado di progettare, all'interno di un certo marchio, dei buoni prodotti.

GIARDINO. Si dice molto del design italiano. Però oggi il design italiano ha molto da imparare dalle grandi strutture torinesi. Forse oggi in Torino e nel settore auto in particolare c'è un po' la frustrazione di non riuscire ad andare al di là del fatto produttivo, di non poter caricare l'oggetto di altre valenze. Ma questo tipo di atteggiamento nel mondo della produzione con grandi investimenti è vitale. Ma può succedere che una progettazione troppo «convogliata» alla lunga possa diventare noiosa.

G.F. CAVAGLIÀ: scala, 1986



L'altro design

Incontro con Toni Cordero

D. Come arrivi al design?

CORDERO. Agli inizi non ero affascinato dal progetto architettonico per cui ho dedicato almeno una prima parte della mia formazione professionale all'arredamento.

Per l'arredamento mi riferisco ai grandi decoratori francesi, al periodo che inizia negli anni '30. Ciò che un tempo facevano anche gli architetti, disegnando l'architettura fuori e dentro. Una cultura che non c'è più, forse ancora presente negli anni '50 e '60, vedi Albini, Mollino, ed altri ma con la mia generazione si è cominciato a distinguere tra architettura, arredamento e design.

Questo approccio, su cui ha inciso in modo determinante, come una folgorazione, la scoperta di Carlo Scarpa, per un certo periodo ha reso confuso il mio percorso progettuale.

Partivo sempre dal dettaglio e sovente perdeva per strada l'idea generale.

D. Tutto questo in che rapporto con il design?

C. Senza incontrarlo! Addirittura all'inizio ho fatto un percorso inverso, per principio ero contrario al design, preferivo utilizzare nell'arredo mobile prodotti di artigianato o antiquariato. Anche perché a Torino se è difficile sentirsi architetto è impossibile sentirsi designers!

Il design da sempre è a Milano con quasi tutta la produzione e tutta la stampa di supporto.

J. CERUTTI: sedia DAMÀS, prod. CECCOTTI, 1988



D. Ma recentemente Cordero è arrivato ad una sua dimensione professionale consolidata che comprende anche il design...

C. È capitato ultimamente, non a caso con committenti milanesi. Da molti anni lavoro di più a Milano. Purtroppo a Torino ci sono poche occasioni, la committenza è scarsa e quando c'è sovente chiama professionisti da fuori... qualche volta ho pensato che non volesse testimoni! Milano al contrario è un po' Babilonia. Tutto succede lì. I professionisti socializzano, sono solidali tra di loro, creano scambi e dibattiti tra di loro, sovente diventano essi stessi imprenditori su una scena che facilita attraverso la comunicazione, l'accadere delle cose.

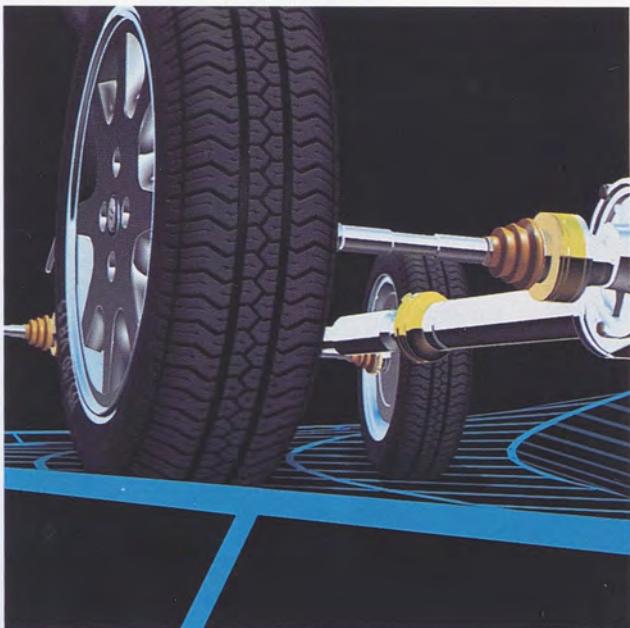
Per noi a Torino, al contrario, mi pare che tutto accada, quando raramente accade, attraverso comunicazioni «silenziose» un po' fuori dal gioco.

D. Questo approccio torinese è produttivo? Crea spazi all'esterno?

C. Oggi c'è molto interesse per le città dove accade poco. Cito Torino e Napoli come esempi. Da un po' di tempo la produzione di design va a cercare progetti altrove, forse perché Milano non risponde più tanto, forse perché è venuto di attualità un design anche un po' alternativo a quello «mitico» di ieri.

Ultimamente, dicevo, mi hanno proposto progetti di design. Ho quasi sempre accettato per cu-

STA COMPUTER GRAFICA, L. SALIO, E. MINETTI: filmato di presentazione DEDRA TURBO E INTEGRALE, FIAT AUTO, 1991



riosità, perché non credo alle specializzazioni con tutto quello che ne consegue.

D. Il mercato ha proposto le tue lampade come un approccio torinese, tra l'altro in accoppiata con Derossi...

C. Non solo le lampade appartengono ad un approccio torinese, spero tutta la mia scrittura. Penso che le città vivono dentro di noi ed a volte possono diventare un destino.

Ti ho parlato del *genius loci* non ancora cancellato, del tracciato romano e delle contrapposte inquietanti contorsioni guariniane, dei ballatoi ancora in uso, delle magiche prospettive urbane come questa in cui è inserito il Vostro studio, tra la Mole e Superga.

È talmente facile e consolatorio andare fuori riga a Torino. L'unica possibilità rimane assecondare queste vocazioni contradditorie, come altri hanno fatto prima di noi; il fascino e la curiosità stanno sull'altra sponda, nelle terre di nessuno.

Su questa città il design si rappresenta attraverso la serialità e la specializzazione. Il design dell'auto, della componentistica.

Cose molto serie, anche un po' mitiche dalle quali non sono attratto. In questo senso, dell'auto mi interessa di più la fodera della portiera, come pure il dietro delle cose. Penso ai circuiti stampati, agli stampi ad iniezione ma in chiave di fantascienza, non di tecnologia. Mi attraggono di più gli aspetti marginali e secondari.

Tutto questo ha chiaramente un suo prezzo. Detto senza vezzo, faccio molta difficoltà a tenere aperto lo studio.

D. Parallelamente a questo tuo approccio esiste il fenomeno tipo Giugiaro, certamente molto in attivo, che rientra in un tipo di struttura progettuale ed aziendale altrettanto torinese.

L. PRANDO, R. ROSSO: fioriera KANH DANDY, prototipo produzione SAWAYA & MORONI, 1990



C. Ho appena finito di parlarti di contraddizioni!

L'esempio che fai rientra nel mondo dell'auto e con la doverosa cautela, perché questo mondo lo conosco poco, mi pare che una cultura omologata può solo generare processi che, all'interno del sistema a cui si riferiscono, possono unicamente definirsi con coerenza e senza ambiguità. Da qui ne deriva consenso, sicurezza e riconoscibilità e conseguentemente successo d'impresa.

Le possibilità che mi competono e su cui posso indagare e proporre si trovano quasi sempre al di fuori di questo sistema. Questo sia detto senza complessi.

L'Arte Povera, movimento che si è formato e cresciuto in questa città, pur con contenuti differenti, rappresenta un buon esempio di cultura fuori omologazione.

Le lampade che ho disegnato per Artemide sono un altro esempio di prodotto fuori contesto.

Per molti anni lampade ed oggetti di design in genere hanno simulato una tecnologia con cui non sempre erano realizzati ed ostentavano linee aggressive e definite o unitarietà di materiali nella convinzione di esprimere la sicurezza dell'idea del «moderno». Questa idea del «moderno» ci aveva comunicato codici forse troppo rigorosi, codici che non contemplavano la trasgressione, l'ornamento, la casualità.

Ho voluto che le mie lampade contenessero questi pensieri, ho voluto che fossero composte da molti materiali, con differenti finizioni e differenti cose appese, perché le loro contraddizioni le rendessero più umane, più possibili.

Un design della «possibilità». Un design dalle molte «possibili» definizioni.

G. RAIMONDI: sistema di illuminazione MIRIADE, prod. VALENTI, 1987



Esperienze in evoluzione

Note ad un colloquio con Beppe Benenti

Nel quadro di un discorso sul design torinese ci pare interessante proporre questo tentativo di configurare, nel futuribile, il ruolo del designer in rapporto alla realtà di Torino, luogo e contesto della maggiore committenza industriale: il settore auto. La realtà della produzione automobilistica oggi propone, a scala mondiale, una marcia forzata verso la computerizzazione del processo produttivo, comprese le tappe relative al design. A nostro parere questa evoluzione può provocare una ricaduta molto profonda su tutto il settore del design per le variazioni apportate al rapporto energia impiegata - tempo necessario che soprattutto oggi costituisce un valido parametro di valutazione da parte della committenza. È infatti realistico pensare ad un interfacciamento progetto-produzione «esclusivamente» gestito con sistemi informatici (CAD-CAM) anche per produzioni non auto né altrettanto «ricche». È determinante la possibilità di verifica in tempo reale dei rapporti idea-fattibilità, già ampiamente frequentata, e soprattutto la verifica virtuale di tutti gli aspetti dell'oggetto: consistenza, finitura superficiale, rumorosità e tutto quanto connesso ai sensi fino alla contestualizzazione nella realtà. Il tutto in tempo reale e con possibilità di modifica e ritocchi e quindi di vera progettazione dal vi-

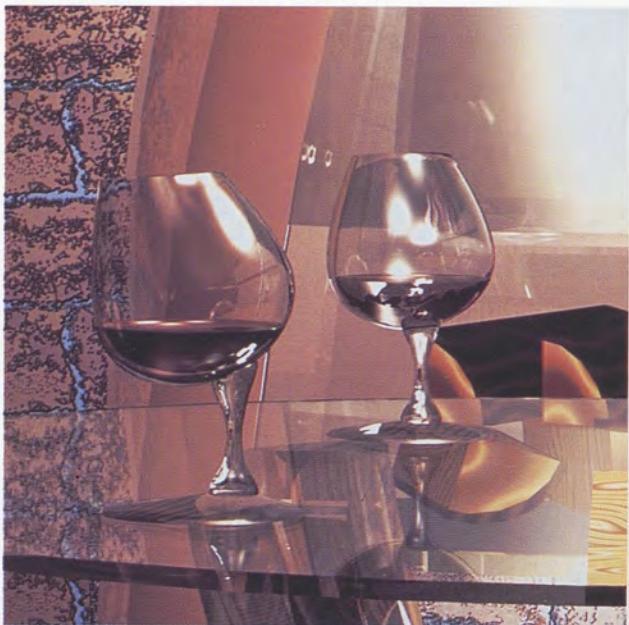
vo. A queste potenzialità, neanche troppo fantasiose viste le notizie che provengono dal settore ricerca e le presentazioni più recenti ai saloni specializzati su sistemi pensiero-disegno-modello, Torino risponde proponendo una struttura di produzione del design caratterizzata da due diverse realtà. Ad un estremo esistono le grandi strutture «aziendali» del progetto, come Italdesign, Pininfarina, I.D.E.A., che si propongono come fornitori di servizi completi ed integrati (dallo «stile» al prototipo di preserie, passando dall'elaborazione del processo produttivo) attraverso l'utilizzo dei più moderni sistemi informatici, spesso adottati in largo anticipo sulla stessa committenza grazie anche ad una grande disponibilità di risorse finanziarie che sono esclusive del settore auto; e oggi questo processo progettuale è disponibile a basso costo per altri settori del design.

All'altro estremo la realtà torinese propone un panorama vitale ma più convenzionale di studi professionali attivi nei vari settori del design. Questi si confrontano quotidianamente con lo stesso indotto utilizzato dal progetto dell'auto (modelli, prototipi, stampi...) e con industrie minori, cioè con interfaccia non immuni dalla tendenza a «computerizzarsi» anche se per motivazioni diverse.

Programma SOFT IMAGE 4D CREATIVE ENVIRONMENT, realizzazione IMAGO MUNDI (WOB)



Programma SOFT IMAGE 4D CREATIVE ENVIRONMENT, realizzazione S. BENDER



Per questa seconda categoria di designers è evidente quindi la necessità di porsi domande sul futuro dei modi di progetto sull'opportunità e disponibilità ad adeguarsi alla tendenza di utilizzo del computer. L'esperienza insegna che tempo e domanda del mercato tendono ad abbattere drasticamente il primo e più diretto problema operativo: il prezzo dell'elettronica; tanto da poter configurare l'adeguamento delle piccole strutture di progettazione in funzione della sola variabile temporale. Diverso il problema se riferito ad altri fattori come immagine professionale, tradizione culturale, disponibilità di nuove competenze e quindi formazione e didattica. Ed altrettanto difficili risultano le risposte. Certamente il tempo, ammesso che non diventi generazionale, e la spinta della committenza riusciranno ad incidere sul sistema didattico e formativo del design affidato oggi esclusivamente all'iniziativa pubblica con un circolo vizioso di successo e carenza di strutture, che il nostro sistema ha finora accettato, affidandosi alle capacità personali e aziendali ma che certamente costituisce una spada di Damocle sull'intero fenomeno del design italiano se rapportato a scala di concorrenza mondiale. Resta aperto il problema connesso alla disponibilità dei «singoli» ad adeguarsi al processo ideativo che i sistemi informatici propongono. E forse alla compatibilità stessa del computer con la attuale cultura del progetto. Intanto è fin da oggi molto sentita la questione dell'«immagine», più legata per ora alla presentazione che alla elaborazione del progetto. E in questa ottica di utilizzazione del computer il settore più avanzato come dotazioni, cioè il settore del car-design, co-

mincia a far sentire il suo peso in altri ambiti!

Ma certamente proprio lo sfruttamento della considerevole rete di supporto esistente in Torino (ingegnerizzazione e modellistica) già dotata di sistemi CAD-CAM renderà presto normale l'utilizzo del computer anche negli studi professionali, che in caso contrario saranno esclusi da uno dei settori che ne hanno consentito il fiorire.

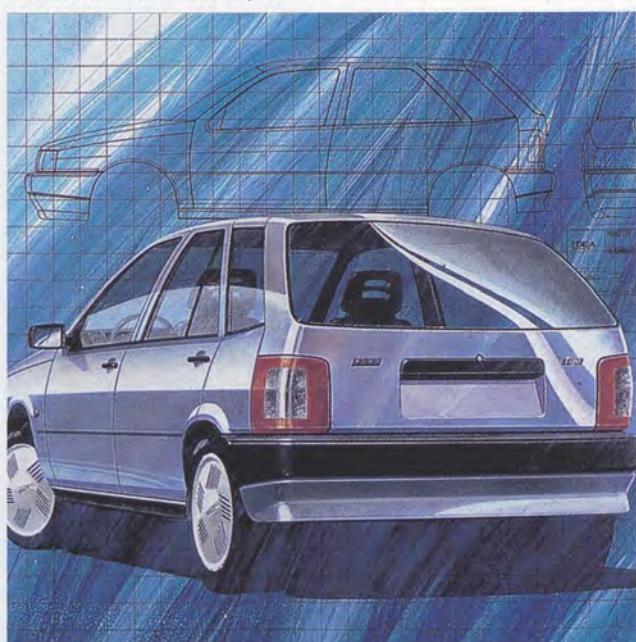
A fronte di scelte di campo molto decise tra tradizione e computers pare interessante segnalare anche un'altra possibilità in qualche caso già operativa in Torino: un fenomeno (mutuato dal settore auto) di estrazione del fattore più puramente creativo dal fatto progettuale inteso come ingegnerizzazione: l'esistenza in Torino di forti concentrazioni «computerizzate» dediti al solo aspetto di ingegnerizzazione (e disponibili relativamente a basso costo), autorizza a pensare alla costituzione di un processo integrato «progetto-ingegnerizzazione-produzione» fatto di entità indipendenti. Pertanto tutti gli oneri economici e di variazione strutturale connessi al fattore computer andrebbero ad incidere solo sulle seconde fasi e si offrirebbero rispetto a strutture tipo ITALDESIGN o I.D.E.A. maggiori garanzie nei confronti del rischio di omogeneità dei progetti, omologazione sul mercato dei risultati formali, carenza di cultura «umanistica», ecc..., comunque esistente quando si superano certi livelli dimensionali delle strutture.

Questo quadro forzatamente previsionale non può comunque prescindere dal ruolo specifico del designer: il progetto. In fin dei conti si parla di dotarsi di sofisticate evoluzioni della matita tradizionale.

STUDIO DE FERRARI JACOMUSSI GERMAK LAURINI ARCHITETTI, GIUGIARO DESIGN: seduta, prod. ALUCASA, 1985



I.D.E.A.: FIAT TIPO, 1987



La nuova ingegneria

*Incontro con Sergio Cattaneo e Pietro Piernigotti,
TESCO S.p.A., società di engineering attiva nel settore automobilistico*

D. Qual è il ruolo dell'engineering nel settore del design?

PERNIGOTTI. Il quesito è interessante ma complesso per la vastità delle implicazioni. Mi limiterei quindi alla nostra esperienza che è legata a tematiche precise: il mondo dell'automobile ed in questo specifico, il rapporto esistente tra chi concepisce le forme e gli stili delle nuove vetture e chi — come TESCO — avuto l'imput di stile deve progettare, ad esempio, la carrozzeria e gli interni fino alla costruzione dei primi modelli e prototipi, e chi, infine, le produrrà in serie di qualche migliaio di unità al giorno per un mercato che ormai è mondiale. Conciliare la libera espressione dello stilista, che noi cerchiamo di «rispettare» al massimo, con le rigidità del sistema produttivo (le sue tecnologie, gli impianti esistenti, gli investimenti, ecc.) è impresa sovente difficile e che richiede di dispiegare al massimo la propria professionalità ed il proprio know-how.

D. In questo quadro il futuro del rapporto tra design e produzione non può prescindere dal ruolo dell'engineering. Qual è il ruolo assegnato al design?

CATTANEO. Per noi il designer è un ricercatore di forme nuove, dedotte dalla propria individuale ricerca di stile e dall'interpretazione dei gusti del mercato e della tecnologia disponibile. E quindi qualcosa di indipendente ed autonomo

ma integrabile, attraverso l'ingegneria, nel percorso verso l'obiettivo finale: la produzione industriale. Enucleare la responsabilità diretta della fattibilità dal momento del design è una necessità ed una garanzia di autonomia del designer.

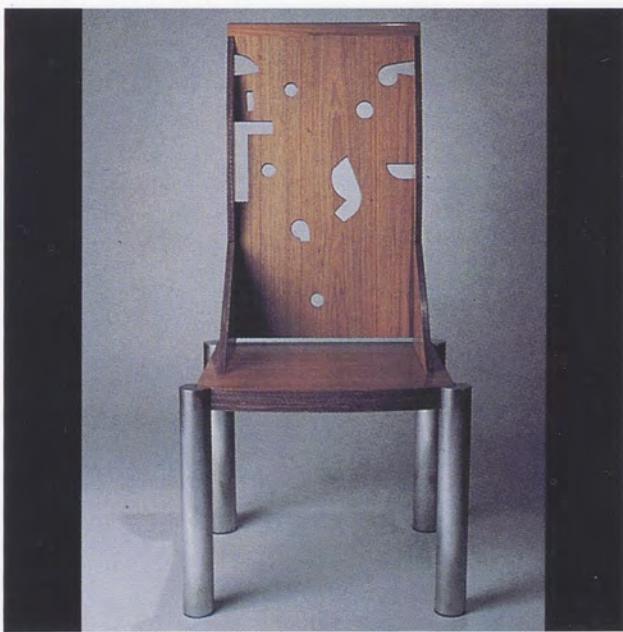
D. Esiste in Torino una tradizione produttiva, tecnologica e di progetto: in che modo i sistemi computerizzati di progettazione ne sono l'evoluzione?

CATTANEO. L'introduzione del CAD prima e l'integrazione con il CAM poi stanno cambiando non solo il modo di lavorare del progettista o del designer: sta cambiando l'organizzazione del lavoro complessiva di questo settore. Il CAD non è solo un «tecnigrafo elettronico», non è un oggetto che si presta ad essere usato a latere della grande industria «tirando righe» in casa o aggregando lo studio tecnico «da appartamento» che la realtà torinese ben conosce. Il CAD è una tecnologia che si sta imponendo e non applicarla significa essere tagliati fuori dal processo produttivo espresso a livello per lo meno europeo. Il disegno manuale è destinato a scomparire e con esso, a valle, il mondo degli pseudo artigiani che il CAM sta soppiantando. Il processo si configura come concezione di stile, ingegnerizzazione in CAD con realizzazione «in progress» (cioè praticamente simultanea) in CAM di quanto progettato. Questo non significa che l'uomo è sostituito dal computer! Chi

E. PICCHI, DESIGN STUDIO: occhiali linea DERAPAGE, prod. VITALONI NICO, 1986



L. PRANDO, R. ROSSO: tronetto ATTILA, prod. SAWAYA & MORONI, 1986



pensa e concepisce nuove forme sarà sempre e solo lo stilista. Chi idea un progetto, lo matematizza, e lo «invera» sarà sempre un tecnico. Il computer nelle sue diverse applicazioni: CAE CAD CAM, è solo uno strumento, molto potente e versatile al servizio del designer e del tecnico. Ma il lavorare con il computer presuppone investimenti che gli studi tecnici «da appartamento» non possono più affrontare. Il CAD non può essere slegato dal CAM, il Cliente esige un servizio sempre più completo. Solo strutture di certe dimensioni sono in grado di soddisfare questa domanda.

D. Questo panorama tra obsolescenza del sistema e creatività dei singoli non è una peculiarità del nostro essere italiani?

CATTANEO. Non voglio dire che occorrono meno creatività e più computers. Al contrario: esaltiamo la creatività e la fantasia, valorizziamo la tradizione ed il prezioso patrimonio culturale di Torino costruttrice di automobili. Ma facciamolo in modo rispondente alle esigenze produttive odierne, l'alternativa è diventare un terzo mondo tecnologico ricco di fantasia ma superato dall'evoluzione dei concorrenti: i giapponesi non copiano più, stanno diventando leader! I tedeschi non sono solo sgobboni: sono efficienti e forniscono davvero qualità! Gli altri paesi hanno investito ed investono in modo massiccio per adeguarsi all'evoluzione tecnologica. In Italia invece si fa poco ed in modo disorganizzato, ma quel che è peggio non si interviene nella formazione professionale: la risorsa umana è ancor più importante della computerizzazione. La formazione è il più grande investimento per il futuro; noi ad esempio investiamo moltissimo sui giovani, ma

l'azienda da sola non arriva a fare tutto né può sostituirsi ad esempio alla scuola o all'università.

D. Ci interessa questo ultimo accenno, quale didattica per il futuro del design?

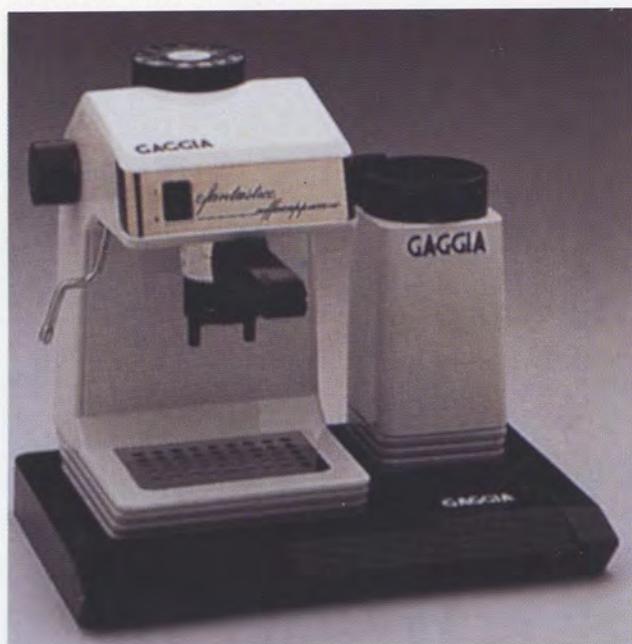
PERNIGOTTI. Come detto prima la formazione di un progettista CAD è per noi un fatto esclusivamente aziendale, in quanto non sappiamo dove attingere queste competenze in Torino. Siamo addirittura costretti a fungere da nave scuola per vederci poi «rubare» da altri le competenze formate all'interno.

Se vogliamo far sì che non vada disperso il patrimonio torinese del saper costruire l'auto, cui accennava prima Cattaneo, si deve intervenire in modo integrato fra Aziende ed Istituzioni.

Pensare ad un accordo fra Politecnico, scuole professionali ed Aziende sul problema del design e dell'engineering è facile; immaginare come lo si possa realizzare un po' più difficile; la sua attuazione quasi impossibile. Quante volte nel passato questa esigenza di correlazione tra sviluppo tecnologico e formazione scolastica e professionale è stata auspicata, studiata, indicata come prioritaria da tutti e poi non concretizzata. Mentre invece sappiamo che qualcosa si può fare: basterebbe una gita a Grenoble per avere qualche buon esempio.

Se l'engineering è il nuovo momento «intelligente» di mediazione tra i ruoli tradizionali del design e della produzione, e se a Torino esistono questi tre momenti in modo rilevante — e questo mi pare sia conclamato —, allora sarà bene provvedere a promuoverlo in modo adeguato valorizzando la nostra tradizione a favore sia del design che della grande industria, in ultima analisi nell'interesse complessivo dell'economia torinese.

G. MOSELLI: macchina per caffè FANTASTICO, prod. GAGGIA BREVETTI, 1986



STUDIO DE FERRARI JACOMUSSI GERMAK LAURINI ARCHITETTI: sistema di illuminazione pubblica per la Città di Chioggia, prototipo, 1988



La Computer grafica e la produzione industriale

Contributo di Luciano Salio

A Torino vi è una società di servizi, la «STA computer grafica» cui faccio riferimento per le mie ricerche e per i miei lavori. Questa società è al servizio della grande industria manifatturiera e dello spettacolo. Essa opera nel campo dell'immagine sintetica e, di volta in volta, si colloca come struttura esterna di staff, quando l'industria commissiona ricerca; o come struttura di produzione quando l'industria commissiona visualizzazioni sintetiche. In altre parole la STA da un lato accompagna l'industria nelle sue ricerche sull'integrazione dei processi progettuali e produttivi, dall'altro, con computer molto sofisticati, visualizza sinteticamente con look fotografico gli oggetti in fase di ideazione e non ancora realizzati fisicamente. Inoltre illustra procedure, reazioni chimiche, eventi fisici e così via.

Con tutto ciò non si deve dire che la Computer grafica è un modo nuovo che si aggiunge agli altri più tradizionali per fare della rappresentazione.

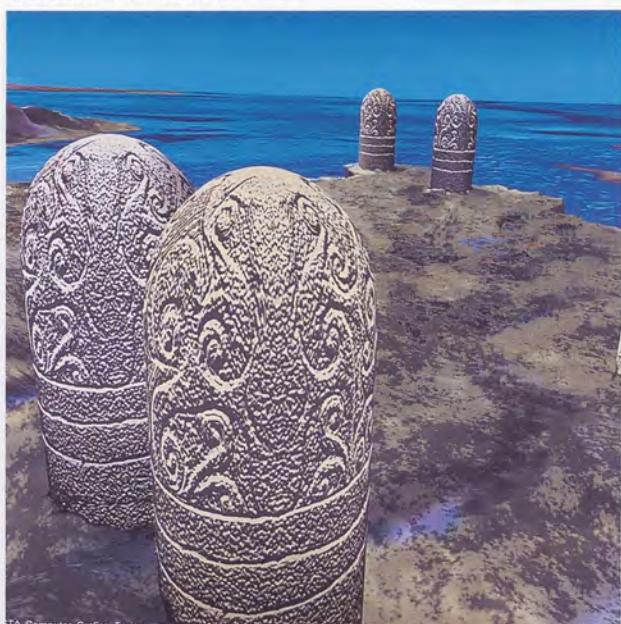
La Computer grafica è un modo di produrre e non di rappresentare. Vediamo di dare un contenuto a questa idea.

Il dato di partenza è questo: l'industria ha interesse che nelle varie fasi di produzione vi sia unità tecnologica: per esempio nella fase chimica si cerca di restare in ambiente chimico e così via. Un tem-

po, negli alloggi, si passava da una stanza all'altra. Oggi, l'ingresso alimenta ciascuna stanza. Con parole industriali diremo che i vari ambienti tecnologici sono le stanze in cui si svolge una funzione completa. Il Cad Cam è un testimone di questa evoluzione. Infatti esso esprime, dalla progettazione ai robot, un'unica dimensione digitale.

Nel campo della creazione delle superfici della carrozzeria si incontra un passaggio tra «stanze tecnologiche» diverse quando, per ragioni di controllo, si passa dalla matematizzazione (digitale) alla fresatura del modello fisico di controllo (analogica) e da questa si torna alla prima. Ogni cambio comporta una «traduzione» e la traduzione una «interpretazione». Occorre evitare questi passaggi. Porgo un altro esempio. Il mondo broadcast televisivo. La produzione televisiva esprime uno dei momenti più significativi di industrializzazione del prodotto. Al suo interno vi è un particolare ciclo di lavorazione che si chiama «post produzione» cioè il momento in cui si fa l'edizione del programma. Una moderna struttura di post produzione esprime in modo compiuto l'integrazione: ideazione - progettazione - realizzazione senza uscire dall'ambiente tecnologico digitale. Non passa mai, per esempio, al chimico (pellicola tradizionale). Questo perché i com-

STA COMPUTER GRAFICA, L. SALIO, E. MINETTI:
dal filmato GLI INSEDIAMENTI CELTICI, PALAZZO
GRASSI VENEZIA, 1901



STA Computer Grafica Torino

ITALDESIGN: posto guida MACHIMOTO, prototipo, 1986



puter grafici, i mixer, gli effetti speciali e i registratori si scambiano reciprocamente le immagini senza che esse vengano reinterpretate né dall'uomo né dalle altre macchine.

Dagli esempi si può evincere che la computer grafica è un modo di produrre e non di rappresentare: cioè non è un modo alternativo per costruire immagini. Per queste ragioni essa è presente in tutti i settori industriali con grande investimento di risorse e di alta tecnologia. L'industria alimentare, biomedicale, farmaceutica, aerospaziale, elettronica e così via. In genere tutta la produzione che richiede simulazioni d'uso e di comportamento. Nei campi in cui l'oggetto è povero di innovazione, di tecnologia e di mercato, l'esiguità delle tirature e degli investimenti non presenta l'esigenza di integrazione e di unità tecnologica dall'ideazione alla simulazione dei processi e dei comportamenti del prodotto. Anche l'edilizia ne è fuori perché culturalmente ed economicamente non è in grado di aggredire il problema delle verifiche in simulazione del prodotto.

La società che gestisce l'aeroporto di Torino mi ha chiesto di visualizzare con una animazione il progetto della nuova aerostazione. I fini erano commerciali e non tecnici. Tuttavia l'elaborazione sintetica ha fornito elementi interessanti anche al progettista. Sono stati simulati percorsi, vie di fuga, e così via.

Le ricerche più interessanti che in questo momento sto conducendo in STA sono tre. La prima ruota intorno a questa problematica: verificare con l'uso di immagini sintetiche fino a che punto si può supplire con l'uso prioritario di un senso (la vista) agli altri sensi per innescare i pro-

cessi di formulazione del giudizio di valore. La ricerca si serve dell'animazione in quanto essa stravolge il modo di rappresentare gli oggetti perché sceglie un percorso anziché una inquadratura.

La seconda ricerca ruota intorno alla costruzione di immagini che suppliscano alla tradizionale «capacità manuale del rappresentatore» (infatti per questa via si può incappare nell'errore di scegliere il miglior disegno anziché il miglior progetto) evitando di introdurre elementi di interpretazione soggettiva, di trucco e di abbellimento grafico. La ricerca investe i confini semantici della rappresentazione ed è fondamentale per chi deve dare giudizi di valore su un prodotto partendo dalla sua rappresentazione.

La terza ricerca è tecnica: attivare, tramite visualizzazioni sintetiche, controlli visivi relativamente alla continuità delle superfici generate con un modello matematico, senza fare il modello fisico.

Tra i lavori più interessanti fatti con la STA ricordo con piacere: i filmati per la mostra dei Celti a Venezia, il filmato in HDTV «Incontrando Robot» per la Rai (il primo al mondo con questa tecnologia); i filmati tecnici di lancio della Dedra, e della Dedra integrale, gli spot Candy e Clearasil, lo spot Campari Soda con Ugo Nespolo, il filmato di divulgazione del libretto universitario elettronico per Enidata, molte sigle Rai tra cui Autoinforma e così via. Nel mio cuore vi sono poi tutti gli oggetti, le scenografie, le atmosfere e le animazioni che ho fatto per i vari filmati. Ivi comprese le immagini con le prove tecniche per l'iluminazione ottimale delle sale in progettazione per l'esposizione di autovetture sottoposte ad analisi formale.

E. PICCHI, DESIGN STUDIO: caschetto di sicurezza per slalom, prod. CONTE OF FLORENCE, 1987



L. PRANDO, R. ROSSO: tavolino DRAKE, prod. SAWAYA & MORONI, 1984



Una giusta strada difficile

*Contributo di Giorgio De Ferrari, professore associato di Disegno Industriale
presso la Facoltà di Architettura del Politecnico di Torino*

Gli anni Sessanta vedono la definitiva affermazione del design italiano in campo internazionale, alla quale avevano contribuito in modo determinante due generazioni di progettisti provenienti dalle Facoltà di Architettura, ma autodidatti in questa disciplina.

Sull'onda di quel successo e su indicazioni provenienti sia dalla cultura del progetto sia, in minor misura, dalla cultura industriale, il Ministero della Pubblica Istruzione formalizza tale vocazionalità inserendo nelle tabelle concorsuali la nuova disciplina che fino al 1974 sarà denominata «Progettazione artistica per l'industria».

Si ufficializza così quell'assioma, già allora un po' abusato, ma sempre caro agli architetti, che dice spaziare il campo di loro competenza «dal cucchiaio alla città», ovvero si perviene alla più recente definizione, un poco ironica, de «l'architetto integrale». L'affermazione e lo sviluppo della disciplina è tuttavia travagliato: la stessa infelice denominazione contribuisce a rendere ambigua la sua identità e di conseguenza la collocazione nelle Aree didattiche. Contesa dall'Area compositiva e dall'Area tecnologica, trova infine collocazione, ancora oggi discussa, in quest'ultima, assumendo, nel 1975, la più corretta denominazione, traslata da quella anglosassone, di

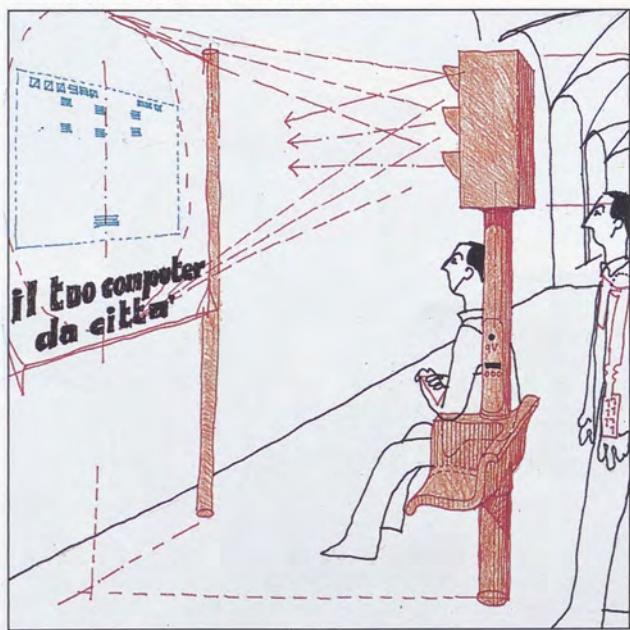
«Disegno Industriale». Ma tale ambiguità non sarà mai totalmente risolta, riflettendo e sintetizzando essa stessa i confini entro cui la disciplina si muove. Il campo di applicazione spazia dalla definizione di oggetti di prevalente contenuto tecnologico (product design, p. es.) ad altri di prevalente contenuto espressivo (furniture design, p. es.). Così anche per l'approccio progettuale, che, pur tendendo ad una risposta di sintesi, è sempre possibile derivare sia dalle istanze funzionali, produttive e della sperimentazione tecnologica con processi tendenzialmente codificabili (più vicini all'area tecnologica), sia da una configurazione comportamentale-espressiva, utilizzando processi meno codificabili (più vicini alle istanze dell'Area compositiva). Ma la suddetta duplicità, o molteplicità, è peraltro centrale anche nel mondo del design reale (basti pensare, p. es. alla contrapposizione fra design «caldo» e design «freddo», secondo la definizione di Alessandro Mendini), ed è da considerare positivamente, poiché essa riflette l'aspetto forse più significativo che sembra segnare questo inizio della nostra epoca post industriale, che sposta la risposta produttiva dalla grande alla sempre più piccola serie, dalla quantità alla qualità.

Con tale connaturata indeterminazione didat-

M. DESIMON, R. RAVETTO: cyclette da viaggio riducibile a valigia, Corso di D.I., prof. G. De Ferrari, a.a. '86-'87



G. RANDAZZO: computer informatore da città, Corso di D.I., prof. E. Frateili, a.a. '84-'85



tica, inserito in un contesto rivolto allo sviluppo delle discipline di supporto del progetto architettonico e urbanistico, il D.I. pare vivere, e la situazione è pressoché ugualmente riscontrabile in tutte le Facoltà, una sorta di «corteggiato isolamento». La disciplina pare sovente essere in quel ruolo che Tomàs Maldonado, rifiutandolo, ha definito «di ruota di scorta»: se ne utilizza, cioè, la sua connaturata attualità per prolungare la strada ad una Facoltà (o ad un'Area) che i tempi hanno velocemente invecchiato oltre il prevedibile e che abbisognerebbe pertanto di più profonde trasformazioni ⁽¹⁾.

Diversi gli atteggiamenti e le iniziative che si contrappongono a tale isolamento riscontrabili nelle varie Facoltà, tutti comunque tendenti all'inserimento della disciplina in una struttura più ampia; significativa è la posizione, che accoglie consensi, recentemente assunta dalla Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano, di attivare una laurea autonoma in «Design» ⁽²⁾.

Ma, indipendentemente dal suddetto disagio e dalla opportunità della laurea specifica, la collocazione del Disegno Industriale all'interno della cultura architettonica rimane indiscussa. La Facoltà resta l'insostituibile palestra del problematico dibattito sulla conoscenza culturale, tecnologica, storica, che ha nel progetto la sua unitaria centralità. Tale opportuna collocazione trova ulteriore motivazione nella pressante, oggi più che mai, problematica della salvaguardia ambientale, ove la cultura dell'architetto, applicata al controllo ambientale, e quella del designer, applicata al progetto dell'oggetto, dall'utilizzo al rifiuto, trovano nuove,

irrinunciabili occasioni per sinergici impegni.

Il Corso di D.I. entra nella Facoltà di Architettura nel Politecnico di Torino nell'a.a. 1969/70. È chiamato a ricoprirne la cattedra il professore Achille Castiglioni; tre colleghi ⁽³⁾ ed io ne siamo gli assistenti. Il notevole numero di studenti che inseriscono nel piano di studi la nuova materia (facoltativa) impone la necessità dell'attivazione, nell'a.a. 1978/79, di un ulteriore Corso, di cui sono titolari. Da tale data, con competenza e continuità, fornisce contributi didattici integrativi al Corso l'architetto Gino Bistagnino, ricercatore.

Nell'a.a. 1981/82 il prof. Castiglioni si trasferisce alla Facoltà di Architettura di Milano e al suo posto è chiamato il prof. Enzo Frateili, che rimarrà sino all'a.a. 1983/84.

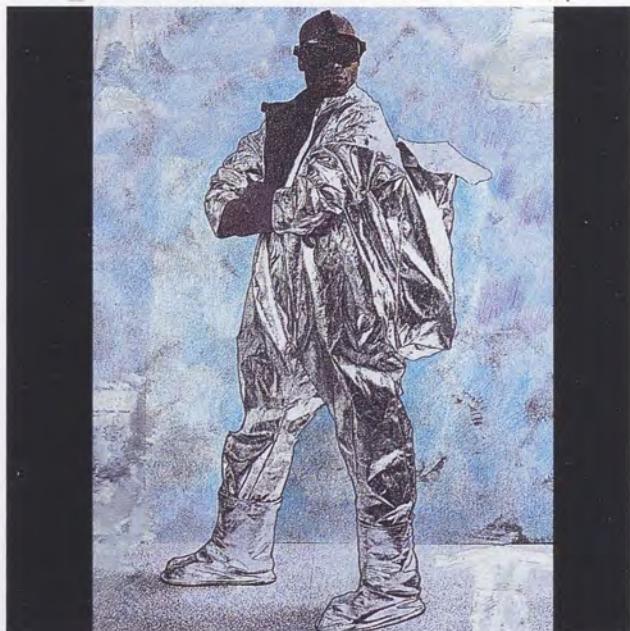
La presenza di due corsi di D.I., sia pure in alternativa per lo studente, è, presso la nostra Facoltà, il periodo della maggior offerta didattica. Quando il prof. Frateili termina il periodo dello straordinariato, l'offerta ritorna ad un solo Corso, quello a me affidato.

In una città come Torino, certamente designata al design, privilegiata per la vicinanza con l'Europa, con una forte, sempre decantata, vocazione industriale, con la presenza di settori produttivi specifici, particolarmente dotata di strutture di supporto al design (modellistica, computerizzazione, meccanica avanzata, ...), il tutto a formare una reale, diffusa cultura industriale, la sua Facoltà di Architettura, con discutibile lungimiranza, a tutt'oggi, non ha più messo a concorso tale Cattedra di Disegno Industriale, né ha attivato altri Corsi ad esso funzionali.

R. MENNELLA: attrezzatura bagagliabile per vendita quotidiani, tesi di laurea in D.I., relatore prof. G. De Ferrari, a.a. '87-'88



E. BELLOTTI: ARCHITETTURE PER IL CORPO, tesi di laurea in D.I., prof. A. Castiglioni, a.a. '80-'81



Questo, mentre la «voglia di design» fra gli studenti della Facoltà resta tangibile. Ne possono essere testimonianza le tematiche, entrambe vertenti su tale disciplina, che le due Associazioni culturali degli studenti presenti in Facoltà hanno scelto per la loro attività⁽⁴⁾.

Oggi segnali positivi in favore di un potenziamento del design possono essere:

a) la possibilità, in corso di verifica, di istituire attraverso il C.O.R.E.P.⁽⁵⁾ un Corso post laurea in Design, che interessi l'ambito C.E.E.; esso potrebbe anche formare nuove figure professionali, quale quella del designer manager, ed usufruire di stages all'interno dell'industria locale, che risulterebbe interessata e disponibile a tale iniziativa;

b) l'avvenuta attivazione da parte del C.I.S.D.A.⁽⁶⁾ di un laboratorio modelli, valido ausilio anche al Corso di D.I., sia in fase di elaborazione, sia in fase di rappresentazione del progetto;

c) il potenziamento presso il C.I.S.I.P.⁽⁷⁾ di attrezzature per il disegno assistito dal calcolatore, oggi non sufficientemente frequentate.

Nonostante gli otto anni in cui sono stato assistente al Corso del prof. Castiglioni, mi resta difficile, tuttora, inquadrare i contenuti che il Corso privilegiava: legato alla carismatica figura del docente, ne era da questa permeato e gli aspetti della irrequieta vivacità si incontravano o scontravano con le vitali contraddizioni dal '68 ereditate e non ancora sopite. Pur non potendolo definire un Corso «progettuale» (il progetto era essenzialmente proposto nelle sole tesi di laurea), configurava comportamenti trasversali al proget-

to, lontani da prassi e metodologie allora in grande considerazione; talvolta svolgeva una rigorosa e scarna lettura funzionalista, valorizzando notevolmente la carica individuale, filtrata della nota ironica del grande progettista.

Per il prof. Enzo Frateili, della cui cultura e disponibilità il nostro Corso ha fruito in più occasioni negli ultimi anni, cito quanto in proposito lo stesso Frateili riporta in un suo recente, significativo libro⁽⁸⁾: «... orientato verso la formazione di un background teorico-culturale, metodologico-progettuale come anche di conoscenze storiche, e insieme inteso a sviluppare con un'azione maieutica la ideazione dell'oggetto secondo una sorta di metodologia della creatività».

Quanto al corso a me affidato, abbiamo inteso, innanzitutto, farci guidare dal convincimento, che ricordo nelle parole di Carlo Mollino, di come, «propedeutico al progetto sia significativo soltanto il progetto stesso». Nonostante i tempi ridotti, nonostante l'assurdo rapporto numerico tra docenti e studenti che vige nelle Facoltà di Architettura, non abbiamo inteso rinunciare, e fare rinunciare gli studenti, già nell'ambito del Corso, a tale arricchente esperienza. Abbiamo affrontato il progetto con il necessario entusiasmo, tendendo ad un clima fattivo ad esso favorevole.

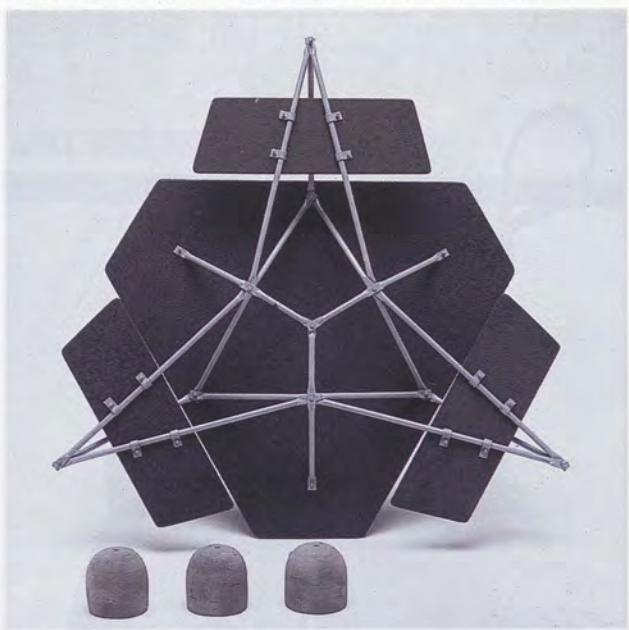
Per raggiungere, pur con differenti livelli di qualità, il grado di approfondimento del progetto che il Corso si propone, abbiamo sovente adottato due accorgimenti che solitamente hanno consentito uno svolgimento soddisfacente e il raggiungimento della «chiusura» del progetto.

1) Una naturale preventiva selezione degli studenti è ottenuta pubblicizzando ampiamente l'at-

A. BRAGAGLIA, A. CAUCINO, M. MELONI, P.G. SICCARO: tavolo usa e getta, vincitore concorso ITALIA'S CUP, corso di D.I., prof. G. De Ferrari, a.a. '87-'88



S. MELIS, F. MOTTESE: attrezzatura per punto pic-nic, Corso di D.I., prof. G. De Ferrari, a.a. '85-'86



tività svolta e l'impegno che per essa si richiede: tra quelli che hanno già individuato i loro interessi (si tratta prevalentemente, ma non solo, di studenti degli ultimi anni), si iscrivono soltanto coloro che ritengono di poter dare una risposta adeguata in termini di tempo e di impegno.

2) Si supplisce all'esiguità del tempo attribuito dall'orario (due mezze giornate alla settimana, che, per motivi diversi, tra i quali la diffusione degli esami in troppe sessioni, si riducono ulteriormente), percorrendo in modo inconsueto la fase intermedia dell'iter progettuale.

Nella prima fase, sulla base di comunicazioni inerenti a problematiche generali e specifiche relative alla unitaria tematica progettuale proposta, si sollecita un consistente dibattito collettivo, da cui possano emergere aspetti suscettibili di svilupparsi in risposte, le quali devono, di massima, restare nell'ambito di una realtà «possibile».

I tempi della fase intermedia, quella metaprogettuale, sono notevolmente accorciati, in quanto la sua configurazione viene sostanzialmente fornita già elaborata almeno nei suoi aspetti «funzionali»: ciò consente agli studenti di accedere con anticipo ai tempi della relazione e definizione espressiva in cui consiste la terza fase. La sorta di «tabella esigenziale», che caratterizza la seconda fase, deve la sua componente metodologica alla lezione del prof. Giuseppe Ciribini, Direttore, prima dell'Istituto, poi del Dipartimento cui afferisce il Corso di Disegno Industriale. Tale «tabella esigenziale» si è poi configurata in un'ottica più vicina a quella della chest list o briefing della cultura industriale avanzata. Questa, pur atten-

ta a quei paradigmi produttivi partiti da un'accentuata serialità, tende oggi alla possibile differenziazione e configura l'ambito del progetto.

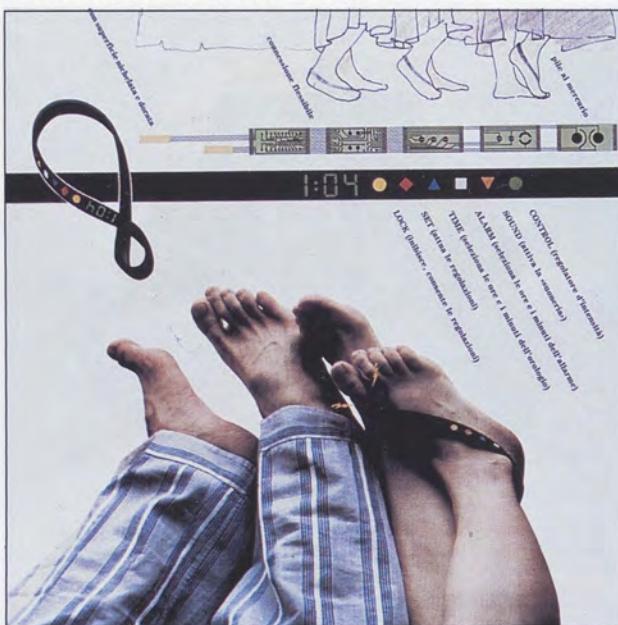
All'interno di queste premesse, che mirano alla definizione di una strategia che possa essere vicina all'humus culturale della città-regione, anche le scelte tematiche possono contribuire alla precisazione della identità di una possibile via torinese all'industrial design.

Il settore automobilistico è certamente quello trainante, ma non il solo significativo: il suo corrispondente design, peraltro, per non restare ad un livello velleitario, richiede specializzazioni e peculiarità di competenze, che non possono essere seriamente offerte nei contenuti tempi attuali.

Abbiamo pertanto individuato altri settori che, compatibilmente con i tempi, potessero utilizzare la preparazione di base dei piani di studio e consentissero pertanto di praticare il «progetto di design».

Un settore individuato è relativo all'oggetto a consistente contenuto tecnologico; un altro è relativo alle attrezzature seriali di arredo urbano. Quest'ultimo, seppure piuttosto inflazionato, resta un buon punto di incontro tra il prodotto seriale del designer ed il controllo ambientale dell'architetto. Le esercitazioni, nel primo settore, sono rapportate alla realtà industriale mediante la partecipazione a concorsi da questa banditi (Vefer, I.L.P.O., Paracchi, ...), ovvero mediante apposite convenzioni (Alutekna, Aluminia, ...). Nel secondo settore, intendendo privilegiare quei valori che contribuiscono alla definizione ambientale, vengono proposte, quali campi di interven-

M.S. ESPOSITO, G. NERI: sveglia muta da piede, Corso di D.I., prof. G. De Ferrari, a.a. '87-'88



V. PREGNO, P. SANTI, G. TRABIA: cabina funivia in alveolare di alluminio, Corso di D.I., prof. G. De Ferrari, a.a. '86-'87



to, situazioni reali convenute con le pubbliche amministrazioni (Torino, Aosta, ...), e i progetti mirano, con accanimento, alla congiunzione fra le diverse specificità e la produzione seriale.

Nell'a.a. 1987/88, per variare una tantum i termini del lavoro, abbiamo partecipato ad una manifestazione su tematiche differenti: il «Trofeo Italia's Cup»⁽³⁾. Nella tematica proposta a ventisette scuole di design di tutto il mondo la nostra partecipazione, sponsorizzata da Olivetti, Cassina, Abet Print e Unione Industriale di Torino, conseguì il primo posto fra i progetti singoli e il quarto posto con Segnalazione nella classifica per Scuole, prima fra gli Istituti universitari.

Ma è anche nello svolgimento del progetto che si è ritenuto di privilegiare quegli aspetti che potevano contribuire a precisare l'identità di un Corso di Design nel Politecnico di Torino: una creatività non necessariamente trasgressiva, non necessariamente stupefacente; un'abitudine ad affrontare i temi in modo problematico; una prassi metodologica, che tenga nel debito conto i limiti delle diverse componenti che nel processo industriale intervengono, e che sappia con esse dialogare e mediare. Una creatività da applicare non solo al «che cosa» fare, ma altresì al «come» fare: in tale ottica le elaborazioni progettuali sono sviluppate, almeno in parte, al vero.

Ma numerosi sono i segnali, facili da cogliere, che indicano il prossimo futuro della disciplina design. Segnali che vengono dall'interno delle Facoltà, quali la già citata istituzione della Laurea in Design, la possibilità di istituzione della Laurea breve; segnali esterni quali la normativa CEE, le scuole di design private; segnali che re-

lazionano l'Università con il mondo esterno quali le Scuole di specializzazione.

Occorrerà entrare nella gestione di tali potenzialità, senza doverle, a tempo scaduto, subire. In questo futuro ci auguriamo che le Facoltà di Architettura, e Torino in particolare, sappiano assumere un ruolo protagonista.

⁽¹⁾ La proposta di riforma della Facoltà di Architettura, attualmente allo studio prevede la suddivisione in tre lauree incentrate sulla pianificazione territoriale, l'edificazione, il design.

⁽²⁾ La proposta prevede la suddivisione del Corso in tre indirizzi: Comunicazione Visiva, Disegno del Prodotto, Disegno Ambientale.

In una intervista apparsa su *La Repubblica* del 5.10.91 Manfredo Tafuri così risponde perentorio ad una domanda sull'argomento: «Per correggere la situazione sono stati creati diversi Corsi di Laurea, ma c'è ancora una sottovalutazione dell'industrial design».

⁽³⁾ Architetti Eugenio Bettinelli, Chiara Comuzio, Luciano Salio.

⁽⁴⁾ E.A.S.A. (European Architecture Students Assembly) svolte dall'a.a. 1990/91 esperienze sulla microfusione in acciaio di oggetti di design.

La PROTODESIGN, dopo il seminario dello scorso anno sulla Metamorfosi Ambientale che ha visto il design protagonista, si accinge quest'anno a bandire un concorso sulle tematiche del design ecologico.

⁽⁵⁾ C.O.R.E.P.: Consorzio per la Formazione Università-Industria del Politecnico di Torino.

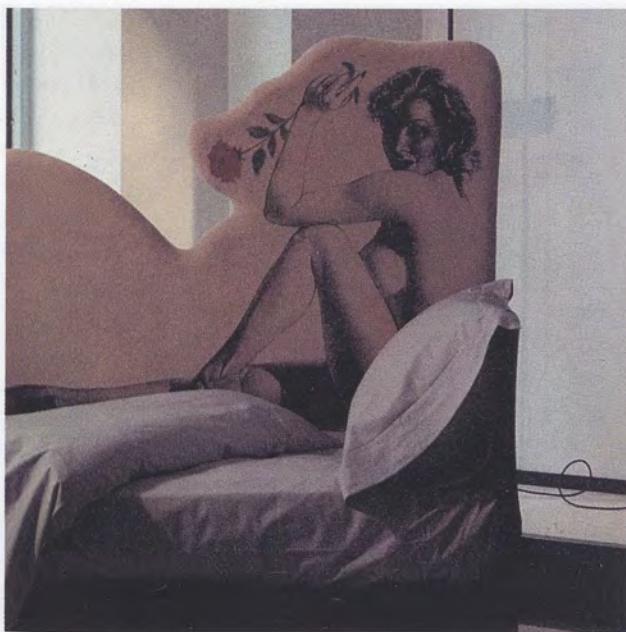
⁽⁶⁾ C.I.S.D.A.: Centro Interdipartimentale di Servizi per la Didattica della Facoltà di Architettura.

⁽⁷⁾ C.I.S.I.P.: Centro Interdipartimentale di Servizi Informatici del Politecnico.

⁽⁸⁾ Enzo Frateili: «Continuità e Trasformazione - Una storia del Disegno Industriale Italiano 1928/1988», Alberto Greco Editore, Milano 1989.

⁽⁹⁾ Il tema del concorso era: «Design per la Coppia».

M. AIMETTI, P.G. ANDREONE, D. MORRONE, F. RO-VEGNO: separatore letto double-face, Corso di D.I., prof. G. De Ferrari, a.a. '87-88



F. NERI, M. TELLAR: sedile auto organico ad effetto stimolante, Corso di D.I., prof. G. De Ferrari, a.a. '90-91



Complementarità degli strumenti progettuali

*Contributo del Laboratorio Modelli - C.I.S.D.A.,
Facoltà di Architettura del Politecnico di Torino*

Nell'architettura e nel design pensare per volumi è un'attività difficilissima. Il modello generalmente è lo strumento finale di verifica, amato od odiato a seconda dell'esito che fornisce; questo perché abitualmente viene utilizzato, soprattutto nell'architettura, a posteriori, mentre dovrebbe essere il costante riferimento dell'evoluzione progettuale.

Nei tempi antichi la rappresentazione tridimensionale era di uso molto più immediato di quanto non avvenga oggi: dopo alcuni schizzi preliminari si passava al modello. Tutte le verifiche, tutte le varianti in corso d'opera venivano riportate su di esso e di conseguenza approfondite sulla carta. La forma del modello veniva quindi aggiornata e così via, sino ad arrivare allo studio dei dettagli. Oggi solo il design si avvale di questo strumento in senso operativo: nessun oggetto potrebbe infatti essere messo in produzione senza essere stato vagliato a fondo non solo attraverso il/i modello/i ma anche attraverso il prototipo; nel campo architettonico siamo invece abituati a confrontarci soltanto con modelli iconici in scala ridotta.

Il gruppo di ricerca che si occupa del Laboratorio (L. Bistagnino, G. Bricarello, M. Lucat, S. Mantovani, operatore tecnico G. Berruto) non vuole certo negare la bontà del modello iconico, ma

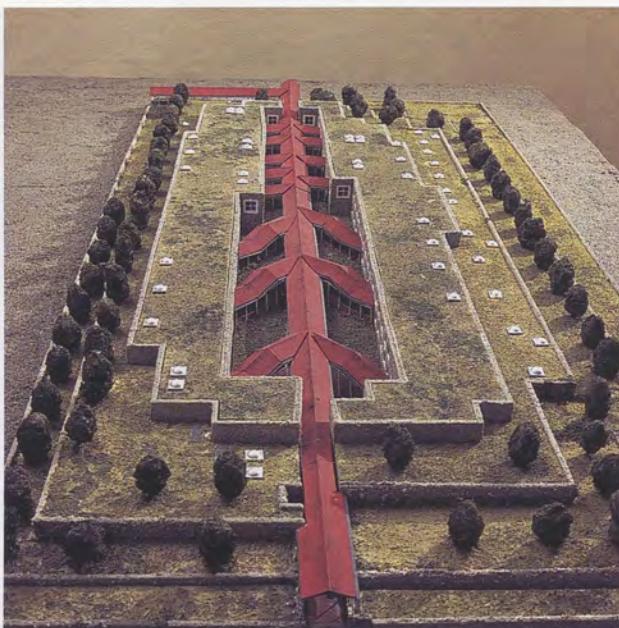
spingere i futuri progettisti a riprendere l'antico uso dello strumento. A tale scopo si è optato per l'utilizzo di materiali poveri, in quanto si pensa che il risultato non debba essere un bell'oggetto ma un oggetto significativo modificabile sino al raggiungimento della forma definitiva, non sostitutivo ma complementare agli altri elaborati progettuali.

Trasmettere questo concetto è forse più difficile che stimolare la manualità altrui, ma nei casi più fortunati si può assistere alla nascita non di uno ma di due modelli, quello iconico e quello poetico, che di fatto è la sintesi dell'idea generatrice, del principio che ha mosso l'iter progettuale: lo strumento di verifica serve anche per mettere in risalto la poetica che sta dietro agli stessi volumi.

Nel corso degli stage effettuati è emersa da parte degli studenti la necessità non tanto di un aiuto tecnico quanto di un approfondimento sensoriale dei materiali e delle loro possibilità espresive. Per questo motivo sono in programma diversi stage in collaborazione con un artista ⁽¹⁾.

⁽¹⁾ Gli stage in programma (M. Gastini, G. Griffa, P. Icaro, L. Mainolfi, M. Merz, G. Paolini, G. Penone, M. Pistoleto, G. Spagnulo, G. Zorio) per l'A.A. 91/92 saranno realizzati in collaborazione con: Assessorato alla Cultura Regione Piemonte/Castello di Rivoli/RAI/Torino Fotografia.

C.I.S.D.A., Modello iconico: Uffici Giudiziari in Alba, a.a. '90-'91



C.I.S.D.A., Modello poetico: Uffici Giudiziari in Alba, a.a. '90-'91





RASSEGNA

L'obiettivo di questa rassegna è documentare un significativo campione di attività presenti sul territorio a vario titolo connesse al disegno industriale, senza pretese di selezione critica.

Attività artigianali ed industriali, commerciali e di servizio, didattiche e di ricerca, estratte da un panorama estremamente ricco e differenziato, spesso sconosciuto o sottovalutato, soltanto in qualche caso assurte agli onori della storia del design.

A tutti va il ringraziamento per il contributo offerto alla realizzazione di questa iniziativa.

E ci pare interessante introdurre questo capitolo con documenti fotografici relativi a storici stampi, messi a disposizione dalla Ditta C. Sartorio, quale testimonianza di una vocazione risalente alla fine dell'Ottocento, che aveva saputo trarre dalle tradizionali attività torinesi, manifatturiera e dolciaria, un prodotto precursore del moderno concetto di design: il cioccolatino stampato in serie.



ABET LAMINATI

ABET LAMINATI S.p.A.
Viale Industria 21 BRA
tel. (0172) 429.1 fax (0172) 423619-431571
telex 210278 PRINT I-210656 ABET I



PININFARINA EXTRA: Cucina OLA, Prod. SNAIDERO, 1990

Il rapporto che esiste tra industria e design non è facile da decifrare. Ne esistono infinite varianti ed è quindi impossibile tentare una sua codificazione. Si va infatti dai rapporti basati su incontri occasionali, alle azioni durature dove i partners trovano sempre nuovi stimoli di interesse reciproco per andare avanti. L'esperienza dell'ABET LAMINATI somiglia senz'altro più alla seconda variante che non alla prima. Forse perché il suo rapporto con il mondo del design è di natura complessa e di certo non riducibile ad un singolo aspetto. Si può infatti dire che esso sia stato funzionale ad almeno tre ambiti di politica aziendale, tutti egualmente importanti: design come lente di ingrandimento sulla realtà, design come intervento sul prodotto, design come veicolo di immagine aziendale.

Lente di ingrandimento sulla realtà perché, nelle società contemporanee fatte di mercati resi opachi dalla frammentazione sociale e culturale, il design può funzionare come una sonda inoltrata nelle tendenze del gusto. D'altronde se è vero che nelle società complesse l'importante è sapere «chi è che sa», ebbene, in fatto di gusto e di tendenze molto spesso il design «sa».

Intervento sul prodotto perché insieme e grazie al design più avanzato, sin dagli anni '60, l'ABET LAMINATI ha progressivamente trasformato l'identità del laminato che, da pura imitazione dei materiali nobili, è diventato esso stesso un materiale dalla forte personalità.

Infine veicolo di immagine aziendale. Il design ha infatti rappresentato il valore aggiunto del prodotto ABET soprattutto come immagine forte, assolutamente inconfondibile nel panorama del-

la concorrenza.

Questi semplici ingredienti hanno contribuito non poco alla crescita dell'ABET LAMINATI che in trent'anni si è affermata tra le primissime aziende del settore sui mercati internazionali. E questo anche grazie al suo rapporto sempre intenso con il design avanzato, quello capace di rischiare e di sperimentare perché mai appagato da statuti consolidati.

Così si spiega il rapporto con Giò Ponti, entusiasta già negli anni '60 del laminato, da lui intuito come il primo materiale progettato dall'uomo e non preso in prestito dalla natura; ma anche il sostegno offerto ad Alchimia prima e a Memphis poi, correnti per le quali furono messi a disposizione gli impianti dell'azienda per sperimentare nuovi decori. Fino ad arrivare ai riconoscimenti ufficiali: il Compasso d'Oro nel 1987 per il Diafos (primo laminato trasparente a decorazione tridimensionale) ed il Premio Europeo di Design attribuito dalla CEE all'ABET nel 1990.

È chiaro comunque che un rapporto del genere è possibile solo se da qualche parte dell'azienda esiste un atteggiamento molto aperto e assai lontano da visioni piramidali. Troppo spesso infatti tra manager e imprenditori aleggia ancor oggi quello che potremmo definire il fantasma di Ivan il Terribile, lo Zar che fece accecare Barma e Postnik, gli architetti a cui aveva affidato la costruzione della Chiesa di San Basilio, forse perché intravedeva in essi qualcosa in grado di sfuggire al suo potere.

Ecco, se un'azienda riesce ad evitare simili logiche, a non temere di dover concedere troppo ad un mondo ad essa estraneo, allora il rapporto di-



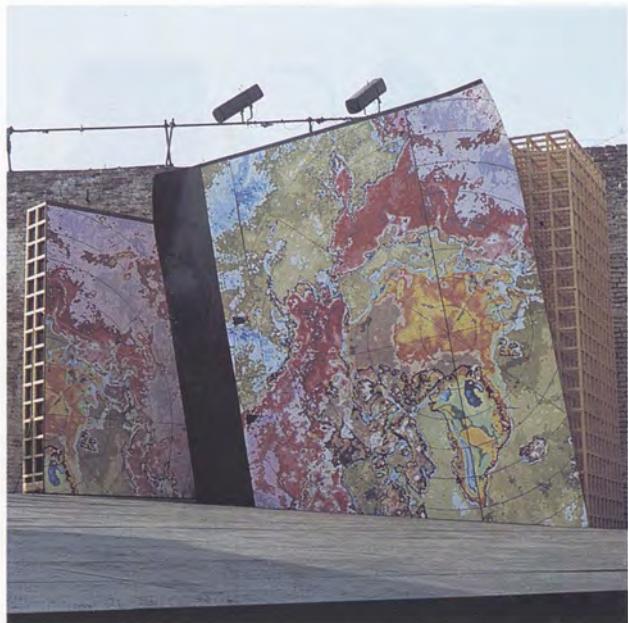
SOTTSASS ASSOCIATI: Mostra itinerante DIAFOS MATERIAL LIGHT, 1988

venta fecondo: azienda e design giocano liberamente, consapevoli e rispettosi dei ruoli reciproci che sanno essere diversi ma complementari. Ci siamo già inoltrati negli anni '90 e l'ABET LAMINATI che progetta «superfici artificiali» si ritrova pienamente coinvolta nelle riflessioni che sociologi e designers, imprenditori e managers sviluppano attorno alle tendenze che si profilano.

Ezio Manzini, dall'osservatorio di Domus Academy, nel suo ultimo saggio «Artefatti» ha ricordato che:

«Se il significato dell'oggetto arcaico e dell'og-

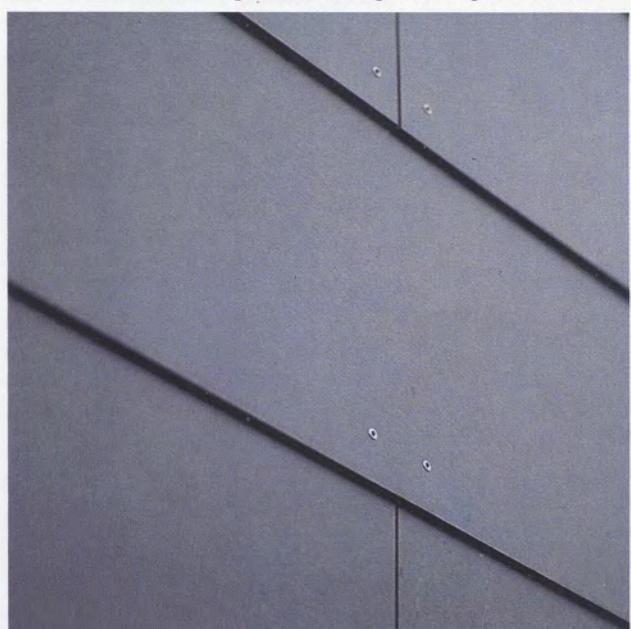
M. DE LUCCHI: tavolo BURGUNDY, 1985

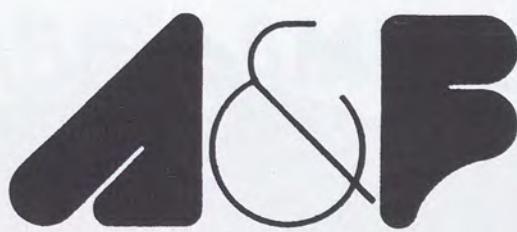


G. AULENTI: Scenografia, RAVENNA, NONA ESTATE MUSICALE, 1985

getto della recente tradizione industriale doveva essere colto estraendolo da una profondità, quello dell'oggetto contemporaneo tende ad essere tutto contenuto nel suo strato superficiale». Ed ancora: «L'artificiale è dunque profondamente umano, nel bene e nel male, come l'amore e l'odio, come la tenerezza e l'aggressività. Per l'uomo produrre l'artificiale è un'attività assolutamente naturale». Concetti che ci offrono spunti interessanti per rivitalizzare il dibattito attorno al legame, sin qui tracciato, che unisce industria e design.

PRINT HPL MEG: pannelli autoportanti per l'edilizia





ART & FORM
Corso Sicilia 17 10133 TORINO
tel. (011) 677096 6961787 fax (011) 6961787



P. PELLION: Poltroncina RI-PIEGO

L'azienda è stata fondata alla fine degli anni '60, dalle energie tecniche ed operative che il trasferimento a Tolentino della «Poltrona Frau» aveva lasciato libere in Torino.

Di questa tradizione produttiva permangono oggi vitali ed entusiaste, come allora, competenza, professionalità e passione per il prodotto sicuro ed affidabile.

Il catalogo contempla tutta una gamma di imbottiti «storici» compreso l'intramontabile CHESTER, a tutt'oggi realizzato con molle e crine come si conviene all'originale. Ma il fatto caratterizzante di questa azienda è una particolare attenzione al re-design e all'interpretazione di tipologie derivate dal design «anonimo», di origine militare o borghese, rieditato, in collaborazione

Armadio baule, DERNIER CRI



G. RAIMONDI: Appendiabiti KALI'





P. DE LONGHI: Lettino pieghevole BAULETTO



D. BENVENUTO: Parasole HAIKU

con giovani designers al di fuori della «tendenza», con atteggiamenti da cultore della materia.

La serie di pieghevoli Bauletto, Ri-piego, Ri-poso, Ri-storo, Pinocchio, Cric-Crac, Dernier-Cri, sono l'aggiornamento tecnologico di un repertorio tratto dai cataloghi di forniture militari da campo.

Con gli stessi criteri compositivi, ma per rispondere alle specifiche esigenze di una compa-

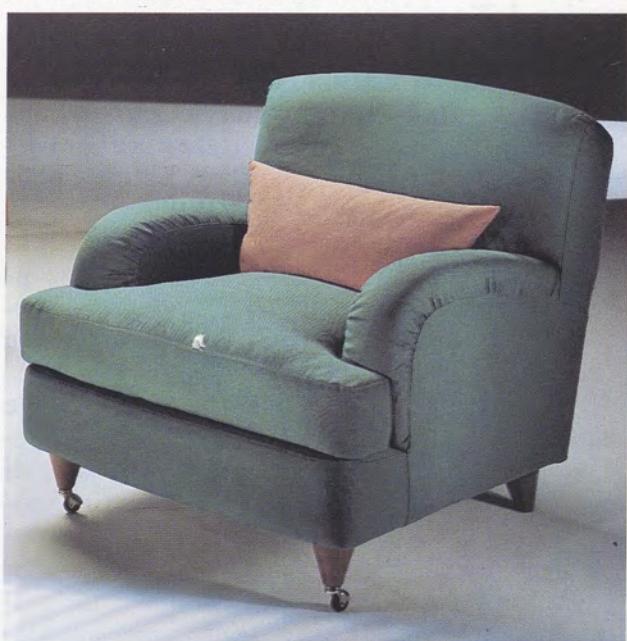
gnia turistica internazionale, è nato l'intrigante parasole HAIKU, di largo successo critico.

E su questi presupposti di produzione, Art & Form ha recentemente editato la dormeuse Cantaride ed il sistema di comode sedute, divano e poltrona, ILHA, chiaramente attinti dagli archetipi tipologici borghesi che tuttora sopravvivono nella cultura dell'abitare torinese.

G.F. COLTELLA: Dormeuse CANTARIDE



G.F. COLTELLA: Poltrona ILHA





atm

A.T.M. TRASPORTI TORINESI
Corso Turati 19/6 10129 TORINO
tel. (011) 5764.1, telex 224345 TT ATM I



STUDIO DE FERRARI JACOMUSSI GERMAK LAURINI ARCHITETTI: Palina di fermata mezzi pubblici, prototipo, 1991

I Trasporti pubblici urbani contribuiscono alla definizione dell'immagine cittadina a diversi livelli, in cui efficienza ed innovazione si pongono come obiettivi di azioni volte a realizzare un vero servizio di «qualità», non solo nei confronti degli utenti, ma anche della città stessa intesa, come bene ambientale.

L'ATM Trasporti Torinesi, in funzione di queste aspettative, ha promosso una vasta e complessa operazione **QUALITÀ**, che vede affiancarsi ai programmi di ottimizzazione del servizio (quali innovazione, integrazione ed efficienza di sistemi, reti e mezzi di trasporto), il rinnovo delle proprie attrezzature a terra, significative della propria presenza fissa sul territorio ed a livello di immagine dell'ambiente.

Tra le prime realizzazioni del programma si segnala il nuovo sistema di fermate, progettato dallo Studio De Ferrari Jacomussi Germak Laurini Architetti, composto da attrezzature per l'attesa e la comunicazione: pensiline, sedute e pali- ne di segnalazione.

Un sistema che si distingue soprattutto per la capacità di integrarsi con il contesto, realizzando sul territorio una presenza coordinata e discreta, ma non per questo meno riconoscibile come elemento di immagine dell'Azienda.

Le «nuove pensiline», ad esempio, concordate con la Sovrintendenza e l'Assessorato all'Arredo Urbano, sono il frutto di un'elaborazione di un prodotto seriale (prod. ALUMIX S.p.A.), progettato per la contestualizzazione in diversi ambiti urbani.

Particolare attenzione è stata posta alle collocazioni nel centro storico: l'elemento carattere-

rizzante il sistema, la copertura, diversificabile nella forma, dimensioni e colori, costituisce una semplice ma altrettanto evoluta risposta alle esigenze funzionali e di rispetto della qualità ambientale espresse dall'Azienda.

Dalla lettura dei caratteri ambientali è quindi derivato un abaco tipologico di coperture, ispirato ad alcuni archetipi formali che caratterizzano l'architettura del centro torinese. Portici, abbaini, partiti architettonici e profili di edifici emergenti sono altrettanti riferimenti per un disegno che, senza esibizionismi espressivi, tenta il dialogo con l'intorno.

Nella stessa ottica si è sviluppato il progetto per la nuova «palina di fermata» (prod. Gruppo Bodino S.p.A.), che consentirà di sostituire i circa 2000 pezzi esistenti, ormai obsoleti sotto il profilo tecnologico, prestazionale e gestionale.

Un'approfondita ricerca sull'immagine del prodotto ha consentito di coniugare a livello di design dell'oggetto, esigenze ed aspettative diverse: ne è derivato un componente fortemente caratterizzato sotto il profilo dell'immagine «aziendale», informato alle nuove tecnologie di trasmissione dati ed evidenziazione dei messaggi, ed a livello espressivo, coerente e partecipe di segni architettonici che la città già possiede ed in alcuni si riconosce. Inoltre, la sperimentazione di tecnologie e materiali innovativi (l'alluminio estruso, ad esempio) ha dato modo di conseguire importanti risultati espressivi ed un elevato grado di affidabilità dei prodotti.

L'operazione **QUALITÀ** proseguirà poi, nell'attuazione del programma «a terra», con altri progetti attualmente in elaborazione od in appal-



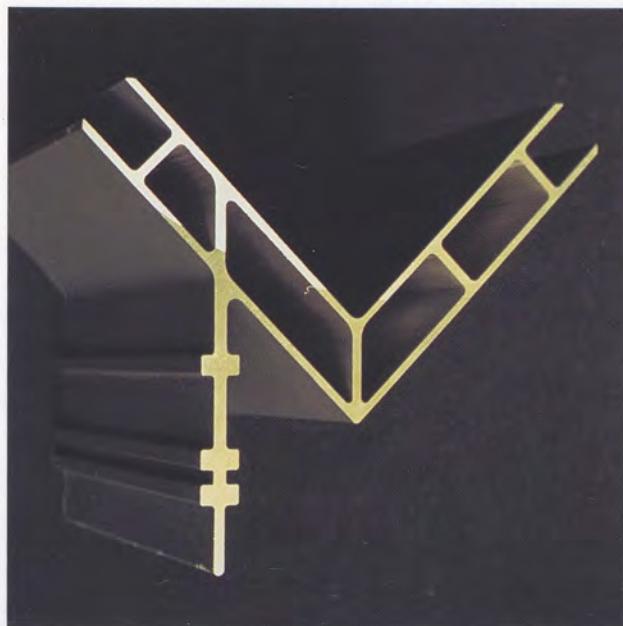
ATM-TRASPORTI TORINESI: Chiosco di riscossione per parcheggi pubblici, 1989



STUDIO DE FERRARI JACOMUSSI GERMAK LAURINI ARCHITETTI: Sistema di fermate mezzi pubblici per la Città di Torino, prod. ALUCASA, 1989-91

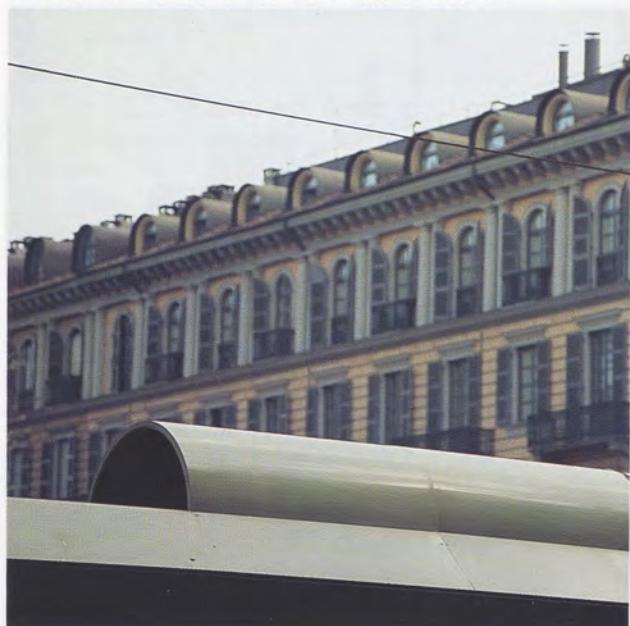
to, relativi a nuove emittitrici, chioschi informativi e specifiche sedute per le pensiline. La presenza ATM al processo di qualificazione della città è quindi sicuramente di notevole importanza, soprattutto per l'inversione di tendenza che ha provocato in tema di attrezzature di arredo urbano, confidando in nuovi ad evoluti atteggiamenti di «design».

STUDIO DE FERRARI JACOMUSSI GERMAK LAURINI ARCHITETTI: Sistema di fermate mezzi pubblici per la Città di Torino, prod. ALUCASA, 1989-91



Questo ha così consentito di recuperare la completa autonomia di progetto delle proprie attrezzature «urbane», nei confronti della più facile ma «incolta» prassi che vede ancora oggi affidare alle concessionarie di spazi per la pubblicità fissa, unitamente alla progettazione e gestione delle attrezzature, anche buona parte della propria immagine sul territorio.

STUDIO DE FERRARI JACOMUSSI GERMAK LAURINI ARCHITETTI: Sistema di fermate mezzi pubblici per la Città di Torino, prod. ALUCASA, 1989-91





G STUDIO s.n.c.
Via Valdellatorre 44 10040 CASELLETTE (Torino)
tel. (011) 9688936 fax (011) 9688383



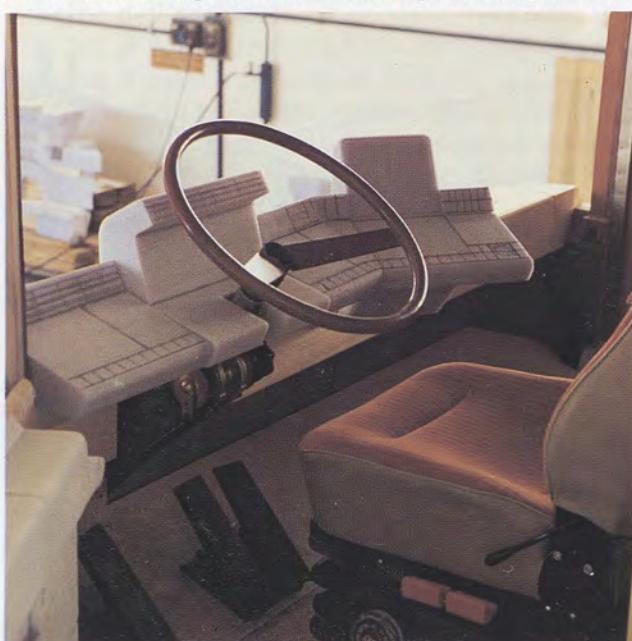
Modello di studio, scala 1:10

È una vera sorpresa scoprire, dietro al riserbo tipicamente piemontese, una serie di attività inesplorate e a volte «secrete» che fanno da supporto al design delle firme più famose. Solo apparentemente, nel teatro del design automobilistico torinese, operano pochi protagonisti riconosciuti: dietro le quinte infatti, lavorano con estrema professionalità attori sconosciuti al grande pubblico. Tra questi G STUDIO, nato nel 1980 e specializzato nella realizzazione di modelli e prototipi, costituisce un esempio significativo delle

attività che circa 150 aziende torinesi svolgono, tra tradizione e innovazione, partecipando alla realizzazione del design automobilistico. Modelli di interni ed esterni, veri gioielli dell'artigianato in polistirolo, legno, gesso, resina o lamiera; ed ancora prototipi, preserie, stampi, o più semplicemente prove e riprove su idee di auto, intere e complete, come su singoli, infiniti particolari che l'auto compongono.

I due titolari, Gallizio e Maffiodo, entrambi provenienti dalla scuola di bottega di Bertone, si

Fase di studio di plancia comandi, in polistirolo, scala 1:1



Modello definitivo di plancia comandi, scala 1:1





Modello in fase di costruzione, scala 1:1



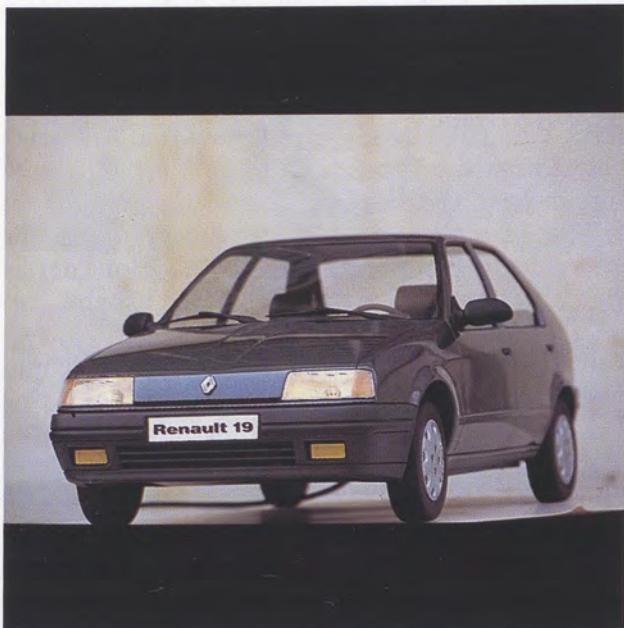
Modello finito, scala 1:1

collocano a metà strada tra i centri stile e la casa automobilistica cliente, per continuare una tradizione nata negli anni ruggenti ed avventurosi dello «stile», giunta al 2000 con la stessa passione, gli stessi aneddoti, la stessa leggenda, appena appena segnata dalla sostituzione del «magnin» con l'automazione, del gesso con le resine sofisticate, della mano e dell'occhio con l'elettronica.

Per i titolari di G Studio, come per tutti gli operatori del settore, la coscienza di essere tra gli

eredi di questa tradizione oscura ma protagonista quanto le grandi firme, ha consentito l'apertura ad un mercato non solo nazionale: le numerose collaborazioni con le maggiori case straniere testimoniano una straordinaria competenza professionale e tecnologica, che merita e necessita, per la propria sopravvivenza, maggiori attenzioni ed anche una moderna didattica del «modello», indispensabile all'evoluzione dell'Industrial Design e della produzione industriale stessa.

Modello in scala 1:5, per pubblicità televisiva Renault



Particolare del modello in scala 1:5, utilizzato per pubblicità televisiva Renault





by

LEITNER

GIARDINO DESIGN

CORSO CASALE 410/15 10132 TORINO
tel. (011) 8990377 fax (011) 8990377

LEITNER SpA

VIA BRENNERO 34 39049 VIPITENO (BZ)
tel. (0472) 765777 fax (0472) 764884



Telecabina 6 posti, Prod. LEITNER, 1984

Anticipare il futuro è uno dei principali imperativi per il designer che si pone come partner dell'industria nelle fasi di ricerca e di definizione del prodotto, sperimentando nuove tecnologie e materiali. In funzione di ciò, sviluppare nuove filosofie e sistemi produttivi, con l'accortezza di mantenere l'uomo al centro del processo, quasi sempre rimettendo più volte in discussione il progetto: questa è stata la filosofia progettuale adottata da Bruno Giardino che, cresciuto per quasi dieci anni alla rigorosa scuola dei carrozzieri torinesi (Pininfarina, Ghia, Giugiaro), a Torino, nel 1974, ha fondato un proprio studio e collabora con industrie nei settori più svariati, dall'automobile all'elettrodomestico, dallo strumento da laboratorio al sistema di trasporto a fune. Il suo metodo di lavoro è quello della progettazione globale, nel quale gli aspetti ergonomico, funzionale, tecnologico, costruttivo, economico, culturale ed espressivo, si confrontano continuamente in modo creativo nelle varie fasi del progetto dando forma al prodotto. Lo studio «Giardino Design» collabora con la ditta Leitner dal 1978. Alcuni progetti hanno ricevuto riconoscimenti per il loro design: la telecabina a 12 posti è esposta nella collezione permanente del Museo d'Arte Moderna di Monaco di Baviera; la telecabina a 6 posti, il battipista LH400 e la seggiovia coperta sono stati selezionati al premio Compasso d'Oro.

Una delle ultime collaborazioni tra la ditta Leitner e lo studio è stata la telecabina per l'esposizione mondiale di Siviglia del 1992. Questa

cabina trae origine dai modelli normalmente usati negli impianti invernali; è stata riprogettata in funzione delle gravosissime condizioni d'uso: si prevede infatti, nei sei mesi di durata della mostra, un'affluenza di circa dieci milioni di passeggeri trasportati sul percorso di 1850 metri con un orario di 18 ore giornaliere. I 45° all'ombra previsti, rilevati dalle statistiche metereologiche, hanno imposto agli organizzatori della mostra una climatizzazione degli oltre cento padiglioni espositivi e persino delle aree all'aperto. Per le cabine, dopo numerose sperimentazioni, si è adottato un sistema di condizionamento ad evaporazione d'acqua alimentato da due pannelli solari che occupano quasi tutta la superficie del «sombrero»: così è stata subito chiamata la caratteristica copertura protettiva che ha anche la funzione di creare un «effetto Venturi» per favorire il ricambio dell'aria. Questo sistema abbassa di 7-8 gradi la temperatura interna. Date le spiccate caratteristiche di trasporto di massa, questo impianto rappresenta un'evoluzione importante verso l'adozione del sistema di trasporto a fune delle aree urbane.

La ditta Leitner S.p.A. di Vipiteno (BZ) è stata fondata nel 1888 per la produzione di macchine agricole nell'ambito dell'economia locale. Il primo impianto di trasporto a fune fu costruito nel 1910, ma il grande sviluppo di questo settore si ebbe a partire dal 1947 quando venne intrapresa la costruzione di sciovie e seggiovie. La grande specializzazione della Leitner, però, resta la funivia monofune con oltre 2500 impianti costruiti a tutt'oggi.



Telecabina 12 posti, Prod. LEITNER, 1986



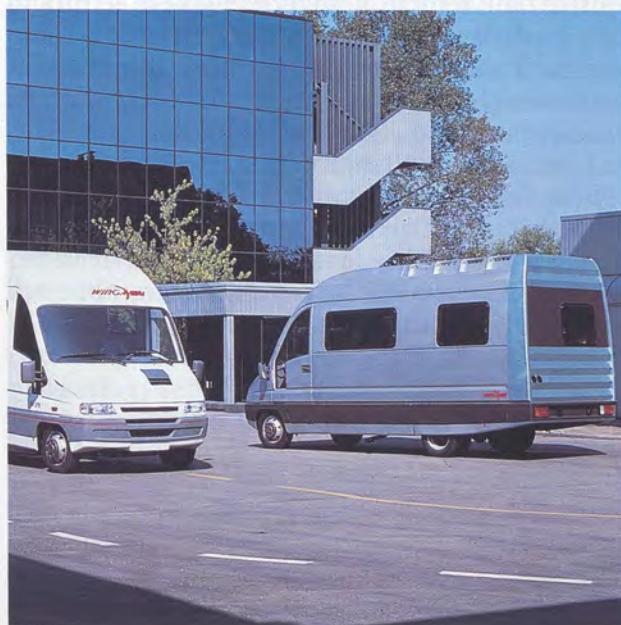
Telecabina per l'Expo Siviglia '92, prod. Leitner, 1991

La Leitner persegue una politica di differenziazione, produce veicoli cingolati da neve per la manutenzione delle stazioni invernali e cannoni generatori di neve artificiale. Il 1973 segna l'inizio per la Ditta della produzione di grandi im-

pianti di depurazione delle acque, installati tra l'altro, nelle città di Torino e di Porto Marghera.

Con i suoi stabilimenti di 28000 metri quadri e i suoi oltre 400 dipendenti la Leitner occupa un posto di primissimo piano nell'industria italiana.

Camper CX 570 e 620, prod. TURRI E BOARI, 1989



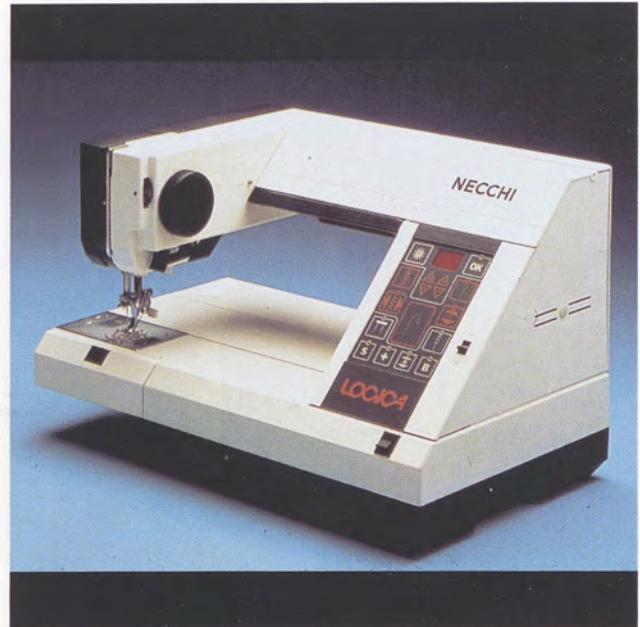
Studio per teletrasporto urbano, 1990





Giugiaro Design

GIUGIARO DESIGN
Via Duino 128 10127 TORINO
tel. (011) 6192225/452 telex 220642



Macchina da cucire LOGICA, Prod. NECCHI, 1982

Nel mondo del design industriale italiano Giugiaro rappresenta un caso decisamente atipico. Nato e cresciuto nell'atmosfera degli «stilisti» e dei «carrozzieri» Giugiaro si assume giovanissimo, con la fondazione dell'Italdesign (insieme con il suo partner tecnologo Aldo Mantovani) un ruolo nuovo e complesso: fornire al committente una gamma di prestazioni e di servizi che superano la «creatività» e si spingono alla prototipistica, alla progettazione tecnologica, alla metodistica, all'analisi valore, all'impiantistica. Per realizzare questo ambizioso obiettivo il designer deve farsi manager del design; l'atelier si riempie di collaboratori, di progettisti, di artigiani del legno, del gesso, della lamiera. Il numero di addetti raggiunge le centinaia di unità (oggi più di 400).

L'approccio al design è dunque «funzionale»: l'oggetto da individuare, sia esso un'automobile, un apparecchio fotografico, un orologio, deve anzitutto assecondare le esigenze di utilizzo, di manovrabilità, di praticità e rispettare le richieste tecnologiche della produzione quanto a materiali, metodi di stampaggio e di assemblaggio, pesi, costi e così via.

I figurini dei prodotti nascono già in scala precisa, nelle viste ortogonali, i particolari sono soppesati, le norme, gli standard sono considerati. Disegnare a mano libera diventa un lusso della prima ora. Si ha la sensazione di divagare, di perdersi. Tutto va ricondotto alle quote, ad una problematica più concreta (una specie di calvinismo del design). Giugiaro concede pochissimo all'emotivo, al gratuito: punta diritto allo scopo, al servizio, in contrasto con quelle correnti di pensiero, che pure ammirava, capaci di caricare la risposta creativa di valori e reminiscenze culturali

e ideologiche lontane dalla sua indole pragmatica. Anche le motivazioni di marketing sono da lui accettate come fatto intuitivo «Voglio essere il primo acquirente dei prodotti che disegno» vuole dire.

Il marketing deve saper giocare il ruolo di promotore prima e di interprete poi del design, ma mai deve pretendere di scavalcarlo, di fagocitarlo. Empirico, discorsivo, coinvolgente è anche il dialogo di Giugiaro con il committente: sorprende la sua disponibilità a verificare le strade più disparate per capire a fondo il problema prima di canalizzarlo, prima di buttarsi a capofitto nella soluzione concordemente prescelta. Questo particolare approccio, «sophisticato» perché tecnistico e «ingenuo» perché sgrossato da turbamenti esistenziali, è forse la miglior chiave di lettura di una produzione che si è affinata via via fino a conquistarsi una eccezionale attenzione in campo internazionale. Basti pensare ai modelli di auto da lui disegnati quali l'Alfasud, la Volkswagen Golf, le Lancia Delta, Prisma e Thema, le Fiat Panda, Uno e Croma, le Renault 21 e 19, la Saab 9000, le Seat Ibiza e Toledo, l'Isuzu Piazza, la serie di modelli Hyundai, e le ultime giapponesi: la Subaru SVX Alcyone e la Toyota Aristo, oltre agli esercizi di ricerca avanzata quali i prototipi NY Taxi, Medusa, Capsula, Incas, Aztec, Kensington, Nazca M12 e C2, ecc.

La strategia e gli obiettivi della Giugiaro Design

Giugiaro suole spesso affermare che il lavoro di industrial design fu avviato in Italdesign dal 1970 per «riempire i buchi», i tempi morti nella gestione dei programmi di car design. In effetti



Bottiglia CHINAMARTINI, prod. MARTINI & ROSSI, 1989

le prime commesse giunte da industriali suoi amici e conoscenti furono da lui accettate con questo spirito: l'attività del Design Center era in quei tempi ad andamento ciclico, con qualche pausa che si prestava ad essere coperta da ricerche volte anche nelle direzioni più disparate. La curiosità, la vena progettuativa di Giugiaro e dei suoi collaboratori favorirono l'ingresso dell'Italdesign in altri settori e portarono ad una seria attenzione per tecnologie e metodologie produttive e commerciali diverse da quelle del mondo delle quattro ruote. Sorse presto l'esigenza di dare una struttura e una strategia precise al lavoro dell'industrial design. Fin dal 1974, con l'arrivo di richieste molto circostanziate da parte di grandi Case (l'Agusta Costruzioni Aeronautiche, la Sony, la Philips, la Nikon, la Seiko, ecc.) Giugiaro decise di costruire all'interno del Design Center dell'Italdesign una Divisione di Industrial Design che, sotto la sua direzione, potesse operare con programmazione e mezzi autonomi, in grado di confermare anche in questo dominio l'immagine di professionalità che l'Italdesign si stava conquistando nel car design. Un grande vantaggio si offriva a Giugiaro: quello di trasferire nella nuova attività la stessa metodologia di lavoro adottata per il car design, la stessa mentalità industriale portata a rispettare le esigenze produttive, i costi, le richieste del marketing, senza caricare la forma di simbologie superficiali o gratuite.

L'obiettivo che Giugiaro si andava imponendo per l'auto (un design funzionale al servizio dell'utente, il massimo spazio utile per guidatore e passeggeri entro dimensioni contenute) trovava via via conferme anche nei prodotti industriali di medio e grande consumo. La sua immagine di desi-



Valigia SPECTRUM, Prod. SAMSONITE, 1991

gnere completo, versatile nei settori creativi più diversi, portò ad un aumento sensibile delle richieste di collaborazione provenienti dall'Italia e dall'estero.

È del 1981 la decisione di Giugiaro di scorporare l'Industrial Design Division dall'Italdesign per farne una Società indipendente, sempre sotto il suo diretto controllo, la Giugiaro Design Srl, con una sede autonoma e una organizzazione specializzata nel gestire ricerche non solo di industrial design (compresi mezzi di trasporto quali camper, motor home, navi, aerei, yacht e imbarcazioni in genere, motocicli, biciclette, ecc.), ma di grafica, corporate image, editoria, packaging e, in ultimo, di interior design per grandi complessi e di architettura per la città (environment, arredo urbano, ecc.).

Col passare del tempo grazie alla notorietà di Giugiaro giungono alla sua Società richieste molto disparate: oltre a occuparsi di orologi, macchine fotografiche, elettrodomestici, video, Hi-Fi, strumenti musicali, utensili, elaboratori, telefonia, articoli sportivi, lo studio torinese viene coinvolto in progetti di apparecchiature a ultrasuoni per diagnostica, in macchine per sviluppo e stampa di negativi per radiologia ospedaliera, in riuniti per gabinetti dentistici dalle problematiche molto precise e complesse. La Giugiaro Design è stata di recente incaricata di definire il packaging di generi di largo consumo: bottiglie in PVC per bevande, contenitori ed etichette per liquori di prestigio (Menta Sacco, Chinamartini), linee di cosmetici. È di questi giorni il lancio in Europa da parte di Samsonite di una linea di valige in ABS denominata «Spectrum», che si annuncia con notevoli innovazioni tecniche e prestazionali.



GRUPPO BODINO S.p.A.
Via Pacini 47 10154 TORINO
tel. (011) 230852 fax (011) 2481670



Particolare di supporto per facciata sospesa in vetro

Il Gruppo Bodino S.p.A. si presenta oggi come un'azienda specializzata nella realizzazione di arredamenti ed allestimenti per uffici, banche, enti pubblici, negozi e strutture di distribuzione; nella progettazione e realizzazione di esposizioni, mostre, iniziative culturali e promozionali.

La filosofia del Gruppo Bodino è offrire un servizio completo, dalla progettazione alla costruzione ed installazione di ogni singola parte.

Razionalizzare la costruzione significa infatti saper sfruttare al massimo il proprio know-how

nella produzione in serie come in quella su disegno conciliandole con tempi, metodi ed aspetti operativi differenziati, non esclusi gli approntamenti di prototipi e la gestione di operazioni «chiavi in mano».

Per garantire questo coordinamento l'azienda si avvale di un ragguardevole staff di «engineering e progettazione» che cura lo svolgimento di tutti i progetti e segue le fasi di impostazione, costruzione e montaggio.

Ma per molti architetti torinesi e non, questa

Lavorazione di pezzi speciali



Processo di ossidazione di particolare in rame





R. PIANO: insegna su tensostruttura per la mostra «CALDER», Torino



R. PIANO: allestimento mostra «CALDER», Torino

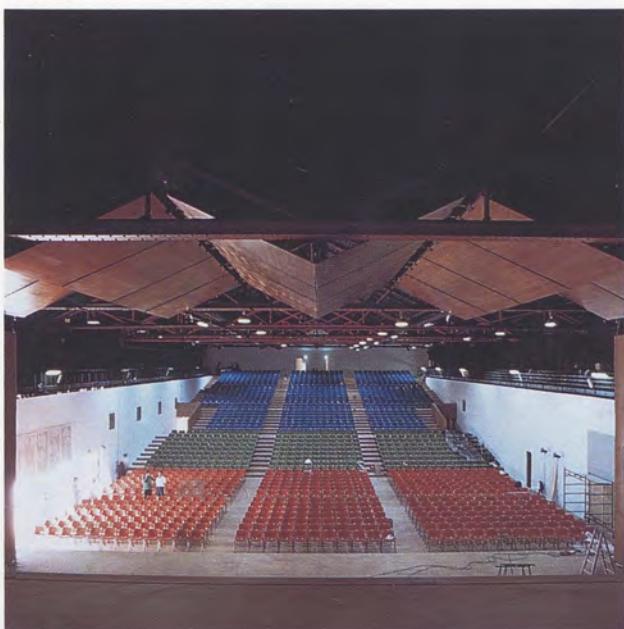
azienda è tradizionalmente sinonimo di «pezzo speciale».

È qui che sono stati prodotti molti di quegli oggetti che costituiscono oggi il patrimonio di un certo design torinese, dai componenti di arredo ai particolari dell'edilizia, in gran parte fatto di «pezzi unici». Una possibilità offerta da una tradizione aziendale aggiornata ai moderni sistemi di lavorazione dei materiali, dai legni ai materiali, alle materie plastiche e soprattutto da quel pia-

cere di fare e disfare, di suggerire e sperimentare che il Signor Bodino dal 1932 ad oggi ha comunicato come stile ai suoi attuali 70 collaboratori.

Così come è sicuramente stimolante per i progettisti frequentatori di questi grandi capannoni vedere dal vero i «pezzi» di Renzo Piano, di Gabetti e Isola, di noti e meno noti cultori del progetto, tutti febbrilmente studiati, impostati, rifiniti, a volte persino «corretti» con una passione realizzativa indipendente dal valore del singolo pezzo.

Allestimento sala per il concerto di C. Abbado, Lingotto, Torino



R. PIANO: allestimento mostra «ARTE RUSSA E SOVIE-TICA», Lingotto, Torino

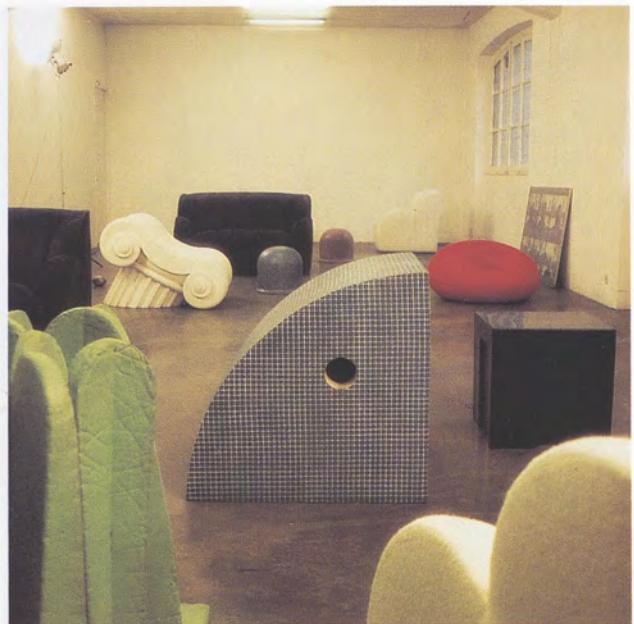


Gufram

industria arredamento

GUFRAM s.n.c.

Via Fraschetti 27 10070 BALANGERO (Torino)
tel. (0123) 346910-346567 fax (0123) 346718



MULTIPLI: in primo piano, di Ceretti, Derossi, Rosso, seduta TORNERAJ, 1970

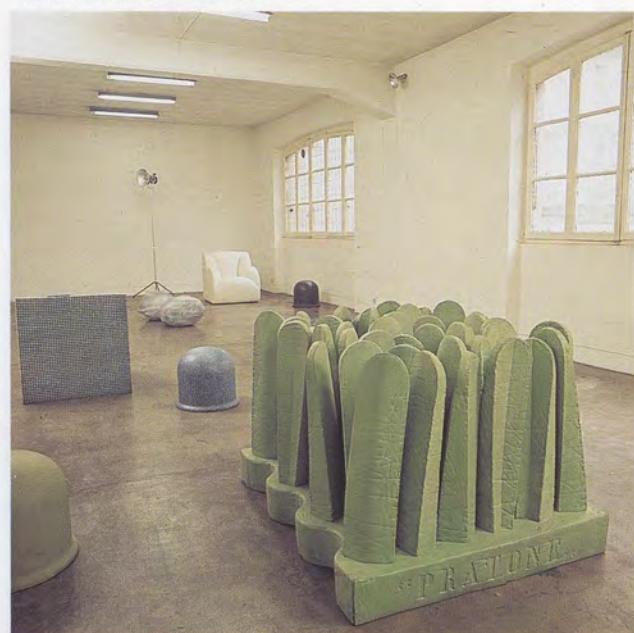
Fin dalle sue origini, alla metà degli anni Sessanta, la Gufram si è caratterizzata per un'originale ricerca formale unita ai più alti livelli produttivi. Nata in un periodo di grande fermento creativo, l'azienda ha saputo crescere in una storia fatta di forme, colori, idee sempre originali grazie alla precisa scelta di collaborare con designers, architetti e artisti tra i più geniali e creativi. Nell'epoca della «fantasia al potere» GUFRAM ha stupito con i suoi «multipli d'artista»

MULTIPLI: in primo piano, di Ceretti, Derossi, Rosso, poltrona FANTICO, 1973 e di Mello e Drocco, CACTUS, 1970



in poliuretano: opere come «Pratone», di Ceretti, Derossi, Rosso, «Cactus» di Drocco e Mello, la celeberrima «Bocca» di Studio 65, nonché i famosi «Sassi» di Piero Gilardi, testimoniano un impegno e un'attenzione costante all'evoluzione del design e dell'estetica sociale. Ma l'evoluzione dell'azienda non si caratterizza solo nella ricerca dell'originalità formale: gli sviluppi di sinergie con gli artisti sono scanditi dalla qualità assoluta delle strutture e dei materiali di rivesti-

MULTIPLI: in primo piano, di Ceretti, Derossi, Rosso, seduta PRATONE, 1970





J. DE BARROS: Poltrona EXEL, 1989



J. DE BARROS: Poltrona ARIS, 1989

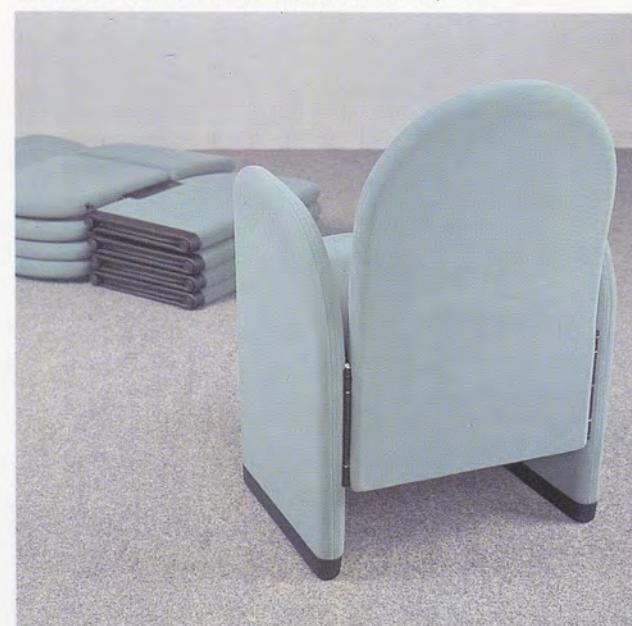
mento, dall'adeguamento alle norme più severe in fatto di sicurezza.

L'azienda è stata una delle prime ad ottenere le omologazioni sulla prevenzione incendi: vedi l'adeguamento in Classe 1 1M del Teatro Regio nel 1986. Anno dopo anno, Gufram ha saputo potenziare e diversificare la sua produzione, ai multipli d'artista si sono affiancate le produzioni di sedute per l'arredamento d'interni, teatri, cinema, discoteche.

J. DE BARROS: Poltroncina MAGIA, 1991



J. DE BARROS: Poltroncina MAGIA, 1991





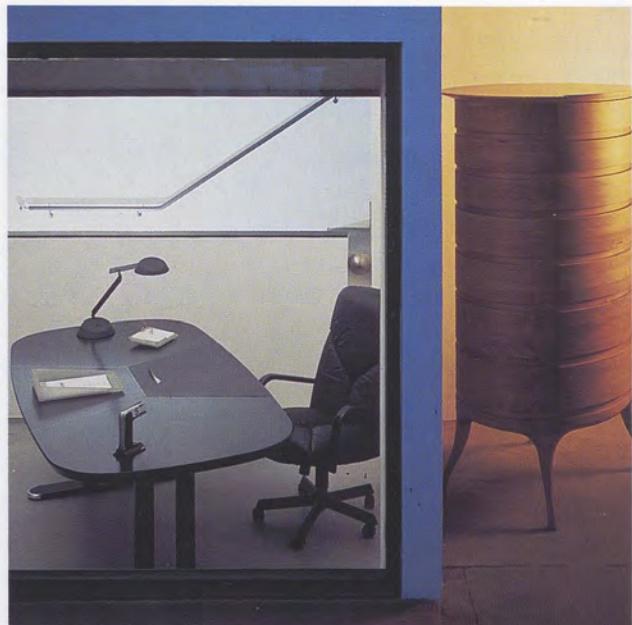
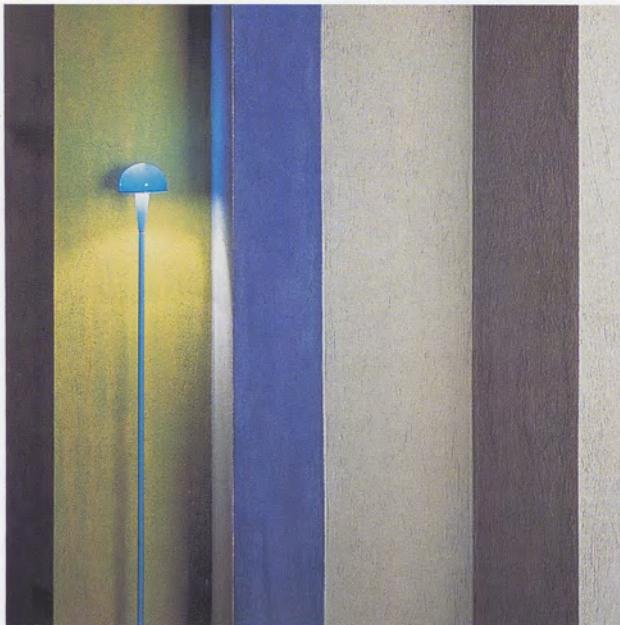
GURLINO
Via Carlo Alberto 38D 10123 TORINO
tel. (011) 517442 fax 533959



La prassi consueta prevede che un nuovo prodotto del settore arredamento venga presentato nei molti saloni che ogni anno si svolgono in tutte le nazioni europee, parallelamente a uscite sulle principali riviste ed a varie pubblicizzazioni tese a provocare un consenso indiretto sul pubblico. Ma per «pezzi» particolari, alcune aziende hanno optato recentemente per il «vernissage» in noti show rooms di arredamento, al di fuori dei consueti canali preventivi di informazione o di particolari apparati di suggestione, ricercando nella rete commerciale «selezionata» un tramite più diretto di confronto con il pubblico. In Tori-

no uno degli spazi utilizzati per questo scopo è lo show room Gurlino nella centralissima Via Carlo Alberto, quasi 2000 mq. di prodotti selezionati. Questo tipo di operazione presuppone una disponibilità a superare il consueto meccanismo commerciale ed accettare il diverso utilizzo dello show room trasformato da punto vendita in spazio di frequentazione del design a scopo anche solo conoscitivo e di informazione.

In questa ottica Gurlino si è proposto un ulteriore obiettivo: allargare il quadro delle presentazioni al di là delle principali marche italiane, impegnandosi nella ricerca delle migliori espresso-

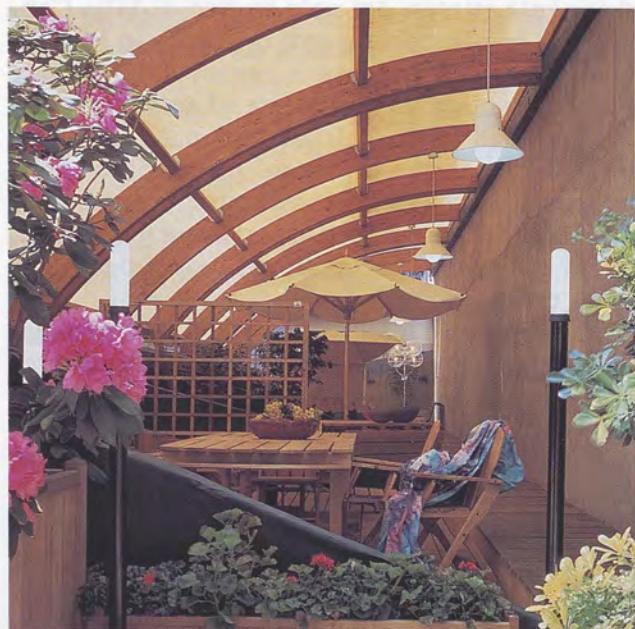




ni del design europeo: L'assidua frequentazione di mostre e selezioni in tutta Europa è stata estesa fino alla verifica sul campo, presso le aziende produttrici, della qualità espressiva e tecnologica, dei processi produttivi, del livello di ricerca e sviluppo dei nuovi prodotti. Perché tutta questa fatica?

Se è vero che il panorama del settore è in buona parte monopolio delle industrie italiane, è comunque significativo portare a Torino prodotti stranieri spesso sconosciuti e diversamente inaccessibili offrendo uno stimolante confronto sul tema del progetto per l'abitare. Ed oggi le strade

del design di arredi ed oggetti, di attrezzature ed impianti, sono davvero molte e molto differenziate. Questo sforzo, spesso anche rischioso dal punto di vista strettamente commerciale, è a nostro parere gratificato dall'interesse e dall'appoggio di una utenza che ne ha riconosciuto la validità in alternativa alle consuetudini, imposte dal mercato. La coscienza di poter integrare informazione e distribuzione commerciale consente a Gurlino di perseguire un servizio che contribuisca a promuovere in Torino il dibattito sul design, allargato, «dal vivo», alle più interessanti espressioni europee.



I·DE·A INSTITUTE

I.D.E.A. S.p.A.

INSTITUTE OF DEVELOPMENT IN AUTOMOTIVE ENGINEERING
Villa Cantamerla, Via Ferrero di Cambiano 32 10124 TORINO
tel. (011) 6612222 telex 212262 IDEATO I fax (011) 3100417



Interno plancia Destriero, 1991

Design è oggi un complesso convergere di attività multiple ove il momento creativo non è più esclusivamente riconducibile all'invenzione del singolo. La creatività, in quest'ottica, diventa un qualcosa che deve permeare l'intera gestazione del prodotto, gratificandone gli aspetti tecnici, economici, meccanici, estetici e produttivi.

Questa è la filosofia che ha guidato l'I.D.E.A. Institute nei suoi dodici anni di attività, spingendola a coprire un campo operativo capace di spaziare dalla ricerca formale alla progettazione, dalla realizzazione di modelli statici alla costruzione di prototipi funzionanti per misurarsi il più possibile con i problemi legati alla fattibilità ed alla producibilità industriale dell'oggetto. Progressivamente estesasi dal polo storico di Villa Cantamerla ad ulteriori tre sedi operative in Moncalieri, la società fondata e gestita dall'ingegner Franco Mantegazza, presidente ed amministratore delegato dell'I.D.E.A. Institute S.p.A., conta oltre 250 specialisti e lavora nel più assoluto riserbo per clienti che sono innanzi tutto le grandi Case automobilistiche europee, americane e giapponesi, ma anche aziende operanti nei settori dell'industrial design.

L'obiettivo è quello di staccarsi dall'immagine classica del «carrozziere», rifiutando di proporre una nuova «griffe» su fantasmagoriche show-car, e di creare una società di servizi che lavori per il committente senza proporre propri schemi canonizzati e ripetuti nel tempo, bensì affrontando ogni volta il problema contingente tenendo ben presente il contesto storico-culturale in cui lo stesso problema ha preso forma.

Quello che potremmo definire le mutate condi-

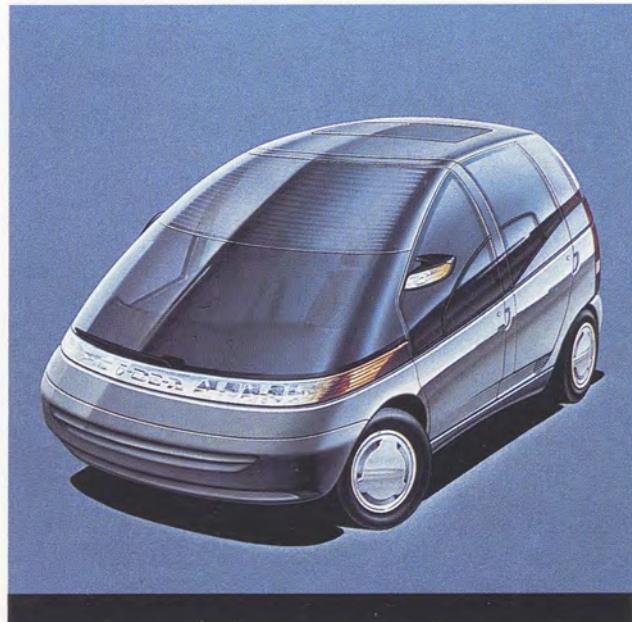
zioni al contorno hanno spinto l'I.D.E.A. Institute verso un'impostazione legata al team più che «ad personam», un team in grado di autoalimentarsi, rinnovandosi ed aggiornandosi con il ricambio e l'osmosi di esperienze molto più velocemente che in passato. Il lavoro di squadra costituisce uno dei fattori differenziali tra il disegno industriale e le altre forme produttive e soprattutto creative che lo precedettero; e, al proposito, l'elemento primo della progettazione non è che una delle tappe, anche se sicuramente la più delicata ed importante. Il designer-ingegnere, in quest'ottica, agisce sempre in vista di una programmazione del prodotto da parte dell'industria ed è basilare che al suo fianco intervenga un'équipe composta da individui a diretto contatto col settore produttivo e con quello tecnico e scientifico.

Prodotto e processo sono, in sintesi, sistemi che devono essere interconnessi se l'obiettivo prioritario è la qualità. Per la complessità raggiunta da qualsivoglia problema produttivo solo una visione globale e profondamente interattiva dei vari problemi legati alla nascita di un nuovo modello consente di realizzare una qualità positiva e concreta del prodotto finale.

Il concetto di limitare gli investimenti legati alla definizione degli elementi strutturali, conservandoli pressoché inalterati su più modelli in modo che possano essere vestiti con pelli esterne assolutamente autonome e personali, è visto dall'I.D.E.A. Institute come la chiave per evitare l'appiattimento stilistico e per ottimizzare le caratteristiche strutturali degli elementi e del lay out di meccanica. La grande sfida è proprio questa, quella di inventare uno stile autonomo con rivestimen-



Passeggino per bambini, 1990



Ricerca veicolo monovolume con passeggeri seduti su due livelli, 1991

ti esterni che diventano le variabili e che rendono difficile, se non impossibile a vettura ultimata, la riconoscibilità degli elementi sotto pelle comuni. Tutto ciò a conferma di come una corretta impostazione tecnica possa tradursi in concreta flessibilità a soluzioni estetiche differenti, nella sostanza, e non solo nella graficizzazione di dettaglio.

L'I.D.E.A. Institute è convinta che la fase vincente sarà «pull market system», ovvero un'organizzazione produttiva dove è l'andamento del mercato, quello che l'utente chiede al concessionario, la vera guida del mix produttivo. L'evoluzione della fabbrica comporterà allora non solo linee automatizzate, ma anche la possibilità di gestirle con un'elevata flessibilità operativa, in modo che ridotti o pressoché nulli cambiamenti ad un'impiantistica che richiede investimenti enormi consentano di produrre stili differenti (dalla berlina al coupé al monovolume) impostati su basi strutturali comuni e bilanciati su un mix che segue le tendenze e la domanda conseguente.

Dal V.S.S. (Veicolo Sperimentale e Sottosistemi) a vetture chiamate Fiat Tipo, Lancia De-

dra, Fiat Tempra, Alfa Romeo 155, questi ideali sono stati perseguiti ed applicati dall'I.D.E.A. Institute nella volontà di abbinare design ed engineering, nella maggiore libertà di chi, a differenza dei Design Department interni delle Case, non limita la sua creatività sempre sulle stesse tipologie di prodotto e conserva l'agilità di un team ancora a dimensione d'uomo, sgravato dagli elefantismi delle grandi strutture. Anche l'affrontare problemi di industrial design diventa un serbatoio di idee che alimenta un sostrato di esperienze irraggiungibili altrimenti.

Il know-how automobilistico ha molto da dire in termini di disegno, ingegneria, ergonomia e funzionalità, impiego di materiali alternativi, per un prodotto finale che non nasca dalla mano del «genio», ma che sia il risultato logico di una progettazione che consideri anche il processo, gli studi di fattibilità, la sperimentazione su prototipi e la conoscenza delle tecnologie. Proprio l'interscambio di idee e tecnologia fra car e industrial design è, in fondo, un violento stimolo al miglioramento di entrambi, un mezzo per scongiurare la fru-

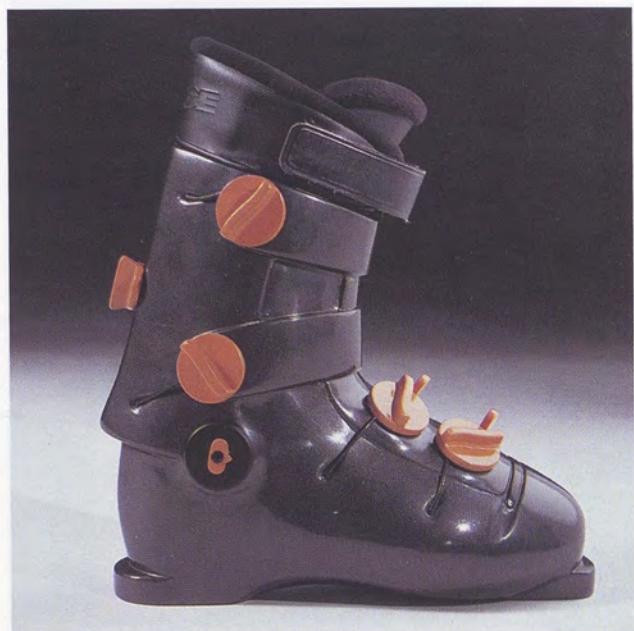
ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN



ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN

Via Bligny 5 10122 TORINO
tel. (011) 5612950-5576665

Corso Turati 13 bis 10128 TORINO
tel. (011) 502187-507012 fax (011) 507012



DPT. INDUSTRIAL DESIGN: Studio per scarpone da sci in collaborazione con CABER

L'Istituto Europeo di Design, che opera da anni a Milano e Roma, ha la sua quarta sede italiana a Torino dal 1989.

L'Istituto Europeo di Design si pone come obiettivo la formazione di progettisti e professionisti in aree ad elevati contenuti innovativi, quali la moda, il design e la comunicazione, fortemente radicate nella tradizione del modo di lavorare di Torino.

DPT. INDUSTRIAL DESIGN: Progetto di carrozzina elettrica per disabili in collaborazione con RIABITALIA



All'interno del piano di sviluppo, teso a far diventare l'Istituto una sede qualificata per l'accumulazione del sapere culturale e professionale, Torino rappresenta una strada obbligatoria nell'arricchimento del proprio know-how in direzione di un mercato sempre più diversificato e selettivo.

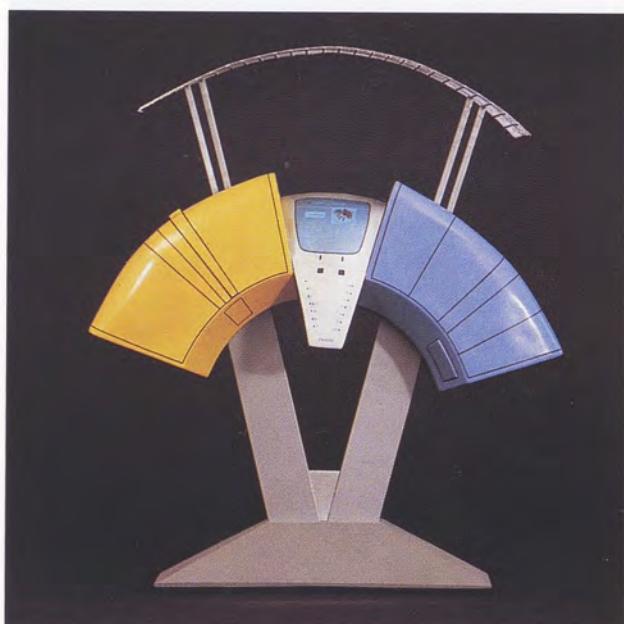
La funzione dell'Istituto, integrandosi o sostituendosi all'istruzione tradizionale, è quindi

DPT. INDUSTRIAL DESIGN: Studio per interno autovetture in collaborazione con CENTRO STILE FIAT





DPT. INDUSTRIAL DESIGN: Studio per autoradio in collaborazione con ROADSTAR



CENTRO RICERCHE ISTITUTO EUROPEO DI DESIGN: Distributore polifunzionale automatizzato in collaborazione con ZANUSSI GRANDI IMPIANTI e MAGNA D'ITALIA

quella di proporre un livello di formazione adattato alle richieste del mondo del lavoro e di una società complessa.

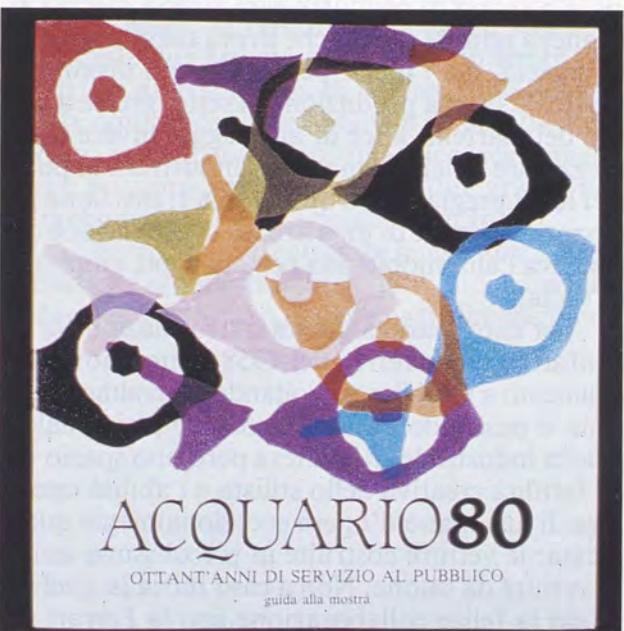
L'Istituto vuole trasferire a Torino, sinergizzando le esperienze e i risultati delle altre sedi, la propria capacità di progettazione, con gli interlocutori più qualificati della città, sullo specifico della realtà piemontese.

Si propone di diventare un polo formativo di innovazione e ricerca, nei settori del design e della comunicazione integrata. Il progetto dell'Istituto Europeo di Design è pertanto ambizioso; sono necessarie, per la riuscita, collaborazioni ad ampio spettro con imprese, agenzie, professionisti, Enti Pubblici, mondo universitario, della cultura e della ricerca.

DPT. ILLUSTRAZIONE: Immagini realizzate con tecniche di aerografo e pastello

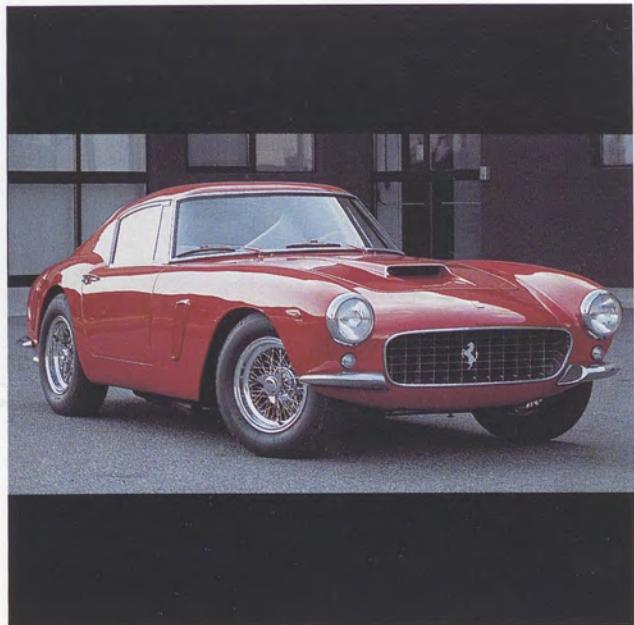


DPT. GRAFICA: Progetto immagine coordinata per ACQUARIO CIVICO DI MILANO





PININFARINA S.p.A.
Corso Stati Uniti 61 10129 TORINO
tel. (011) 70911



FERRARI 250 SWB, 1961

Al momento della fondazione nel 1930 e per un lungo periodo successivo, la Pininfarina ha basato la sua attività sulla costruzione di carrozzerie speciali eseguite in esemplari unici o in serie ridottissime. Per competere con la produzione di serie, questi pezzi unici dovevano eccellere sia sul piano del disegno che su quello dell'esecuzione. La forza della Pininfarina in quegli anni veniva quindi dalla fertile vena creativa dello stilista e della eccezionale abilità degli artigiani capaci di trasformare gli schizzi e le intuizioni in oggetti tridimensionali eleganti e proporzionati eseguiti con inventiva e precisione in ogni dettaglio estetico e funzionale. Con l'avvento della produzione di serie la Pininfarina ha poi saputo evolversi dandosi la struttura e i mezzi tecnologici adeguati ai tempi. Lo scopo di produrre carrozzerie speciali rimaneva sempre quello che aveva dato origine alla società, ma i mezzi per realizzarlo diventavano quelli di una produzione di serie: presse al posto dei martelli, linee di montaggio invece di attrezzi di legno, materiali industriali al posto dei legni pregiati. Era questa una transizione necessaria a fronte di un mercato in espansione che metteva l'automobile alla portata di più ampi strati sociali.

Per dare spazio a questa trasformazione la Pininfarina si trasferiva nel 1958 in un nuovo stabilimento a Grugliasco, voltando letteralmente pagina e passando dalla dimensione artigianale a quella industriale. Rimaneva però uno spazio per la fertilità creativa dello stilista e l'abilità operativa di una mano d'opera eccezionalmente qualificata: le vetture costruite in piccolissime serie e le vetture da salone. Non a caso inizia in quel periodo la felice collaborazione con la Ferrari per

la quale Pininfarina disegna e costruisce vetture in serie limitatissime sovente in esemplare unico per clienti eccezionali. Cresce in Europa in quegli anni, sull'esempio di quanto da tempo accadeva oltre oceano, l'importanza data allo stile della carrozzeria che si impone come uno degli elementi fondamentali per il successo di una vettura. Le grandi case automobilistiche trovano naturale rivolgersi ai carrozzieri per utilizzare le loro risorse stilistiche nella produzione di grande serie. La Pininfarina collabora in quegli anni con la Peugeot, con la BMC, con Lancia fornendo loro modelli per vetture di produzione. Viene così valorizzato l'aspetto di «produttore di idee» che acquista una configurazione a sé stante. Il Reparto Esperienze che era sempre stato intimamente legato ai prodotti che uscivano dagli stabilimenti Pininfarina assume una diversa rilevanza e si connota quale interlocutore diretto con grandi case automobilistiche acquirenti di contenuti stilistici. Nel 1966, come naturale evoluzione di una tendenza in atto, nasce dal Reparto Esperienze il Centro Studi e Ricerche in un edificio separato dal resto dello stabilimento. Si raggruppano qui, oltre agli stilisti, maestranze estremamente specializzate, quelle cioè ancora in grado di produrre con gli strumenti della tradizione dei pezzi unici, partecipando personalmente al processo creativo per trasformare in un oggetto tridimensionale gli schizzi a volte abbozzati.

Era stata questa una genesi spontanea dovuta in parte alla necessità di poter colloquiare più liberamente con clienti estranei alla vita produttiva dell'azienda. Anche il tipo di lavoro svolto e i tempi di esecuzione cominciavano a differenziarsi al punto da richiedere una sede appartata.



ALFA ROMEO 164, 1987



FERRARI TESTAROSSA, 1984

Nel corso degli anni le vie di evoluzione del Centro Studi e Ricerche si sono sempre più diversificate da quelle dello stabilimento di produzione in seguito a diversi fattori:

- il numero crescente dei clienti rischiava di ridurre le garanzie di riservatezza;
- l'attività di costruzione dei modelli cresceva rapidamente come importanza e volume di lavoro;
- l'espansione della città soffocava il Centro Studi e Ricerche togliendo quella serenità ambientale che è alla base di un'attività creativa;
- d'altro canto, non erano più sufficienti gli spazi disponibili per la produzione a carattere industriale.

Verso la fine degli anni '70 queste necessità si erano fatte pressanti e venne presa la decisione di decentrare il Centro Studi e Ricerche dandogli una fisionomia operativa indipendente: nasceva la Pininfarina Studi e Ricerche S.p.A. La situazione e le prospettive dell'industria automobilistica attraversavano proprio allora un periodo particolarmente negativo in tutto il mondo occidentale e proprio le aziende «minori» sembrava dovessero risentirne maggiormente le conseguenze. La Pininfarina al contrario credeva allora, come ora, che una ripresa sarebbe venuta e in essa il ruolo più importante lo avrebbero avuto le idee. Ven-

ne quindi data fiducia allo sviluppo della parte creativa dell'azienda. L'attività di questo nucleo, che fornisce alla grande industria degli esemplari unici da riprodurre in grande serie, si riallaccia alla attività iniziale della società, che produceva esemplari unici per i clienti. Il contesto sociale e tecnico è cambiato in 50 anni ma il successo di entrambe le attività si basa sui medesimi presupposti: eccellenza del disegno e capacità operativa di alto livello.

Oggi le attività sono sostanzialmente di 2 tipi:

- bidimensionali o 2D sono tutte le attività di disegno: gli schizzi di ricerca, i figurini di presentazione, il controllo della normativa, i piani di forma, gli studi di fattibilità;
- tridimensionali o 3D sono le attività di realizzazione fisica di oggetti, dai modelli ai pezzi unici per i saloni, ai prototipi in piccola serie.

Queste due attività sono svolte in tempi successivi da diversi gruppi di lavoro, sono internamente omogenee come tipologia dell'ambiente di lavoro, tipo di supporto, qualifica degli operatori e possono quindi costituire due grandi poli interconnessi ma fisicamente separati.

Lo scopo finale di entrambe queste aree è la presentazione ai committenti del risultato del lavoro, in forma di disegno o di oggetto tridimensionale.



Ingresso sede di via Lagrange 7, Torino

Nata nel 1978 per iniziativa di un gruppo di professionisti, la «Scuola d'Arte Applicata e Design», si prefigge di fornire una qualificata preparazione specialistica a studenti aspiranti ad entrare a far parte del mondo del design.

L'Istituto opera in quattro discipline distinte oggetto di altrettanti corsi di studio: Architettura della Carrozzeria, Architettura d'Interni, Grafica Pubblicitaria e Illustrazione.

Mentre in passato gli esponenti più noti del «car design» nascevano come autodidatti, oggi i Centri Stile automobilistici richiedono esclusivamente collaboratori culturalmente preparati ed in possesso di ottime capacità professionali. Il Corso di Architettura della Carrozzeria, ideato per soddisfare queste nuove esigenze, si propone di offrire allo studente una gamma di conoscenze tecniche, di metodo e di disegno necessarie per l'inserimento nell'ambiente del design automobilistico. In parallelo alle esercitazioni pratiche, si alternano lezioni teoriche di metodologia di progetto, sui materiali utilizzati, sugli assemblaggi, ergonomia, aerodinamica e quanto altro viene ritenuto utile e di attualità. Molta cura viene dedicata all'aspetto creativo unitamente ad un approccio critico allo scopo di facilitare la proiezione dell'allievo in una dimensione futuribile.

Il Corso di Architettura d'Interni è visto in una prospettiva di attualità che, mettendo a fuoco le problematiche del vivere e dell'operare dell'uomo contemporaneo, permetterà allo studente un inserimento culturale qualificato, a livello professionale, nel campo dell'arredamento. Inizialmente il corso tende a dare ad ogni allievo la possibilità di acquisire un linguaggio comune mediante eser-

citazioni grafiche codificate, riguardo alla simbologia delle convenzioni in uso nel disegno progettuale. Particolare impegno verrà posto nello studio della prospettiva, al fine di consentire una immediata comunicazione, a livello visivo, della proposta creativa. Concluso questo ciclo a carattere propedeutico, il corso entrerà nel suo «vivo programmatico» affrontando il tema della metodologia della progettazione inerente l'arredamento interni.

Il Corso di Grafica Pubblicitaria provvede alla formazione del «graphic-designer», operatore destinato ad occupare un preciso spazio della struttura culturale contemporanea. Lo studente affronta un piano di studio che lo porterà ad operare in un settore della massima attualità dove il graphic-designer renderà possibile i contatti tra immagine e pubblico. Avrà modo di conoscere i mezzi di stampa e le tecniche adatte. Le sue capacità professionali gli permetteranno in futuro realizzazioni in campi vastissimi quali le molteplici forme di pubblicità (manifesti, marchio, reclame industriali, ecc.) o nei settori che richiedono visualizzazioni grafiche particolari e tecnicamente specializzate (copertine per dischi, per libri, ecc.) o nel campo editoriale (impaginazione e composizione grafica di giornali, riviste, ecc.). Il corso prevede di fornire agli allievi, anche mediante l'uso di graphic computer, gli strumenti più attuali per esprimere il gusto e l'estro individuali.

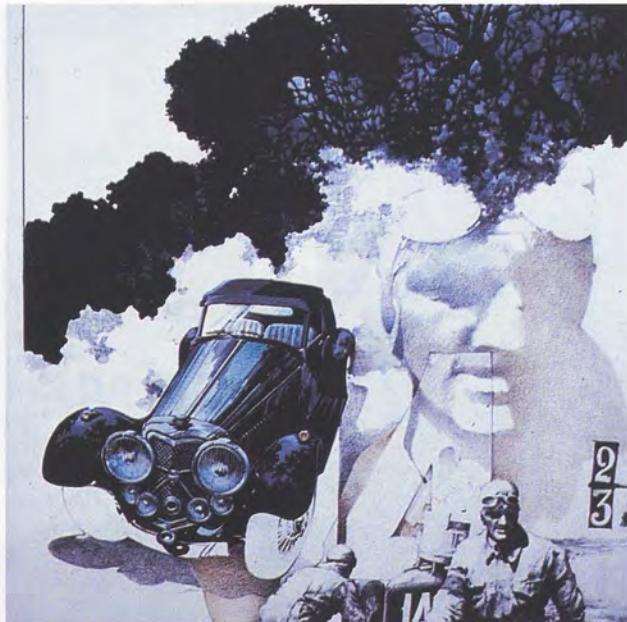
Illustrazione è un corso dedicato a studenti che presentano particolari doti creative. Il comunicare attraverso le immagini ha raggiunto ai giorni nostri una dimensione complessa e diversificata. La necessità di disporre di immagini «a comunica-



Modello in scala sulla ristrutturazione di una unità abitativa, Corso di Architettura di interni

zione specializzata» ha contribuito e reso possibile il definirsi della professione dell'illustratore. Il suo campo operativo è estremamente vasto. Comprende tra l'altro la comunicazione pubblicitaria, l'editoria nelle sue svariate espressioni (scienza, fantascienza, saggistica, narrativa), ecc. È quindi un'attività di progettazione visiva mediata dalla sensibilità dell'uomo.

Prerogativa peculiare della Scuola d'Arte Applicata e Design è quella di utilizzare esclusivamente docenti il cui livello professionale è garan-

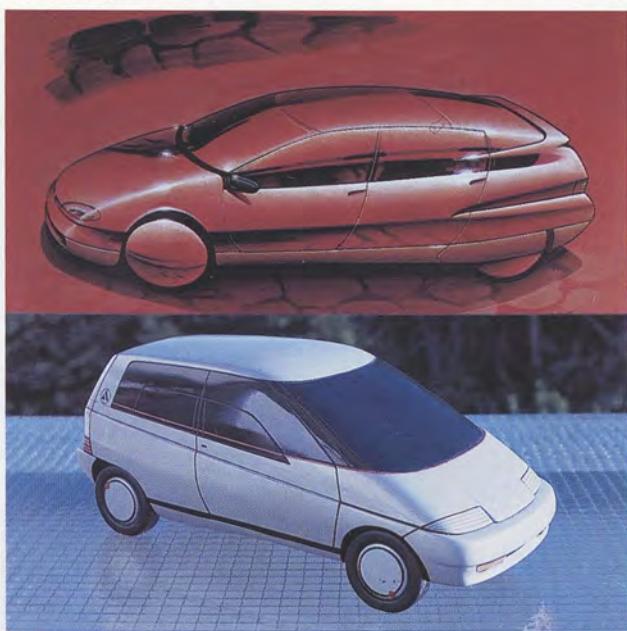


Elaborato del Corso di Illustrazione

tito dalla loro attiva e specifica partecipazione al mondo del lavoro.

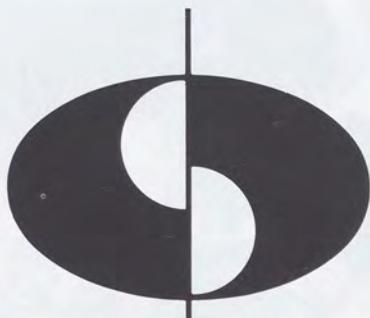
La stretta interconnessione tra le due realtà assicura infatti di mantenere costantemente viva la sensibilità ai cambiamenti esterni, mantenere i metodi ed i contenuti di insegnamento a livello aggiornato al fine di renderlo adatto a sviluppare sempre nuove tecniche e problematiche e facilitare l'inserimento di chi si diploma presso le aziende con cui la Scuola ha contatti e che fanno richiesta esplicita dei suoi allievi.

Elaborato grafico e modello in clay, scala 1:10, Corso di Design sull'auto



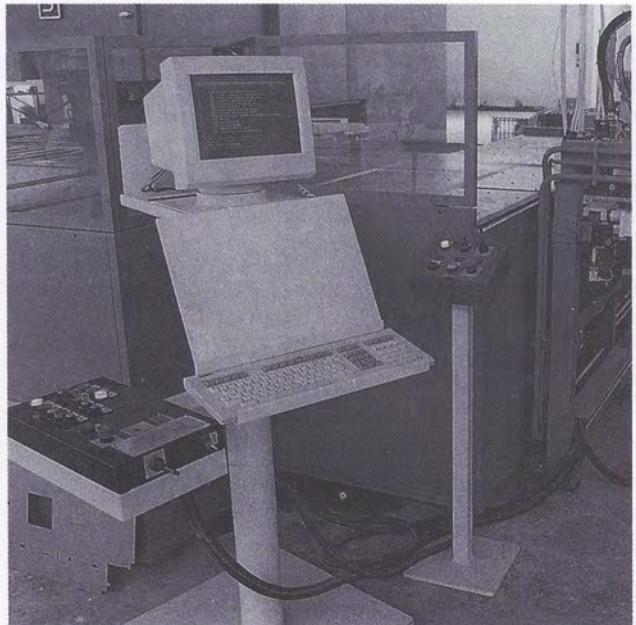
Elaborati del Corso di Grafica Pubblicitaria





AMODIE SICCMA

SICCMA S.p.A.
Strada Alessandria-Moncalvo
15044 QUARGNENTO (Alessandria)
tel. (0131) 219302/3 fax (0131) 219548/9



Stazione di controllo sulle linee di produzione

Su un lotto di 24.000 mq, di cui 10.000 coperti dallo stabilimento di produzione e stoccaggio e 2.000 dagli uffici e sale espositive, sorge il nuovo stabilimento SICCMA.

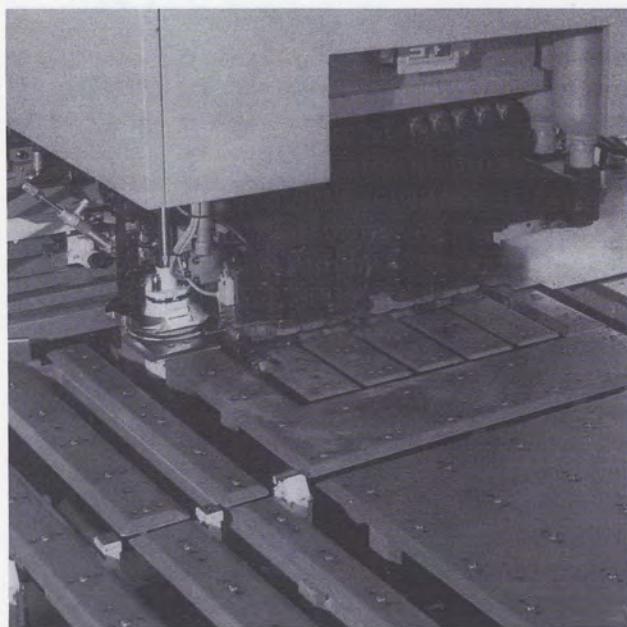
L'inaugurazione nel maggio del '90 ha significato per l'azienda l'esportazione in terra francese (zona industriale di Saint Etienne) di una notevole esperienza produttiva nel settore del mobile per ufficio; l'occasione ha inoltre consentito di realizzare impianti informati ai più avanzati sistemi di automazione, che proprio la cultura in-

dustriale torinese ha elaborato per la produzione automobilistica.

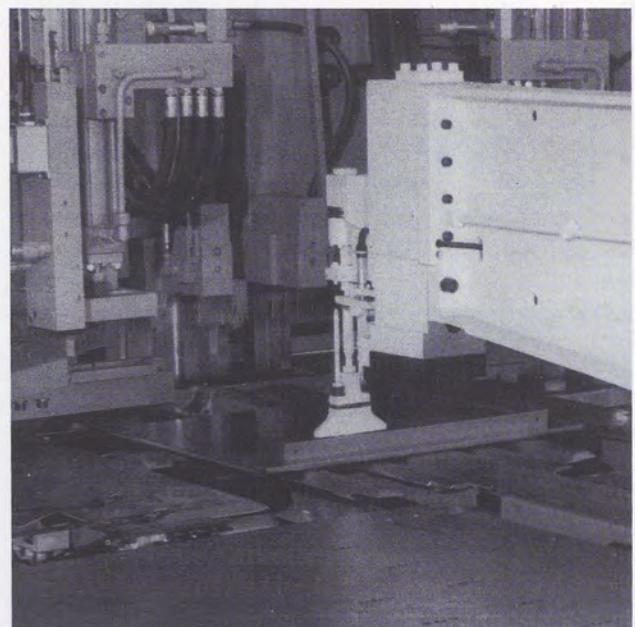
Il nuovo stabilimento è infatti una catena produttiva gestita dal calcolatore che lascia poco spazio alla tradizione artigianale: i robot assorbono tutte le fasi del processo a partire dall'ingresso dei coils, con taglio e preparazione delle lamiere, formazione dei componenti per la piegatura e saldatura, fino alla verniciatura, lo stoccaggio, l'assemblaggio e l'imballaggio dei pezzi finiti.

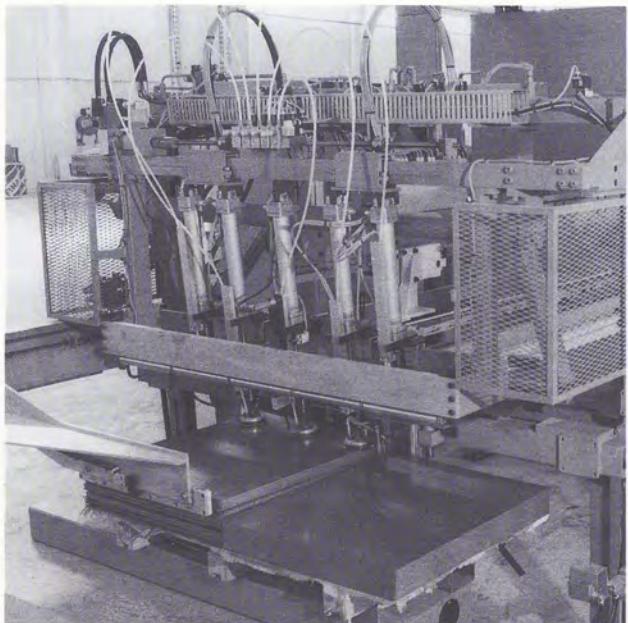
L'investimento, pari a 75 milioni di franchi,

Fase della preparazione, per traciatura, dei componenti in lamiera

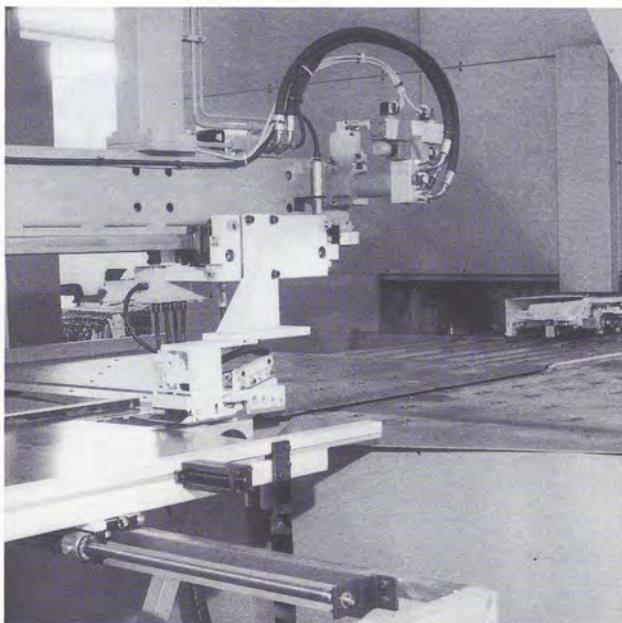


Fase della preparazione, per piegatura, dei componenti in lamiera





Fase della preparazione dei componenti in lamiera



Fase della preparazione dei componenti in lamiera

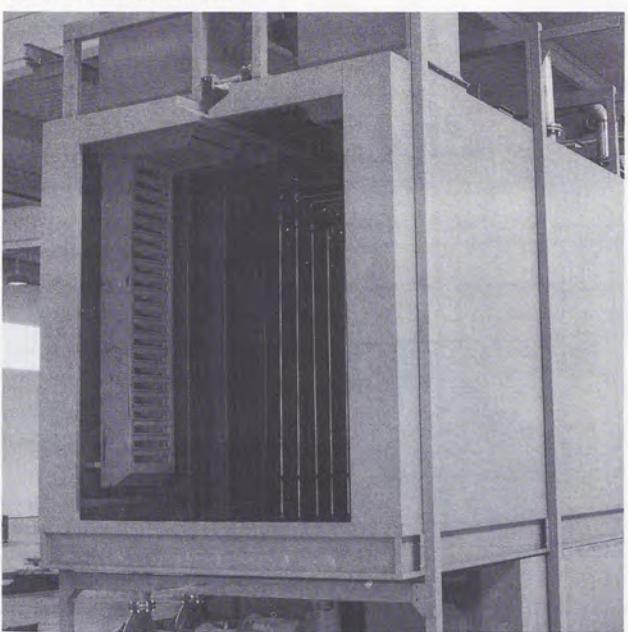
è ampiamente giustificato dalle potenzialità produttive, dal livello di finitura ottenibile, dalla elasticità del sistema complessivo.

Questo tipo di evoluzione aziendale incide in modo determinante sul tema di questa rivista: l'operato del designer. È evidente, infatti, che le pressioni progettuali connesse ai sistemi produttivi tradizionali dovranno adeguarsi alle nuove esigenze dell'automazione, a fronte della ricerca sull'espressività del «pezzo», corrisponderà un gravoso impegno ingegneristico e di messa a punto del si-

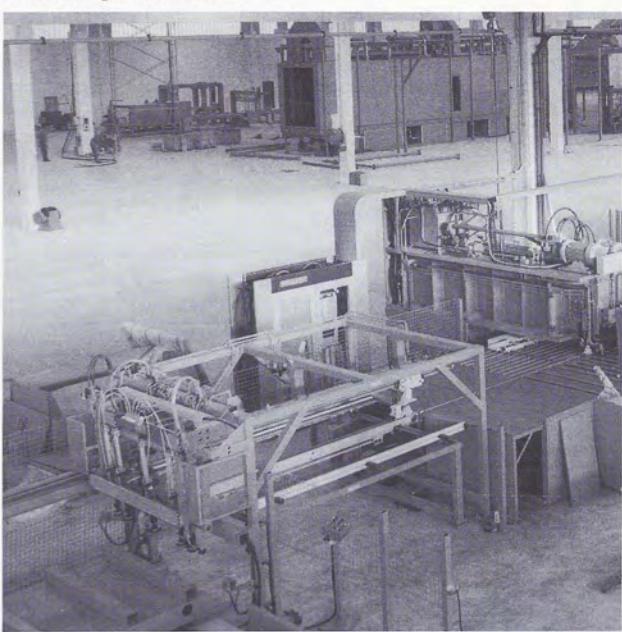
stema di gestione, che solo una perfetta sincronia delle competenze potrà risolvere ed ottimizzare.

In altre parole, l'investimento in tali mezzi di produzione costringerà anche il settore della progettazione ad un notevole salto qualitativo, in linea con i più avanzati settori della progettazione industriale: e proprio in Torino già si segnalano interessanti tentativi di estendere le esperienze maturate nel «sistema complesso» auto a «sistemi semplici» quale il settore del mobile.

Linea di verniciatura



Linea di produzione



klinkerSIRE

SIRE S.p.A.
Uffici e stabilimenti
Casello Marene - Autostrada Torino Savona
Indirizzo postale
12060 RORETO DI CHERASCO (Cuneo) telex 210489 SIRECN I
tel. (0172) 494471-494626 fax Italia 494674 fax Estero 494571
Uff. commerc. Italia 494475 Uff. commerc. Estero 494577



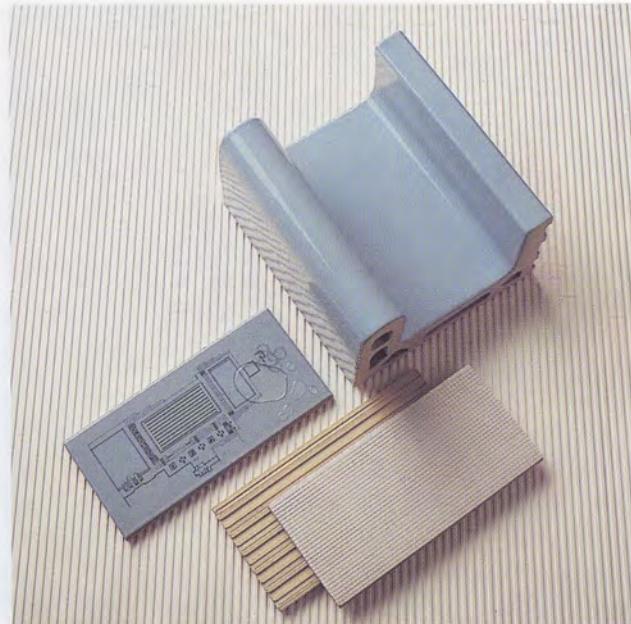
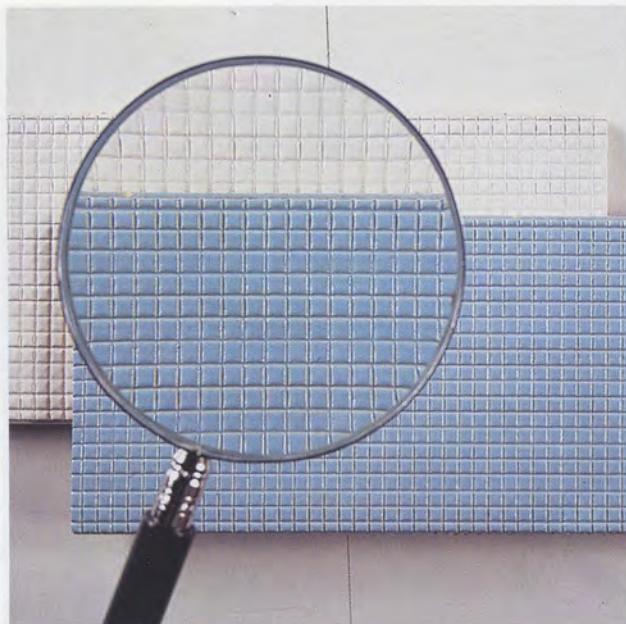
Il Klinker trafiletto estruso è oggi un prodotto ceramico per l'edilizia assai noto ed apprezzato.

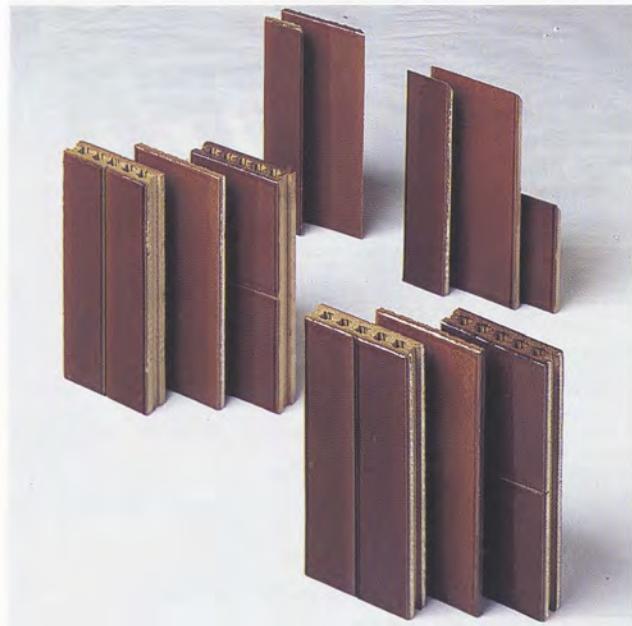
Tuttavia, per molti anni parlando di Klinker si è pensato soltanto a dei grossi mattoni color nocciola scuro per pavimentare le strade nei Paesi del Nord Europa.

Ciò che ci ha permesso di mutare opinione è stata la grande trasformazione tecnologica subita dal prodotto in questi ultimi anni.

Con l'introduzione della formatura per estrusione dell'impasto, il Klinker ha visto aprirsi dinanzi a sè spazi nuovi ed impensati.

Nuovi colori, nuovi formati, la possibilità,



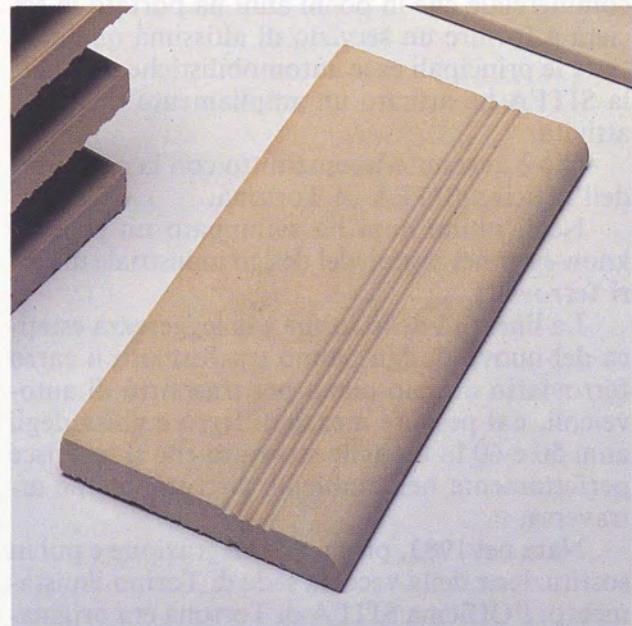
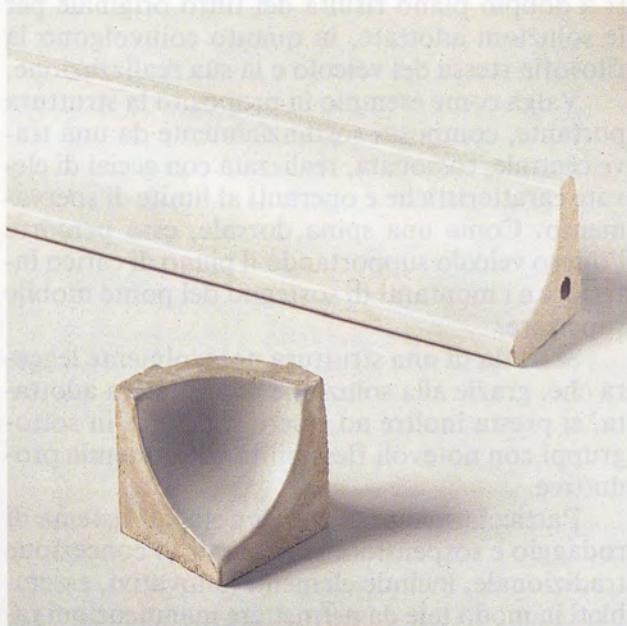


grazie a processi produttivi altamente automatizzati, di disegnare il prodotto in una gamma vastissima di modelli, in grado di soddisfare sempre meglio le esigenze del mercato, hanno letteralmente trasformato il ruolo di Klinker.

Non più mattone, grezzo e spesse volte informe, ma un materiale che grazie alla sua poliedri-

cità riveste ora facciate di edifici, interni di case, strade, piazze, metropolitane, piscine ed impianti sportivi.

La mattonella e la quadrotta, il listello ed il battiscopa sono solo alcuni dei formati che oggi aziende come la KLINKER SIRE progettano e disegnano in una gamma di ben 60 colori diversi.





SOCIETA' ITALIANA TRASPORTI FERROVIARI AUTOVEICOLI
GRUPPO ZÜST AMBROSETTI

SITFA S.p.A.
Sede Legale
Corso Rosselli 181 10141 TORINO
tel. (011) 3336.1 fax (011) 378993
Sede Operativa
Via Monteponi 26 10135 TORINO
tel. (011) 3472695 fax (011) 3488845



Progettazione con sistemi CAD-CAM

La S.I.T.F.A., Società Italiana Trasporti Ferroviari Autoveicoli, è nata nel 1962 avendo come finalità il trasporto su carri ferroviari speciali di autovetture e veicoli in ambito europeo.

Dotata inizialmente di un centinaio di carri ferroviari doppio piano, con un'attenta politica di investimento ha incrementato anno dopo anno il suo parco rotabile, giungendo agli attuali 1450 carri.

La SITFA oggi è la seconda società europea privata del settore e, insieme alla collegata S.T.V.A., costituiscono il primo gruppo privato europeo nel campo del trasporto ferroviario di autoveicoli.

Parallelamente ad una politica di sviluppo commerciale che in pochi anni ha portato la società a fornire un servizio di altissima qualità a tutte le principali case automobilistiche europee, la SITFA ha attuato un ampliamento della sua attività.

Ciò è avvenuto innanzitutto con la creazione dell'officina SITFA di Tortona.

Negli ultimi anni ha sviluppato un proprio know-how nel campo del design industriale di carri ferroviari.

La linearità delle forme e la leggerezza estetica del nuovo design hanno trasformato il carro ferroviario doppio piano per trasporto di autoveicoli, dal pesante mezzo di ferro e ghisa degli anni 50 e 60 in un agile struttura che si inserisce perfettamente nell'ambiente circostante che attraversa.

Nata nel 1983, prima ad integrazione e poi in sostituzione della vecchia sede di Torino Smistamento, l'Officina SITFA di Tortona era origina-

riamente destinata alla revisione periodica dei carri portauta di proprietà. Con gli anni si è via via arricchita di uomini e di mezzi, sino a diventare, oggi, un'officina di costruzione di nuovi veicoli ferroviari a proprio uso. Nuovi veicoli progettati da uno staff tecnico che, nei calcoli e nel disegno, si affida completamente a sofisticati sistemi computerizzati.

La traduzione in sede di progettazione della notevole esperienza da parte della Società, ha permesso l'introduzione sui nuovi vagoni di tutti gli accorgimenti atti a garantire, con notevole efficienza e con elevati standard qualitativi, il trasporto delle automobili.

A tale scopo la concezione dei carri ferroviari a doppio piano risulta del tutto originale per le soluzioni adottate, in quanto coinvolgono la filosofia stessa del veicolo e la sua realizzazione.

Valga come esempio in proposito la struttura portante, composta sostanzialmente da una trave centrale, casonata, realizzata con acciai di elevate caratteristiche e operanti al limite di snervamento. Come una spina dorsale, essa percorre l'intero veicolo supportando il piano di carico inferiore e i montanti di sostegno del ponte mobile superiore.

Si tratta di una struttura notevolmente leggera che, grazie alla soluzione progettuativa adottata, si presta inoltre ad essere suddivisa in sottogruppi con notevoli flessibilità ed economie produttive.

Particolarmente degno di nota è il sistema di rodaggio e sospensioni che, se pur di concezione tradizionale, include elementi innovativi, assemblati in modo tale da permettere manutenzioni ra-



Tre generazioni di carri ferroviari per trasporto auto



Fase dell'assemblaggio di un carro per trasporto auto dell'ultima generazione

pide e di modesto impatto economico. Un sistema che, inoltre, privilegia tutta la «souplesse» dovuta alle autovetture trasportate e che, preoccupandosi dell'inquinamento acustico, si avvale di particolari accorgimenti per ridurre la rumorosità di marcia.

La totale abbattibilità del ponte superiore, azionata da un sofisticato ma affidabile sistema oleodinamico motorizzabile autonomamente, rende il veicolo «convertibile» in quanto rapidamente resettabile da una posizione destinata al trasporto di automobili con il massimo coefficiente di riempimento (doppio piano), ad una posizione a piano superiore completamente abbassato, allo scopo di permettere il trasporto

di veicoli commerciali o con ingombri particolari.

Il tutto realizzato con materiali spesso non convenzionali. Come si può notare in particolare nelle ultime produzioni, dove vengono impiegate ben tre tipologie diverse di materie plastiche. Fra queste un composito che viene a costituire il piano di carico del ponte superiore: un elemento strutturale in grado di supportare due carichi concentrati per un totale di una tonnellata. Inoltre l'impiego di policarbonati ha permesso di realizzare coperture mobili in grado di consentire un'agevole e veloce manutenzione di organi meccanici favorendo in tal modo l'alleggerimento complessivo del veicolo.

tram

TRAU S.p.A.
Via Pavia 65 10090 CASCINE VICA (Torino)
tel. (011) 9592092 fax (011) 9593771



E. VALEGGIA: Particolare del tavolo ZUZICI

Ogni azienda ha la sua storia.

La storia di una azienda torinese, la TRAU, che dal 1947 ha accompagnato schiere di progettisti nel cammino del settore ufficio.

La TRAU, azienda metalmeccanica, nacque per la tenacia imprenditoriale ed il coraggio intuitivo del suo fondatore Comm. Augusto TRUSSONI (da cui l'acronimo delle iniziali) che l'ha condotta con i figli fino al 1990, anno in cui il controllo del pacchetto azionario è passato ad un gruppo francese, il Groupe Pinault (8500 miliardi di fatturato annuo con circa 38.000 dipendenti).

Nella cronologia aziendale, si nota come la TRAU è sempre stata una azienda leader tra le sue pari livello, essendo azienda di tendenza e non azienda di prodotti legati a mode periodiche, non dimenticando la difficoltà insita nella vocazione automobilistica della città di Torino.

Negli ultimi trent'anni molte aziende hanno dovuto adeguare le loro mentalità produttive per poter affiancare il mercato, che mai come in questo arco di tempo, ha visto capovolgere situazioni credute consolidate.

Quello che una volta, nella civiltà delle macchine, era considerato un privilegio, cioè rapporto stretto fra costruttore e fruitore, faceva sì che il mercato fosse influenzato da un ritorno puramente monetario. Si vendeva ciò che si produceva, si acquistava solo se necessario alla produzione. Le aziende infatti, venivano considerate in base al numero di maestranze impiegate nel lavoro manuale. La cultura del design era qualcosa di terribilmente embrionale mirato ad oggetti di largo consumo, che oggi troviamo in qualche negozio

di modernariato. Ma poi cosa vuole dire cultura di design?

Vuol dire aver avuto il coraggio di intraprendere strade diverse, avere il coraggio di studiare ed esperimentare materiali nuovi, diversi: vuol dire aver messo in relazione lo spessore del know-how tecnologico, con le esigenze qualistiche ed appaganti della sensazione tattile.

Quanti di noi non sono rimasti affascinati dal ricordo scaturito dalla sensazione della mano che scorreva sul piano della scrivania, coperto da quel rivestimento tipo skai imitazione pelle colore verde? La TRAU, insieme a poche altre aziende, costituirono, l'inizio di quelle produzioni di serie che caratterizzarono l'Ufficio intorno agli anni '50.

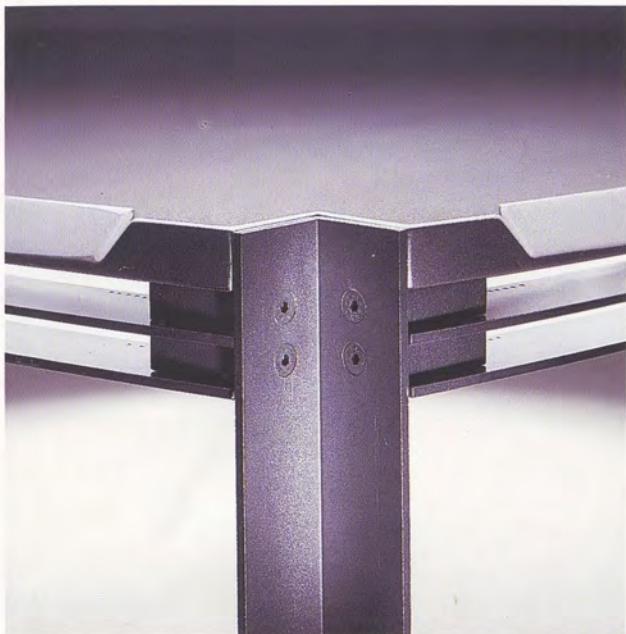
Poi il mito America, gli uffici in open plan, schermi di separazione fra umanità ed umanizzazione produttiva.

Anche la TRAU (con le peculiarità che distinguono il carattere torinese un po' schivo e cauto), capisce che ormai non esiste più l'impiegato fine a se stesso, ma esiste la nuova schiera di operatori, fulcro di tutte le aziende ed imprese commerciali: il terziario.

Quello che una volta era impensabile, era diventato una realtà tangibile: pratiche, fogli, sistemi di archiviazione e di interrelazione, facevano scaturire nuovi verbi come scrivere, dialogare, discutere, verificare.

Un insieme di operazioni ormai interattive, dove l'elemento umano veniva coinvolto sempre più direttamente, coinvolgendo in situazioni definite fino a qualche decennio fa, sinergie di lavoro scarsamente produttive.

Una azienda come la TRAU non poteva re-



E. VALEGGIA: Particolare del tavolo riunioni GONOS



P.P. MOLINARI: Particolare gamba TRAUWINGS

stare estranea da questa rivoluzione sociale e culturale dell'ufficio. L'alto costo degli spazi in locazione destinati ad uffici, spingeva così l'Azienda a pensare e progettare in funzione della ottimizzazione del posto di lavoro.

Il prodotto veniva così razionalizzato per conferire all'insieme praticità, funzionalità, attrezzabilità, personalizzazione, versatilità, condensandolo in una parola: umanizzazione.

Nasce così inevitabilmente l'incontro con il Design, con conseguente confronto con il Design, con conseguente confronto con il Designer, suo interprete.

Possiamo citare alcuni nomi, cercando di farci perdonare se dovessimo dimenticarne qualcuno: Emilio Ambasz, Beata e Gerhard Bar, Gunter Bosse, Angelo Cortesi, Piero Gatti, Vito Latis, Pierluigi Molinari, Verner Panton, Elio Valeggia, tutti personaggi di alto rilievo che hanno messo a disposizione della TRAU tutto il loro impegno culturale e professionale.

Nessuna azienda ha potuto, in questi anni, mettersi in contrasto con il Design, ma ha dovuto adularlo, sforzandosi di riuscire a plasmarlo per le proprie esigenze.

All'interno della Azienda, un gruppo di persone anonime, che con la loro seria professionalità hanno saputo e sanno mediare, oltre che coordinare, le esigenze produttive con la ricerca di stile in ogni singolo prodotto.

Un pool di progettisti ed ingegnerizzatori che hanno consentito l'attuazione di molti programmi, andando incontro al Designer e facendo in modo che le rispettive esperienze si compenetrassero, per accrescere maggiormente la possibilità

di fornire al cliente una selezione di prodotti altamente accurati ed affidabili.

Ricerche stilistiche come nel caso della linea Gonos di E. Valeggia, hanno compensato le difficoltà di realizzazioni di sistemi come il Trauwings di P. Molinari, che affonda la propria natura nell'industria delle schiume poliuretaniche e nelle lamiere sandwich in skinplate.

La TRAU però non è rimasta sensibile solo a queste situazioni, infatti altre occasioni sono servite per fare in modo che l'Azienda si presentasse anche nella veste di mecenate.

Basti ricordare la retrospettiva su Carlo Molinino a Palazzo Priotti, la mostra su Gualino, la mostra delle opere di Lucio Boscardin in occasione dei Mondiali '90 a Torino, Milano, Roma.

Tutti appuntamenti culturali che sono serviti ad avere intorno la pregnanza del coinvolgimento, sia dalla parte del progettista, dalla parte del Designer, nonché dalla parte di Torino, molte volte distrattamente bistrattata da altre realtà culturali.

Non ultimo il Concorso Trau 1991, bandito per relazionarsi con il Design emergente; nuove idee per nuove intuizioni.

La premiazione avverrà al Castello di Rivoli, degna cornice di Arte e Cultura.

Anche questo intento nella globalità dell'essere Azienda, essere attore e spettatore contemporaneamente, nella certezza di continuare una tradizione fatta di contorni a tinte forti.

La TRAU è una azienda che si ama o si odia: quando la si odia subentra il rispetto: un po' come Torino...

La Società degli Ingegneri e degli Architetti in Torino accoglie nella «Rassegna Tecnica», in relazione ai suoi fini culturali istituzionali, articoli di Soci ed anche non Soci, invitati. La pubblicazione, implica e sollecita l'apertura di una discussione, per iscritto o in apposite riunioni di Società. Le opinioni ed i giudizi impegnano esclusivamente gli Autori e non la Società.

Direttore responsabile: **Marco Filippi**

Autorizzazione Tribunale di Torino, n. 41 del 19 Giugno 1948

Spedizione in abbonamento postale GR. III/70 - Mensile

STAMPERIA ARTISTICA NAZIONALE - CORSO SIRACUSA, 37 - TORINO

