

RIVISTA FONDATA A TORINO NEL 1867

A&RT

17 GEN. 1996



ATTI E RASSEGNA TECNICA

DELLA SOCIETÀ DEGLI INGEGNERI E DEGLI ARCHITETTI IN TORINO

Anno 128

XLIX-2
NUOVA SERIE

DICEMBRE 1995

SOMMARIO:

ATTI DEL CONVEGNO

Il Design: Una risorsa strategica?

G. DE FERRARI, *Presentazione*; **Per il lavoro.** L'apporto del Design alla innovazione industriale; A. MORELLO, *Perché Torino*; L. FIORAVANTI, *Enucleare i fondamenti del progetto*; E. ZENGIARO, *Noi giovani dell'ADI*; F. TRABUCCO, *Design e qualità*; N. DI GIUSTO, *Designer e automobili*; **Per la formazione.** Potenzialità della disciplina Design in un settore emergente per la città; F. TRABUCCO, *Il corso di laurea in D.I. a Milano*; R. SEGONI, *La scuola di specializzazione in D.I. di Firenze*; R. ROSCELLI, *Prospettive a Torino nel settore della formazione*; U. BACCHELLA, *Confronto fra esperienze formative nell'ambito CEE*; **Per la città.** Il Design nella configurazione dell'immagine di Torino e della Regione; R. MAGGIO SERRA, *Design e musei*; M. SNODIN, *L'esperienza del Victoria & Albert Museum di Londra*; F. CORSICO, *Iniziative per la città* - **TAVOLA ROTONDA SU TORINO DESIGN - DAL CATALOGO:** A. PICHIERRI, *L'identità economica regionale*; C. MOROZZI, *Gusto e controgusto*; S. BAYLEY, *Visto da Londra* - V. JACOMUSSI, *Torino Design: programmi futuri*.

Nobili origini

*Una Aurora dell'Anniversario è
il desiderio di molti appassionati.*

Possederla è per pochi.

E' superare la superficie



*delle cose per
entrare nel mondo*

*Da 75 anni la tradizione,
la tecnica, il design e l'innovazione
negli Oggetti per Scrivere.*

*Dal 1919,
Made in Italy.*

dell'arte.

Un solo dubbio:

quando regalarsi

un'altra penna così?

*La penna dell'Anniversario Aurora,
cesellata nell'oro e nell'argento,
in serie numerata e limitata a soli
1919 esemplari.*



AURORA

Dal 1919 Oggetti per Scrivere

EVOLUZIONE

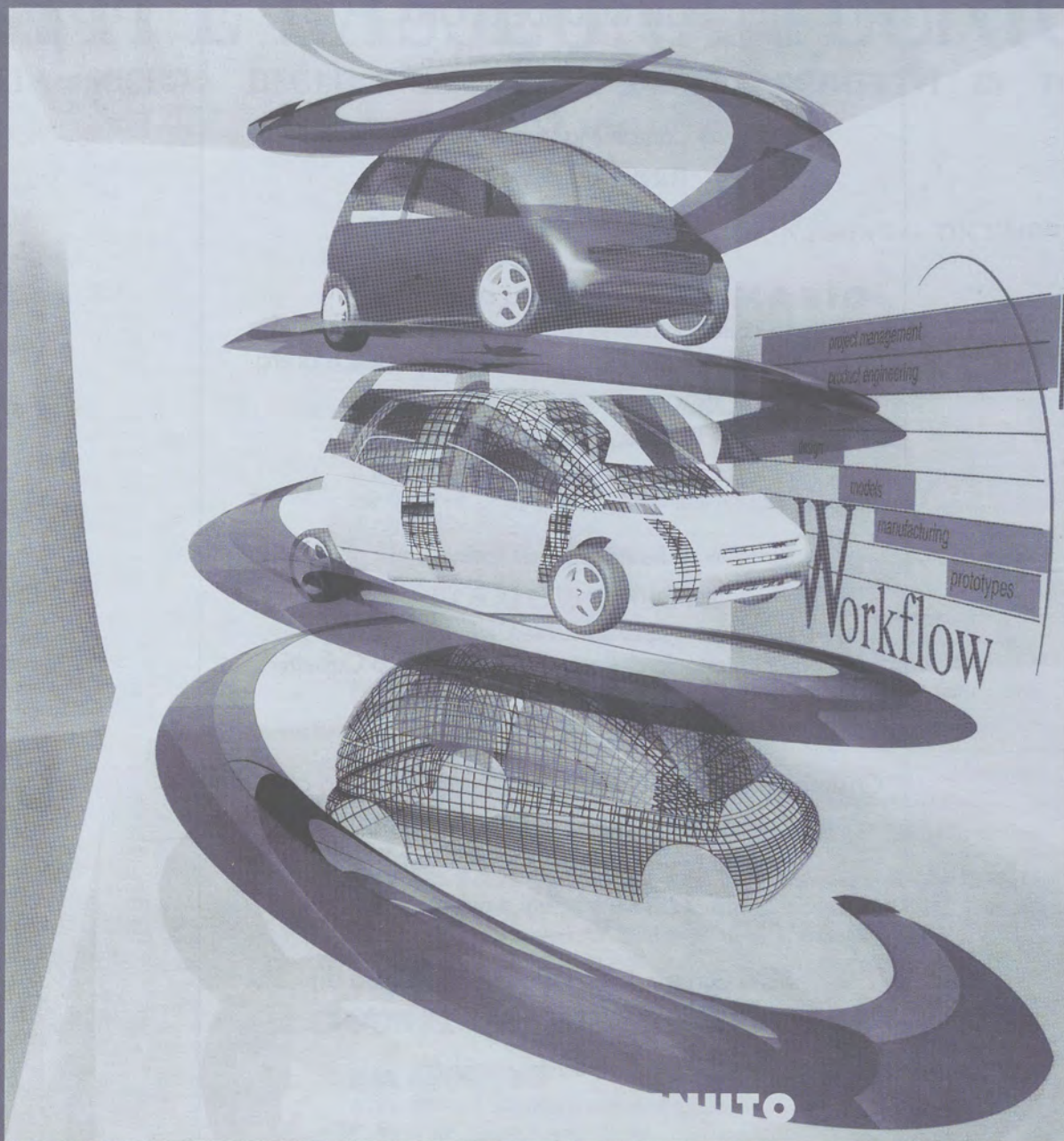


IMMAGINE TRATTA DAL FILM "REALITY WITHOUT LIMITS" - 1° PREMIO FILMSELEZIONE 1994

I.DE.A INSTITUTE È UN'AZIENDA SPECIALIZZATA NELL'AUTOMOTIVE DESIGN, ALL'AVANGUARDIA IN OGNI SETTORE DELL'INDUSTRIAL DESIGN. DESIGN COME ESPRESSIONE DI CULTURA INTERDISCIPLINARE, FINALIZZATA ALLA PROGETTAZIONE DI PRODOTTI INDUSTRIALI AD ALTO CONTENUTO TECNOLOGICO E SIMBOLICO.

I-DE-A 1
INSTITUTE

PRESIDENZA

I-DE-A 2
INSTITUTE

CAHIER DES CHARGES, STILE, CAS, WORKSHOP COSTRUZIONE MODELLI, FATTIBILITÀ TECNICA E TECNOLOGICA

I-DE-A 3.4
INSTITUTE

ATTREZZATURE COSTRUZIONI SPERIMENTALI, COSTRUZIONE PROTOTIPI, SPERIMENTAZIONE

I-DE-A 5
INSTITUTE

PROGETTAZIONE CAD: SCOCCA, INTERNI, MECCANICA, IMPIANTI ELETTRICI ED ELETTRONICI, MODELLAZIONE SUPERFICI, CALCOLO STRUTTURALE
DEFINIZIONE TECNOLOGIE, APPLICAZIONE METODOLOGIE DI QUALITÀ, SVILUPPO DOCUMENTAZIONE COMPLETA PER LA PRODUZIONE

I-DE-A 6
INSTITUTE

FRESATURA MODELLI E MASTER (CAM), FRESATURA MODELLI DEFINITIVI PER STAMPI, COLLAUDI E CERTIFICAZIONI DI QUALITÀ

I-DE-A
INSTITUTE

PROGETTO GLOBALE

Amici di Palazzo Reale (a cura di)
IL PALAZZO REALE DI TORINO
NELLE GUIDE DELLA CITTÀ
pp. 224, illustrazioni b/n

Vera Comoli Mandracchi (a cura di)
ITINERARI JUVARRIANI
pp. 144, illustrazioni a colori e b/n

Caterina Mele (a cura di)
con la collaborazione di: Francesco Campobasso,
Roberto Fraternali, Giorgio Giorgis, Carlo Ostorero
FOTOGRAFARE L'ARCHITETTURA:
LA TORINO DI FILIPPO JUVARRA
pp. 60, illustrazioni b/n

Politecnico di Torino
IL POLITECNICO DI TORINO
E L'AERONAUTICA
Nel centenario della nascita di Antonio Capetti
pp. 240, illustrazioni a colori e b/n

Cristina Boido, Chiara Ronchetta, Luca Vivanti (a cura di)
TORINO-CERES E CANAVESANA
ITINERARI FERROVIARI PIEMONTESI
pp. 228, illustrazioni a colori e b/n

Sisto Giriodi, Lorenzo Mamino (a cura di)
CUNEO: PROGETTARE SUL CONTORNO
pp. 164, illustrazioni b/n

Sergio Santiano
IL TEATRO DEL MUSEO DEL MONDO E
IL MUSEO DEL TEATRO DEL MONDO
pp. 268, illustrazioni b/n



Celid

Architettura
Viale Mattioli, 39 - Tel. 650.89.64

Ingegneria
Corso Duca degli Abruzzi, 24 - Tel. 54.08.75

Palazzo Nuovo
Via S. Ottavio, 20 - Tel. 83.51.14

ATTI E RASSEGNA TECNICA

DELLA SOCIETÀ DEGLI INGEGNERI E DEGLI ARCHITETTI IN TORINO

RIVISTA FONDATA A TORINO NEL 1867

NUOVA SERIE - ANNO XLIX - Numero 3 - DICEMBRE 1995

SOMMARIO

ATTI DELLA SOCIETÀ

G. DE FERRARI, *Presentazione* pag. 11

ATTI DEL CONVEGNO

Il Design: una risorsa strategica? » 12

Per il lavoro. L'apporto del Design alla innovazione industriale » 13

A. MORELLO, *Perché Torino* » 13

L. FIORAVANTI, *Enucleare i fondamenti del progetto* » 15

E. ZENGIARO, *Noi giovani dell'ADI* » 16

F. TRABUCCO, *Design e qualità* » 18

N. DI GIUSTO, *Designer e automobili* » 19

Per la formazione. Potenzialità della disciplina Design in un settore emergente per la città » 21

F. TRABUCCO, *Il corso di laurea in D.I. a Milano* » 22

R. SEGONI, *La scuola di specializzazione in D.I. di Firenze* » 25

R. ROSCELLI, *Prospettive a Torino nel settore della formazione* » 28

U. BACCHELLA, *Confronto fra esperienze formative nell'ambito CEE* » 30

Per la città. Il Design nella configurazione dell'immagine di Torino e della Regione » 40

R. MAGGIO SERRA, *Design e musei* » 40

M. SNODIN, *L'esperienza del Victoria & Albert Museum di Londra* » 43

F. CORSICO, *Iniziative per la città* » 44

TAVOLA ROTONDA SU TORINO DESIGN » 46

DAL CATALOGO

A. PICHIERRI, *L'identità economica regionale* » 60

C. MOROZZI, *Gusto e controgiusto* » 61

S. BAYLEY, *Visto da Londra* » 62

V. JACOMUSSI, *Torino Design: programmi futuri* » 64

Direttore: Giorgio De Ferrari

Vice-direttore: Mario Daprà

Comitato di redazione: Rocco Curto, Giovanni Del Tin, Claudio Germak, Muzio Gola, Luciano Luciani, Claudio Perino, Angelo Pichierri, Giorgio Santilli, Marco Trisciunglio, Micaela Viglino.

Comitato di amministrazione: Pier Carlo Poma (presidente), Franco Mellano.

Art director: Claudio Germak

Segreteria di redazione: Tilde Evangelisti

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

ISSN 0004-7287

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



dall'automobile al cucchiaino



TORINO DESIGN

edito da:
SOCIETÀ INGEGNERI E ARCHITETTI IN TORINO
ADI Delegazione Ovest

FILMATO VHS A COLORI

ITALIANO L. 25.000
INGLESE L. 25.000

In distribuzione presso:
Segreteria SIAT, C.so Massimo d'Azeglio 40 - Torino
ore 15.00 / 18.00 - Tel. 011 / 6508511

TORINO DESIGN

ENTI PROMOTORI

Regione Piemonte

Città di Torino

Camera di Commercio Industria Artigianato Agricoltura di Torino

Società degli Ingegneri e degli Architetti in Torino

ENTI PATROCINATORI

Politecnico di Torino

Unione Industriale della Provincia di Torino

ADI Associazione Disegno Industriale

Azienda Energetica Municipale

Fondazione CRT

COMITATO D'ONORE

Gian Paolo Brizio, Presidente della Regione Piemonte

Valentino Castellani, Sindaco della Città di Torino

Giuseppe Pichetto, Presidente CCIAA

Giampiero Leo, Assessore alla Cultura della Regione Piemonte

Renato Montabone, Assessore al Turismo della Regione Piemonte

Ugo Perone, Assessore alle Risorse Culturali della Città di Torino

Gianni Vernetti, Assessore all'Ambiente della Città di Torino

Rodolfo Zich, Rettore del Politecnico di Torino

Enrico Salza, Presidente dell'Unioncamere Piemonte

Bruno Rambaudi, Presidente dell'Unione Industriale di Torino

Nuccio Bertone, Presidente delle Industrie Bertone

Paolo Cantarella, Amministratore Delegato della FIAT Auto

Giorgetto Giugiaro, Presidente dell'Italdesign

Franco Mantegazza, Presidente I.D.E.A. Institute

Corrado Passera, Amministratore delegato dell'Olivetti

Sergio Pininfarina, Presidente della Industrie Pininfarina

COMITATO SCIENTIFICO

Stephen Bayley, Piero Bianucci, Fulvio Cinti, Robert Cumberland, Akira Fujimoto, Roberto Gabetti, Tomàs Maldonado, Federico Micheletti, Augusto Morello, Cristina Morozzi, Carlo Olmo, Anty Pansera,

Angelo Pichierri, Roberto Segoni, Michael Snodin, Wim Oude Weernink

DIRETTORE DELLA MOSTRA

Giorgio De Ferrari, SIAT

COMITATO CURATORE

Vittorio Jacomussi, SIAT

Giuliana Chiappo Jorio, SIAT

Roberto Piatti, SIAT

COMITATO ESECUTIVO E ORGANIZZAZIONE

Claudio Germak, SIAT

con Paola Cattaneo e Claudia De Giorgi

CURATORI DI SETTORE

Carla Lanzavecchia, eco design

Luigi Bistagnino, formazione

PROGETTO DELL'ALLESTIMENTO

Carlo Viano Associati

Osvaldo Laurini

UFFICIO STAMPA

Monica Debernardi

Ufficio Stampa della Giunta Regionale del Piemonte

ALLESTIMENTO

Gruppo Bodino

I SERVIZI ASSICURATIVI SONO OFFERTI DA

SAI - Società Assicuratrice Industriale

TORINO DESIGN

DESIGNER

Adhara - Agostini Leandro - Albatros
Armando Testa - Beestudio - Benenti Design - Bertone
Bertone Stile - Bianchetti Fabrizio - Bistagnino Luigi
Bonomi Studio - Carena Cesario - Carma Studio
Carré Noir - Cavaglià Gianfranco - Cavalluccio Oliviero
Cerutti Jeannot - Chiarloni Mirella - Coltella Gianfranco
Cordero Toni - De Barros Joaquim - De Ferrari Giorgio
Derossi Pietro - Design System - Dimensione Design
Donini Alberto - Drocco Guido - Euro Design Engineering
Fanelli Mario - FIAT Centro Stile Fioravanti - Gabetti Roberto
Galfrè Mauro - Gandini Marcello - Germak Claudio
Giar Emilio - Giardino Design - Giugiaro Design
Hatano Design - I.DE.A. Institute - Image + Communication
In - Testa - Industrial Design - Isola Aimaro - Italdesign
Jacomussi Vittorio - Lanzavecchia Carla - Laurini Osvaldo - Maccarone Paolo
Martin Paolo - Molinari Andrea - Mollino Carlo - Moselli Giulia
Nicoletto Roberto - Open Design - Ostorero Carlo - Picchi Enrico
Pininfarina - Pininfarina Extra - Prando Lorenzo
Quirighetti Franco - Raffaelli Luisa - Raimondi Giuseppe
Rasero Massimo - Rosental Giorgio - Rosso Riccardo
Saroldi Mario - Serazzi Paolo - Spagnolo Design
Spalla Paolo - Studio 65 - Studio Invenzione
Synthesis Design - Tinelli Piero - Vega Progetti
Zacchetti Mario - Zanellato Alfredo
Zengiato Elda - Zona Engineering & Design

INGEGNERIZZATORI, MODELLISTI, PROTOTIPISTI

Alpeat - Carrozzerie Coggiola - CISDA Politecnico di Torino
FIAT Centro Ricerche - Fratelli Neirotti - G Studio
General Design System - Gruppo Bodino
Istituto Sperimentale Metalli Leggeri
Landra - Mastroianni Giulio - Modelleria Lauro
Motrix - Nerici Piergiorgio - Savio
Tecnema - Trabia Gabriele

PRODUZIONI

Abet Laminati - Acea - AEM - AGV - Alenia Spazio - Alessi
Art & Form - Artisti & Martini - ATM TT - Aurora Due
Balzano Gruppo Lavazza - Bialetti - Bitron Video - Borbonese
Brondi Telefonia - Cadauta - Carrara & Matta - Cartiere Burgo
Città di Torino ufficio AU - Ciuffo Gatto - Dea - Dea Ulmo
Elisport - Erga - Fantini Rubinetterie - Fapa - Ferraris & C. - Ferrino
FIAT Auto - Fila - Fornara e Maulini - Gallois - General Cab - GEV - Girmi
Gufram - Ilsa - Il Vetro - Invicta - IPS - Irmel - Kappa - King Mec
La Castellamonte - Lagostina - Lavatelli - Lecce Pen Company
Lucifero - Merlo - Mondo - Monoservizio Bibò - Nico - Olivari
Olivetti - Orient - Origlia - OSA - Pastiglie Leone - Persol
Piazza Effepi - Piralla - Plastic Art - Quercetti & C.
Righella - RP Castellamonte - Sambonet - Sames - Saturno
Seven - Sic - Sorin Biomedica - Stella Rubinetterie
Superga - 3T Tecno Tubi Torino - Telsy Elettronica
Tua Ski - Zucchetti Rubinetteria

Questo numero di A&RT è interamente dedicato a "Torino Design", l'iniziativa che la SIAT ha curato e che ha promosso unitamente a Regione Piemonte, Città di Torino, Camera di Commercio di Torino.

La mostra presso il Museo dell'Automobile, programmata dal 6 aprile al 30 giugno, ha avuto, per l'alta frequentazione, la chiusura prorogata al 4 settembre. I visitatori, fra i quali numerosi gli stranieri, hanno superato le 35mila presenze; oltre un centinaio le pubblicazioni che si sono interessate dell'iniziativa, tutte con commenti lusinghieri; una ventina i passaggi televisivi.

Il catalogo, edito da Umberto Allemandi & C., si accinge ad avere versioni in differenti lingue, in funzione della prevista ed auspicata itineranza, la cui gestione è stata assunta dal nuovo Consiglio Direttivo SIAT.

La mostra resterà documentata anche da uno specifico audiovisivo che, realizzato con il contributo degli espositori, è edito dal nostro sodalizio.

L'aver proposto il Design all'attenzione di un vasta utenza non solo specialistica, la evidenziazione delle suggestive sinergie che essa determina con la cultura produttiva, l'attualità delle problematiche che sostiene, hanno suscitato per la disciplina vivo interesse e ampio consenso. Il Convegno: "Il Design: una risorsa strategica?" e la successiva Tavola Rotonda, tenutisi nello scorso maggio con il contributo dell'Unione Industriale di Torino presso il suo Centro Convegni, hanno assunto il ruolo di individuare verso quali obiettivi poteva e doveva essere indirizzato tale consenso.

Oggi, a pochi mesi dalla chiusura della mostra, gli obiettivi individuati sembrano avviati a possibili felici soluzioni.

Il Politecnico di Torino si è attivato per l'istituzione di un Corso di Diploma in Disegno Industriale la cui programmazione potrebbe già avvenire con l'a.a. 1996 / 97. (Per il nostro sodalizio, che ha la cultura politecnica quale riferimento fondante, ciò potrebbe significare che in un futuro neppure tanto lontano potrebbe farne parte anche questa professionalità).

I materiali esposti in mostra non sono andati dispersi: ceduti con generosa disponibilità da autori e produttori sono ora depositati in attesa della definizione dell'itineranza; questa conclusa, costituiranno il nucleo di quel possibile Centro del Design per Torino e Regione la cui opportunità, come risulta dagli atti, è ampiamente condivisa da amministratori, cultori e operatori del settore.

È questo numero, curato da Claudio Germak, l'ultimo sotto l'attuale redazione. Ci eravamo proposti, tre anni or sono, su indicazioni che provenivano da coloro che nella funzione ci avevano preceduti e da numerosi Soci, il non facile compito di rinnovare immagine e contenuti di A&RT. Per l'immagine abbiamo puntato sull'aggiornamento dell'identità visiva e sul potenziamento della distribuzione; per i contenuti, sulla precisazione e conferma sia della funzione di insostituibile mezzo di collegamento fra sodalizio e Soci, sia della funzione di storico strumento di informazione e promozione della cultura politecnica. L'apprezzamento che numerosi Soci ci hanno voluto far pervenire induce a ritenere che, almeno in parte, l'obiettivo è stato raggiunto: ne condivido la soddisfazione con tutti coloro che hanno profuso capacità ed impegno, in particolare con coloro che hanno assunto di volta in volta il ruolo di curatori.

Unitamente alla redazione, ringrazio i Soci SIAT, chi ha contribuito alla vita della nostra testata, chi con apporti e contributi ne ha consentito l'uscita, i lettori.

Al nuovo Direttore, alla nuova redazione, i migliori auguri di buon lavoro.

È stata un'esperienza piuttosto faticosa. È stata una bella esperienza.

Giorgio De Ferrari

Atti del Convegno IL DESIGN: UNA RISORSA STRATEGICA? Per il lavoro – Per la formazione – Per la città

Giorgio De Ferrari (*) Ringrazio tutti i presenti per la partecipazione alla giornata di incontri promossa da Torino Design: una giornata che, come da programma, si presenta quanto mai intensa.

Questa sera Piero Bianucci, direttore di Tuttoscienze / La Stampa, condurrà la Tavola Rotonda su "Torino Design" dove componenti dei comitati d'onore, scientifico, curatore della manifestazione incontreranno designer, produttori, pubblico. Ci aspettiamo un incontro informale e vivace, con molte domande: una sorta di festa del Design, che si svolgerà anche in funzione degli umori e degli interessi che al momento emergeranno.

Il titolo dell'incontro che ci impegna questo pomeriggio porta un punto interrogativo: "Il Design: una risorsa strategica?". La speranza è che quando stassera ci lasceremo, quel punto sia diventato esclamativo.

Ma quali sono i significati specifici che intendiamo qui attribuire ai termini "risorsa" e "strategia"?

Ho consultato in merito un amico sempre affidabile: "il Nuovo Zingarelli". Alla voce "strategia", si legge: "abilità nel raggiungere le finalità volute...". Quali sono dunque le finalità il cui raggiungimento, attraverso l'apporto del Design, ci si propone? Potrebbero essere così riassunte:

- * potenziare l'offerta produttiva di un'area, di una regione che ha in corso di revisione non pochi aspetti della propria struttura;

- * contribuire alla definizione e valorizzazione dell'immagine complessiva dell'area, in particolare per quanto concerne l'ambito produttivo, ma non soltanto quello.

Riteniamo che il Design possa rappresentare, per il raggiungimento di entrambe le finalità, una potenzialità reale e consistente.

La disciplina Design nella nostra area pre-

senta caratteristiche proprie, significative e riconoscibili; offre aggiornate e sofisticate competenze, sovente derivate e sviluppatesi su antichi mestieri:

- * una radicata propensione alla serialità;
- * un profondo interesse per la meccanica e per l'aggiornamento tecnologico;

- * una forte differenziazione nell'offerta merceologica, frequentemente con produzioni a livello *leader* del settore;

- * la tendenza, molto attuale, all'ibridazione tecnologica tra settori differenti;

- * la presenza di grandi strutture progettuali, vere industrie del progetto;

- * una rete eccezionale di servizi offerti al "fare Design" (modellisti, prototipisti, ingegnerizzatori, ...) come ben poche altre aree al mondo possono vantare.

La definizione del nostro Zingarelli, alla voce "strategia", aggiunge poi: "in situazioni non facili". L'applicazione di tale precisazione al nostro caso ci trova certamente tutti d'accordo: raggiungere gli obiettivi configurati non sarà certo facile e l'auspicato raggiungimento richiederà il contributo, la volontà, la creatività di tutte le competenze coinvolte e interessate.

Lo Zingarelli chiude infine con un esempio di "abilità nel raggiungere la finalità voluta in situazioni non facili", che mi pare, qui a Torino, opportuno riportare: "...ad esempio, l'operare di Cavour nella formazione del Regno d'Italia".

Sulla scorta del consenso che la mostra Torino Design sta riscuotendo presso il Museo dell'Automobile (a mezzo periodo di programmazione è già stato raggiunto e superato il numero di visitatori che era stato previsto per l'intero periodo!), la domanda se il Design possa davvero ritenersi "risorsa strategica" sarà posta, nel corso del-

(*) Architetto, designer, presidente SIAT, direttore Torino Design, professore al Politecnico di Torino.

l'incontro, in tre direzioni, dove sono stati individuati significativi obiettivi raggiungibili a tempi medio/brevi. L'avvio verso tali obiettivi è la concreta, profonda finalità di tutta l'iniziativa Torino Design.

La prima direzione (PER IL LAVORO) ci introduce nel campo del lavoro, al rapporto fra progetto e produzione. Può essere il Design risorsa strategica per la produzione?

Tale campo nella nostra area sta attraversando un momento di particolare vitalità. A supporto di tale convincimento possono essere citati:

- * il successo mondiale dei modelli "torinesi" dell'automobile;

- * i numerosi premi e riconoscimenti in manifestazioni del Design nazionali ed internazionali. All'ultima edizione del Compasso d'Oro, oltre ai nomi "tradizionali", erano presenti nomi "nuovi": diverse le Menzioni d'Onore e fra i premiati Bruno Giardino e, nella sezione "Giovani", Maurizio Ficcadenti;

- * la recentissima costituzione a Torino della Delegazione Nord-Occidentale dell'ADI, Associazione Disegno Industriale.

La seconda direzione (PER LA FORMAZIONE) ci porterà poi nel campo della "formazione", un settore sul quale la Città di Torino punta molto, sul quale intende investire e svilupparsi.

La terza direzione (PER LA CITTA') affronterà uno specifico possibile contributo che la nostra disciplina potrebbe fornire alla configurazione di una più efficace immagine di Città e Regione. In merito è messa sul tappeto la suggestiva proposta di dotare Torino di una struttura di documentazione e promozione del Design dell'area.

PER IL LAVORO. L'apporto del Design alla innovazione industriale.

G.D.F. Primo relatore è il presidente dell'ADI Associazione Disegno Industriale, Augusto Morello, che ha avviato iniziative di grande respiro quali la riproposizione del Premio Compasso d'Oro con la mostra del Quarantennale e la creazione della seconda serie della storica testata "Stile Industria", oggi "Stileindustria".

PERCHE' TORINO

Augusto Morello (*) Devo ringraziare gli amici di Torino perchè ritengo sia la prima volta nella storia dell'ADI che un presidente viene invitato dai "locali" a discutere dei loro problemi e perchè, contestualmente alla mia presenza, è stato invitato Francesco Trabucco che rappresenta, insieme a me, il collettivo direzionale ADI che ha avuto la responsabilità, peraltro condivisa, delle attività promosse in questi tre anni di lavoro. Ma c'è una ragione del tutto personale per cui sono felice di essere qui, ragione che forse qualcuno avrà intuito dalla mia pronuncia: io sono torinese, ed è questo un aspetto non secondario anche perchè, quarant'anni fa, non avevo trovato a Torino la possibilità di occuparmi di quei temi a cui poi la mia storia personale mi ha condotto.

Io lasciai Torino anche perchè un certo modo di fare progetto si era fermato agli aspetti prevalentemente tecnologici (anche se alcuni, che avevano

(*) Presidente ADI, direttore Stileindustria.



Giorgio De Ferrari.



Augusto Morello.

grandi capacità interpretative della tecnologia, avevano fatto e facevano cose straordinarie): la cultura piemontese non era allora vista quale "motore" per quello che noi oggi chiamiamo (qualche volta impropriamente, e qualche volta indebitamente) "Design".

È emozionante tornare a distanza di anni in una città che si ama e della quale ci si sente figli e constatare che, straordinariamente, dà vita ad una mostra come Torino Design che offre tante significative testimonianze e non solo in merito al Design dell'auto (anche se, ovviamente, esso costituisce il vantaggio competitivo e la risorsa specifica dell'area).

Vorrei però uscire da questi aspetti personali per invece affrontare l'argomento del mio intervento: l'ADI.

L'ADI sta attualmente uscendo dalla riorganizzazione del suo statuto ed anche della sua stessa struttura. Infatti questa si deve oggi confrontare con quattro neonate delegazioni: la sezione Piemonte, Liguria e Valle d'Aosta (sezione Italia Occidentale), che è stata la prima a costituirsi; la sezione Friuli Venezia Giulia; la sezione del Veneto, quella di Pesaro e Ancona, tuttora in fase di costituzione.

L'ADI si configura così come una struttura a "matrice", complessa da gestire, anche perchè i temi dell'organizzazione, del progetto, del controllo di gestione, del consenso sociale, che tempo fa sembravano temi disciplinarmente lontani, in questo momento stanno interrelandosi sempre di più, rendendo man mano più pesante la gestione della complessità che, un tempo condotta attraverso l'analisi, sta oggi dirigendosi sempre più verso la sintesi.

Soltanto dieci-quindici anni orsono, la risorsa più difficile da reperire era l'informazione: c'era un'alta entropia del sistema per carenza di informazione. Oggi invece c'è un eccesso informativo, e l'entropia che si sta determinando nel sistema è determinata dal fatto che non possediamo norme o criteri per scegliere le informazioni giuste. Si tratta di un problema che investe il Design come altre discipline e la vita di tutti i giorni. Coloro che si muoveranno nelle imprese, nel sistema, nella società, saranno sempre più sollecitati a conoscere "abbastanza bene" anche i campi in cui altri sono competenti, al punto da poter in qualche caso "cambiare cappello". Non è certo un caso che è riscontrabile, per ora ancora allo stadio aurorale e soprattutto dove esiste la necessità di una flessibilità creativa indipendente dalla struttura burocratica, la tendenza ad una maggiore integrazione del designer nell'impresa. Questa tendenza all'internalizzazione del designer nella struttura produttiva è indicativa del fatto che l'industria ha adottato un metodo che il progettista non vede più come una "prigione": essa potrebbe conferire un diverso profilo a molte professioni, compresa quella del designer.

Negli ultimi quindici anni nel campo del Design,

e non solo in questo ma anche in quello dell'industria e del rapporto creatività - industria, il fatto più caratteristico che si sta verificando è come il termine "industria" vada progressivamente perdendo il significato acquisito dai tempi dell'industrializzazione. Dai connotati puramente seriali di partenza, sta recuperando, lentamente ma inesorabilmente, il connotato latino di "attività diligente, efficace". La trasformazione è riferibile alla flessibilità tecnologica e all'elasticità organizzativa che stanno trasformando realtà produttive, anche molto strutturate, in *industriæ*, così come potevano essere intese in qualche testo di Cicerone o di Svetonio. Questo significa che di fatto le separazioni tra arte e industria, tra creatività e capacità organizzativa, stanno perdendo intensità.

Quanto detto è una riflessione non solo personale ma anche condivisa da diversi personaggi con i quali ho avuto occasione di parlarne sia in ambito ADI che in ambito redazione di *Stileindustria*: la propongo anche a voi perchè mi pare vada considerata con attenzione.

Vorrei concludere l'intervento con una riflessione sul significato dei termini "risorsa" e "strategia". Non credo che la strategia sia la capacità di raggiungere lo scopo voluto, come asserisce l'ottimo dizionario italiano citato: oggi "strategia", all'interno delle imprese, è un concetto che si carica di significato in funzione della sua differenza da "tattica". Strategia è tutto ciò che riguarda la più vasta ampiezza degli interessi di colui che si sta occupando di un certo risultato con il termine temporale più lungo che si possa prevedere. Al di sotto di questa ampiezza, al di sotto di questa scansione temporale, la "strategia" è "tattica".

"Tattico" è colui che si occupa del breve termine, di obiettivi finalizzati, specifici.

"Strategico" è colui che si occupa di problematiche più vaste, più a lungo termine.

Il Design è dunque strategico o è tattico? Per poter dare una risposta occorre anzitutto definire cosa si intende per Design: se s'intende quell'attività che serve per dare una "forma", nel senso di "shape" ai prodotti, allora il Design non è un problema strategico; se invece è un problema di "form", cioè di "forma" nel senso greco e medievale del termine, allora il Design è profondamente strategico.

Il Design però non si occupa solo più dei prodotti, bensì si occupa del mondo: fare del Design nel senso in cui lo intendiamo noi, in un mondo che sta cambiando sostanzialmente le sue coordinate, non è più dare la forma ad uno specifico prodotto, bensì contribuire a dare la forma al mondo. A questo punto il problema della semantica dei prodotti diventa un fenomeno del tutto secondario. Le scuole ben dirette, e ne vedo qui illustri esponenti, sono valide e meritano la "S" maiuscola (come la Scuola di Vienna o Scuola di Zurigo o, ancora, Scuola di Torino) nella misura in cui stanno riflettendo sul

come si potrà in futuro dare una forma al mondo.

Riallacciandomi in chiusura alla citazione di De Ferrari su Cavour riguardo al termine "strategia", c'è da dire che Torino ha da sempre due grandi anime: la prima che si potrebbe connettere con l'*epistémè* greca, con la razionalità (Avogadro, Peano...), e la seconda che è un'anima "da Ulisse", caratterizzata dall'astuzia, dall'intelligenza pratica (Cavour appunto, Giolitti...): due aspetti che convivono e che possono dare vita ad una riflessione sul rapporto tra la filosofia e l'ingegneria, tra la capacità di "dare forma" nel senso nobile e la capacità di "dare forma" nel senso funzionale.

G.D.F. Ringrazio il Presidente per le stimolanti riflessioni che ci lascia: potranno trovare, già in questo incontro, occasione di approfondimento.

I due interventi che seguono sono "autogestiti" dall'ADI Delegazione Nord Occidentale. Due contributi diversi, a testimonianza delle due componenti che formano il sodalizio: il primo è di un designer noto ed esperto, il secondo è voce del gruppo giovani.

ENUCLEARE I FONDAMENTI DEL PROGETTO

Leonardo Fioravanti (*) Mi voglio innanzitutto congratulare con Giorgio De Ferrari per essere riuscito a coagulare un interesse così notevole intorno al Design: non mi sarei mai immaginato di parlare ad una sala tanto gremita che accanto ad illustri "meno giovani", presenta tantissimi "giovani"

(*) Ingegnere, designer, titolare "Fioravanti srl", consigliere ADI delegazione Ovest.

(che immagino essere designer o aspiranti tali) e ciò mi sembra confortante in quanto sono convinto che la professione del designer abbia profonde attinenze con l'essere, e soprattutto con il sentirsi, giovani.

Il mio intervento vuole essere una difesa del progetto in quanto tale, della sua essenzialità.

Il titolo è: "Enucleare i fondamenti del progetto".

Un'enunciazione un po' "pesante" che tenterò di alleggerire nel corso della trattazione che riguarda in particolare un progetto di automobile. Ho scelto l'auto quale oggetto conosciuto da tutti e fortemente caratterizzante l'area torinese: un prodotto che qualche anno fa era stato definito "maturo", che non aveva più nulla da comunicare, un fardello sociale, una fonte di mali ecologici. L'automobile è effettivamente un progetto "vecchio" (ha più di cent'anni), ma è interessante sottolineare come da prodotto elitario sia diventato prodotto di massa nel giro di qualche decennio, e come la sua struttura produttiva sia l'industria trainante in tutto il mondo (è quella che ha il maggior numero di addetti): nel prossimo secolo probabilmente questo primato spetterà ad altre attività, ad esempio a quelle derivate dall'elettronica e dall'informazione, ma a tutt'oggi il fenomeno industriale e sociale più "importante" di questo secolo è appunto l'automobile.

Ma non si tratta di un fenomeno "maturo": il mondo della progettazione dell'auto ha sempre avuto il coraggio di autocriticarsi, anche fortemente, e di accettare repentini cambi di direzione. Ad esempio, per garantire la sicurezza ai passeggeri, sono stati introdotti nell'abitacolo dapprima le cinture di sicurezza e poi, nonostante le prime posizio-



Leonardo Fioravanti e Giorgetto Giugiaro.

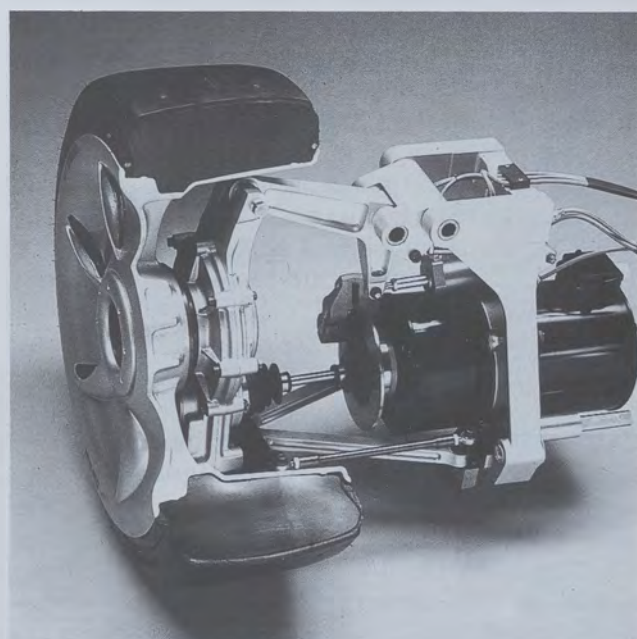


Fig. A - Il gruppo ruota della "Sensiva". (Vedi testo).

ni di "rifiuto" da parte dei progettisti (in fondo si tratta di governare uno "sparo" in 3 millisecondi), gli *air bag*.

Oggi l'*air bag* è così progettualmente e tecnicamente evoluto da essere divenuto una questione di marketing: una vettura non dotata di questo dispositivo ha dei problemi di collocamento sul mercato.

Negli ultimi tempi, effettivamente, l'innovazione progettuale è stata un po' diluita, direi quasi "sfiancata" da vincoli "lateral" al progetto: problemi di sinergie industriali e di marketing per citarne solo due. Il progetto è un compromesso, e l'automobile è il regno del compromesso ma quando i vincoli esterni, non progettuali, predominano l'innovazione derivante da esso si diluisce, si sfianca.

Entrando nel vivo dell'intervento, ciò che ci ha spinto a sviluppare un progetto "innovativo" è stata la dinamica del veicolo, che negli ultimi tempi ha acquisito una veste più "ingegneristica" attraverso ABS, ASR, ASP che testimoniano come lo sforzo dell'ingegneria sia volto a correggere le "improprietà" di funzionamento derivanti dalle condizioni del fondo stradale e dai limiti dell'uomo come sensibilità e velocità di reazione.

L'obiettivo che ci siamo proposti per ottenere una radicale innovazione in questo settore, è stato quello di riesaminare la dinamica del veicolo dalle sue basi, partendo dalla conoscenza delle forze che interagiscono tra il veicolo stesso e la strada. Da un punto di vista teorico, ci è sembrato essenziale studiare l'impronta del pneumatico sulla strada perchè esso è il primo tramite tra veicolo e strada, ed è il "luogo" ove avviene l'incontro tra le forze che il pilota vorrebbe imprimere al veicolo e le forze che il terreno oppone: abbiamo tentato di aprire una nuova frontiera per una sicurezza attiva estrema, cercando di condizionare il comportamento del veicolo a partire dall'analisi di queste forze.

Abbiamo osato pensare il "meglio" (inteso come somma delle caratteristiche più intime di un progetto), a prescindere, per una volta, da valutazioni economiche per verificare se, almeno dal punto di vista speculativo, fosse possibile realizzare "qualcosa" che consentisse di fare un passo avanti importante.

La nostra automobile è stata pensata come un "sistema" concettualmente composto da sensori situati nei pneumatici, che "registrano" la strada; da un gruppo ruota unificato (cioè uguale nei quattro angoli dell'auto: stesso tipo di sospensioni, stesso tipo di motore elettrico, stesso tipo di freni); da un elaboratore che ottimizza i comportamenti del veicolo; da un generatore di energia (gruppo turbina-generatore-batterie).

La novità principale, brevettata in Europa, U.S.A. e Giappone, sta nel pneumatico, i cui sensori sono costituiti da fasci toroidali di elastomeri piezoresistivi che sotto deformazione variano le loro caratteristiche elettriche: in qualsiasi condizione (frenata, accelerazione, curva...) questi elementi si deformano, comunicano la deformazione all'elabo-

ratore che risale al coefficiente di attrito del terreno in tempo reale, lo confronta con una banca dati dove sono memorizzati i valori "ottimali" nelle diverse condizioni (suolo asciutto, bagnato, con neve...) e, con un sistema di tipo euristico, sceglie le correzioni da comunicare a ciascuno dei gruppi ruota per sfruttare al meglio l'aderenza (potremmo al limite arrivare a pensare che una ruota dovrà accelerare ed un'altra frenare).

Nel gruppo ruota (Fig. A), esposto fisicamente alla mostra Torino Design, dal motore elettrico fuoriesce l'albero di trasmissione che muove la ruota (sospesa con una sospensione idraulica di tipo "attivo"), tra i due c'è il freno a disco. Questo gruppo ruota permette di espletare tutte le funzioni desiderate nell'interlacciamento tra veicolo e terreno: accelerare, frenare (con il motore o con un freno a disco molto piccolo), sterzare (il braccio dello sterzo fruisce di un servo-sterzo elettrico).

Il veicolo, chiamato "Sensiva" per una crasi tra "sensibile" e "attiva", si adatta dunque automaticamente alle condizioni del terreno, ma l'adattamento si verifica, comunque, sempre nell'ambito della volontà del guidatore, conferendo anzi a quest'ultimo una maggiore tranquillità.

La parte posteriore di Sensiva è stata dotata di piccole derive mobili, comandate dai sensori dei pneumatici, per stabilizzare il veicolo in velocità e in presenza di vento laterale.

I fari sono conglobati nella base del parabrezza per ottenere una maggiore protezione di tutto il perimetro del veicolo.

Concludo dicendo che Sensiva è pensata come veicolo ecologico (un progetto avanzato non può essere "arretrato" in nessuna sua parte), ibrido, data la sua connotazione sportiva che non consente, oggi, di progettare come totalmente elettrico.

Ringrazio ancora per essere intervenuti così numerosi.

NOI GIOVANI DELL'ADI

Elda Zengiaro (*) Noi giovani dell'ADI siamo un gruppo eterogeneo di persone con differenti tendenze e passioni (siamo studenti, neolaureati, professionisti alle prime armi...) ma accomunati dalla volontà e dal piacere di fare del Design la nostra professione, e siamo consci del fatto che fare Design oggi va a toccare campi molteplici, e richiede dunque una preparazione adeguata, che non si può certo improvvisare.

Il nostro intento è quello di comunicare e contrastare la tendenza comune di considerare il Design un'operazione aggiuntiva alla progettazione, una sorta di abbellimento estetico facoltativo. Ci siamo trovati più volte nel tentativo di definire cosa sia per noi il Design, chi sia il designer, dove si debba collocare, ed abbiamo fatto una scoperta: anche al

(*) Architetto, designer, consigliere ADI delegazione Ovest.

Design sono applicabili gli insegnamenti di una filosofia indiana di 2500 anni fa. Questa filosofia non menziona il Design, bensì la felicità, e sostiene che non esiste felicità senza armonia tra le parti.

Noi pensiamo dunque che questo sia valido anche per il Design; cioè che anche il Design debba essere armonia tra le parti. Abbiamo quindi introdotto un nuovo concetto, che è quello di "convenienza", utile per distinguere il "buon Design" dal "cattivo Design". Un prodotto sarà di "buon Design" tanto più soddisferà le convenienze delle parti che vengono coinvolte nel progetto.

Per meglio spiegare il concetto di "convenienza" nell'ambito del Design ci siamo rifatti alla vecchia teoria degli insiemi, e abbiamo ipotizzato degli insiemi di convenienze: le convenienze dell'industria (l'ottimizzazione dei costi attraverso diverse strategie, la ricerca di garanzie per avere un certo fatturato...), quelle dell'utenza (che il prodotto funzioni, che sia facilmente reperibile, che abbia un costo adeguato...), quelle della società (che il prodotto non inquina, che sia facilmente smaltibile a fine vita...), quelle della cultura (che il prodotto sia nuovo, che sia rappresentativo del tempo in cui viviamo...) e, tra le altre, quelle del designer.

Se un prodotto, ad esempio, tocca soltanto due degli insiemi di convenienze presi in considerazione, cioè soddisfa soltanto due dei sistemi di esigenze espresse, è un prodotto di cattivo Design.

Abbiamo dunque identificato il designer nel

ruolo di "accentratore": il designer deve cioè contribuire a creare una forza attrattiva tra gli insiemi, fino a dar vita ad un nuovo sottoinsieme che coinvolga il maggior numero possibile di insiemi di convenienze. (È naturalmente utopico pensare che li possa coinvolgere tutti: quante più convenienze soddisferà, tanto più il prodotto sarà di buon Design).

Non si può giudicare un prodotto solo in base all'aspetto formale, ma solo in relazione alle parti che coinvolge; il progetto di Design è dunque il risultato dell'armonizzazione di queste parti attraverso il lavoro di "regia" del designer.

Occorre perdere l'abitudine di pensare all'oggetto di Design come a un "qualcosa" caratterizzato da una forte espressività, e quindi al designer come ad un personaggio che "arricchisce" il prodotto. Noi giovani ci auguriamo che si cominci a pensare che esiste una "professione designer", e che le competenze di tale professione vengano utilizzate maggiormente.

Il nostro costituirci in gruppo ha una ragione d'essere anche in funzione della nostra eterogeneità interna, che dà vita ad un nuovo equilibrio tra teoria e pratica, allo slancio utopico "ridimensionato" dall'esperienza del reale; il confrontarci tra noi favorisce la crescita individuale, il ripensamento delle proprie posizioni; anche l'identità progettuale "di gruppo" è stata arricchita dalle diverse competenze specifiche che confluiscono nel progetto.

Le nostre aspettative riguardo al futuro riguardano la speranza e l'impegno che esista una maggiore collaborazione tra il designer e l'industria e che tale



Elda Zengiaro.



Claudia De Giorgi.

collaborazione si possa strutturare anche in iniziative comuni a grande respiro e a lungo termine, quali la ricerca scientifica, la sperimentazione di nuovi materiali e nuovi procedimenti.

A questo proposito, ci compiaciamo che sul nostro territorio esista una struttura come l'ADI che ci informa, ci aggiorna, ci tutela e promuove iniziative, ma che soprattutto può favorire l'incontro tra il designer e l'industria.

G.D.F. È certamente un buon auspicio che un gruppo riesca ad incontrarsi su concetti così significativi. Giovani così è proprio il caso di farli lavorare!

Gli argomenti delle due prossime relazioni entrano nel vivo della tematica di questa prima parte. Riguardano la collocazione ed i ruoli che la figura del designer può assumere in una struttura progettuale/produttiva avanzata.

DESIGN E QUALITÀ

Francesco Trabucco (*) Il tema che mi avete affidato, "Design e qualità", è difficilmente contenibile nel tempo che ho a disposizione, cercherò allora di enunciare in modo sintetico almeno le questioni centrali cercando di trarne qualche conclusione.

Il sistema occidentale europeo sta vivendo una crisi di competitività con il mondo industriale giapponese e soprattutto con i paesi emergenti dell'estremo oriente, e questa è una constatazione; la mia tesi è che il Design rappresenta una delle risorse strategiche che potrà orientare la trasformazione del sistema industriale necessaria a mantenere onfrontabili i livelli di competitività.

I nodi che il sistema industriale occidentale dovrà affrontare sono almeno tre: questione ambientale, contenimento dei costi di produzione (se preferite ottimizzazione del rapporto tra costo e qualità), globalizzazione dei mercati. Cercherò in modo molto sintetico di dimostrare che al centro di tutte e tre queste questioni si trova il *progetto* con le sue implicazioni: l'innovazione tecnologica di processo e di prodotto da un lato, la gestione consapevole della qualità comunicativa ed espressiva dall'altro.

Il sistema industriale deve, nella sua attuale fase di sviluppo, certamente pagare almeno una parte del prezzo di uno sviluppo fondato dalle sue origini sullo sfruttamento delle risorse ambientali.

Questo prezzo si esprimerà in ricerca per la compatibilizzazione ambientale dei processi produttivi, per la riduzione dei consumi energetici, sia dei prodotti che dei processi, per la eliminazione delle immissioni nocive nell'ambiente, per la

riduzione dei rifiuti e quindi per il riciclo e riuso dei prodotti industriali e dei loro componenti, cioè in sostanza in un enorme sforzo di ricerca e progettazione che coinvolgerà in prima persona i designer impegnati non solo a dare senso ai prodotti dal punto di vista del loro uso diretto, ma anche a renderli sempre più facilmente manutenibili per allungare il ciclo di vita, smontabili e riciclabili.

Il progetto non si esaurisce dunque più con la configurazione finale del prodotto, ma si estende alla progettazione della sua vita fino alla sua fine.

L'assunzione consapevole delle responsabilità ambientali, alle quali il sistema industriale europeo sembra fortunatamente e definitivamente orientato, si trasformerà in costo dei prodotti e quindi in una riduzione di competitività che tenderà ad aumentare il gap tra i paesi culturalmente più sensibili e attenti e i paesi in via di sviluppo che ancora non hanno affrontato in senso globale questa tematica.

Il secondo punto, contenimento dei costi, vede anch'esso al centro della questione il Design.

Nei paesi di lunga e consolidata tradizione industriale, per contenere i costi, non si può certo contare sulla riduzione del costo del lavoro, né tantomeno sul costo delle materie prime o dell'energia, che tenderanno invece ad aumentar in relazione all'aumento delle aspettative di qualità della vita da parte di popolazioni sempre più assuefatte a un diffuso benessere economico e sociale.

Contenere i costi significherà allora prevalentemente cercare di ottimizzare il rapporto tra qualità offerta e prezzo, ciò significherà ridurre gli errori di progettazione e di produzione, ridurre i gusti, migliorare le qualità comunicative dei prodotti, migliorare le prestazioni, aumentarne la vita, eccetera.

Tutto ciò fa parte, o perlomeno farà parte, del mestiere del designer.

Il terzo punto: con "globalizzazione dei mercati" intendevo dire non solo che il mondo è diventato piccolo, ma anche che è aumentata non solo la rapidità delle trasformazioni, ma anche la rapidità con la quale tali trasformazioni si "planetarizzano" e si trasferiscono ai mercati.

Ciò significa che un sistema industriale che vuole rimanere aggiornato deve pensare a se stesso in termini dinamici, i prodotti e i progetti devono essere considerati come in permanente fase di evoluzione, sia per acquisire nuove opportunità tecnologiche, sia per adeguarsi a sempre nuove richieste anche espressive del mercato.

Insomma mi sembra proprio giusto il titolo che abbiamo dato al primo numero della rivista *Stile Industria* "Una volta era più difficile produrre che progettare. Oggi è più difficile progettare che produrre".

(*) Architetto, designer, consigliere ADI, professore al Politecnico di Milano.

DESIGNER E AUTOMOBILI

Nevio Di Giusto (*) Dopo gli interessantissimi interventi che mi hanno preceduto, mi sento piuttosto... "metalmecanico". Amo moltissimo il mio lavoro e amo collaborare con i Centri di Design dell'area piemontese (e non solo piemontese), ma, in un'azienda come la Fiat, tutti i rapporti di lavoro devono diventare per forza concreti: rifacendomi ad una frase ascoltata oggi nell'intervento dei rappresentanti dei giovani designer, mi sembra di poter affermare che "noi viviamo di reale", anche se, anche nella grande industria, il designer ha bisogno di momenti di libertà.

Ritengo di guardare una situazione che sta uscendo da un periodo difficile nel quale, ad una qualità attesa, trasmessa cioè dal Design dei nostri prodotti, raramente corrisponde una qualità reale dei prodotti stessi: questo è stato uno dei motivi di disorientamento del nostro cliente.

Negli ultimi cinque anni all'interno della nostra azienda ci siamo impegnati nell'enorme sforzo di avvicinare la "tattica" alla "strategia", proiettandoci in là nel tempo, individuando prodotti strategici e mettendoli poi in produzione; abbiamo ridotto drasticamente la distanza tra ciò che siamo capaci di prevedere e ciò che siamo capaci di produrre. Questo passo avanti è stato compiuto grazie ad un'importantissima riorganizzazione del lavoro, passata attraverso l'adozione della struttura "matriaciale" che ha sostituito quella "funzionale" (organizzata cioè per discipline e per funzioni): sono

nate così le cosiddette "piattaforme", che rivolgono tutte le loro attenzioni al prodotto.

All'interno di questo panorama possiamo con sicurezza affermare che il Design è una risorsa strategica del prodotto in quanto "comunicazione dei contenuti" e quindi esplicitazione delle attese in termini di qualità reale, così come l'uomo, il designer, è risorsa strategica per l'industria.

Negli ultimi cinque anni, più che lavorare sul Design, noi abbiamo lavorato sugli uomini, sul modo in cui inseriamo i giovani, sul modo in cui li facciamo partecipare a tutto il processo di sviluppo del prodotto. Ritengo che la Fiat sia oggi una delle poche aziende che inserisce i giovani, gettandoli direttamente "nella mischia", facendoli lavorare a stretto contatto con gli ingegneri, con gli uomini del prodotto, con gli industrializzatori. L'elemento forte del *simultaneous engineering*, cioè della "piattaforma" è quello di permettere a tutti i componenti del gruppo di lavoro di seguire il prodotto sino alla produzione e di sentirsene quindi "padri".

Ai due estremi proposti da Torino Design, l'automobile ed il cucchiaino, io ne affiancherei altri due: la matita ed il computer, il passato ed il futuro della professione del designer.

Il ruolo principale del designer oggi è quello di far credere, a chi dovrà giudicare il suo lavoro, l'esistenza reale di un prodotto che in realtà non esiste; la computer grafica è utilizzata dunque non per modificare la realtà, bensì per creare un "iperrealismo" del non esistente.

Come cambia il processo di sviluppo del prodotto al momento dello stile?

Dal *briefing* in poi, la strada del Design può seguire due diverse direzioni: quella del computer e

(*) Ingegnere, direttore Innovazione e Sviluppo Design Fiat Auto.



Francesco Trabucco.



Nuccio Bertone e Nevio Di Giusto.

quella dei bozzetti manuali; l'oggetto dovrà comunque, ad un certo punto, acquisire una tridimensionalità per le verifiche dello stile e della fattibilità del prodotto, per le prove in galleria del vento...

Una volta espressi i giudizi, le superfici del modello vengono trasformate in superfici matematiche che consentono l'informazione in tempo reale a tutto il sistema dell'industria.

Ritengo che riuscire a trasmettere un'informazione sintetica al momento giusto sia elemento fondamentale per "reingegnerizzare" il processo produttivo. Il nostro modello di sviluppo dei processi di stile vede la progettazione nascere e muoversi con il calcolatore. Senza disporre realmente dell'oggetto si possono elaborare le superfici matematiche, "renderizzare" il prodotto e presentarlo mediante l'utilizzo di immagini virtuali in alta definizione.

Dall'approvazione dell'immagine è possibile passare alla realizzazione fisica del prodotto.

Tutto questo avviene in un processo fortemente codificato: il processo di stile, che sembra un processo puramente creativo, deve in realtà integrarsi con una serie di attività diverse svolte all'interno dell'azienda.

Quando all'interno della Fiat ci siamo chiesti come possa il Design integrarsi con le altre attività e contemporaneamente raccogliere l'obiettivo strategico del miglioramento della qualità del prodotto, abbiamo prima di tutto individuato le motivazioni che ci inducevano a rivedere la nostra organizzazione:

- * il Design è un fattore strategico di competitività;

- * il Design deve essere integrato con gli altri fattori del sistema industriale;

- * il Design deve essere fortemente presidiato all'interno, cioè organizzato in una struttura "forte", pur mantenendo la possibilità di apporti esterni.

Il designer è così entrato a far parte integrante di una struttura composta da uomini "di funzione", uomini "della produzione", "degli acquisti", della direzione prodotto, della direzione commerciale, della direzione ambiente. Il designer è dunque una persona che ha acquisito un ampio spettro di competenze e sa dialogare con le altre figure del suo gruppo di lavoro.

Nella fase di ridefinizione si presenta un altro problema, e forse anche un'opportunità: il fatto di avere tre marchi diversi: Fiat, Lancia e Alfa Romeo. Si è dunque fatto sentire il bisogno di identificare degli elementi "forti" in grado di creare distinzioni tra i prodotti del gruppo, e abbiamo perseguito tale obiettivo dividendo "per marchi" due enti: la Sperimentazione e il Design. Il comportamento su strada e prima ancora l'estetica sono infatti i due elementi che sono in grado di creare distinzione tra i prodotti e riconoscibilità per i clienti.

Ogni Centro Stile basa la sua organizzazione su alcune figure professionali determinanti: una serie di *junior designer* e *senior designer* (in funzione dell'esperienza), il *chief designer* vettura, il *chief designer* di interni e quello di esterni, un responsabile di colori e tessuti e un certo numero di *pre-engineer* (una sorta di "via di mezzo" tra stilisti e ingegneri) che certificano la fattibilità dei prodotti sviluppati all'interno del Centro Stile.

Il *chief designer* di interni e il *chief designer* di esterni rappresentano la massima esperienza in termini di trattamento estetico delle superfici esterne e degli elementi interni del veicolo, e rappresentano la "memoria tecnica" per tutti coloro che sono coinvolti nella realizzazione di una nuova proposta. Il *chief designer* vettura è una figura fondamentale, capace di instaurare il dialogo con tutti gli altri attori del processo di sviluppo del prodotto; è la persona che partecipa all'individuazione delle caratteristiche del prodotto nel *briefing*, che sviluppa il prodotto al momento dello studio dello stile della vettura, e quindi, entrato fisicamente nel "team di piattaforma", è colui che accompagna il prodotto fino alla produzione, curandolo nei minimi dettagli.

Il ruolo del designer è interessato da un crescente numero di competenze (verifica delle superfici, delle riflessioni, dei punti freddi negli stampi...) esplicitate attraverso l'uso di strumenti informatici che il progettista deve saper gestire.

Gli *junior designer* possono scegliere la strada degli esterni di vettura e diventare, all'apice della carriera, *chief designer* di esterni, o lavorare sugli interni e arrivare a rivestire il ruolo di *chief designer* di interni, o, facendo esperienza in esterni e interni, diventare *chief designer* della vettura.

Un profilo di formazione assolutamente "tematico" è infine quello che riguarda il responsabile dei colori e dei tessuti, che cresce all'interno del suo settore.

Vorrei concludere menzionando una serie di prodotti che testimoniano quanto la Fiat abbia fatto in termini di creatività e di impegno, in un momento difficile come quello dal quale, spero, stiamo appena uscendo: Punto (frutto di una collaborazione tra Centro Stile Fiat per gli interni e Italdesign per gli esterni), Coupé (Pininfarina per gli interni e Centro Stile Fiat per gli esterni), Spider e GTV Alfa Romeo (Centro Stile Alfa Romeo per gli interni e Pininfarina per gli esterni), 145 e 146 (entrambe interamente frutto del Centro Stile Alfa Romeo), 500 Sporting (Centro Stile Fiat), Barchetta (Centro Stile Fiat), e le ormai prossime al lancio sul mercato Bravo e Brava (Centro Stile Fiat).

Un'ultima parola sul futuro, credo che la ricerca di coerenza tra quanto il prodotto comunica attraverso il Design ed i contenuti reali, quelli che il cliente percepisce quando usa il prodotto, sarà il nostro impegno e la nostra sfida.

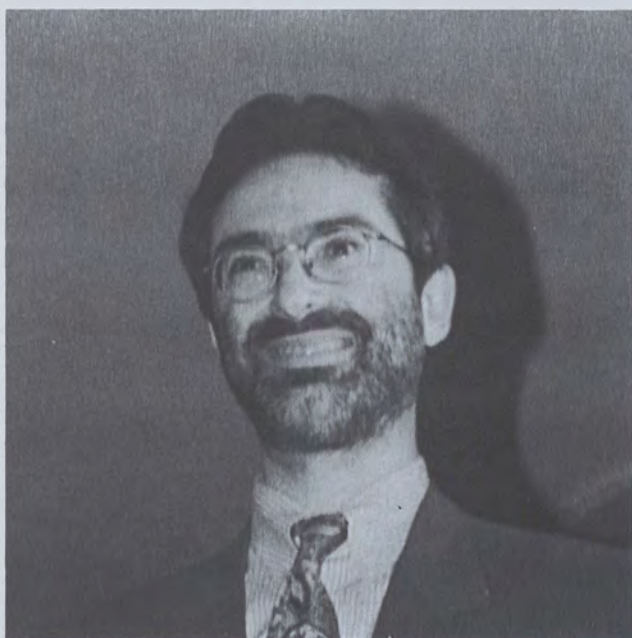
G.D.F. Quanto abbiamo ascoltato, oltre al notevole interesse specifico, offre non poche indicazioni anche in merito alla formazione, seconda tematica prevista per oggi. Ma, poichè fra breve si dovrà allontanare, voglio ora ringraziare per la presenza l'assessore alla cultura della Regione Piemonte che, con l'Assessorato, ha sino dalla proposta iniziale condiviso e sostenuto l'iniziativa Torino Design.

Giampiero Leo (*) Secondo gli inflessibili programmi della mia segreteria, avrei dovuto trattenermi qui assai meno tempo di quanto non abbia fatto, ma l'interesse che ha suscitato in me questo incontro, e il fascino della disciplina Design hanno fatto sì che prolungassi la mia presenza al Convegno.

Come Assessorato abbiamo sostenuto con impegno e convinzione sia la mostra Torino Design che questo Convegno poichè crediamo che tali iniziative vadano a "dipanarsi" lungo le due vie che stiamo percorrendo: da una parte, stiamo lavorando per il recupero delle tradizioni culturali del Piemonte (recupero di castelli, fortezze, abbazie ma anche la riapertura dell'Archivio di Stato, il progetto della Cavallerizza,...); dall'altra, promuoviamo le ricerche a tutto quello che può comportare possibilità di sviluppo e miglioramento dell'occupazione e della qualità della vita nella nostra Regione, e non solo.

Concludo il necessariamente breve saluto, confermando la mia disponibilità entusiastica ad ancora appoggiare qualsiasi iniziativa di questo livello capace di concentrare l'attenzione sul Piemonte e di apportare idee e stimoli nuovi capaci di individuare linee di sviluppo "strategiche" per il futuro.

(*) Assessore alla Cultura della Regione Piemonte.



Giampiero Leo.

PER LA FORMAZIONE. Potenzialità della disciplina Design in un settore emergente per la città.

G.D.F. Può in questo settore essere il Design una risorsa sulla quale concretamente mirare?

Mentre l'offerta didattica da parte delle istituzioni private presenti sul territorio ha avuto recentemente un eloquente e consistente potenziamento, diffuso è l'interesse in merito all'intenzione che il Politecnico di Torino sembra oggi manifestare sull'avvio di un Corso di Laurea, breve o lunga, in Disegno Industriale. Il nuovo ordinamento ministeriale prevede tali istituzioni, a lungo perorate da Tomàs Maldonado. Il Politecnico di Milano ha avviato da due anni un Corso di Laurea; la Facoltà di Architettura di Venezia, presso la sede di Treviso, un Corso di Diploma. Entrambi sono strutturati su percorsi didattici che, all'interno di quanto prevede e consente la regolamentazione, sono caratterizzati da una attenta relazione alle realtà produttive dell'area regionale di pertinenza. Quest'ultimo interessante aspetto consente di raggiungere ad un tempo i risultati:

- * usufruire della cultura del progetto e del prodotto radicate nell'area;

- * fornire "alternative" tendenzialmente specializzate che, anzichè una sterile concorrenza, possano determinare un sinergico quadro capace di suscitare interesse anche oltre i limiti nazionali;

- * offrire al titolato un più facile assorbimento nel mondo del lavoro.

Sull'esperienza milanese relazioneranno alcuni docenti che del nuovo corso di Laurea sono anche componenti del Consiglio Direttivo: in sostituzione



Wim Oude Weernink.

del prof. Alberto Seassaro, il prof. Alessandro Polistina.

L'ordinamento prevede da tempo la possibile attivazione di scuole di specializzazione post-laurea: Firenze, Napoli, Palermo ne sono provviste. Ci relazionerà poi, su tale esperienza, il direttore della Scuola di Specializzazione in Disegno Industriale dell'Università di Firenze.

IL CORSO DI LAUREA IN D.I. DI MILANO

Francesco Trabucco. Il Design italiano è nato nelle scuole di architettura, la cultura del Design italiano appartiene totalmente alla cultura dell'architettura.

Questa totale appartenenza è stata la forza, ma in parte anche la debolezza del Design italiano.

La forza perché il Design italiano è stato dal dopoguerra ad oggi internazionalmente riconosciuto per la sua capacità di rinnovarsi linguisticamente, di sperimentare nuove strade e nuovi linguaggi, di approfondire e dibattere culturalmente le proprie ragioni: dall'altra parte però la totale appartenenza alla cultura dell'architettura ha mantenuto almeno una parte del Design italiano distante dalle logiche del mondo industriale contribuendo a radicalizzarne l'identità di un Design più intellettuale che realmente operativo.

Tale appartenenza però ha cominciato a dare segni di crisi proprio all'inizio degli anni Ottanta, quando a Milano si incontrarono alla Facoltà di Architettura Marco Zanuso, Achille Castiglioni, Tomàs Maldonado; gli organi universitari suggerivano di costituire scuole di specializzazione in Disegno Industriale, così a Napoli, a Palermo, a Firenze e a Torino.

A Milano Marco Zanuso era fortemente contrario a tale soluzione, affermava che una scuola di specializzazione era un'istituzione troppo debole per garantire la formazione del designer, inoltre la costituzione di tali scuole avrebbe confermato l'ipotesi dell'appartenenza della cultura del Design a quella dell'architettura, mentre noi rivendicavamo innanzitutto l'autonomia culturale, disciplinare e professionale del designer.

Il grande impegno soprattutto di Tomàs Maldonado su questa linea ha portato nei primi anni Novanta al riconoscimento del Corso di Laurea in Disegno Industriale presso la Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano.

Il contraccolpo di tale evento sulla Facoltà di Architettura è stato molto forte; si è spezzato il nocciolo duro della "unicità del progetto"; oggi alla Facoltà di Architettura di Milano sta per iniziare il nuovo Corso di Laurea in Urbanistica, si discute di un Corso di Laurea in Restauro e qualcuno sta proponendo un nuovo Corso di Laurea in Architettura.

Personalmente ritengo che tutto ciò sia un bene e che l'insegnamento delle discipline una volta confinate nell'ambito della Facoltà di Architettura, si stia dinamizzando e attualizzando con un formida-

bile aumento di interesse da parte di studenti e docenti.

Il Corso di Laurea in Disegno Industriale che abbiamo inaugurato due anni fa, presenta alcuni elementi di innovazione all'interno della struttura didattica secondo me molto interessanti e che riassumerò brevemente.

Quasi la metà dei docenti che operano nel Corso di Laurea è a contratto, il che significa un formidabile apporto di esperienze professionali e intellettuali certamente innovativo.

Una percentuale forse intorno al 25% dei docenti del Corso di Laurea dalla Facoltà proviene da Ingegneria, in particolare dal Corso di Laurea in Ingegneria Gestionale, ciò pone il nostro corso un po' a metà strada tra architettura e ingegneria.

Il nuovo ordinamento degli studi ci ha consentito poi di attivare insegnamenti che consideriamo fondativi e che non erano previsti nella Facoltà di Architettura, quali: semiologia, teoria e storia della comunicazione di massa, estetica, ma anche storia dell'industria, storia della cultura industriale, economia industriale, ...; ciò ci consente di tratteggiare una figura di designer fortemente collocata tra una cultura tecnico-scientifica e una maturata cultura umanistica.

Abbiamo poi finalmente potuto realizzare dei laboratori di progettazione dove gli studenti lavorano otto ore al giorno assistiti da due docenti.

Il laboratorio di modellistica è già funzionante da quest'anno, mentre dall'anno prossimo saranno agibili il laboratorio fotografico, il laboratorio illuminotecnico, il laboratorio grafico.

G.D.F. Al Corso di Laurea possono accedere solo 500 studenti l'anno: perviene un numero maggiore di domande d'iscrizione?

L'istituzione del Corso di Laurea in Disegno Industriale ha fatto sì che diminuisse il numero di domande al Corso di Laurea in Architettura?

Il numero chiuso ad Architettura è stato variato con la nuova istituzione?

Francesco Trabucco Quando abbiamo attivato il Corso di Laurea in Disegno Industriale qualcuno di noi aveva qualche preoccupazione per il fatto che alla fine del ciclo di studi noi non rilasciamo il titolo di "architetto", o meglio di "dottore in architettura" (i nostri studenti non sono laureati in Architettura, non possono iscriversi all'Ordine degli Architetti), bensì il titolo di "dottore in disegno industriale", che per il momento, in Italia, ancora non corrisponde ad una professione riconosciuta dallo Stato.

Nonostante questo inconveniente, al momento dell'attivazione del Corso abbiamo ricevuto circa 800 domande d'iscrizione; abbiamo quindi proceduto al test d'ammissione, come ad Architettura, per selezionare gli studenti più meritevoli e raggiungere il numero stabilito di 500 ammessi ai corsi. Questa indicazione di 500 iscritti non corrisponde ad una scelta autonoma (se avessimo potuto

to, probabilmente avremmo optato per un numero più ristretto di studenti), ma al modulo minimo sufficiente per attivare due tipi di laboratori in parallelo, ed avere così un'offerta didattica più ampia.

All'ultima domanda non sono in grado di rispondere con precisione: il Corso di Laurea in Architettura del Politecnico di Milano ha effettivamente ridotto il numero dei suoi iscritti ai corsi, ma l'ha fatto artificialmente: al momento dell'attivazione del Corso di Laurea in Disegno Industriale, con 500 studenti ammessi, è stato ristretto il "numero chiuso" degli studenti ammessi al Corso di Laurea in Architettura: da 2000 studenti ammessi si è passati a 1500. Si è dunque verificata una sottrazione di "offerta" di posti, ma non saprei dire se si è verificata anche una sottrazione di "domanda" di posti.

Alessandro Polistina (*) Vorrei aggiungere qualche considerazione in merito ai "luoghi della formazione" e presentare il nuovo Corso di Laurea in Disegno Industriale istituito presso la Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano nell'a.a. 1993/94.

Non mi soffermo sulle motivazioni che ne hanno determinato la nascita, ma mi limito ad illustrare alcuni aspetti organizzativi. La durata del Corso di Laurea è complessivamente di 5 anni per 3600 ore di cui 250 di tirocinio professionale.

Dopo il primo anno di formazione propedeutica dedicato ai fondamenti del Design (800 ore), il piano di studi prevede un secondo ciclo tecnico-scientifico-professionale di 3 anni (2100 ore) caratterizzato da 4 indirizzi di formazione differenziata:

* Progettazione dei prodotti industriali.

La progettazione dei prodotti industriali concerne le caratteristiche funzionali, estetiche e produttive di specifici artefatti e si applica a diverse aree merceologiche: dai beni di consumo ai beni strumentali, dai mezzi di produzione ai mezzi di trasporto, dai prodotti di arredo e di allestimento alle attrezzature pubbliche e di servizio.

* Progettazione delle comunicazioni visive e multimediali.

La progettazione visiva si applica a diverse aree: dalla grafica dei prodotti editoriali a quella delle mostre ed esposizioni, dalla progettazione di standard grafici (ad esempio i caratteri tipografici o le simbologie e i sistemi di segnaletica) alla progettazione di programmi (ad esempio l'immagine coordinata di aziende ed istituzioni) e a quella di strategie (ad esempio la promozione di beni e servizi).

* Progettazione delle strategie del prodotto.

La progettazione delle strategie del prodotto concerne le scelte tecnico-economiche e culturali caratterizzanti le attività di una specifica impresa. Essa viene affrontata a partire da due versanti: gestione e pianificazione delle attività di progettazione e loro coordinamento con le altre funzioni di impresa (*Design management*) e impostazione delle strategie produttive, comunicative, distributive che concorrono alla definizione dell'identità dell'impresa, cioè alla sua collocazione nella società e nel mercato (*Design direction* e pianificazione del prodotto).

* Progettazione degli ambienti.

La progettazione degli ambienti concerne le qualità dell'ambiente inteso nella sua duplice possibile accezione: l'ambiente come "contesto" (costi-

(*) Architetto, professore al Politecnico di Milano.



Alessandro Polistina.



Alberto Conte e GianFederico Micheletti.

tuito dall'integrazione tra componenti architettoniche, sistemi tecnici, prodotti e servizi) e ambiente come "problema" (cioè come insieme delle tematiche relative alla salvaguardia della qualità ambientale e dei suoi equilibri). Essa si configura quindi come una attività di coordinamento tra prodotti e sistemi diversi tra loro in termini di scala dimensionale, natura tecnico-produttiva e relazione tra sistemi naturali e artificiali e tra componenti materiali e immateriali.

Infine è previsto un terzo ciclo di approfondimento tecnico (700 ore) caratterizzato dal tirocinio (250 ore) presso l'industria.

Si deve sottolineare che la scelta dell'indirizzo è annuale in quanto non si identifica con una specializzazione professionale, ma offre una coerente organizzazione dei percorsi conoscitivi e delle risorse didattiche.

Il *mix* di docenti è composito e l'introduzione dei professori a contratto ha permesso, in parte, di rimuovere le rigidità proprie del sistema universitario, delineando un terreno sperimentale in grado di tener conto delle varie "dimensioni" della scuola.

Sono previste discipline che fanno riferimento all'area cultural-teorica, altre all'area delle tecnologie, altre che riguardano gli aspetti metodologici e teorici legati alle nuove tecnologie informatiche.

Questa scelta ha richiesto un notevole sforzo organizzativo e di adeguamento da parte delle strutture dell'Ateneo.

All'interno del piano di studi, il secondo anno è stato identificato come "anno di filtro" per introdurre le metodologie di progettazione assistita da computer e tutti i 500 studenti iscritti iniziano obbligatoriamente a sviluppare capacità strumentali e di metodo in questo settore.

La sostituzione della matita con il calcolatore, del disegno a china con il disegno a *toner*, può avvenire a condizione che ogni designer possieda la nuova matita, cioè un computer e conosca la nuova geometria che a partire dalla fine degli anni Sessanta ha permesso lo sviluppo del CAD, l'integrazione CAD-CAM e la produzione digitale di immagini per la comunicazione visiva.

La base dei corsi del secondo anno non è quindi il *rendering*, ma la modellazione geometrica in tutta la sua complessità.

Per le attività istituzionali del secondo anno sono a disposizione circa 150 stazioni grafiche in grandi aule, in grado quindi di supportare sia l'attività dei laboratori che dei corsi teorici.

Oltre alle difficoltà organizzative, l'introduzione di queste nuove tecnologie/metodologie si scontra con il fatto che le interfacce dei *software* stanno diventando molto complicate. La semplificazione delle interfacce per disegnare e per scrivere è un fondamentale problema che il design di interfacce dovrà affrontare.

Un altro problema aperto è quello della nuova forma che assumerà il disegno tecnico e il suo *management*.

Nella grande industria, attualmente, il servizio prevalentemente richiesto alla grafica informatizzata è quello della presentazione del prodotto, ma le capacità di "confezionare" l'immagine sono ormai talmente elevate che l'immagine stessa non testimonia più lo stato di elaborazione del progetto, la sua geometria.

Tuttavia, il disegno "a china" è destinato a scomparire, anche se ancora non sappiamo quale forma assumerà il disegno supportato dal computer. Sicuramente esso dovrà fare riferimento a tutto il flusso informativo e a tutte le strutture che si occupano della progettazione.

Accanto alle aule informatiche si dovrà disporre di un laboratorio modelli, nel quale realizzare i modelli fisici, di funzionamento, di simulazione e verifica.

Il peso attuale del Corso di Laurea è quantificabile in questi termini: il quadro dei docenti impegnati comprende 106 professori nei primi tre anni compresi i docenti a contratto e i docenti di altre Università (provenienti da tutto il territorio nazionale).

Sugli esiti del nuovo Corso di Laurea c'è grande attesa. Le premesse lasciano ben sperare: la selezione degli studenti è stata condotta sulla base della loro motivazione, ed inoltre le innovazioni spesso determinano la liberazione di energie positive all'interno dell'Università. Ne è testimonianza il grado di collaborazione tra i docenti, che è sicuramente superiore a quello che si riscontra in altre situazioni.

Come abbiamo detto, l'ammissione all'esame di Laurea dei nuovi designer industriali è condizionata allo svolgimento di un periodo di 250 ore di tirocinio professionale da svolgere presso una struttura produttiva.

Anche per garantire i contatti necessari per il tirocinio, dovrà assumere sempre maggiore importanza il rapporto con le realtà produttive presenti sul territorio e sarà necessario impegnarsi per comprendere in quale modo i settori più caratterizzati dal punto di vista disciplinare possano prendere l'avvio in diverse realtà territoriali.

Mi auguro che sia possibile avviare rapporti sempre più stretti con la Facoltà di Torino, così come con altre realtà, per poter fare emergere le sinergie attraverso cui arricchire il panorama nazionale della formazione del Disegno Industriale nei suoi diversi "filoni" mantenendo alcune solide basi comuni.

G.D.F. Vorrei farti una domanda. Ricordo che qualche tempo fa si era parlato di un Corso di Laurea in Disegno Industriale in qualche modo "italiano", nel senso che si pensava ad una strutturazione su più sedi: una, due sedi per il biennio di base, e molte sedi per il triennio professionale; queste ultime sedi sarebbero connotate ciascuna da una diversa cultura

industriale: Genova per il Design nautico, il Design del mezzo di trasporto a Torino...

Tale configurazione, forse e purtroppo, presenta qualche componente utopico, ma appare suggestiva e sarebbe veramente innovativa: un vero "Design" di un servizio. Tale ipotesi ha avuto, che tu sappia, qualche sviluppo?

Alessandro Polistina Ritengo che tale proposta potrà avere in futuro degli sviluppi anche se, per ora, è soltanto una ipotesi; ma il fatto di una "configurazione culturale" di livello nazionale arricchita da una serie di specificità tematiche è un obiettivo da perseguire.

Francesco Trabucco Vorrei aggiungere due parole: l'università italiana detiene oggi il record mondiale di inefficienza: su 100 studenti iscritti ai corsi, mediamente ne arrivano alla laurea meno di 30. Il Politecnico di Milano ne laurea 32 su 100. Questo fenomeno rappresenta un costo sociale enorme, in una macchina che in realtà ha un livello di efficienza molto basso.

Uno degli obiettivi che ci siamo prefissati all'interno del Corso di Laurea in Disegno Industriale è proprio quello di migliorare questo aspetto. Abbiamo strutturato i primi due anni secondo criteri molto selettivi, in modo da convincere gli studenti che hanno sbagliato strada a cambiare indirizzo di studi nel più breve tempo possibile, garantendo così a quel 60% circa di studenti che si iscrive al terzo anno di arrivare alla laurea entro il compimento del sesto anno di studi.

LA SCUOLA DI SPECIALIZZAZIONE IN D.I. DI FIRENZE

Roberto Segoni (*) Il tempo ristretto che ci è concesso mi permetterà di raccontarvi quello che è la Scuola soltanto attraverso brevi *flash*.

La nascita delle Scuole di Specializzazione in Disegno Industriale, attive in alcune sedi universitarie sul territorio nazionale, si ha successivamente all'istituzione dei Dottorati di Ricerca in questa disciplina, precedentemente istituiti nelle Facoltà di Architettura.

La Scuola di Specializzazione è una scuola post-laurea che vede gli studenti (15 specializzandi l'anno, con un massimo del 20% di stranieri) impegnati per la durata di tre anni; vi accedono per concorso laureati in Architettura e in Ingegneria (o aventi titoli equipollenti, nel caso di studenti stranieri).

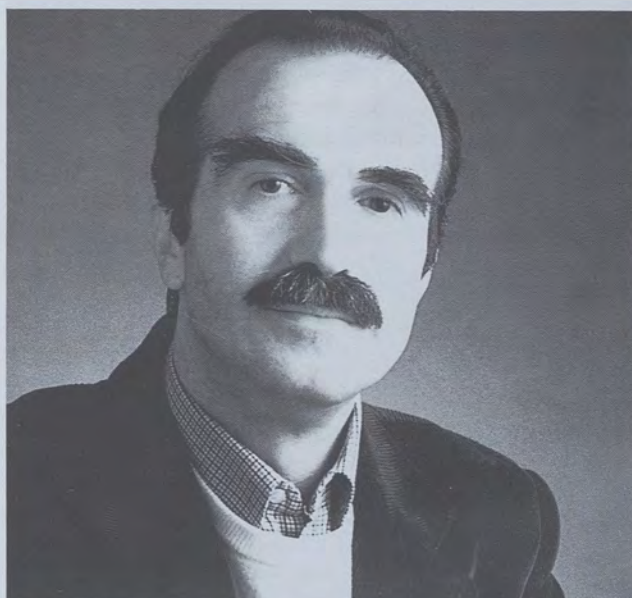
I corsi fanno riferimento ad un corpo di 16 materie, di cui alcune fondamentali ed altre opzionali, che devono essere opportunamente "mixate" per costituire un piano di studi organico.

La Scuola è stata attivata quattro anni fa ma, appena fondata, il Ministero ne ha accorciato la durata portandola dai tre anni previsti a due. Ci siamo "rifondati" in corso d'opera. Abbiamo dovuto pertanto adattare, non senza qualche difficoltà, la nostra struttura a questa "contrazione" dei tempi. La Scuola di Firenze si prefigge di formare specialisti in Disegno Industriale che abbiano maturato esperienza e che posseggano attitudine all'operatività: è proprio sulla base dell'operatività che la

(*) Architetto, designer, direttore della Scuola di specializzazione di Firenze, professore all'Università di Firenze.



Ermanno Cressoni.



Roberto Segoni.

Scuola si differenzia in maniera netta dal Dottorato di Ricerca, dove essenzialmente si conducono studi a carattere teorico-concettuale sulla cultura del progetto o su aspetti critici della disciplina.

Nella nostra Scuola di Specializzazione si tende, dunque, a sviluppare ed approfondire la cultura e la pratica del progetto anche perchè siamo profondamente convinti che, specie all'interno di una struttura didattica, si possa fare cultura del progetto solo se si progetta. E si può progettare in vari modi, a vari livelli, con varie angolazioni, con una pluralità di punti di partenza e di percorsi: il Design è davvero, come qui è stato detto, una "zona di frontiera" dove regna l'interdisciplinarietà, dove "tutto può servire" e dove la trasversalità dei percorsi e delle conoscenze forma un contesto assai articolato e complesso. All'interno di tale complessità, chi ha recepito le diverse istanze (che vanno dalle scienze umane alle scienze tecnologiche) può riuscire, con-

nettendo in modo logico ed incisivo i vari apporti, a sviluppare una sua progettualità che lo condurrà all'espressione e, contemporaneamente, all'accrescimento della propria cultura del progetto.

Io provengo da una Scuola il cui "asse portante" è stato Giovanni Klaus Koenig: ho avuto anche il privilegio di lavorare al suo fianco per venticinque anni e da lui, credo, di aver appreso come umanesimo e tecnologia possano essere coniugati. Koenig conosceva "tutte le storie del mondo": la storia del design, la storia dell'architettura contemporanea, la storia del cinema, la storia della tecnologia, la storia della tecnica, la storia dell'automobile. Di conseguenza conduceva tutti quelli che entravano in contatto con lui all'approfondimento della cultura del progetto specie negli aspetti interdisciplinari. Anche lui, naturalmente, era convinto che senza la progettazione non ci può essere cultura del progetto.

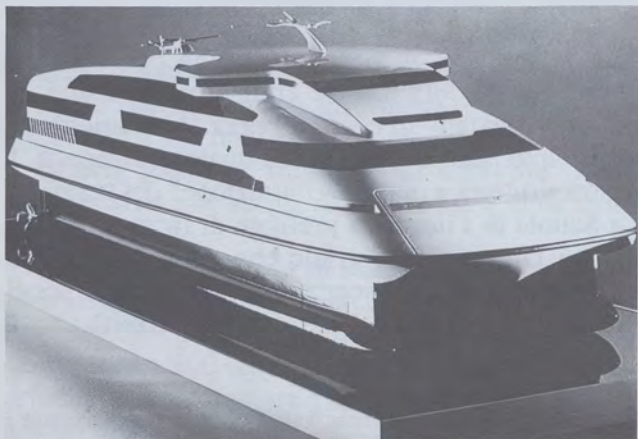


Fig. B

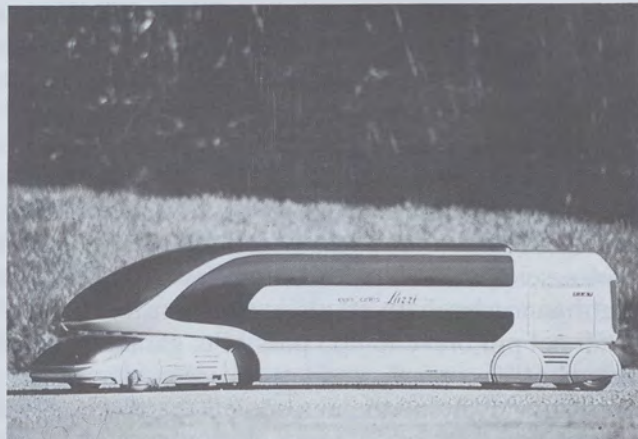


Fig. C



Fig. D

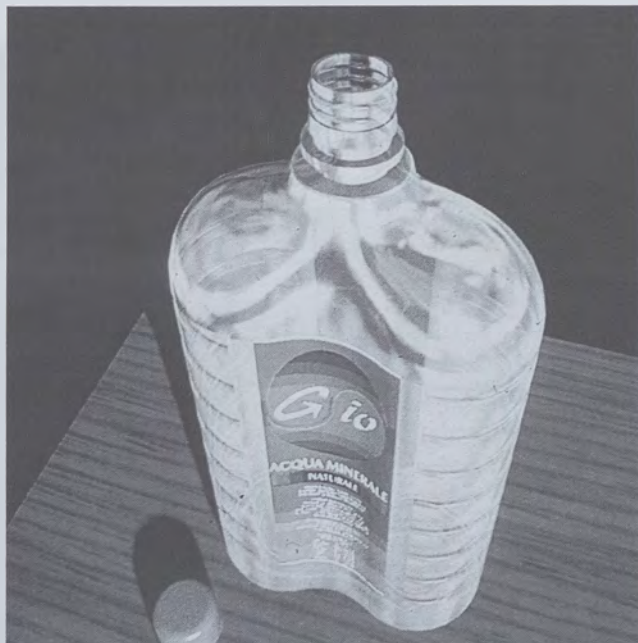


Fig. E

Con la formula "Scuola di Firenze" non intendo indicare soltanto quella di Specializzazione, ma una "Scuola di Firenze" che si è variamente configurata: dalle discipline che conducono al conseguimento di una Laurea in Disegno Industriale presso i corsi istituzionali della Facoltà di Architettura, fino al corpo di materie che configura l'offerta post-universitaria della Scuola di Specializzazione in Disegno Industriale.

Abbiamo adottato una formula di lavoro molto vecchia, ma secondo noi ancora molto efficace: quella dell'*atelier*. Noi lavoriamo "in bottega", e la nostra bottega è la scuola (che tra l'altro si trova davanti a San Miniato al Monte e dalla nostra sede si gode la vista di tutta Firenze); ci impegnamo, al tavolo di lavoro, in progettazioni a tempi medi e tempi lunghi in funzione della natura e della complessità dei temi.

La scuola non dispone di un laboratorio di modellistica (lo avremo appena sarà possibile), per cui, per queste necessità, ci appoggiamo a strutture esterne.

Per quanto riguarda le tecniche di rappresentazione del progetto, noi portiamo i nostri specializzandi a percorrere le due diverse strade di controllo del progetto: da una parte continuiamo ad utilizzare le tecniche assolutamente tradizionali, dall'altra ci appoggiamo al calcolatore elettronico.

I nostri lavori, come è antica consuetudine della Scuola, prevedono, nella definizione in sede esecutiva, il controllo "totale" delle qualità morfologiche attraverso la verifica delle prestazioni e delle qualità funzionali: si intende abituare i nostri specializzandi a "prevedere tutto". I lavori sono poi sottoposti ad una "prova generale di fattibilità" e ad una verifica dei costi.

L'80 / 90 %, dei docenti è "esterno" alle strutture della Scuola. Lavoriamo con l'industria, con enti pubblici (Regione Toscana, enti erogatori di gas ed elettricità...) cogliendo tutte le istanze che provengono dal mondo esterno della produzione, anche perchè questo è l'unico terreno su cui si può davvero misurare chi progetta.

Abbiamo anche istituito un Centro Studi, governato dalla stessa Scuola e dedicato a Giovanni Klaus Koenig, finalizzato alla promozione di incontri, tavole rotonde, convegni, dibattiti, giornate di studio su temi inerenti la cultura del progetto dell'architettura e del Design (Koenig ufficialmente era uno storico dell'architettura contemporanea).

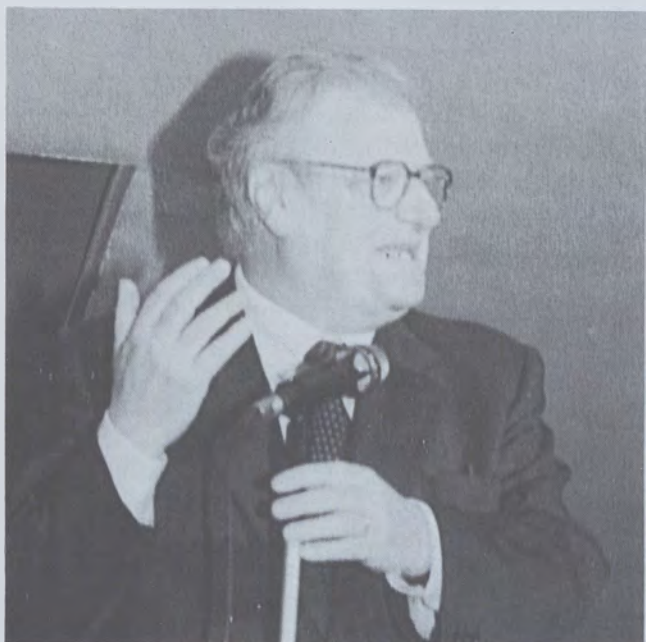
Siamo anche impegnati in attività di auto-promozione (alcune mostre al Museo Marini di Firenze su lavori particolarmente significativi realizzati all'interno della Scuola).

Illustrerei ora, brevemente, qualche esemplificazione di quanto detto: alcuni dei lavori dei nostri specializzandi (alcuni si riferiscono a tesi di specializzazione) interessanti per i contenuti innovativi:

- * monopattino ripiegabile che avanza grazie al movimento oscillatorio della persona che lo guida;

- * catamarano della nuova generazione (Fig. B) che può trasportare 1500 persone ed i cui due scafi lavorano in immersione. È stato sviluppato con l'appoggio della vasca navale di Roma per le prove idrodinamiche del modello, e si caratterizza per la buona resa idrodinamica e stabilità sull'onda;

- * superbus (Fig. C) progettato in collaborazione con il Centro Stile Fiat che ha consentito ad un nostro specializzando di fare uno *stage* a Torino per la realizzazione del modello del veicolo utilizzando un particolare programma finalizzato alla fresatura



Enrico Salza.



Carlo Viano.

a controllo numerico. E' strutturato come trattore articolato collegato, per mezzo di una ralla snodata, alla cellula passeggeri di due piani (completamente isolata dal motore). Si muove attraverso il principio della sterzata a volta corretta;

- * sistema di cucina centrale integrato che vede la possibilità di estrarre il tavolo ampliabile. E' attualmente in produzione;

- * vassoio plurifunzionale per la grande ristorazione (Fig. D) che incorpora la tovaglia;

- * contenitore per bevande (Fig. E), integrazione tra la bottiglia e la lattina: la "battina". E' caratterizzata da una sagoma a doppio lobo che ne migliora l'impugnabilità ed offre la possibilità di essere impilata dopo l'utilizzo.

G.D.F. Ti ringrazio per la sintesi che ci hai presentato. A proposito di Giovanni Klaus Koenig voglio ricordare come l'ultima volta che lo abbiamo avuto a Torino si era proprio in questa stessa sala dell'Unione Industriale.

Il relatore che segue è il preside della Facoltà di Architettura del Politecnico di Torino. Atteso l'argomento: quali le reali intenzioni, le reali possibilità in merito all'attivazione del Corso di Disegno Industriale del Politecnico di Torino?

PROSPETTIVE A TORINO NEL SETTORE DELLA FORMAZIONE

Riccardo Roscelli (*) Nel corso del mio intervento vorrei affrontare poche questioni, tra le molte che sono state messe in discussione questo pomeriggio, e quindi svelare qualche retroscena in merito alle possibilità di attivare un nuovo processo formativo nel settore del Disegno Industriale all'interno della nostra Facoltà. Naturalmente, per creare un po' di *suspence*, occorrerà che i retroscena seguano la discussione delle questioni che mi accingo a porgergli.

Esiste una domanda di formazione nel settore del Design?

Se esiste, possiede caratteri tali da richiedere un apposito processo formativo?

Può Torino configurarsi come sede di tale processo?

In effetti esiste un'ampia e diversificata domanda di formazione che riguarda molti e differenti comparti produttivi, anche rilevanti per lo sviluppo dell'economia. Tale domanda possiede caratteri di persistenza (è inserita strutturalmente nel ciclo di produzione) ed una sua specificità sotto diversi aspetti: economici, etici, culturali.

Tale domanda richiede un processo formativo apposito.

Torino potrebbe configurarsi unicamente come sede di un tale processo purchè esso non si configuri in funzione del mondo dell'auto: sarebbe un erro-

re incentrare la formazione del Design a Torino su un solo, seppure significativo, settore. C'è nell'area regionale uno spazio progettuale che non riguarda solo l'auto (come peraltro testimonia anche la mostra Torino Design) capace di dar vita ad una struttura didattica che collabori certamente con il Corso di Laurea in Disegno Industriale di Milano ma che, contemporaneamente, competa con esso, perseguendo un obiettivo di "lievitazione" dei contenuti, della caratterizzazione degli insegnamenti, dei percorsi formativi, dei cicli di sperimentazione sempre auspicabile nel momento in cui si inizia un'avventura di questo tipo.

Significativa, come ha già sostenuto Augusto Morello, la necessità di trovare nel Design un punto d'incontro tra il mondo delle scienze e quello delle arti: dove due settori differenti si incontrano viene a formarsi uno spazio che di per sé produce innovazione. Il fatto che la Facoltà di Architettura di Torino, all'interno della struttura politecnica, viva a stretto contatto con la Facoltà di Ingegneria, ci può agevolare in questo proposito di offrire risposte "nuove".

Per dieci anni si è discusso all'interno delle Facoltà di Architettura sul fatto se fosse giusto o meno differenziare un corso di laurea unico, caratterizzato dalla formazione polivalente e flessibile, o seguire invece l'esempio della Facoltà di Ingegneria che, da molto tempo, si è dotata di un ventaglio di corsi di laurea (e oggi di un'ampia gamma di diplomi universitari). Per quanto mi riguarda, sono sempre stato favorevole ad una differenziazione dei percorsi formativi all'interno della Facoltà di Architettura, e oggi confermo le mie posizioni proprio in relazione al Disegno Industriale, settore che configura una propria autonomia e che individua quindi un proprio ciclo di formazione.

Racconterò ora i "retroscena" della nostra iniziativa: allo slancio e all'entusiasmo insostituibili del prof. De Ferrari, promotore primo di questa prospettiva, fanno da contrappunto problemi spinosi legati alla recente riforma, molto gravosa, degli ordinamenti didattici della Facoltà di Architettura, legati alla necessità di spazi e di risorse (umane ed economiche) ed al decollo della autonomia universitaria, con tutte le potenzialità che essa offre ma anche con le difficoltà che ci pone.

Il successo di Torino Design e gli interessi che la mostra ha suscitato hanno contribuito in modo decisivo a far "scattare dei meccanismi" che propongono uno scenario nuovo e che possono far decollare il nostro progetto: varie personalità cittadine (il Sindaco di Torino, il Presidente dell'Unione Industriale...) hanno sottolineato la necessità di creare nella città punti di riferimento per il Design, in grado di proporsi e di interloquire a livello internazionale. La Facoltà di Architettura di Torino aveva già mostrato tempo fa una particolare sensibilità in questa direzione insignendo Nuccio Bertone, qui presente, della Laurea ad Honorem.

(*) Architetto, Preside Facoltà di Architettura del Politecnico di Torino.

In quale direzione può dunque decollare a Torino la formazione nel campo del Design? Io prospetto un'ipotesi, naturalmente da perfezionare in funzione dei contributi che la Città, il settore della produzione e il Politecnico di Torino potranno e dovranno portare ad un progetto il cui impegno non può gravare unicamente sulla sola Facoltà di Architettura. Ritengo che, per la situazione torinese, sia importante partire con un'esperienza "controllabile": propendo quindi per un Corso di Diploma Universitario triennale. Vantaggio non trascurabile: tale tipo di istituzione non richiede alcun atto formale da parte del Ministero (è risaputo che i tempi ministeriali sono sempre lunghissimi: nel piano triennale di sviluppo 1994-1996 la Facoltà aveva richiesto l'attivazione del Corso di Laurea in Disegno Industriale e ancora oggi, a metà del 1995, il nostro piano di sviluppo non risulta essere stato considerato).

L'ipotesi alternativa sarebbe quella di dare vita, come a Firenze e in altre città, ad un corso di formazione post-laurea. Si tratterebbe, però, di un percorso formativo ridotto, non rispondente all'entità ed alla diversificazione della domanda cui facevo cenno all'inizio dell'intervento.

Un Corso di Diploma Universitario consentirebbe, invece, di aprire un percorso formativo a 100-150 unità (naturalmente si tratta di numeri da verificare all'interno di un progetto più preciso) ed una sperimentazione tale da farci comprendere se è possibile ed opportuno, configurare, in futuro, il Corso di Laurea completo.

Il Politecnico di Torino è inoltre favorevole all'idea di prevedere alcune specializzazioni post-diploma. Si tratta di una possibilità interessante, in quan-

to con il Diploma si risponderebbe all'entità più consistente della domanda, producendo contemporaneamente effetti ulteriori di qualificazione attraverso una scuola biennale post-diploma.

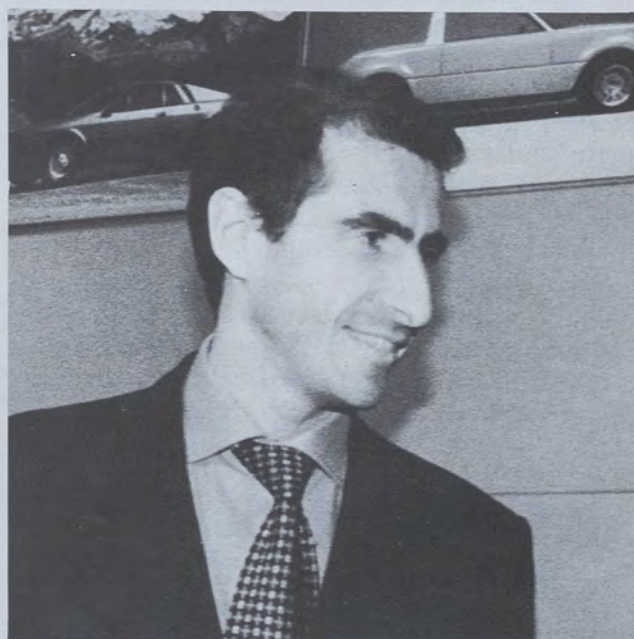
Per quanto riguarda i "caratteri" del nostro ipotetico corso di studi, credo sia necessario puntare fortemente sulla formazione di un designer "progettista", una figura che agisce ed interviene all'interno del processo progettuale; farei molto affidamento sull'intreccio di professionalità del mondo accademico e professionalità esterne (a Torino non mancano certo nomi illustri del mondo del Design), lasciando poi libero spazio a contaminazioni e ibridazioni.

Infine: è auspicabile che si individuino punti di contatto con altre sedi. Oltre che in merito ai programmi, potrebbe configurarsi uno scambio di docenti ed altre attività. La prima sede con cui avere rapporti diventerebbe in questo caso proprio Milano: per la vicinanza geografica, per la struttura di Ateneo simile alla nostra, per la sperimentazione che sta conducendo con l'attivazione del Corso di Laurea.

G.D.F. Condivido l'idea che un Corso di Disegno Industriale a Torino debba tener conto dell'auto, ma non solo dell'auto; significative indicazioni in tal senso, come è stato detto, emergono forti anche da Torino Design. L'interesse di quanto abbiamo ascoltato meriterebbe commenti che l'affollato programma ora non ci consente. Vorrei però evidenziare un fatto: l'impegno organizzativo per l'auspicabile istituzione, proprio per il suo alto grado di innovazione, non potrà, più di tanto, far riferimento a pochissimi, a quelli che sinora hanno "gri-



Riccardo Roscelli.



Roberto Piatti.

dato di più". Dovrà poter far conto su una "forza" motivata e da costruire. Pertanto ritengo che ci si debba fortemente impegnare nelle sedi opportune ad un indispensabile potenziamento delle forze attive, tenendone di ciò conto in tutte le occasioni (concorsi, etc.) che sin da domani, (... sin da ieri) si presenteranno.

Ultimo relatore di questa fase è componente della Commissione Internazionale delle Comunità Europee che svolge una ricerca finalizzata a verificare opportunità e possibilità per l'istituzione di un titolo unificato di designer. Coinvolgeremo sul tema Augusto Morello in quanto sappiamo che anche l'ADI è attiva sull'argomento.

CONFRONTO FRA ESPERIENZE FORMATIVE NELL'AMBITO CEE.

Ugo Bacchella (*) È opportuno segnalare che non sono un esperto di Design, bensì di politiche culturali, ed è percorrendo questa via che mi è capitato di occuparmi di Design.

Il campo di confronto dell'esperienza di ricerca alla quale farò riferimento è inoltre piuttosto limitato perchè ancora in fase sperimentale; farò riferimento quindi a tre paesi: Italia, Gran Bretagna e Irlanda.

La ricerca nasce prima di tutto da un interesse della Commissione delle Comunità Europee a favorire rapporti di collaborazione permanente tra paesi membri, sui processi formativi a tutti i livelli tra imprese, centri di ricerca, centri di formazione.

L'interesse della Commissione ha tre obiettivi:

- * la ricerca di possibili aree di crescita dell'occupazione in Europa;
- * il sostegno allo sviluppo della competitività europea;
- * l'adeguamento dei sistemi formativi alla trasformazione dei sistemi produttivi.

L'anello di congiunzione con il Design è un documento del Parlamento Europeo della primavera del 1994 in cui il Design viene definito come "un fattore strategico per la competitività europea, fondamentale ai fini della creazione di un'identità comune, che coniuga una serie di aree industriali di possibile sviluppo" (ad esempio l'ecologia).

La ricerca è parte del progetto "Promozione di iniziative per il riconoscimento reciproco dei titoli di studio professionali tra i 15 paesi membri", promosso dalla Direzione Generale XXII Istruzione, Formazione, Gioventù, ex *Task Force* della Commissione. Si tratta di 34 mini-progetti di ricerca condotti secondo un approccio *bottom-up*.

Non si è pertanto proceduto ad un confronto teorico a livello di Direzioni Generali dei Ministeri dell'Istruzione o equivalenti organismi centrali, bensì ad un confronto pragmatico dei programmi di centri di formazione nel Design (due per ogni

Paese), con l'ausilio di consulenti ricercatori. Al termine del confronto che avviene sia mediante analisi di documentazione che tramite incontri diretti, viene redatto un accordo di riconoscimento reciproco assai dettagliato, come se il documento avesse un valore legale vincolante.

Il confronto avviene su quattro temi:

- * i criteri di valutazione per il rilascio del titolo di studio;
- * i meccanismi di verifica per l'abilitazione all'esercizio della professione;
- * gli obiettivi didattici e i relativi metodi di valutazione;
- * i risultati in termini di competenze professionali.

Le non poche difficoltà incontrate sono di tipo generale e specifico e sono da riportare all'assenza di un riconoscimento ufficiale della professione di designer e alla mancanza di attenzione da parte delle strutture governative, un aspetto che sembra accomunare anche paesi dove il Design ha un ruolo ed una storia particolarmente importanti, come l'Italia.

Già nel 1987 una pubblicazione del BEDA (*Bureau of European Designers Association*) segnalava che la professione del designer non era compresa e sovente risultava priva di riconoscimento ufficiale. La libera circolazione conseguente al Trattato di Maastricht ha riproposto con maggiore urgenza il problema che trova fortemente impreparata l'Italia, pur se in buona compagnia, anche con Paesi di forte tradizione nel Design quale la Finlandia.

Per quanto riguarda la possibilità di armonizzazione dei programmi di insegnamento, abbiamo riscontrato un diffuso atteggiamento di opposizione a quella che viene vista come una "standardizzazione" della creatività: si può supporre che in un eventuale prossimo futuro potranno essere più omogenee soltanto alcune discipline con basi culturali comuni (materie tecnico-scientifiche e materie integrative quali il *marketing*).

Emerge altresì, a livello europeo e non solo nel settore Design, un atteggiamento dualistico tra la "cultura di bottega" (il modello remoto è la bottega rinascimentale italiana) e la cultura pragmatico-organizzativa di stampo anglosassone.

In Gran Bretagna è stato creato un sistema di verifica della corrispondenza tra i risultati dei processi formativi e le competenze professionali, basato sul NVQS (*National Vocational Qualifications Standards*). Si è trattato di uno sforzo enorme che ha portato all'individuazione di otto livelli di competenze professionali specifiche esaminate e convalidate da un organismo (*Lead Body of Design*) che è in larga parte espressione del mondo della produzione. E' doveroso segnalare che, dopo anni di intenso lavoro di definizione dei contenuti e delle procedure della validazione del titolo di studio, le domande di validazione sono poche unità

(*) Direttore "Fitzcarraldo srl".

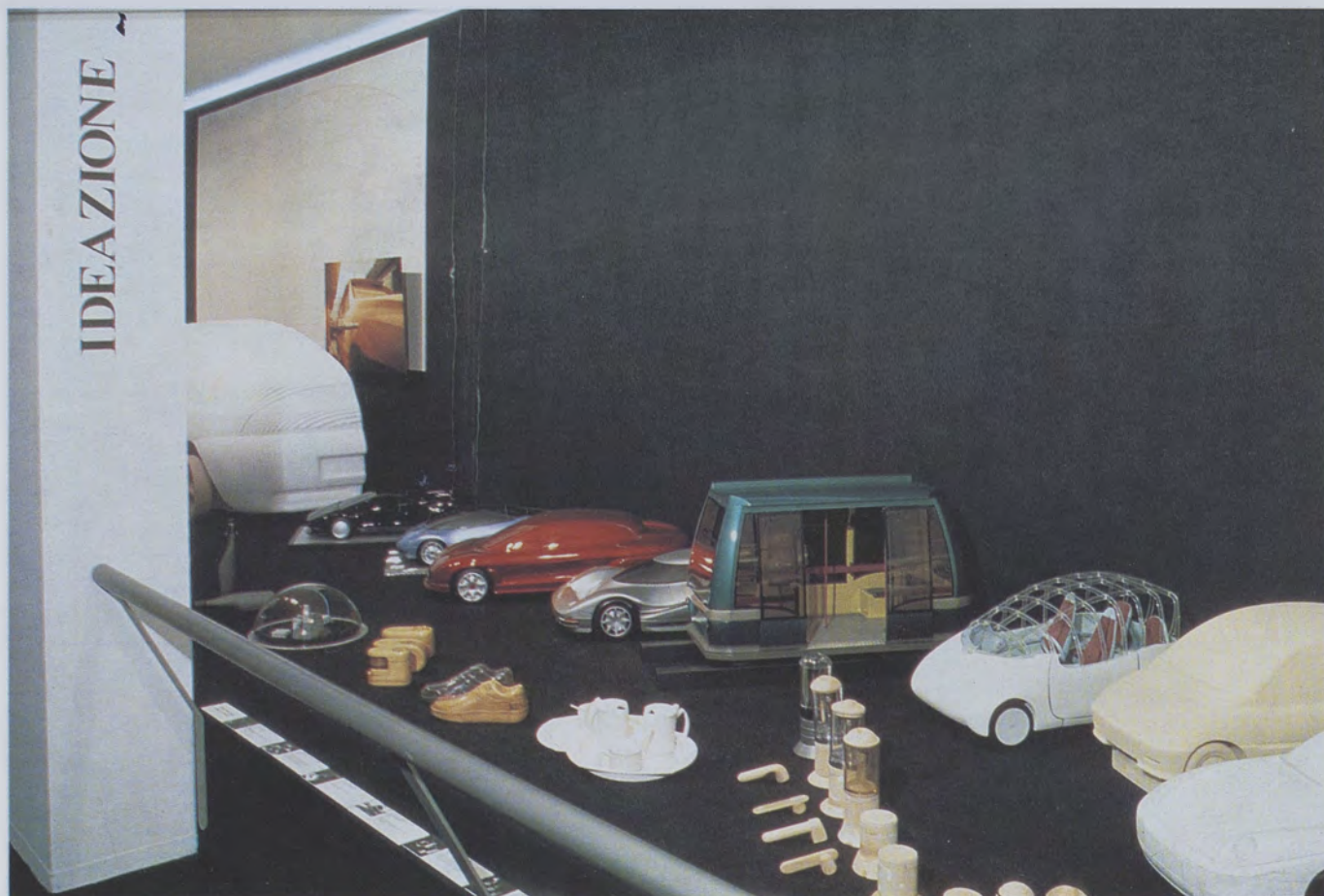
TORINO
DESIGN

dall'automobile al cucchiaino













DAI TERRITORI
DELL'AUTO



POP ANNI '70





TECNO DESIGN



SERIALITÀ

l'anno, il che sembra indicativo di una cultura, quella del Design, che trova, non solo in Italia, estreme difficoltà ad inserirsi in un quadro standardizzato.

Un ulteriore elemento di riflessione che emerge nella ricerca riguarda l'evoluzione del rapporto tra mondo della formazione e mondo professionale, fenomeno che si manifesta, nei vari paesi, sotto forme diverse, riconducibili però a matrici comuni.

E' nota la generale difficoltà dei sistemi formativi (soprattutto di quelli a livello superiore ed universitario) a seguire la trasformazione del mondo della produzione, come testimonia la scarsa importanza attribuita dalle imprese al titolo di studio non solo nella situazione italiana.

Come già segnalato dal prof. Roscelli, è peraltro diffusa la rivendicazione di autonomia da parte delle istituzioni formative rispetto al mondo delle imprese.

Questo atteggiamento non può essere considerato una posizione corporativistica, ma piuttosto un'esigenza ed opportunità di indipendenza largamente condivisa nelle università europee.

Infine tra gli studenti di Design sembra crescere una certa diffidenza nei confronti delle strutture del mondo professionale (imprese e grandi studi). Tale tendenza non sembra di tipo ideologico-nostalgico, ma va piuttosto riferita alle potenzialità delle tecnologie informatiche e si traduce in un proliferare di piccoli studi e attività professionali; l'elemento di grande interesse è che la figura del designer *freelance* si sta attrezzando a fare interfaccia con le aziende proprio nel momento in cui queste tendono a decentrare parti consistenti del processo di progettazione.

Questa tendenza non può dunque essere scambiata per mancanza di cultura industriale e va analizzata per comprenderne gli sviluppi al momento ancora difficilmente prevedibili.

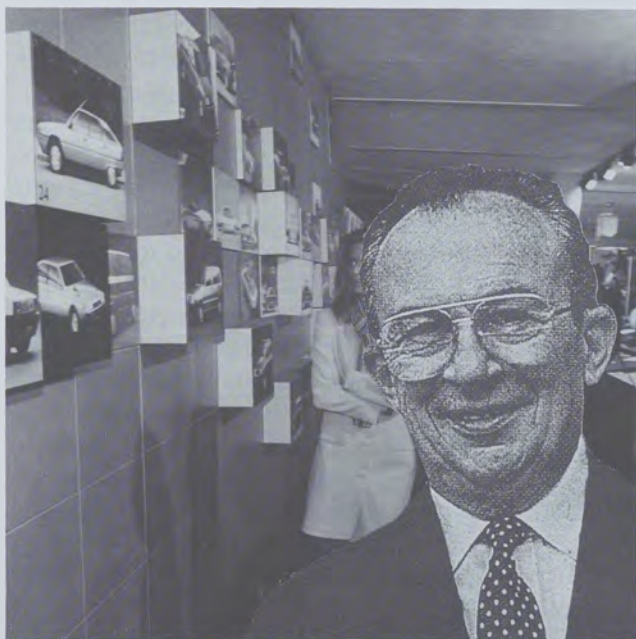
G.D.F. L'ente di ricerca di cui Bacchella è direttore si chiama "Fitzcarraldo srl". Quando ho chiesto il motivo di un nome tanto curioso, mi ha risposto: "Perché noi affrontiamo situazioni impossibili".

Siamo convinti che il nome è quanto mai appropriato!

Augusto Morello Vorrei esprimermi in merito alla formazione per sottolineare alcuni aspetti che ritengo meritevoli di essere posti in maggiore evidenza.

Le differenze di formazione della figura del designer oscillano dall'autodidattica a soluzioni molto strutturate e prolungate nel tempo. Occorre tener presente che la creatività deve essere il fattore determinante all'interno di un'operazione formativa nel campo del Design. La formazione deve mirare a dotare il futuro progettista di informazioni attraverso le quali la sua creatività può operare ed arricchirsi. Tutto il resto è strumentale.

Sono dell'opinione che, se Torino si doterà di un corso di Design configurato come Diploma Universitario della durata di tre anni (la cosiddetta "Laurea breve") si rischi di creare situazioni più gravi di quanto non lo sia il proseguire con l'operazione della "bottega". Bottega che io non definirei "rinascimentale". La relazione tra bottega rinascimentale italiana e le strutture organizzate degli anglosassoni a guardar bene non esiste (Verrocchio e Leonardo avevano un rapporto di assoluta gregarietà); è stata la cultura pragmatica, empirista, a



Franco Mantegazza.



Luigi Bistagnino.

dare luogo a delle formalizzazioni che hanno scambiato la regolamentazione della professione con il suo riconoscimento.

Lo CNEL, Consiglio Nazionale dell'Economia e del Lavoro, della cui Consulta sono membro in quanto presidente dell'ADI, identifica come problema principale non quello del riconoscimento della professione di designer, bensì quello della sua regolamentazione.

Se la condizione per tale regolamentazione è la creazione di una "normalità" che automaticamente dà vita ad una "non creatività", questo discorso non mi sta bene.

Se ci mettiamo poi nella condizione per cui saranno le industrie a dare l'assenso di validità alla professione del designer, significa che non abbiamo compreso un aspetto fondamentale del nostro mondo e le trasformazioni che vi stanno avvenendo. Nel mondo del Design sono le imprese a seguire la creatività e la libertà dei designer, non il contrario.

Vorrei toccare un ultimo argomento che riguarda lo sviluppo futuro del Corso di Laurea in Disegno Industriale. Un corso avanzato ed innovativo può sollecitare davvero l'attività creativa di un progettista a condizione che esista poi un interfacciamento reale con le altre Facoltà, con l'esperienza dei vari Dipartimenti ed Istituti, e non un semplice scambio di professori.

Occorre superare le posizioni della formazione strutturata "per professori" per arrivare ad una creatività organizzata "per Scuole", una prospettiva molto diversa, che si pone come unico possibile sviluppo futuro.

PER LA CITTÀ. Il Design nella configurazione dell'immagine di Torino e della Regione.

G.D.F. Dopo un saluto a Nuccio Bertone che non potrà presenziare questa sera alla Tavola Rotonda, passiamo al terzo argomento del Convegno: il possibile contributo del Design alla configurazione, per Torino e Piemonte, di una convincente e riconoscibile immagine. In tale configurazione è opinione condivisa che, opportuna e significativa debba essere, come anche già abbiamo sentito, la connotazione "tecnologica" e "produttiva" dell'area.

Ma in merito Torino Design offre una occasione la cui potenzialità chiede di essere messa a frutto. I materiali, tutti originali, talora davvero eccezionali documenti del fare tecnologico, del fare Design, delle tendenze espressive, dei modelli di vita, e la cui raccolta ha richiesto grande impegno da parte degli operatori e grande disponibilità da parte di autori e possessori, a mostra finita potrebbero nuovamente disperdersi. E' opportuno considerare la possibilità che tale insieme sia invece mantenuto compatto; suggestiva l'idea che tale insieme possa

costituire l'avvio alla costituzione di un centro che, in forme tutte da inventare, sia, ad un tempo:

- * efficace precisazione dell'immagine di Città e Regione;

- * punto di diffusione di una straordinaria cultura produttiva;

- * punto di riferimento e di promozione della realtà operativa del settore;

- * suggestiva attrazione turistica di una città moderna.

Il tema è trattato da due significativi e differenti punti di vista: l'uno interno alla città è del Direttore della Galleria d'Arte Moderna, l'altro, non in programma ma che siamo ben lieti di ascoltare, del Direttore della Sezione Design del Victoria & Albert Museum di Londra. Infine raccoglieremo i frutti: le intenzioni che la Città ci presenta per la concretizzazione di questa suggestiva proposta.

DESIGN E MUSEI

Rosanna Maggio Serra (*) Ringrazio il professor De Ferrari per avermi chiamata a partecipare a questa importante riflessione.

La mia esperienza personale riguarda i musei della città di Torino, i quali per la loro storia più che secolare mi hanno insegnato qualche cosa sulla natura e sulle potenzialità di queste istituzioni, che può essere utile nella presente occorrenza.

Di questo Convegno mi stimolano due interrogativi, che mi paiono correlati:

Il design: una risorsa strategica?

Perché Torino?

Partendo della vicenda dei musei torinesi, mi sembra che si possa dimostrare che il Design o "disegno applicato all'industria", come si diceva un tempo, si sia già dimostrato in passato una "risorsa strategica". Negli anni sessanta dell'800 in Italia si profilò il dualismo tra prospettiva di sviluppo legato alle risorse naturali del paese e prospettiva di sviluppo legato all'evoluzione dell'industria.

In questa seconda ipotesi l'esigenza di creare strumenti di formazione per coloro che operavano nel campo della produzione seriale e industriale divenne una costante nel dibattito culturale della nuova Italia. Gli esempi cogenti erano quello francese del Conservatoire d'Arts et Métiers e quello inglese del South Kensington Museum cui si affiancava la Training School of Art. Due istituzioni nate con la rivoluzione industriale nelle quali l'insegnamento impartito si giovava della presenza di raccolte di esempi concreti del lavoro umano, materie prime e lavorate, strumenti, macchine, prodotti finiti (antichi e moderni) del paese stesso o di paesi altrettanto industrializzati.

Alla partecipazione dell'Italia all'Esposizione Internazionale di Londra nel 1862 e all'Esposizione

(*) Già dirigente della Galleria Civica d'Arte Moderna e Contemporanea di Torino.

universale di Parigi nel 1867 seguì un po' ovunque nel nostro paese la nascita di scuole e associazioni.

La discussione sull'utilità delle accademie di belle arti divenne accesa e da più parti si chiese di indirizzare i corsi a scopi più pratici, di preparazione degli artigiani. Iniziò il dibattito a scala nazionale sull'insegnamento del disegno a tutti i livelli di scolarità. Le "arti industriali" formarono una sezione autonoma nel I° Congresso Artistico Italiano tenutosi a Parma nel 1870. Si approntarono testi scolastici tra cui fondamentale fu quello di Guido Schreiber tradotto a Torino nel 1872: *"Il disegno lineare. Corso pratico per artisti e industriali e specialmente per le scuole tecniche normali e professionali"*.

È quindi sull'esempio del Kensington Museum che cercò di strutturarsi anche in Italia l'educazione delle nuove leve dell'industria artistica, con l'appoggio di raccolte esemplari di oggetti. Così il Museo vetrario di Murano (1861), cui fu annessa più tardi una scuola. Così il Museo del Bargello di Firenze che è frutto della volontà ministeriale di emulare l'idea dei musei di Kensington e di Cluny. Nel 1874 si fondò a Roma il Museo Artistico Industriale di R. Erculei sede di tante mostre sulle singole tecniche. A Milano nello stesso anno si organizzò la Mostra Storica dell'Arte Industriale con l'intenzione di farne nascere una scuola e un museo.

In Piemonte la questione dell'educazione degli operatori nel campo dell'industria manifatturiera non era nuovo.

A Varallo Sesia e nella stessa Torino esistevano scuole di disegno e di intaglio in legno fin dall'*ancien régime* e dal periodo napoleonico. A Novara, a

Biella nel 1836 e nel 1838 si erano aperte scuole di arti e mestieri. A Torino nel 1853 Carlo Ignazio Giulio aveva fondato l'Istituto Tecnico Governativo, ma erano operanti anche le Scuole tecniche San Carlo, le Scuole tecniche Monviso, Dora, Po, il Regio Albergo di Virtù, le Scuole Civiche femminili (dal 1873).

È a Torino che subito dopo l'unità venne raccolta a livello nazionale, su un piano indiscutibilmente moderno e con anticipo sulle altre città italiane, la proposta francese e inglese di creare una struttura formativa accompagnata da raccolte di esempi, quale strumento di crescita e perfezionamento della produzione industriale: il Museo Industriale Italiano fondato nel 1862, una alta scuola (che diplomerà degli ingegneri) con raccolte di materiale che proveniva dall'esposizione londinese del 1862.

Torino sembra aver avuto una funzione d'avanguardia in questo ramo della scolarizzazione e nell'ambito più generale della riflessione sui rapporti tra arte e industria e tra forma e funzione. Ricordiamo che i problemi dell'arte applicata all'industria formavano nel frattempo una rubrica fissa nei cinque anni di vita di un periodico edito a Torino *"L'Arte in Italia"* (1869-1873).

Veniamo ora al Museo Civico di Torino, il cui ruolo si precisò col tempo in senso funzionale alla ricerca intorno alle arti decorative e industriali.

Auspicato fin dal 1860, aperto nel 1863, riuniva categorie disparate di oggetti che gli davano la fisionomia sfaccettata di tempio dei cimeli risorgimentali e sabaudi, galleria d'arte moderna, raccolta di manufatti di pregio dei secoli passati ma anche moderni.



Rosanna Maggio Serra.



Robert Cumberland.

Già il primo Regolamento (1863) dichiarava che uno dei settori collezionistici era costituito “di cose relative alle scienze naturali ed all’industria”. Nel 1870 il fondatore e primo direttore Pio Agodino in un articolo su “L’Arte in Italia” ricordò che nel museo era stata radunata “una collezione d’oggetti di ogni specie sia dei tempi di mezzo, sia di epoca meno remota, ma di utile applicazione alle arti e alle industrie”. Il successivo Regolamento del 1878 precisò che le collezioni sono tre: Storia del lavoro nelle epoche remote (preistoria e protostoria); Storia del lavoro a partire dal periodo bizantino fino al principio del corrente secolo; Oggetti di arte italiana moderna.

Nel Museo torinese l’oggetto antico era raccolto e proposto per la sua valenza tecnica e fabbrile, nel tentativo di offrire quel campionario di manufatti esemplari che veniva considerato complemento indispensabile delle scuole di disegno in cui si formavano gli operatori dell’industria, in particolare dell’industria artistica.

L’accrescimento delle raccolte è avvenuto nei decenni iniziali in buona parte attraverso donazioni, che per la loro natura dimostrano come il Museo fu subito considerato dalla classe intellettuale e dirigente la sede ideale per raccogliere tutto ciò che poteva dare informazioni sull’evolversi della manualità umana, fin dai tempi più remoti.

Il geologo Bartolomeo Gastaldi (direttore del Museo dal 1875 al 1879) nel 1867 donò una collezione di 1025 numeri costituita da armi e suppellettili dell’età preistorica, piemontesi e non.

Il Marchese Emanuele D’Azeglio (direttore dal 1879 al 1890) contribuì in modo decisivo con le collezioni da lui donate a caratterizzare il Museo proprio come raccolta di arti applicate all’industria. Nel 1874 donò un insieme cospicuo di porcellane e maioliche italiane, una delle specialità del suo collezionismo e alla sua morte legò più di 200 antichi oggetti di tecnica particolarmente sofisticata, preziosi e rari, cioè vetri dorati graffiti e dipinti. È evidente la sintonia con i più illustri esempi stranieri e in particolare con il South Kensington Museum di Londra, città nella quale il D’Azeglio aveva trascorso più di venti anni (1850-76) come ambasciatore del Regno.

Vittorio Avondo (direttore dal 1890 al 1910) legò all’istituto tutti gli oggetti d’arte di sua proprietà. È una collezione di centinaia di numeri, che appare formata sul filo dell’interesse per l’oggetto d’uso. Vi sono numerose le armi da taglio e da fuoco, i mobili, arredi sacri di altissimo pregio, oreficerie, vetri, intagli lignei, serrature, fibbie, chiavi, scrigni, tappeti e perfino una campana da mucca del XVII secolo e una lanterna tascabile del ’700.

Sembrerebbe difficile da spiegare la formazione di un’altra raccolta passata al Museo Civico di Torino, cioè quella di oggetti cerimoniali e rituali provenienti dalle isole del Pacifico, messa insieme dall’avvocato pinerolese Ernesto Berteà, meglio

noto come pittore di paesaggio, donata al Museo nel 1872. Ma non ci sono dubbi sul segno da riconoscere nella scelta del Berteà verso quei peregrini legni e stoffe (acquistate sul mercato londinese) se si confrontano le pagaie rituali delle Isole Australi, le due “tapa” delle Isole Tonga e Samoa e le clave delle Isole Figi e Tonga (ora nel nostro Museo di Numismatica, Etnografia e Arti orientali di via Bricherasio) con le tavole illustrate I e III della celebre “Grammar of Ornament” di Owen Jones (Londra 1856), uno dei testi sacri dell’ambiente quasi mitico di Henry Cole e del Principe Alberto.

La conclusione che mi pare legittimo trarre è che quell’enorme e strutturato sforzo didattico verso il Disegno Industriale, che si estese a vantaggio dalla scuola al museo non è stato senza conseguenze poiché non può essere considerato estraneo al decollo industriale di Torino e della nostra regione, già in atto negli anni ’90 del secolo.

Senza di esso Torino non sarebbe divenuta nel 1902 il centro internazionale di confronto dell’“Arte Decorativa Moderna”.

Coltivare il disegno applicato all’industria è stato quindi una “risorsa strategica”.

Con il nostro secolo, e in particolare dopo la prima guerra mondiale e negli anni Venti l’asse ideale intorno a cui il museo si evolve subì una deviazione. Da un lato la Galleria d’Arte Moderna, trasferita in C.so Galileo Ferraris fin dal 1895, ebbe una sua vita di museo delle “belle arti” contemporanee. Dall’altro anche la raccolta di arte antica, che nel 1930 si sposterà a Palazzo Madama, precisò la sua fisionomia come museo d’arte.

Anche se vi saranno ancora acquisti o donazioni imponenti, l’idea di museo come raccolta di “*exempla*” per l’apprendimento e il lavoro tramontò inesorabilmente. L’ideale del Museo si andò definendo nell’ambizione di divenire il più importante luogo di documentazione della pittura antica in Piemonte.

Ma, tradendo le aspirazioni degli artisti, degli intellettuali e degli imprenditori che avevano sostenuto la grande impresa della mostra del 1902, i nostri Musei non considerarono nemmeno i risultati contemporanei delle arti applicate all’industria come oggetto degno di attenzione, di conservazione e di esposizione. Del tutto sporadiche ed occasionali, quando non faticose sono state le entrate in Galleria d’Arte Moderna di interessantissimi mobili disegnati da Turina, da Pagano, da Cometti.

Mentre il prodotto del Design italiano si afferma in tutto il mondo il museo, e non solo quello torinese, è ormai troppo lontano concettualmente dalla sfera della produttività.

Un processo inverso andava intanto affermandosi nei musei degli Stati Uniti, i quali erano nati come raccolte dei più alti esempi dell’arte di tutti i tempi, in cui confluivano le collezioni private dei “grandi cacciatori” di tesori d’arte, membri ricchissimi dei club più esclusivi delle grandi città dell’East Coast. Pensiamo ai fondatori del

Metropolitan, a J. Pierpont Morgan, a Henry Walters, a Henry Clay Frick, a Isabella Stewart Garnder.

Da raccolte squisite di capolavori antichi e moderni i grandi musei americani allargarono i loro interessi in direzione del Design moderno. Richard Bach nel 1918 lasciò la Scuola di architettura della Columbia University per occuparsi delle relazioni con l'industria presso il Metropolitan Museum di New York e diede inizio ad una serie memorabile di esposizioni di prodotti della moderna industria che prefigurano la formazione di nuovi dipartimenti museali.

Questa è la tradizione che ci fa incontrare con stupore al nostro primo sbarco negli Stati Uniti i prodotti del Design italiano nei musei di New York.

Enorme è il ritardo dell'Italia su questo fronte. Enorme e colpevole, da un lato perché l'Italia è la patria di un Design che ha fatto scuola nel mondo, dall'altro perché, come si è visto, l'insegnamento e la proposta espositiva di oggetti esemplari si sono mostrati fecondi di risultati economici e culturali già nel nostro passato.

Qualunque taglio si pensi di dare ad un'istituzione preposta a non lasciar cadere nell'oblio l'intelligenza di risoluzione dei problemi formali e tecnici degli oggetti della nostra vita quotidiana sarà sempre meglio del nulla attuale.

E' ora di pensare, se non già a questa cosa difficile che è il "museo del design", almeno alla conservazione degli oggetti, ad esposizioni che mettano in luce i processi di realizzazione, come ci insegna l'interessantissima mostra ora aperta al Museo dell'Automobile, o al minimo ad una forma di archiviazione dei prodotti.

È questa una responsabilità che riguarda in particolare Torino, città con le tradizioni che si sono ora ripercorse, città che si sta già ponendo il problema della conservazione del patrimonio tecnologico storico per mezzo dell'istituzione di una Commissione di studio che è nata, in seno all'Assessorato per le Risorse Culturali, a partire dai problemi sollevati dal materiale residuo nell'ex Arsenale militare.

Mi pare che sarebbe una contraddizione ed un vuoto non porsi il problema della tutela del patrimonio tecnologico e progettuale dell'oggi in questa città.

G.D.F. Trovo quanto mai interessante quanto abbiamo ascoltato e altrettanto convincente il "modo" col quale ci è stato comunicato: veemente e convinto. I caratteri che dovranno accompagnare l'operare di chi porterà avanti, nelle diverse sedi, proposte ed iniziative. Le siamo particolarmente grati.

L'ESPERIENZA DEL VICTORIA & ALBERT MUSEUM DI LONDRA

Michael Snodin (*) La Sezione Design all'interno del Victoria & Albert Museum è una raccolta che comprende 80.000 disegni di periodi diversi, dall'epoca medievale ai nostri tempi.

Il Victoria & Albert Museum per la verità non si definisce quale museo di Design ma in realtà questa è la sua vera identità.

Quanto riferirò in questa mia breve relazione pone l'attenzione sul Disegno Industriale e, in particolare, sulle problematiche che sorgono nella raccolta con finalità espositive o museali di materiali

(*) Direttore settore Design del Victoria & Albert Museum di Londra.



Osvaldo Laurini.



Occhiali da aviatore (Persol, anni '30).

ed oggetti di Design del XX° Secolo. Tali raccolte possono infatti essere affrontate adottando approcci differenti e percorrendo poi differenti strade.

La prima strada per procedere è quella, per fare qualche noto esempio, che ha portato alla formazione della collezione del Museum of Modern Art di New York ed anche, più recentemente, della collezione del Design Museum di Londra. L'ideologia che sottende tale strada riconosce come valido soltanto l'approccio al *product-Design* modernista, riferibile cioè al Modernismo come movimento. Il risultato di tale modo di procedere è una esposizione di pezzi scelti secondo un criterio preciso, di una "selezione" assai mirata e pertanto il contrario di tutto quanto viene generalmente considerato il "mondo del Design".

Un'altra strada è quella adottata, per esempio, dal Design Center di Londra (un'organizzazione che, peraltro, non è nata per essere un vero museo del Design) che si contraddistingue per lo spiccato intento didattico, di promozione e diffusione del "buon gusto" e del "Design del buon gusto". Tale ideologia trova applicazione anche attraverso la commercializzazione o produzione di pezzi acquistabili, la cui qualità è anche materialmente certificata dal Centro.

Anche il Victoria & Albert Museum ha iniziato la sua vita quale "museo del buon gusto", dotandosi peraltro anche di una sezione del "cattivo gusto": i produttori coinvolti in questa raccolta, però, da lungo tempo non hanno dato il consenso per l'apertura al pubblico della sezione! Il Victoria & Albert Museum ha cambiato nel tempo il suo approccio al Design; abbandonata la discriminante del buon gusto si è avvicinato via via alla sua configurazione attuale: tendenzialmente una mostra di tutto quello che è il mondo del Design.

La Galleria del Design del XX° Secolo, che oggi rappresenta l'area espositiva dedicata all'Industrial Design, come peraltro tutta l'area del Design, si ritiene debba comunque essere ulteriormente sviluppata.

La collezione che ultimamente si è arricchita maggiormente è quella di cui sono curatore, e riguarda i progetti, i disegni, gli elaborati grafici dell'Industrial Design.

Contrasta la volontà di sviluppo la questione relativa agli spazi espositivi. Una parte considerevole degli oggetti di Industrial Design è contraddistinta da dimensioni notevoli: non disponiamo di sufficiente spazio espositivo per ospitare automobili, aeroplani, grandi attrezzature... Sono pertanto molto "geloso" di quelli che si accingono a costituire un nuovo museo di Design che, probabilmente, potrà disporre degli spazi necessari.

Stamattina ho visitato la mostra Torino Design e l'ho trovata splendida. Se avessi l'opportunità di creare al Victoria & Albert Museum una nuova galleria dedicata al Design, probabilmente cercherei di farla come Torino Design. L'approccio è interessante perchè appare assai diverso da quello sovente

adottato dai musei del settore (il Museum of Modern Art di New York, per esempio) dove anche lo spazzolino da denti è presentato come una scultura. Torino Design insegna come anche gli oggetti di uso quotidiano siano frutto di un processo articolato e complesso.

Non posso quindi fare altro che manifestare il mio appoggio all'iniziativa di creare a Torino un Museo di Design.

In ultimo, vorrei aggiungere che un po' di Torino Design è presente anche nella raccolta del Victoria & Albert Museum di Londra, risultato di un viaggio che feci cinque anni fa per raccogliere materiale inerente al Design automobilistico. In quell'occasione l'I.DE.A. Institute ci rese disponibile la raccolta degli elaborati grafici inerenti alla Lancia Dedra, che ci permette oggi di mostrare agli studenti quale fosse il processo creativo dello stile di un'automobile moderna prima che i calcolatori elettronici entrassero largamente in uso.

Termino aggiungendo che mi piacerebbe potere arricchire la collezione dei materiali grafici di Design del Victoria & Albert Museum con ancora tanti altri che documentino l'Industrial Design torinese.

INIZIATIVE PER LA CITTA'

Franco Corsico (*) Come Amministrazione consideriamo Torino Design testimonianza significativa di una realtà che forse non conoscevamo a sufficienza: storicamente esiste una profonda cultura della qualità del prodotto industriale profondamente radicata nella nostra regione. Così come il futuro affonda sempre le proprie radici nel passato, anche le prospettive della auspicabile maggiore "internazionalizzazione" della nostra città sono affondate in modo consistente nell'ambiente locale. Ed il progetto di rilancio e di sviluppo della realtà torinese ritengo debba passare proprio attraverso il potenziamento della "internazionalizzazione" di quanto qui produciamo.

Noi stiamo per avviare una agenzia per lo sviluppo di Torino che si strutturerà su tre punti-cardine. Uno di questi riguarderà proprio l'individuazione di quelle caratteristiche peculiari della nostra realtà sociale, economica e culturale sotto il cui segno ci si possa presentare alla competizione internazionale. Uno di tali "punti di forza" potrebbe essere proprio la dimensione dell' "arte nell'industria", cioè del Design.

E' dunque particolarmente opportuna ed importante, in questo momento, un'iniziativa come Torino Design.

Come Amministrazione possiamo impegnarci nella ricerca del "luogo fisico" ove cominciare a

(*) Architetto, assessore all'Assetto Urbano della Città di Torino, professore del Politecnico di Torino.

consolidare questo primo, significativo passo: la raccolta delle testimonianze della produzione industriale locale, luogo della "sedimentazione" delle testimonianze storiche e culturali.

Ed ancora, contemporaneamente, sforzarci di seguire le indicazioni oggi emerse sull'opportunità di costituire a Torino un centro, un ente capace di promuovere e gestire iniziative concrete e di immagine riguardanti l'intero settore della produzione e della cultura industriale. Tale luogo, infine, sarebbe auspicabile fosse strettamente relazionato, anche nella sua collocazione, con il momento dei processi formativi, della didattica del Design.

Ho ascoltato con interesse Michael Snodin che commentava in termini non proprio positivi la propaganda del "Design del buon gusto" che certi centri svolgono. Io ritengo che un'iniziativa come quella che abbiamo concisamente configurato debba interessarsi anche degli aspetti promozionali, di quella propaganda che diffonde la conoscenza di quegli aspetti che caratterizzano "quel" Design che qui nasce e qui si sviluppa. Tale iniziativa ritengo possa possedere, contemporaneamente, anche una dimensione commerciale.

Ragionando a breve termine, ritengo si possa dire che il primo passo da farsi sia quello di collaborare, anche attraverso i servizi dell'Agenzia di Sviluppo, a diffondere l'esperienza della mostra Torino Design presso almeno due o tre sedi in Europa, per far sì che si possa far conoscere quanto e come si produce nella nostra area e dare vita a iniziative puntando, in particolare, alla creazione e potenziamento di nuove forze di attrazione della nostra produzione.



Franco Corsico.

G.D.F. Quanto ora è stato qui evidenziato rappresenta una delle finalità ultime della mostra: un conto è procedere ad una operazione di auto-documentazione e di auto-glorificazione; un conto è proporci e promuoverci all'esterno, specie all'estero. La prevista e auspicabile itineranza della mostra è in fase di verifica e, seppure ancora necessariamente interlocutori, gli interessamenti per possibili riproposte complessive o parziali non sono certo mancati: possiamo essere ottimisti sulla sua possibilità di attuazione.

Ciò che l'Assessore ci ha riferito in merito agli intendimenti dell'Amministrazione cittadina è quanto mai suggestivo: ritengo sia quello che tutti gli operatori di Torino Design si auguravano di ascoltare. È davvero opportuno che ci si muova concretamente anche in questa direzione. Da parte degli operatori del settore c'è la verificata, convinta disponibilità alla collaborazione. Certamente non mancherà l'impegno.

Occorrerà tempo per trarre e mettere a frutto i numerosi ed interessanti interventi che abbiamo ascoltato, interventi che certamente avrebbero meritato di poter disporre di tempi più lunghi. Ma si è ritenuto opportuno cogliere l'interesse che Torino Design suscitava, quale favorevole occasione per mettere sul tappeto più d'una delle problematiche emergenti e favorire un avvio di possibili realizzazioni, lasciando tempi più lunghi ai necessari approfondimenti e considerazioni.

Non intendiamo trarre conclusioni eccessivamente ottimistiche, ma ci pare che l'insieme di quanto ascoltato ci possa fare ritenere che l'incontro abbia raggiunto con buona concretezza lo scopo.

Per il "lavoro", per la "formazione", per la nostra "città" il Design rappresenta dunque una concreta potenzialità da considerare attentamente e, soprattutto, da utilizzare. Buon lavoro.



Amedeo Peyron.

Tavola rotonda su "TORINO DESIGN"

Conduce: Piero BIANUCCI (*)

*I Comitati d'onore, scientifico, curatore della manifestazione
incontrano designer, produttori, pubblico*

Piero Bianucci A metà del periodo di apertura previsto, questa mostra ha già ospitato 28.000 visitatori: molti, oltre ogni migliore aspettativa. E' dunque un evento che desta particolare interesse ed invita a riflettere.

Io stesso ho riflettuto sulla particolare caratteristica di questo Design torinese, che pare trovare le proprie radici nella storia della città. La Torino augustea nasce come città "quadrata", frutto di un Design sintetico, quasi elementare: quattro angoli retti e due vie principali. Il successivo sviluppo urbanistico non ha tradito questa impostazione così "precisa", salvo rare eccezioni.

Torino è città della precisione e di gente "precisa": l'Istituto Colonnetti; il Galileo Ferraris che fornisce al mondo il segnale orario con uno scarto che oggi credo sia di un millesimo di miliardesimo di secondo; il rinomato Politecnico; Avogadro, che contava quante molecole erano contenute nella Mole; Lagrange... e poi, il fenomeno Design, arte che non pensavo potesse accompagnarsi alla precisione.

"Genio e regolatezza" convivono a Torino, in particolare nel Design torinese. Questo è certamente un luogo comune, così come un altro sarebbe:

Torino città dell'auto". Ma i luoghi comuni non vanno comunque disdegnati, perchè sono espressione di verità.

Se però sapevamo che il Design regionale avesse molte caratteristiche in comune con il Design dell'auto, certo non immaginavamo con quali altre fisionomie, che auto non sono, potesse presentarsi. La mostra ne documenta molte. Questa mostra ci aiuta a comprendere gli innumerevoli volti del nostro Design e, tornando alla considerazione di apertura, ci invita a riflettere.

Il Design e voi in sala, che del Design siete gli artefici, avete grandi meriti. Uno, in particolare: quello di rendere il "bello" democratico. Ai designer spetta questo meraviglioso e impegnativo ruolo, superando così i limiti che ancora oggi sussistono per altre discipline come la pittura, la scultura, l'architettura in genere.

Il "bello" nel prodotto di serie: questa è la tesi che la mostra comunica, per cui ringrazio il suo Direttore, i Curatori e tutti coloro, promotori e operatori, che vi hanno contribuito.

Giorgio De Ferrari Angelo Pichierri, membro del Comitato scientifico della mostra scrive in catalogo: "La specificità regionale, se esiste, è rintracciabile soprattutto nelle caratteristiche di ciò che la Regione produce".



Piero Bianucci.



Arrigo Gallizio.

Angelo Pichierri (*) Certamente. L'immagine della Regione deriva essenzialmente dai beni che si producono al suo interno; tanto è vero che abbiamo imparato a distinguere tra città dei cantieri navali, città dell'acciaio, città dell'automobile. La mostra evidenzia l'appartenenza di Torino a questa ultima tipologia, tuttavia con un accento particolare: insegna che il Design non è una cosa, un oggetto, un prodotto, bensì è un approccio, è *know how*, ciò che unisce "l'automobile al cucchiaino".

Il vero significato del Design è dunque l'essere intersettoriale ed immateriale, pur dando vita ad oggetti concreti.

Un ulteriore aspetto, che come sociologo dell'industria mi ha particolarmente colpito, è constatare come il processo che lega la progettazione alla fabbricazione sia oggi molto più unitario di un tempo. La forma, essenza del Disegno Industriale non può più essere pensata indipendentemente dalla fabbricazione dell'oggetto e dalla sua commercializzazione. Questi nuovi ed interessanti approcci, detti di *simultaneous engineering*, *contracting engineering*, e che il prof. Micheletti ha anticipato nel suo saggio in catalogo, sono proprio descritti in mostra attraverso la documentazione del "Processo" di Industrial Design.

P.B. Lettura affascinante quella che ci è stata proposta.

Ai membri del Comitato curatore vorrei invece domandare quali ripensamenti, se ci sono, o quali correttivi apporterebbero oggi allo schema dei contenuti in esposizione; inoltre, se ci sono state lamentele da parte di eventuali esclusi.

(*) Sociologo, professore all'Università di Torino.



Angelo Pichierri.

Vittorio Jacomussi (*) Nessuna lamentela, anche grazie alle chiare condizioni che hanno supportato il programma espositivo: la selezione dei prodotti riguardava esclusivamente il "prodotto di serie", anzi tendenzialmente di grande serie. Se vi è stata qualche eccezione, questa ha riguardato in particolare la sezione "L'altro design", non a caso così denominata per il diverso rapporto che questi designer hanno con la produzione: sovente le due figure coincidono, oppure si tratta di produzioni limitate per selezionate nicchie di mercato.

Contenuti espositivi che invece suggeriscono ulteriori approfondimenti, ma i cui limiti in mostra sono stati fissati a priori anche per carenza di spazio espositivo, riguardano gli aspetti storici del Design regionale, ciò che potremmo definire il retroterra culturale e produttivo e, in ultimo, la sezione "Comunicazione e Design Promozionale".

Del primo aspetto la mostra si è limitata a fornire un aperitivo che ha fatto crescere "l'appetito": intendo le curiose retrospettive dedicate alle Pastiglie Leone ed al cioccolatino gianduiotto. Mai come in questi prodotti è ravvisabile il teorema, citato da Morello, dell'industria piemontese che è cresciuta sulla tradizione meccanica, della fonderia e dello stampaggio avviata dall'Arsenale militare. Per stampaggio è nato, ad esempio, il gianduiotto, ove il Design ha realizzato un mirabile compromesso tra minima grammatura e massimo apparire della forma: in origine non era infatti venduto a peso, bensì a numero.

(*) Architetto, designer, consigliere SIAT, Comitato curatore di Torino Design.



Vittorio Jacomussi.

La difficile e ancora embrionale ricerca sui prodotti di Design Promozionale ha invece svelato curiose realizzazioni. Una per tutte: le sorprese Kinder Ferrero, ovetti prodotti in cifre a nove zeri, oggi addirittura oggetto di collezionismo in tutto il mondo, progettati proprio a Torino dal torinesissimo ing. Zanellato.

G.D.F. È caratteristica non consueta il fatto che la mostra abbia evidenziato per tutti i pezzi esposti, oltre alle altre informazioni didascaliche, il numero di esemplari prodotti. Questo dato fornisce ulteriori chiavi di lettura sull'intervento del Design rapportato a prodotti di diversa natura.

Una ricerca faticosa e non sempre accessibile, che è durata... Lo chiediamo a Claudio Germak, Curatore operativo di Torino Design.

Claudio Germak (*) Due anni di ricerca, 10.000 ore di lavoro, 4.000 lettere, 1.500 fax, 1.200 telefonate, 5.000 km percorsi per snidare, incontrare, ascoltare designer e produttori in tutta la Regione. Credo che pochi non siano stati raggiunti, spero nessuno dimenticato. Un impegno corposo, sostenuto dalla valida collaborazione di Claudia De Giorgi e Paola Cattaneo, a cui ha fatto riscontro l'entusiasmo di conoscere "da dentro" i templi noti ed i luoghi meno conosciuti dove si pensa, si progetta, si modella, si fabbrica il prodotto di Industrial Design.

Abbiamo ascoltato la storia di tanti pezzi: quelli celebri, quelli che sono rimasti sogni, quelli per cui

ancora brucia l'impossibilità di non essere diventati prodotti di mercato. Dalle storie dei prodotti quelle dei designer, costellate di entusiasmi, successi ed anche qualche frustrazione.

Il maggior entusiasmo? Sfiare, anche solo per un istante, con l'occhio o con la mano i preziosi documenti, talora riservati, di oggetti con cui abbiamo vissuto, che abbiamo magari desiderato possedere.

Prossimamente, insieme agli amici dell'ADI gireremo il film di Torino Design: un documento con finalità storiche, didascaliche e promozionali, a cui spetterà il ruolo di trasmettere quella specifica e articolata identità del Design dell'area regionale che la mostra ha fisicamente evidenziato.

G.D.F. Un'identità regionale nota a tutti? E con quali effetti? Chiamiamo a testimoniare alcuni tra gli operatori che quotidianamente sono coinvolti dal fenomeno Design: i critici, ad esempio, o i direttori di riviste del settore che vediamo questa sera, e ne siamo orgogliosi, così numerosi.

Aldo Colonnetti (*) - Questa sera Torino batte Milano 2 a 0: nel calcio e nel Design. Ho visitato una mostra di grande qualità non solo rispetto a quanto recentemente si è fatto a Milano, ma forse nel mondo intero. E se la domanda riguarda l'identità regionale del Design, posso dire che l'ho riscontrata in un atteggiamento evoluto che non è di tipo localistico.

(*) Architetto, designer, curatore operativo di Torino Design.

(*) Direttore di "Ottagono".



Claudio Germak.



Aldo Colonnetti.

È stato detto che il design è “metodo”, con codici, linguaggi, tecniche e teorie: una disciplina dunque matura e di tipo internazionale. Ma come disciplina non può rinunciare all’aspetto localistico, nel senso alto del termine, pena il trasformarsi in un metodo asettico, esportabile e importabile come potrebbero fare giapponesi, coreani ed argentini dando vita ad un prodotto “anonimo” con alto valore aggiunto.

Per questo è fondamentale che anche il Design si ponga il problema della salvaguardia dell’identità locale attingendo alla storia, alla cultura materiale ed umanistica del luogo. La qualità del disegno italiano è in parte insita nel rispetto delle culture regionali, come accade in Brianza, Piemonte, Marche, Veneto, Udinese,...

Ed è anche nelle intenzioni dei singoli: cito, ad esempio, il Dizionario della Carrozzeria curato dall’amico Fredi Valentini, in cui attrezzature e lavorazioni sono riportate con gli originari termini dialettali piemontesi: la terra che le ha inventate ed esportate. Anche questo è Design.

Cristina Morozzi (*) Il numero di visitatori raggiunto è la testimonianza di un interesse comune per una disciplina che ha a che fare con la vita quotidiana. Mi ha colpito trovare accostati ai miti dell’automobile una miriade di oggetti, anche minuti, frutto di progettazioni attente e sofisticate ma in genere scarsamente considerate da chi li possiede ed usa.

Ciò è imputabile ad una distorsione della cultura italiana che ancora oggi tende ad identificare il

Design con l’oggetto di arredamento, solo perchè, in effetti, il risveglio del moderno è partito dall’industria del mobile. Questa tendenza condiziona anche le riviste di settore: sono poche quelle di Industrial Design, moltissime quelle di arredamento. In queste riviste, non una riga, se non episodicamente e con fini pubblicitari, viene dedicata ad esempio ad un “voltafrittata”: ebbene, in questa mostra ci sono addirittura due modelli di questo geniale attrezzo che risolve una operazione tutt’altro che facile. Applicare l’ingegno per creare strumenti inconsueti è una concreta testimonianza di apertura al futuro, la più diretta forse.

Torino Design dimostra come sia possibile fare una mostra non autoreferenziale, che non celebra la bravura di pochi ed in cui tanti oggetti di diversa natura sono accostati per raccontare i “valori del quotidiano”: i visitatori hanno così capito che il Design è un problema che li riguarda.

Giuliana Chiappo Jorio (*) Anche il catalogo della mostra è un’opera di Design non retorico, perchè concepito come un catalogo commerciale, in cui i prodotti sono presentati con lo stesso peso nell’ambito di una impaginazione rigida che offre per tutti gli oggetti le stesse informazioni.

(*) Direttore di “Modo”.



Cristina Morozzi.



Giuliana Chiappo Jorio.

G. D. F. A questo proposito è stato osservato come il catalogo si presenti con un'immagine molto torinese: serio e grigio all'apparenza, per via della copertina; ricco e smagliante, ricordo che è totalmente a colori, all'interno. Catalogo e allestimento della mostra sono pervasi dallo stesso atteggiamento progettuale: cauto, meditato, ma che sa produrre anche cose non convenzionali. Forse si potrebbe addirittura parlare di uno "stile" locale di approccio al progetto: Zanellato, è stato così anche per le tue sorprese Kinder?

Alfredo Zanellato (*) La storia del progetto sorprese Kinder nasce dalla mia collaborazione con un'agenzia di articoli promozionali che alla fine degli anni '70 riforniva la Ferrero di sorprese, importate dall'estremo oriente, per uova pasquali. Poi l'Azienda chiese di fornire anche idee di progetto esclusive, sulla base di un *briefing* commerciale e tecnico molto preciso, come è nello stile Ferrero. Era specificato, ad esempio, che i potenziali consumatori, bambini dai 36 mesi ai 13 anni, compravano gli ovetti Kinder più per la sorpresa che non per il cioccolato: il gadget doveva dunque diventare ancora più attraente.

Di conseguenza, mi impegnai a fondo sui nuovi possibili concetti di "gioco", sfruttando tutta l'esperienza che possedevo, provenendo dal settore automobilistico, di Design e conoscenza dei processi produttivi.

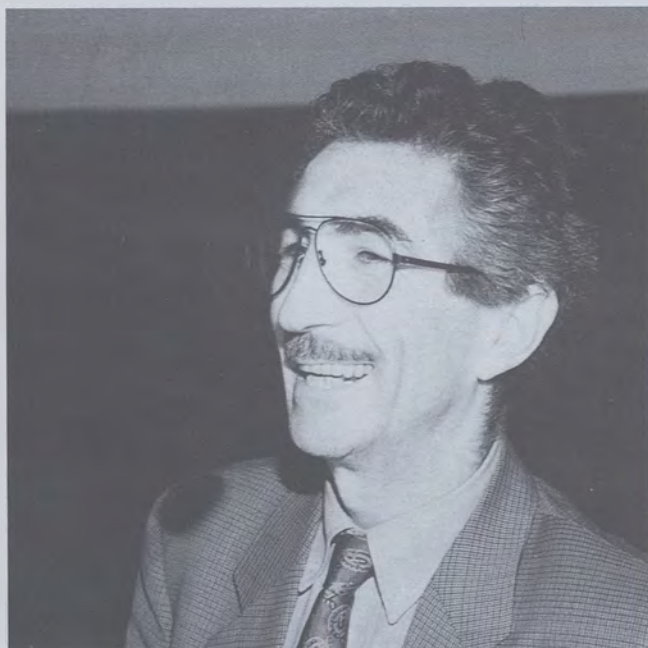
La passione per la costruibilità, l'assemblaggio con movimento, in altre parole per il *marchingegno*, mi condusse a sviluppare il "gioco giocabile", prodotto che richiede una precisa ingegnerizzazione nel rispetto di costi limitatissimi e ferree regole di sicurezza. I regolamenti stabiliscono quali forme, dimensioni e materiali possono risultare pericolosi: gli oggetti non devono scivolare facilmente, non essere troppo ovali; se c'è un filo non deve avere lunghezza tale da essere utilizzato come cappio, eccetera. La tecnica dello stampaggio in materiale plastico mi impose il confronto con sottosquadro, aggancio, sbavatura, quindi una miriade di ostacoli che sono stati fondamentali nella scelta della semplicità costruttiva; questa ha dato forma a delle "macchine semplici": la leva, il pendente, la discesa, il moto, il bilanciamento, la trazione.

Avevamo dunque intuito che questo prodotto promozionale poteva essere, proprio attraverso il Design, portatore di valori istruttivi e pedagogici, pur nell'ambito di una realtà produttiva complessa e costrittiva.

Piero Gatti (*) Sei un poeta dell'ingegnerizzazione.

P.B. Chiediamo conferma a Pichetto: questa realtà produttiva, che come ripetutamente citato e descritto appare così radicata, così seria, utilizza ed in che misura il Design?

(*) Ingegnere, designer.



Alfredo Zanellato.



Giuseppe Raimondi, Piero Gatti, Giuliano Molineri.

Giuseppe Pichetto (*) Ho l'impressione che a Torino il design sia "labile".

Viviamo in un luogo che ha ospitato ma anche contato su popolazioni diverse, quindi con differenti orientamenti: forse per questo siamo cresciuti come gente difficile, scostante, che sapeva e sa di dover lavorare sodo per conservare il Piemonte come luogo importante. Due sono le componenti che hanno determinato l'importanza di Torino e Regione: una organizzazione perfetta ed una notevole creatività. Ma la creatività non è Design: è piuttosto riuscire a costruire uno Stato molto ben amministrato o intervenire nel giusto momento per correggere deviazioni. E' stato così per il territorio, che da Torino "città quadrata" di romana impostazione si è distorto nel medioevo per poi ricorrere ai risanamenti rinascimentali, ecco dunque il correttivo, più per fini propagandistici che per volontà di pianificazione. Poi, tra alti e bassi, si è giunti ad una dimensione e disegno di metropoli; una realtà che funziona, ma che è segnata, ad esempio, da periferie orrende che non merita.

E' stato così anche per la grande casa automobilistica: nell'anno della crisi del petrolio decise di limitarsi alla produzione della 131; un modello e basta. Di conseguenza fu penalizzato anche il Design: quello stesso della 131 ed in generale, perché questa disciplina non venne ritenuta in grado di contribuire alla ripresa economica, tantomeno culturale. Oggi, questa casa ha in catalogo oltre 20 modelli ed altri in cantiere: segno dunque di grande ripresa, anche per il Design.

(*) Presidente CC.I.A.A. Torino.



Giuseppe Pichetto.

Se dico che il Design è "labile" è proprio perché guardando allo sviluppo ed alle tappe di formazione della nostra Regione lo leggo come "casuale": un intervento ciclico ma sporadico, il che mi fa pensare che ancora non ne siano comprese appieno le potenzialità. Infatti, se da un lato Torino conta grandi personaggi del Design, essa non possiede una scuola all'altezza di questa tradizione: Pininfarina lo lamentava già anni fa.

Per cancellare questo alone di labilità, nella nostra Regione il Design deve diventare uno strumento programmatico; deve costituire risorsa riconosciuta dalle forze politiche e imprenditoriali; deve dunque trovare promozione istituzionale anche attraverso una formazione didattica adeguata.

Anche il linguaggio del Design deve forse riscattarsi dalla labilità. Osservate il palco a cui sediamo: questa pietra austera, questi cerchi metallici che ricordano quelli olimpici, questi fiori pur bellissimi, più che allietarmi mi fanno pensare ad un cenotafio: domanda che però giro ai numerosi esperti presenti.

Piero Gatti E le provocazioni sono due...

P.B. La prima è senza dubbio la più rilevante: considerare il Design "labile", in particolare perché carente di istituzioni didattiche è una scossa, ma anche un invito alla riflessione.

Non immagino come possano reagire a questa provocazione Giugiaro, Pininfarina, Di Giusto e gli altri capi-scuola presenti. Sentite la necessità di una istituzionalizzazione, o la migliore scuola



Paolo Martin.

è apprendere, forse rubare con gli occhi il mestiere a chi già lo possiede, come nella tradizione artigiana?

Giorgetto Giugiaro (*) A Torino, anche in assenza del momento istituzionale, il Design si trasmette per contagio: è come un virus che è alimentato dalla passione di chi già oggi lo pratica, e con successo. L'insoddisfazione continua del designer che impegna interamente le proprie energie nel tentativo di migliorarsi e maturare contagia un po' tutti, in particolare chi, giovane, desidera apprenderne i segreti.

È un modo di fare scuola attraverso la "visione".

Ben venga, tuttavia, una scuola istituzionale che possa contribuire a non disperdere questo ormai straordinario patrimonio di conoscenze.

Attenti, però! La scuola aperta a tutti, crea illusioni; un grande numero di allievi significa non garantirne l'inserimento nel mondo professionale, oggi già saturo.

Il Design è una disciplina in cui la vocazione, l'istinto naturale rimangono ancora i fondamenti per affermarsi; in questo senso è professione più selettiva di altre.

Estro e ingegno, in altre parole la creatività dai contorni artistici, sono valori che si possono trasmettere, ma sono difficili da insegnare con gli strumenti canonici della didattica.

Occorre selezione, dunque, per non essere noi stessi artefici di ulteriori frustrazioni.

Sergio Pininfarina (*) Ho sentito ed appuntato non poche provocazioni. Ma, come è nel mio carattere, preciso ed ordinato, freno le pulsioni per proporvi alcune riflessioni.

Se stasera sono qui è perchè Torino Design è appuntamento da non mancare, in particolare per me che su questa disciplina ho fondato gran parte della mia esperienza e del successo.

"Pregi" di Torino Design: ho visitato una mostra di grande valore informativo e culturale che finalmente offre informazioni, sia ai non esperti, sia agli addetti ai lavori. L'aspetto notevole e più lodevole che ho colto è l'allargamento del Design alle cose umili: questo dà un senso alla vocazione di chi lavora in questo campo.

"Difetti", che non sono critiche, di Torino Design: una mostra di così alto valore non è aiutata dalla sede che la ospita, che ritengo non essere la più adeguata per un evento così particolare. Sognavo un edificio specifico che avesse la giusta immagine, Stupinigi ad esempio...; che non ci facesse sentire i parenti poveri di altre tematiche a cui viene normalmente riservata maggiore enfasi. Oggi, invece, dovrei dire ai miei ospiti esteri che si intendeva fare la mostra a..., poi sono insorte difficoltà impreviste e siamo stati costretti a ripiegare su un ambiente più piccolo. Peccato, ne sono anch'io colpevole per primo, avrei dovuto occuparmene più direttamente: appoggio che comunque intendo garantirvi in futuro.

(*) Designer, presidente Italdesign.

(*) Ingegnere, presidente Industrie Pininfarina.



Giorgetto Giugiaro.

Sergio Pininfarina.

G.D.F. Sì,... questo aspetto è stato rilevato anche da altri. La scelta della sede espositiva, che comunque sotto altri aspetti si sta rilevando ottimale, è soprattutto da inquadrare nelle incredibili difficoltà che abbiamo incontrato, a livello amministrativo e burocratico, nel trasformare le aspirazioni di un grande evento in un'operazione concreta. Peraltro, la Società degli Ingegneri e degli Architetti in Torino aveva ideato e promosso un programma preciso che intendeva, come è nel suo costume, rispettare anche nella tempistica.

Sergio Pininfarina Comprendo, ed auspico che Torino Design possa avere l'effetto di una pietra in un lago; che il moto che ha creato si diffonda, e tutti, città, industria, economia, ne capiscano e condividano l'importanza. Il Design, e questo evento lo testimonia, è una gloria per la nostra terra.

"Catalogo" di Torino Design: in viaggio da e verso Confindustria l'ho sfogliato, letto ed analizzato. E' un catalogo bellissimo: nella forma, nel senso della misura, nella vastità della documentazione, nei testi curiosi e vivaci. Lo mostrerei all'estero con orgoglio e soddisfazione.

Nel catalogo mi ha colpito una affermazione, mi pare proprio di De Ferrari, che all'incirca dice come il primo merito dell'Industrial Design sia trasmettere il "bello" presso tanti.

Al proposito ricordo i discorsi di mio padre che, ad esempio, aveva sempre preferito ad un prototipo unico, magari per un ricco signore, la possibilità di realizzare una serie di almeno 200 esemplari. Questi, diceva, oltre a soddisfare le aspirazioni non di una ma di duecento persone, sarebbero stati meglio eseguiti perchè avrebbero potuto essere

ripetutamente provati e migliorati. Mio padre anticipava così il discorso sulla qualità del prodotto industriale e del valore sociale dell'Industrial Design.

Questa sera sento inoltre parlare di valori e di significati del Design. La mia concezione del termine, lo riconosco, è molto personale: il Design è un "metodo" di lavoro in costante evoluzione. E' una disciplina i cui orientamenti mutano con il variare di due condizioni: la "cultura" e la "tecnica".

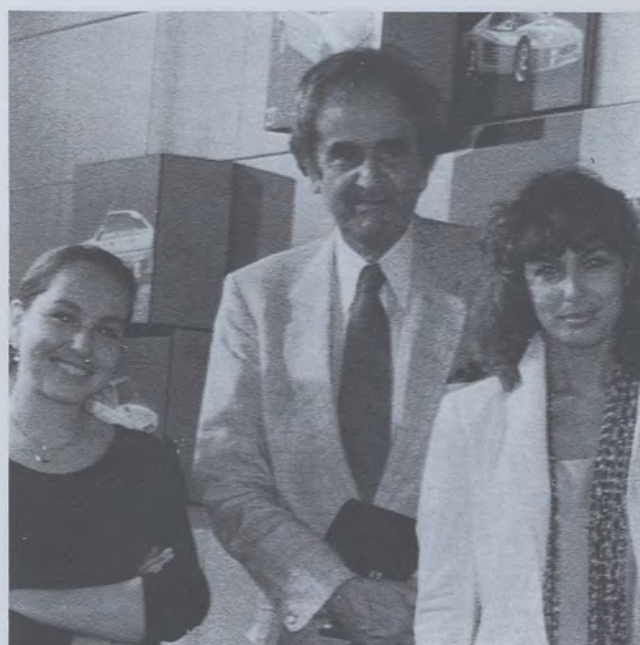
Culturalmente, rispetto ad esempio a trent'anni fa, è cambiata moltissimo. A me, allora giovane ingegnere, quando proponevo a collaboratori, ma anche a certi clienti, di abbassare un radiatore di qualche centimetro in virtù di nuove intuizioni sul disegno complessivo del modello, veniva risposto di non occuparmene: il radiatore era parte del motore, quindi di competenza dei motoristi, degli ingegnerizzatori. Non era ancora chiaro che relazioni avesse con il disegno della carrozzeria.

G.D.F. A questo proposito, è fresco di stampa un libro intitolato "Parola di designer", che riporta ben 360 definizioni diverse di operatori del settore.

Sergio Pininfarina Io avrei forse scritto la trecentosessantunesima. Anzi, provo a sintetizzarla con una domanda: qual'è la funzione del Design? Una volta mi chiamarono in America, a Pasadena, in sostituzione di Dante Giacosa, per fare il discorso di laurea ai diplomati della famosa Art Center School of Design. Ai 400 ragazzi interessati cercai di comunicare la mia versione sulla funzione del Design: "... è una disciplina straordinaria, alla quale spetta di mettere ordine fra le cose del mondo; pro-



Paola Cattaneo.



Claudia De Giorgi, Tomàs Maldonado, Anna Poli.

vocare i gesti quotidiani in un modo più piacevole e più funzionale”.

Quasi la stessa formulazione proposi ai funzionari del governo indiano a Delhi: “ Il Design è cultura, anzi una delle principali occasioni di promozione umanistica del progresso industriale; ha il compito di insegnare a costruire cose “belle”, la cui bellezza si riconosca nella sintonia tra forme costruite e valori della cultura locale, nel rispetto e interpretazione della natura”.

Oggi, occorre dire, il significato ed il valore del Design non sono più ritenuti, come un tempo, contributi secondari. L'identità del Design è riconosciuta da chi partecipa al processo industriale come dai clienti, a cui sono grato. Questo riconoscimento non è tanto rivolto alla maturazione dei processi (vedi il citato *simultaneous engineering*) che prevede accorgimenti a vantaggio dei costi di produzione, quanto “all'idea di progetto” che, notate, per prima influenzerà la scelta del prodotto.

Fin qui ciò che riguarda la “cultura”. La “tecnica”, invece, si caratterizza oggi in modo estremamente diverso dal passato.

Nel passato, mio padre, principalmente scultore di forme, era tormentato dal fatto che ciò che pensava in due dimensioni irrimediabilmente poi si deformava nel passaggio alle tre dimensioni.

I disegni erano allora di carattere impressionista, perchè servivano esclusivamente a trasmettere al cliente un'idea enfaticizzata di progetto, dovendo infatti principalmente colpirne l'immaginario. Con il modello al vero, poi, si tornava ad una dimensione reale in cui bisognava ridiscutere ogni variazione formale, ogni interpretazione: un metodo dunque costosissimo.

Nel tempo, i disegni sono diventati sempre più precisi fin dalle prime intuizioni: ciò ha diminuito il costo della successiva modellazione, ma non gli ostacoli di questo passaggio.

Solo di recente, con l'introduzione della computerizzazione (*CAS, Computer Aided Styling*) il progetto risulta virtualmente materializzabile attraverso verifiche e controlli sempre più precisi e realistici della forma, del colore, delle riflettenze. La macchina informatica consente di indagare in anticipo l'aspetto tridimensionale. Ma il vero scatto consiste nel fatto che, mentre fino all'altro ieri il computer ha principalmente sveltito l'esecuzione dei modelli, oggi ci aiuta anche intellettualmente, beninteso senza sostituire l'istinto creativo umano.

Il computer, si potrebbe affermare, aiuta anche nella ricerca del “bello”, che continuo a ritenere prioritario rispetto al “tecnico” ed al “funzionale”. Quel “bello” che invece l'amico Morello considera una delle componenti mediate con il costruibile, per cui il Design avrebbe come fine la produzione di tanti pezzi che insieme determinino innanzitutto un valore industriale. Una tesi a cui mi ribello.

Prendete, come esempio, la rappresentazione che la mostra ha dato del fenomeno automobile. Lo spessore dei pannelli fotografici, che ci è stato spiegato essere rappresentativo del numero di esemplari prodotti per ogni modello, ha valore come informazione, ma nulla dice a riguardo del merito del Design, del “bello” di questo o quel veicolo. Tanto è vero che in genere mi ritengo più meritevole e forse più impegnato quando faccio un prototipo singolo per una vettura da salone che non un progetto per la serie (spero che i clienti non mi sentano): in queste occasioni posso agire nella massima libertà, privo



Sergio Pininfarina, Pino Spagnolo.



M. Jeanne Bertone, Fabrizio Giugiaro, Paolo Pininfarina.

delle costrizioni della logica industriale. L'essere prodotto in serie, dal punto di vista dell'interesse e del valore del Design, è dunque per me accessorio.

G.D.F. Infatti, caso unico in mostra, per l'automobile abbiamo affiancato ai modelli di serie quelli di ricerca, le cosiddette *concept car*.

Sergio Pininfarina In ultimo: Pichetto questa sera gioca al "provocatore". Tuttavia, conoscendolo bene, sono convinto che nemmeno lui stesso creda alla durissima affermazione sul Design regionale come "Design labile". Mi pare esistano le condizioni per negare questa presunta "labilità": un glorioso passato; un brillante presente; un futuro per il quale abbiamo già costruito i presupposti.

Il mix di prerogative, in questo senso, è straordinario: abbiamo grandi capi scuola, a cui accennava anche Giugiaro, che sono dei "trascinatori" proprio come nello sci e nel *foot ball*; possediamo una invidiata tradizione di maestranze artigianali; sappiamo cos'è il buon Design, aiutati anche da una vocazione tutta piemontese per la qualità, per "*le robe faite bin*". Con queste potenzialità faremo strada se continueremo a meritarlo. Anche nel campo della formazione non è poi un disastro: il Politecnico di Torino, ad esempio, ha deciso che istituirà il corso di Disegno Industriale alla Facoltà di Architettura.

G.D.F. Ha davvero già "deciso"? Il fatto che lei, Pininfarina, ne sia così convinto, lo consideriamo il miglior auspicio. Chiederei comunque conferma al Preside di Architettura, prof. Roscelli, che in merito ha relazionato nel Convegno del pomeriggio. È cambiato qualcosa?

Roscelli No, non ci sono ulteriori novità. Ricordo che l'offerta didattica della Facoltà di Architettura si è arricchita e maggiormente articolata grazie al Corso di Laurea istituito presso la sede di Mondovì e che riguarda in particolare le problematiche territoriali dei centri minori; inoltre, attueremo a breve un Diploma Universitario in Edilizia, mentre rimane nelle prospettive il Corso di Laurea in Disegno Industriale. Le premesse perché anche quest'ultimo venga attuato ci sono: esiste nella nostra Regione una domanda lavorativa rilevante in questa disciplina, con caratteristiche di continuità, radicamento, autonomia e con un proprio ambito culturale ed etico. Potrebbe dunque scaturirne un'esperienza unica di notevole interesse, in grado di ricongiungere i due mondi che l'illuminismo ha separato: arte e scienza. Su questo terreno si è mosso il Sindaco di Torino, il Presidente dell'Unione Industriale, molti operatori. Ma, per rendere la proposta credibile occorrono risorse, nuove sedi, programmi di reale interazione con l'industria: sforzi che il Politecnico di Torino non può oggi sopportare da solo.

G.D.F. Abbiamo constatato come il Design sia sempre più una problematica che interessa la collettività intera.

Tra le diverse tematiche presentate in mostra, certamente la sezione "Eco Design" ha suscitato una notevole curiosità per l'attualità di un approccio che è estendibile, senza distinzione, a tutti i settori della progettazione.



Fredi Valentini, Giorgetto Giugiaro.



Rodolfo Zich.

Carla Lanzavecchia (*) L'Eco Design è uno degli argomenti cardine dell'attuale sviluppo industriale: sarebbe oggi impensabile non porsi domande sull'impiego consapevole delle risorse, sul futuro dei prodotti dismessi, sulla operabilità dei cicli di riutilizzo di componenti e materiali. Ma, l'aspetto notevole che la sezione ha messo in evidenza è una quantità non indifferente di prodotti ecologici, oltre 60, di produzione seriale: non solo prototipi o sperimentazioni, dunque.

Questi prodotti dimostrano, attraverso approcci diversi, come per Eco Design non vada inteso solo il progetto dell'oggetto di riciclo, bensì una filosofia progettuale che è di responsabilità di tutti i designer e che si inserisce a monte del "Processo" di Industrial Design. Il progetto di Eco Design considera la programmazione del prodotto in ogni momento della sua vita e del suo possibile recupero o reimpiego: oggi è infatti più corretto parlare di "preciclaggio" che di "riciclaggio".

Le sperimentazioni in corso hanno anche dimostrato come, sulla base di un "bilancio energetico", siano da incentivarsi quelle iniziative che prevedono l'impiego di materiali riciclabili a ciclo breve, di cui uno tra i più semplici, che ha infatti destato maggiore curiosità, è proprio il "rifiuto" comune, di tipo domestico.

G.D.F. Curiosi i materiali ed anche il tono che questi hanno conferito all'allestimento in mostra: pur trattandosi di "rifiuti", l'ambiente creatosi, attrae, diverte, comunica una inimmaginabile festosità.

(*) Architetto, curatore della sezione Eco-Design.



Carla Lanzavecchia.

P.B. Voltando pagina: Anty Pansera, nota storica del Disegno Industriale, ha appena ultimato un dizionario dei termini disciplinari in cui mi risulta sia stata già inserita la voce "Torino Design".

G.D.F. È un'opera brillante che certamente... andrà a ruba; infatti, la copia omaggio che avevo qui sul tavolo ad inizio serata è già sparita.

Anty Pansera (*) Come storico, considero Torino Design un "censimento" di particolare interesse. Mi è parsa una mostra condotta con correttezza, che esprime identità territoriali conosciute ma anche inedite: basti pensare alla sezione dedicata alla regione del Cusio. Vi si legge un approfondito lavoro, condotto a monte del momento allestitivo, che suggerisce riflessioni a cui tutti possono accostarsi: esperti e non.

Anche se lo spazio appare a tratti sacrificato, la "valanga" di prodotti è coinvolgente perchè comunica chiare dichiarazioni di intenti: un primo "censimento" del Design regionale, già però organizzato da precise chiavi di lettura. Aspetti che, in qualità di studioso, potrò approfondire anche grazie alla interessante impostazione a schede didascaliche del catalogo.

Poi, a caldo, una considerazione: sono d'accordo con Pininfarina sulla modificazione del ruolo del Design e della figura del designer, così come sul valore del "bello". Mi piace ricordare come un altro ingegnere, Filippo Zappata, andava dicendo che i suoi aerei volavano proprio perchè erano "belli".

(*) Storica del Design.



Anty Pansera.

Augusto Morello Essendo stato citato e "interpretato" da Pininfarina desidero innanzitutto affermare che la sua tesi sulla funzione del Design non è assolutamente il contrario della mia.

Ciò detto, vorrei aggiungere che mentre ieri il Design costituiva un contributo alla terziarizzazione, oggi rappresenta il vero quaternario. Come torinese, osservo come questa città stia passando da una fase matura di industrializzazione ad un'altra in cui "progettare" è diventato assai più difficile di "produrre". Ciò non significa che il Design sia, come ha detto Pichetto "labile". Il Design che si fa in questa città non è mai stato di rottura: così come diceva uno scrittore torinese scomparso, qui "Il futuro ha un cuore antico".

Ciò che questa città produce, si inventa, non vuole mai essere eclatante; solo in questo senso potrebbe allora sembrare "labile". Ma sono cinquant'anni che questa città conduce un'operazione strategica, iniziata forse 200, 300 anni addietro; ciò che oggi cambia la situazione è che la città stessa ne è consapevole. E forse questo un aspetto di localismo? Se lo è, viene comunque condotto con spirito intelligente, rivolto "non" all'isolamento, bensì teso al dialogo con il resto dell'Europa. In questo condivido l'opinione di Turain: non mi interessa la cultura europea, bensì l'Europa delle culture. Allora, non è "labile" quella regione che riesce a contare nei rapporti con altre identità territoriali.

Tornando alla *querelle* sul "bello", ribadisco che per me la "bellezza" non una categoria astratta, ma la "soluzione della complessità". E se questa cambia, il concetto del "bello" si modifica di conseguenza. Quale funzione ha il "bello", oggi? Consente di vivere le forme del proprio tempo,

anche se a volte non è possibile possederle. Ecco come trovano giustificazione anche i super prototipi Ferrari che Pininfarina disegna e realizza artigianalmente. Il Design ci consente di godere del prodotto, a prescindere dal fatto di esserne proprietari. Il futuro ci riserva sempre meno prodotti in possesso, per il fatto che costeranno sempre più cari, e sempre più acquisizioni del diritto di goderne (in leasing, ad esempio).

Con queste prospettive, Torino città dell'automobile, anche se lo sarà ancora per molti anni, si trasformerà in città dei "sistemi" dentro i quali la struttura terziaria e quaternaria, di cui proprio l'auto è stata il simbolo, avrà il cuore antico di Levi.

G.D.F. Questa serata, vivace e stimolante, gioca in particolare sul settore auto; ma Torino Design, come è stato più volte rilevato, riguarda dall'automobile al cucchiaino...

Gigio Ruspa (*) Rappresento una piccola società che infatti non produce automobili ma pelletteria. Noi non consideriamo il Design come valore aggiunto, ma come componente fondamentale per accrescere l'interesse di un prodotto. L'approccio con il Design iniziò con Giugiaro, incaricato di disegnare alcuni nostri prodotti. Presto notammo che la clientela dimostrava di apprezzare la ricerca in corso, peraltro condotta con impegno e notevoli sforzi. Proseguimmo dunque con Pininfarina, di cui siamo diventati anche licenziatari mondiali dei prodotti da loro progettati in questo settore. Così oggi

(*) Titolare della Ruspa Vinci divisione pelletterie.



Francesco Comoglio.



Gigio Ruspa.

rappresentiamo e promuoviamo due tra le più importanti firme del Design, non solo della Regione ma dell'intera realtà nazionale.

Ma il nostro impegno in campo Design non si limita a questo. Oggi promuoviamo una ricerca autonoma esplorando settori innovativi e socialmente attuali: ne è ad esempio testimone la "valigia disassemblabile" presentata nella sezione ecologica di Torino Design.

Renzo Zorzi (*) Spero che una città attenta ed evoluta come questa consideri che esiste anche una provincia in cui ci sono industrie che, proprio promuovendo il Design italiano, hanno per prime varcato i confini della nazione e dell'Europa. Una è certamente l'Olivetti, prima protagonista della sezione che il MOMA di N.Y. dedicò al Design ed alla Grafica.

Artefice dell'affermazione e grande promotore di questa ricerca, partita negli anni '60, fu Adriano Olivetti, alla cui memoria mi inchino. Quando, nel 1970, il vento della contestazione allontanava i giovani americani dall'industria a favore del lavoro all'interno delle università, il Governo americano decise di fare una mostra itinerante per tutti i maggiori campus degli States, per dimostrare che l'industria poteva offrire ampio spazio alle professioni creative e culturalmente aggiornate. Anche in quell'occasione venne chiamata proprio l'Olivetti, che già aveva costruito parte della storia del Design.

(*) Ingegnere, già direttore Olivetti.



Renzo Zorzi.

Oggi, questa azienda attraversa un periodo difficile, in cui stenta a trovare una propria dimensione e nuovi sbocchi di mercato. Nell'odierna era elettronica la supremazia si gioca sul campo della tecnologia informatica ed a nulla può anche una grande tradizione nel Design. In questo settore, gli orizzonti del Design vanno mutando proprio in relazione alle tecnologie che costituiscono il contenuto dei prodotti elettronici.

Solo una cosa credo non sia cambiata: il Design rimane ancora oggi il metodo di produzione attraverso le macchine. Per questo sorrido quando mi trovo dinanzi alle chimere, in particolare del Design milanese, di un ritorno al progetto per la costruzione artigianale o quando si confonde l'Industrial Design con il Design per la moda o "di moda", così come molti barbieri vanno sostituendo le loro insegne con denominazioni del tipo: *hair design*...

Occorre ritornare alla consapevolezza che l'Industrial Design è il processo di realizzazione del prodotto con le macchine e, badate, prodotto da vendere a prezzi contenuti. Questi seri obiettivi sono i responsabili dei lunghi tempi della progettazione e degli enormi investimenti industriali.

Il prodotto di Design richiede riflessione, approcci scientifici e di *marketing* approfonditi, perchè avviate le macchine non si torna indietro: basta sbagliare un solo prodotto, anche solo nell'immagine, per annientare un'azienda.

Il Design leggero, che invece cambia orientamenti ad ogni stagione, sforna prodotti con grande rapidità: oggetti che però esauriscono il loro interesse nell'arco della stessa stagione.



Poltrona "Sacco" (Design: Gatti, Paolini, Teodoro, 1968).

G.D.F. Opportuna precisazione, ma l'Olivetti è comunque nel cuore di tutti noi, come dimostrano anche i numerosi suoi prodotti in mostra.

Quanto al nome "Torino Design" lo si è scelto solo perchè "Piemonte Design" sembrava suonare male. Il significato del sottotitolo cancella però ogni dubbio riguardo alle intenzioni della mostra di rappresentare una realtà composita del Design elaborato nell'intera Regione.

Come nella mostra, anche in questo Convegno tante cose sono state dette purtroppo in un tempo costretto, e molto rimarrebbe da dire: segno, forse, che il Design sta veramente esplodendo.

P.B. Ulteriori spazi saranno affidati, credo, all'annunciata itineranza della mostra, per la quale i Comitati stanno già alacremente lavorando. Quindi, come il mondo viene a Torino per il Design, penso a Nikon ed ai tanti altri stranieri, Torino andrà al mondo: è questo il mio migliore augurio.

E, per chiudere in modo internazionale, desidero invitare Michael Snodin, che ha richiesto tre elaborati in omaggio per il Museo londinese, ad esprimere e commentare la sua scelta.

Michael Snodin Una scelta particolarmente difficile: è come essere invitato a rovistare nel sacco di Babbo Natale sapendo di dover scegliere solo tre cose. Ho dunque scelto limitandomi ai materiali e documenti della prima parte della mostra, quella riservata al "Processo", dove le testimonianze hanno un valore storico e scientifico: gli aspetti che maggiormente mi interessano.

Il primo è il bozzetto, datato 1969, elaborato dalla mano di Giugiaro per l'Iguana. Da questi disegni prendeva avvio la carriera di questo designer che tanto ci ha fatto sognare...

Il secondo è un modello in gesso di Bertone, che dimostra concretamente il lavoro, le ansie, i dubbi del designer di carrozzeria. Sul gesso sono infatti plasmate, disegnate e abbozzate con correzioni a matita diverse versioni della vettura in studio.

Il terzo è stato il più problematico. Ho dovuto rinunciare per via delle dimensioni ai bei modelli in scala 1:1 della vettura Argos di GStudio e Lampo di I.DE.A Institute e altro ancora. Voglio essere modesto: scelgo i piccoli ma suggestivi modelli in legno di Spagnolo Design per una caffettiera.

Vi ringrazio molto.



I curatori di Torino Design sulla Fiat Multipla progettata da Dante Giacosa (1956) e appositamente rielaborata da I.DE.A. Institute per il Centro Stile Fiat in occasione della Mostra.

Dal catalogo

Tra i molti saggi pubblicati nel catalogo della mostra Torino Design ne riproponiamo qui alcuni, in quanto particolarmente pertinenti con gli argomenti del Convegno.

L'identità economica regionale

Angelo PICHIERRI (*)

Nel quindicennio passato le scienze sociali hanno scoperto, o riscoperto, l'importanza economica della dimensione locale; e c'è oggi un vasto consenso sul fatto che la *performance* economica regionale dipende in misura decisiva dalle caratteristiche, non soltanto economiche, della società locale. Alla scoperta del locale si è pervenuti innanzitutto attraverso l'analisi di storie di successo, come quelle dei "distretti industriali" dell'Italia centrale e del nord-est. Economisti, sociologi, geografi, hanno cercato il dinamismo, l'innovatività, la capacità di penetrazione nei mercati esteri dei sistemi di piccole imprese di queste aree analizzandone la storia, la stratificazione sociale, i valori, le culture politiche. Parallelamente, alla scoperta del locale si arrivava attraverso l'analisi delle regioni in declino: nelle aree di antica industrializzazione la crisi delle grandi imprese tradizionali, spesso dipendenti da centrali esterne, provocava la mobilitazione di attori locali fino a quel momento marginali, prima in battaglie difensive spesso senza speranza, dopo, nei casi migliori, in tentativi più o meno riusciti di rivitalizzazione economica.

Le difficoltà teoriche e pratiche cominciano tuttavia nel momento in cui si tratta di definire il sistema locale che conta, di individuarne i confini, di rilevarne la sovrapposizione o lo scostamento rispetto ai confini politici e amministrativi vigenti. Tenuto conto anche della loro interazione con gli organi politici e con la burocrazia dell'Unione Europea, sono soggetti emergenti le città o le regioni? Ci sono aree subregionali suscettibili di diventare attori politici collettivi? Le regioni sono solo subnazionali, o possono attraversare le frontiere? Che cosa costituisce un'identità regionale?

All'ultima domanda, per molti aspetti la domanda chiave, sono state date varie, più o meno confuse, risposte. Secondo quella, complicata ma feconda, di un geografo olandese, l'identità regionale è la rappresentazione, fatta propria da abitanti della regione o da attori alla regione esterni, di "alcune" delle sue caratteristiche (la rappresentazione è sempre selettiva); la specificità o l'unicità della regione dipendono dalla combinazione di queste caratteristiche. E quindi possibile che l'identità regionale si configuri diversamente per diversi attori, o che ci siano rappresentazioni non percepite o non condivise da alcuni degli attori potenzialmente interessati: la delimitazione territoriale (selezione e combinazione di caratteristiche) operata da decisori nazio-

nali o sovranazionali non ha necessariamente significato per gli attori locali, e viceversa.

Il fatto che le diverse possibili rappresentazioni che costituiscono l'identità regionale comportino una selezione delle proprietà considerate rilevanti permette di capire meglio intenzioni e strategie degli attori che le fanno proprie: le prospettive di chi fonda l'identità regionale su caratteristiche etniche sono diverse da quelle di chi considera decisive le caratteristiche economiche.

Quando le proprietà selezionate sono economiche, è possibile parlare di identità "economica" regionale, sulla cui importanza è inutile spendere troppe parole: senza un solido riferimento economico è difficile che altri aspetti dell'identità, come l'autonomia politica e culturale, siano vitali. Ma quali sono le proprietà economiche che definiscono la specificità di una regione? Una delle risposte più suggestive, elaborata dalla francese "economia delle convenzioni", organizza queste proprietà intorno al "prodotto": la specificità regionale, se esiste, è rintracciabile soprattutto nelle caratteristiche di ciò che la regione produce. Si tratta di una risposta meno scontata di quanto appaia a prima vista, soprattutto per alcune sue possibili implicazioni. La specificità del prodotto (la sua unicità, o la sua eccellenza rispetto a prodotti analoghi) è strettamente associata alla specificità organizzativa della società locale, dei saperi, delle competenze, dei valori in essa presenti. Il prodotto non è necessariamente materiale: può essere un servizio, può consistere nell'offerta di una particolare *expertise*. I prodotti, infine, non sono eterni: hanno cicli di vita, possono diventare obsoleti, necessitano di manutenzione e di innovazione. Qualcosa del genere accade per l'identità che su di essi si fonda, come hanno sperimentato da tempo le regioni e le città dell'acciaio e dei cantieri navali, come sperimentano le città e le regioni dell'automobile e dell'informatica.

L'identità locale fondata sul prodotto, la presenza di valori, atteggiamenti, comportamenti associati alle caratteristiche del modo di produzione, può costituire una risorsa decisiva per l'attuazione di politiche locali, ma può anche trasformarsi in un vincolo, in un ostacolo. E quando le politiche locali spingono in direzione del passaggio dalle economie di scala alle economie di varietà, dell'arricchimento e della diversificazione della gamma dei prodotti, l'identità economica della regione, l'immagine che di essa può essere presentata sul mercato economico e su quello politico, diventa più ricca e molteplice, ma anche più variabile e più difficilmente controllabile.

(*) Sociologo, professore all'Università di Torino

Gusto e controgusto

Cristina MOROZZI (*)

Un recente seminario sul "Senso del gusto", svoltosi alla Kunsthalle di Bonn (25-27 novembre) ha dimostrato quanto possano essere appropriate le analogie tra specialità culinarie e design. Peter Kubelka, direttore del centro sperimentale di cinematografia di Vienna e originale teorico del cibo, a suo avviso, esemplare chiave di lettura dei fondamenti della creatività, ha dimostrato (facendola con uova, olio e limone) come la maionese sia un perfetto esempio di sintesi: un processo che genera un prodotto nuovo, diverso nella sostanza e nel gusto dai suoi ingredienti. Il Design Industriale è dunque come la maionese. Restando fedele a questo insolito tipo di analogie introdurrò, al posto di una salsa, un budino, il *bônet* delle Langhe, che mi sembra ben si presti a esemplificare il sapore di un altro Design. Lo chiamo Design perché mi riferisco all'accezione allargata del termine, quella che include gli sconfinamenti nell'arte e nell'artigianato, anche se il vocabolo, ormai sfilacciato, mi crea qualche imbarazzo. Vorrei una parola più leggera, spumosa come una chiara d'uovo montata a neve, meno conflittuale e meno implicata. Forse potrei, seguendo Philippe Sollers (*La guerre du goût*, Gallimard, Parigi 1994), riprendere la parola "gusto", perché la posta in gioco è là. Il gusto è la qualità fondamentale che riassume tutte le altre. E il non plus ultra dell'intelligenza). E allora invece di altro design parlerò di controgusto. Ma torniamo al nostro budino di cioccolato all'amaretto. Nel *bônet* i sapori non si amalgamano del tutto e si percepiscono distinti il dolce del cioccolato e l'amaro dell'amaretto, in successione, con quello scarto minimo che ha la voce in una telefonata intercontinentale. Anche la consistenza è ibrida: granulosa per via dell'amaretto e nel contempo viscida come quella della panna cotta.

In questa sua imperfezione sta la sua straordinaria bontà: la sua matericità lo fa indugiare sul palato, quasi che la sua consistenza faccia resistenza all'essere ingoiata, prolungando il piacere delle papille. Il *bônet* non scivola via direttamente nello stomaco come il latte alla portoghese, ma te ne porti in bocca i residui dolce/amari; così come restano nel fondo degli occhi le disarmonie e nei timpani le dissonanze.

Torino, severa e altera, è una città di dissonanze: di conservazione e di innovazione, di consuetudine e di rottura, di perbenismi e di estremismi (basta pensare al "Fuori"). Sotto la sua crosta uniforme, ma fragile al pari di una pasta *brisé*, fermentano, come nelle solfatare, tante polle: i fumaioli alzano improvvisi i loro pennacchi e poi si acquetano per riaccendersi più in là, senza un disegno prestabilito.

A Torino il controgusto non è programmato, non è strategico. Accade. Emerge all'improvviso, con urgenza, episodico e poi si spegne perché non trova ascolto. È suono senza eco, è un segno che spesso non lascia traccia, che non fa scuola e che non fa tendenza. Solo chi lo frequenta lo conosce e lo patisce nelle sue disarmonie. Torino, città della magia bianca e nera, è perversa. Crea e non istituzionalizza (eccetto l'auto); inventa e disperde; innescava mutamenti ma non si altera. È una pelle dalla grana compatta che non lascia trasparire rossori, anche se il sangue è umoroso. La sua recita è tutta un fuori programma: può incantare e può deludere, può addirittura irritare per certe sue imprevedibili imprudenze, per il suo essere nelle regole e fuori dalle regole.

Ciò che mi attrae del controgusto è il suo essere indisciplinato, marginale, episodico, discontinuo. È una specie di seme di zizzania che, al contrario di quanto predica la parabola, è bene non sia separato dal loglio. Il terreno per essere fertile ha bisogno di alternanza di colture, anche di erba matta quindi. Il Design si rinvigorisce nutrendosi di altro Design, o meglio il controgusto sostanzia il gusto. Il controgusto si fonda sul mito, sull'irrazionale, sul disarmonico, sull'inatteso, perciò è un sapore pieno: tutte le logiche prive di mito e di irrazionalità rischiano di essere vuote. È un sapore irriverente e impreveduto che determina eccesso di salivazione. C'è chi lo ingoia con un fremito di piacere e chi lo vomita. Non scivola indifferente come l'acqua senza ghiaccio.

Torino non ha capitalizzato e neppure alimentato il suo controgusto. Però lì nasce, forse per via del disagio, come nei paesi del terzo mondo nascono tanti bambini. Ma ne ha memoria, o almeno c'è chi ne custodisce le tracce, raccogliendone e ricomponendone i segni dispersi. Fulvio Ferrari, per esempio, chimico, designer, antiquario e gallerista, non commerciale ma di frontiera, proprio perché ha conservato la memoria, come documentano alcune tra le sue mostre più belle: le ceramiche di Ettore Sottsass e la ricostruzione della discoteca dell'hotel Grifone di Bolzano, progettata da Cesare Casati e Emanuele Ponzio nel 1968 (Torino 1994).

E poi potrei parlare di "Cinema giovani", il festival che dà ogni stagione a Torino un fremito di gioventù. Un controgusto spesso molto speziato per via delle presenze magrebine e orientali, che testimonia e raccoglie lo spirito giovane del cinema internazionale. E che stimola la crescita di giovani registi, come Umberto Spinazzola, autore di "Cous-Cous", un lungometraggio con pochi dialoghi, senza violenza e senza sesso, senza droga e senza rock'n roll, ma con in compenso una ventina di altri generi musicali, ambientato nei cascinali cadenti

(*) Direttore di "Modo".

delle colline e ai Murazzi del Po, che narra le perigrinazioni di una band giapponese di *acid jazz*. E, dato che siamo in tema musicale, potrei citare le band. I "Mau Mau", per esempio, che sono fermentati proprio a Torino, creando una versione italiana del *funky-rap*, che dà voce rabbiosa e sincopata alla denuncia sociale. E ancora i *deejay*: i più noti vengono proprio da Torino, come Graf, chiamato nelle discoteche internazionali, che gira il mondo senza bagaglio, vivendo nei centri sociali. E poi gli artisti-illustratori, come Sergio Cascavilla, frequentatore del centro sociale "El paso", un Koons naïf che dipinge *strip* pastellose sui ruderi di mobili recuperati nelle discariche, ormai assunto a rango di illustratore di esclusivi libri di Design. Oppure, restando sul tema del recupero e del riciclo, Gianfranco Coltella, che crea luminose meduse cristalline, assemblando rottami di vetri di scarto e che in questa paziente tessitura coinvolge giovani disabili, lavorando al loro fianco nel centro di lavoro protetto dal Comune di Saluzzo. E ancora Maria Bruno, animatrice di eventi visivo-musicali: musicisti, artisti video, ballerini, giocolieri, costumisti e truccatori per trasformare la noia quotidiana in feste estemporanee. E poi le gallerie che danno spazio al controgusto, organizzando mostre e piccole produzioni di serie, come Arx e Artisti e Martini... E poi gli isolati, giovani e meno giovani, che sanno di aver perso in partenza, sempre in bilico tra arte e design, ancora succubi dell'Arte Povera (anche questa una grande storia tutta torinese) che tentano di parlare, ma la sala è vuota: a Torino non c'è pubblico per la sperimentazione. Forse per questo è così disperata, così destabilizzante, così involuta, così scabrosa, così irritante. Poiché non ha sbocco professionale, lo spirito della creazione non si snatura in spirito del mestiere e si mantiene viva l'utopia di un sapere disinteressato. E creazione relazionale e non utilitaristica. E il legante sociale di tante piccole tribù: quindi assolutamente contemporanea.

Il caso singolare di Torino è che appartiene al controgusto anche chi non vive ai bordi ma al centro di committenze, come Toni Cordero, il cui design ha un sapore che impasta la bocca. Il suo è un mondo immaginale assolutamente personale che tuttavia si fonda su un substrato archetipale. Di qui la magia di certe disarmonie. Attiene alle sue opere quanto scrive Michel Maffesoli (*La contemplation du monde*, Grasset, Parigi 1993) a proposito di una tendenza situazionista che egli ravvisa nel tempo presente: istanti eterni che ritualizzano figure mitiche, archetipali mediante l'aiuto della tecnologia. Il racconto è rappresentazione, ridondanza, riconoscimento...

Credo che la particolarità di Torino sia proprio questa convivenza forzata tra gusto e controgusto e che dall'insofferenza reciproca siano nate e possano rinascere ipotesi d'avanguardia.

Visto da Londra

Stephen BAYLEY (*)

Torino è come nessun'altra città italiana. Impostata "a griglia", la sua pianta sembra una previsione in architettura di quell'ingegneria meccanica che determinò le fortune di questa città. Al contempo la stessa configurazione regolare suggerisce uno spessore storico. Via Garibaldi è la *decumana maxima* dei Romani, la Porta Palatina il *tardo maximus*. Con i suoi indimenticabili portici, resi famosi dai quadri metafisici di De Chirico, e le sue piazze maestose, Torino è un sofisticato ibrido: una città italiana con un forte sapore francese.

Eppure Torino, per gli inglesi, è la meno conosciuta di tutte le città italiane. Venezia e Roma appartengono al mondo intero, Shakespeare scrisse di Verona, Napoli evoca pizza e pasta e salsa di pomodoro, mentre la crescente moltitudine di consumatori di beni di lusso in tutto il mondo conosce le piccole e strette vie commerciali di Milano quanto il retro della propria carta American Express. Torino è più discreta e distante, in qualche modo italiana, ma stranamente separata.

Eppure la cultura torinese è conosciuta in tutto il mondo. Il cibo e il vino romani sono curiosamente senza personalità, nel sud si mangiano piatti contadini e la cucina milanese è notoriamente pallida con i suoi risotti bianchi, i bolliti scoloriti e le scaloppine essiccate. Ma i famosi piatti torinesi sono praticamente il repertorio internazionale della cucina italiana: fritto misto, fonduta, bagna cauda e zabaglione. Il vermut è una specialità locale e i vini piemontesi sono i più pregiati vini italiani: re dei vini e vini dei re. Anche quegli irresistibili, ma fastidiosamente friabili grissini sono una specialità locale: Napoleone chiamava i grissini "*les petits batons de Turin*".

L'altro grande contributo torinese alla cultura mondiale è, ovviamente, l'automobile. È interessante che la maggior parte di tutti i grandi costruttori si trovino nelle province. La Volvo si trova a Göteborg, Ford a Detroit, Peugeot a Sochaux. Soltanto Renault e Citroen sono in una grande capitale e alcuni direbbero che questo è riflesso in quello snobismo metropolitano che caratterizza le piccole automobili francesi. Ma la più grande industria italiana viene da Torino.

Quando un giovane ufficiale di cavalleria piemontese fondò la Fabbrica Italiana Automobili Torino nel 1899, non poteva immaginare che quasi un secolo più tardi la Fiat avrebbe dominato la sua città nativa. La prima automobile di Agnelli, la Fiat n. I "3 cavalli e mezzo", era un giocattolo per aristocratici. Ci voleva la prima guerra mondiale per

(*) Giornalista, critico di Design.

democratizzare l'automobile; ed entro il 1920 le sorti della Fiat erano certe. Si potrebbe dire che Torino non è un centro internazionale e cosmopolita, ma è una città fiduciosa e sofisticata ed è allettante vedere un'espressione di questo carattere nelle automobili. Non soltanto nelle auto, anche nella carrozzeria.

Per i giornalisti pigri, Milano è la "città italiana del Design", ma questa non è che una mezza verità. Milano ha senz'altro bei negozi e una gamma sorprendente di produttori di mobili che contribuiscono a coltivare e mantenere una fiorente "industria del Design", sostenuta da un'energica opera di relazioni esterne. Ma in un senso più profondo, Torino ha credenziali più forti a questo titolo. Le carrozzerie cresciute dalle mani del "carrozziere" che hanno dato vita al primo calesse motorizzato di Agnelli sono, indubbiamente, un grande contributo alla storia del Design. Significativo è l'esaminare la data e luogo di nascita di tutte le maggiori carrozzerie: Bertone, Torino, 1912; Coggiola, Torino, 1966; Fissore, Cuneo, 1920; Frua, Torino, 1944, Ghia, Torino, 1915; Pininfarina, Grugliasco, 1930.

E questi sono soltanto i sopravvissuti più noti. I fantasmi eminenti comprendono Allemano, Boano, Castagna, Michelotti e Vignale. Soltanto Touring e Zagato hanno dato a Milano un contributo significativo al Design automobilistico. Due nuovi arrivi, ulteriore garanzia per il futuro del Design Industriale a Torino, devono poi essere aggiunti a questo elenco di eminenti: Italdesign (Moncalieri, 1968) e I.DE.A. Institute (Moncalieri, 1978).

La Ferrari 275GTB4 di Pininfarina è una delle automobili più sensuali mai costruite, una perfetta armonia tra la forma femminile e la forza maschile, un'abile combinazione di dettaglio e drammaticità. Guarda indietro alla 250GT Lusso del 1960 e in avanti alla Ferrari BB del 1972, la perfetta affermazione del design a motore centrale. In confronto, Bertone sembra più futuristico, più drammatico, più spigoloso, meno immerso nella tradizione della bellezza più sensazionale.

La creazione della Fiat Panda di Giugiaro nel 1980, disegnata e sviluppata come prototipo marciante è stata una tappa spartiacque fondamentale. Le Carrozzerie avevano smesso da lungo tempo di essere mere subfornitrici delle case automobilistiche e già erano cresciuti consulenti di Design, ma il taglio operativo era qualcosa di totalmente nuovo. Stava maturando un nuovo tipo di impresa, combinazione di creatività e ingegneria, in grado di sviluppare un'automobile dal concetto al prototipo. Improvvisamente, si stava muovendo il baricentro: il costruttore non giocava più il ruolo dominante nel processo di sviluppo, era ora destinato a diventare l'appendice produttiva delle società di servizi nel campo del Design.

Questa innovazione di Giugiaro è stata poi approfondita da I.DE.A. Institute. Mentre lo spirito guida dell'Italdesign è Giorgetto Giugiaro, che ha studiato all'Accademia Albertina di Belle Arti di Torino, I.DE.A. Institute è gestita da ingegneri. Tuttavia lo spirito creativo è mantenuto anche quando si applicano le rigide discipline delle nuove sinergie industriali.

Il processo produttivo sta cambiando in maniera radicale: Fiat, per citare un esempio ovvio, progetta per la propria produzione, mentre altre società offrono una varietà di servizi, compresa l'acquisizione di una comprensione psicologica della cultura e personalità del cliente; e sviluppano non soltanto un prototipo marciante, ma anche la progettazione e lo sviluppo degli stampi e delle attrezzature di assemblaggio. Come disse Harley Earl, il padre spirituale di tutti i designer di auto, "una semplice abilità artistica è limitativa". A Torino c'è ben più di una semplice abilità artistica.

Per proporre un esempio: mentre l'approccio dell'I.DE.A. Institute al design automobilistico la rende una delle aziende più sofisticate del suo genere, essa riesce a conservare una personalità essenzialmente italiana. In effetti, uno dei suoi successi creativi più grande è quello di introdurre personalità indipendenti nei suoi disegni. L'ambizioso programma Tipo dimostra che una pianificazione sofisticata può ridurre gli investimenti e conservare le distinzioni tra le marche. Mentre i giapponesi tendono a costruire automobili che sembrano tutte uguali, ma che sono fondamentalmente diverse, con la Fiat Tipo, Lancia Dedra e Alfa 155, si sono raggiunte economie di scala e sinergie senza sacrificare la personalità di un'automobile.

Dalla tipografia di G. B. Bodoni, attraverso gli indimenticabili successi epocali di Farina e Bertone, i designer torinesi hanno creato alcune delle forme più durature e i simboli di questo o qualsiasi altro secolo. Ma il successo di Torino non è soltanto nel design "firmato" di prodotti prestigiosi. La Cinquecento originale di Dante Giacosa e il suo successore, la nuova Cinquecento, la più completa piccola automobile mai costruita, è una toccante miscela di praticità e idealismo? Molti pensano che lo sia.

Sembra che ci sia qualcosa in Torino che ispira i designer. Dopotutto, anche il carismatico vecchio statista della comunità milanese del design, Ettore Sottsass junior, ha effettuato alcuni dei suoi lavori più pratici qui in Piemonte, quando nel 1982 la sua società disegnò un arredo urbano per la città di Torino. Un vecchio detto inglese dice che "conoscere il Piemonte è conoscere l'Italia". Conoscere Torino è conoscere il Design italiano.

Torino Design: programmi futuri

Vittorio JACOMUSSI (*)

Da questo numero di A&RT si può rilevare come l'operazione Torino Design sia stata un notevole successo: sia di pubblico, sia per le richieste di riedizione da parte di una decina di nazioni europee ed extraeuropee.

Per quanto riguarda la SIAT, il nostro sodalizio ha confermato il "secolare" rapporto fattivo con le istituzioni regionali e cittadine, offrendosi come osservatorio privilegiato dei fenomeni che attraversano la cultura e la società.

E, pur affrontando un tema "giovane" rispetto ai suoi interessi più radicati, ha proposto ai Soci ed al pubblico in generale una lettura del Design all'interno del filone originale della storia stessa della SIAT, quando ancora si chiamava "Società degli Industriali e degli Ingegneri".

Le molte ricadute dirette e immediate di Torino Design, come emerge dagli Atti del Convegno, giustificano la concentrazione di nuove risorse su questa iniziativa come è dichiarato nei programmi del neo eletto Consiglio Direttivo SIAT: gli Enti istituzionali locali hanno riconosciuto il Design come risorsa strategica nel senso più ampio, occasione di occupazione, di mercato, di valorizzazione del territorio e del patrimonio edilizio, strumento tra i più significativi e rappresentativi della promozione regionale e cittadina all'estero.

Su queste basi, coerentemente con le finalità ultime che l'iniziativa si era prefissate, stanno dunque sviluppandosi, nel merito, i programmi futuri della SIAT:

- * Realizzare l'itineranza della Mostra all'estero;
- * Promuovere a Torino la realizzazione del primo Design Center italiano.

Il primo passo operativo è stata la "donazione" dei pezzi più significativi della mostra alla SIAT. Una importante operazione, indispensabile per la realizzazione degli obiettivi ma anche un segnale forte alle istituzioni per continuare fattivamente il rapporto con Torino Design.

Un ulteriore risultato, grazie al contributo delle aziende, è stata la produzione di un filmato che documenterà l'edizione torinese e potrà costituire veicolo promozionale anche per "piazzare" la mostra nel mondo.

Se è vero che l'itineranza era già nei programmi iniziali, le richieste dall'estero confermano l'opportunità di investire energie e risorse nell'iniziativa: sono pervenute infatti richieste da vari paesi CEE, dal Brasile, dal Giappone, dalla Cina, dagli Stati Uniti.

In base alle tempistiche delle varie sedi e alle diverse opportunità si è impostato un primo programma per il 1996/97 che prevede un ciclo di itineranza con tappe Stoccarda, Strasburgo, Glasgow, Chicago, Barcellona. Tramite la Regione Piemonte e i vari Istituti di Cultura, si sta dunque lavorando per ottenere l'inserimento della Mostra nel programma culturale (e finanziario!) connesso al semestre di Presidenza Italiana della CEE e alle Olimpiadi '96 di Atlanta. In particolare Glasgow, città gemellata con Torino, ha richiesto Torino Design per il Festival del Design in occasione delle celebrazioni di Mackintosh; Barcellona ha inoltrato richiesta della mostra per la manifestazione "Primavera del Design '97".

Le non poche problematiche, specie finanziarie, che comporta l'ambizioso programma, dovranno essere affrontate, ancora una volta, con grande determinazione.

Design Center: il tema è quanto mai affascinante ed ha riscosso l'interesse generale. Per definizione (e sull'esempio di esperienze straniere) l'obiettivo è realizzare il "luogo del design". Oltre l'aspetto "documentario" certamente il Design Center dovrà interpretare un ruolo informativo e promozionale per il settore nel suo complesso ed i singoli aspetti; un luogo di interscambio sia tra gli operatori ed il pubblico ma anche un ponte verso le istituzioni ed enti interessanti ed interessati.

La SIAT ha deciso di offrirsi come riferimento organizzativo per lo studio di fattibilità ma anche quale possibile interlocutore culturale per la futura realizzazione e gestione. Dai contatti finora intercorsi con diversi e rappresentativi esponenti delle istituzioni e del mondo del Design si possono sintetizzare le seguenti finalità in fase di studio:

- * dare sede permanente alla Mostra Torino Design prevedendo nel tempo l'aggiornamento della stessa per costituire documentazione continuamente aggiornata dell'evoluzione della disciplina sul territorio. Sono considerate anche possibili iniziative collaterali quali l'istituzione di un "premio" e di un "marchio";

- * ospitare il dibattito nelle diverse formulazioni e diventare ente promotore e curatore di mostre legate alle specificità ed interessi dell'area, curandone promozione, itineranze, scambi a livello nazionale ed internazionale;

- * costituire riferimento per realizzare altre collezioni tematiche, tutte da inventare. Per esempio: "Il Design della carrozzeria", "Il Design del cioccolato".

(*) Architetto, consigliere SIAT, Comitato curatore di Torino Design.

to", il "Design d'esame" (vedi Corso di D.I. della Facoltà di Architettura), "Il Design sperimentale";

* offrire sede deputata ad aziende e industrie per ospitare presentazioni di nuovi prodotti, di nuove tecnologie;

* essere interlocutore con le istituzioni in merito alle problematiche connesse al controllo ambientale ed alle incalzanti nuove normative in settori differenti, sempre più numerosi.

* proporsi quale interessato supporto alla "ricerca": potrebbe risultare importante ed opportuno concentrare ipotesi ancora embrionali ma suggestive, quali il centro studi sul colore pensato da Fiat in occasione del lancio di Bravo e Brava. Ed ancora costituire supporto all'auspicato coordinamento dell'immagine della Città: dal *Corporate image* alle attrezzature per i trasporti, da quelle delle attrezzature tecnologiche a quelle dell'arredo per la città.

MODO DESIGN MAGAZINE *Oltre l'automobile*

LA STAMPA

TUTTO SCIENZE

UNA MOSTRA A TORINO

Disegnare secondo natura

L'AUTOMOBILE
Il design torinese:
non solo auto

la Repubblica

Una singolare mostra al museo dell'automobile per piccole e grandi firme

In vetrina il design piemontese

COCHE
actual

La gran muestra del diseño

Continua fino al 30 giugno

La Notizia

"Dall'automobile al cucchiaio" al Museo dell'Auto

L'ARCA
Torino Design
Exhibition in Turin

Ottagono

Dare storia all'oggetto

A&RT è in vendita presso le seguenti librerie:

Celid Architettura, Viale Mattioli 39, Torino

Celid Ingegneria, C.so Duca degli Abruzzi 24, Torino

Bloomsbury Book and Arts, Via dei Mille 20, Torino

Campus, Via Rattazzi 4, Torino

Città del sole, Via Po 57, Torino

Città Studi Libreria Clup, Piazza Leonardo da Vinci 32, Milano

Cortina, C.so Marconi 34/A, Torino

Druetto, Piazza C.L.N. 223, Torino

L'Ippogrifo, Piazza Europa 3, Cuneo

Oolp, Via P. Amedeo 29, Torino

Vasques Libri, Via XX Settembre 20, Torino

Zanaboni, C.so Vittorio Emanuele 41, Torino

Le inserzioni pubblicitarie sono selezionate dalla Redazione. Ai Soci SIAT saranno praticate particolari condizioni.

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.

Consiglio Direttivo

Presidente: *Vittorio Neirotti*

Vice Presidente: *Gian Battista Quirico, Laura Riccetti*

Consiglieri: *Guido Barba Navaretti, Davide Ferrero, Vittorio Jacomussi, Vittorio Marchis, Valeria Minucciani, Franco Ormezzano, Roberto Piatti, Emanuela Recchi, Giovanni Torretta, Claudio Vaglio*

Direttore responsabile **GIORGIO DE FERRARI**

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

Spedizione in abbonamento postale pubbl. inf. 50 %

CELID - VIA LODI, 27 - TORINO

