



Stefania Mangini

**L'ARCHITETTURA
DEGLI OTTANI:**

**nuovi luoghi
per nuovi pellegrinaggi**

relatore: prof. Carlo Magnani
controrelatore: prof. Benno Albrecht
tutor: arch. Carlotta Torricelli

Università IUAV di Venezia
Dottorato di Ricerca in Composizione Architettonica
XXXII ciclo

L'architettura degli ottani: nuovi luoghi per nuovi pellegrinaggi

Abstract

introduzione

Agip, Motta e Pavese: una raccolta di esplorazioni

1. antefatti

dalla biga romana alla service station:

nascita ed evoluzione di un tipo

2. place-product-packaging: una ricerca transcalare

2.1. UN PARADIGMA PER LA STRATEGIA DELLA SOSTA

metodologie a confronto

2.2. ARCHITETTURA PER LA DISTRIBUZIONE

Mario Baccocchi - Agip - tredici progetti tipo

2.3. ARCHITETTURA E COMUNICAZIONE

Angelo Bianchetti - Pavese - Lainate

2.4. ARCHITETTURA E FORMAT

Angelo Bianchetti - Pavese - Montepulciano

Melchiorre Bega - Motta - Limena

3. le oasi dell'autostrada

un nuovo pellegrinaggio

4. to fill or not to fill?

architettura e infrastruttura:

riflessione sui luoghi intermedi

intervista all'ing. Ennio Ghellini Sargenti

catalogo Agip. *Tredici progetti tipo per gli impianti stradali in Italia*

catalogo Agip *tipi speciali*

bibliografia

Abstract

L'architettura degli ottani fissa un particolare momento della cultura progettuale italiana rappresentativo delle trasformazioni infrastrutturali, sociali e culturali che hanno investito il Paese nel secondo dopoguerra, quando lo sviluppo di nuove autostrade oltre a veicolare il desiderio di riscatto dalle difficoltà della Guerra, ha innescato un'attenta ricerca formale sulla stazione di servizio caratterizzata dall'estetica della mobilità e della velocità.

Si è trattato di una sperimentazione inedita che ha trovato nel bordo autostradale un laboratorio privilegiato di architetture, la cui modernità è figlia della loro intrinseca evoluzione tipologica e quasi immune alle influenze del dibattito internazionale sulla ridefinizione dei principi dell'architettura e dell'urbanistica. Proprio la condizione *altra* che ha caratterizzato la nascita e l'evoluzione di queste esperienze, il loro carattere introverso e autoreferenziale, insieme alla visione settoriale con cui sono stati disegnati i tracciati delle autostrade, hanno portato a trattare il territorio e la città come temi solo interferenti e non intercorrelati alla strada, causando la loro netta separazione fisica e semantica che sovente, appare ancora oggi, inviolabile.

Nell'impossibilità di continuare a pensare all'infrastruttura nella sua *enclave*, la tesi tenta di riflettere sulla capacità ordinatrice e di relazione dell'architettura, offrendo i modelli di una visione integrata del progetto, che abbracciando tempi, scale e saperi differenti, fa interagire le componenti infrastrutturali con quelle insediative, economiche e socioculturali, consentendo di riconnettere, rintracciare e risignificare lo spessore dei luoghi in cui essa si inserisce.

Articolando ritmi e grandezze diverse in un sistema capace di accogliere le esigenze di ogni viaggiatore, l'area di servizio va organizzata come una soluzione al passaggio tra urbano ed extraurbano, tra la velocità e la lentezza: un *luogo intermedio*, organicamente concepito, in cui elementi spaziali e funzionali vanno declinati e tra loro relazionati per essere le porte di accesso a quel paesaggio che fino ad ora ci si è sempre lasciati alle spalle.



Il bar della stazione di servizio Agip, Brennero, Italia, 1959. Fotografia di Federico Patellani. Archivio Storico Eni.



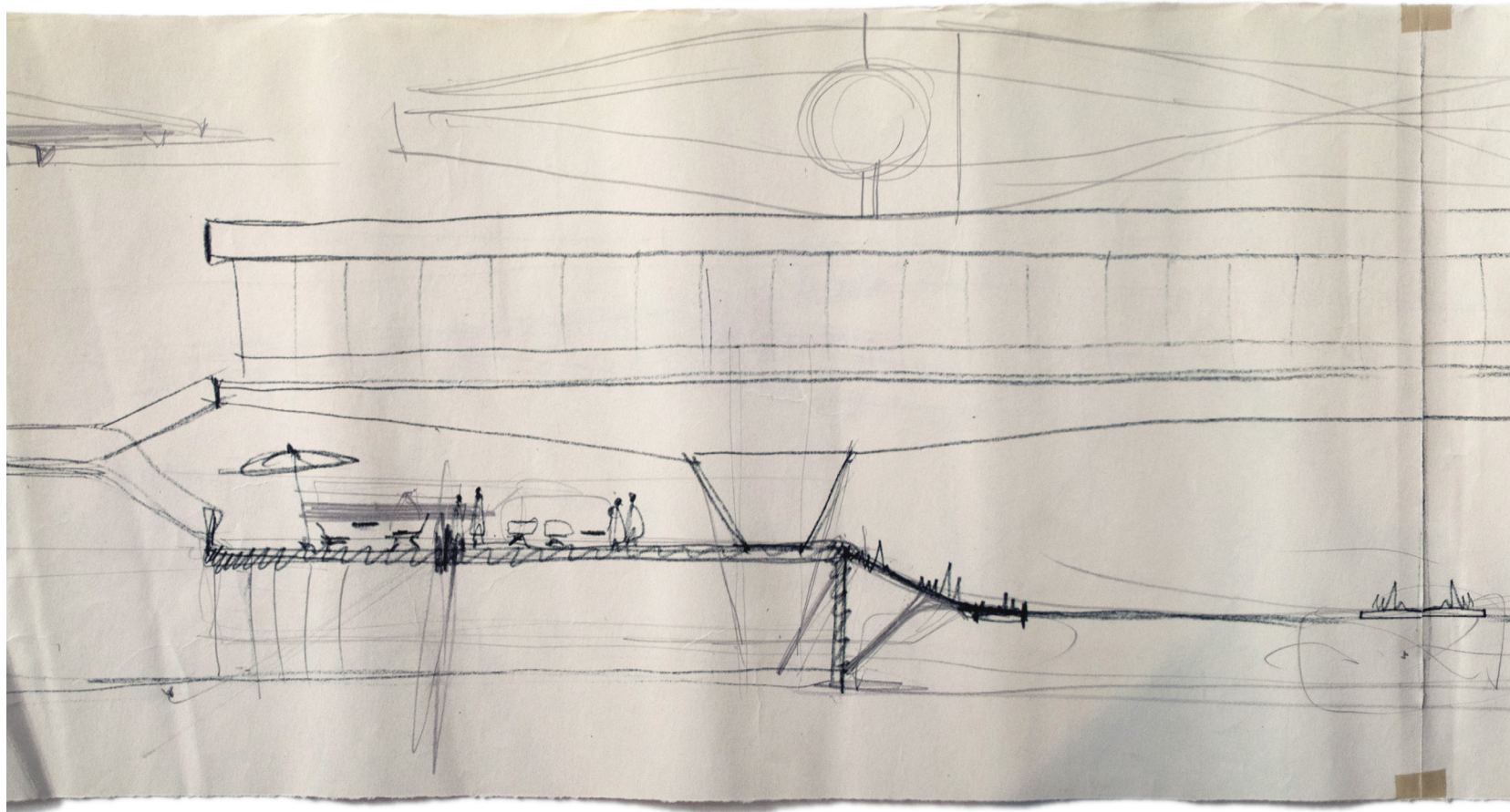
Introduzione

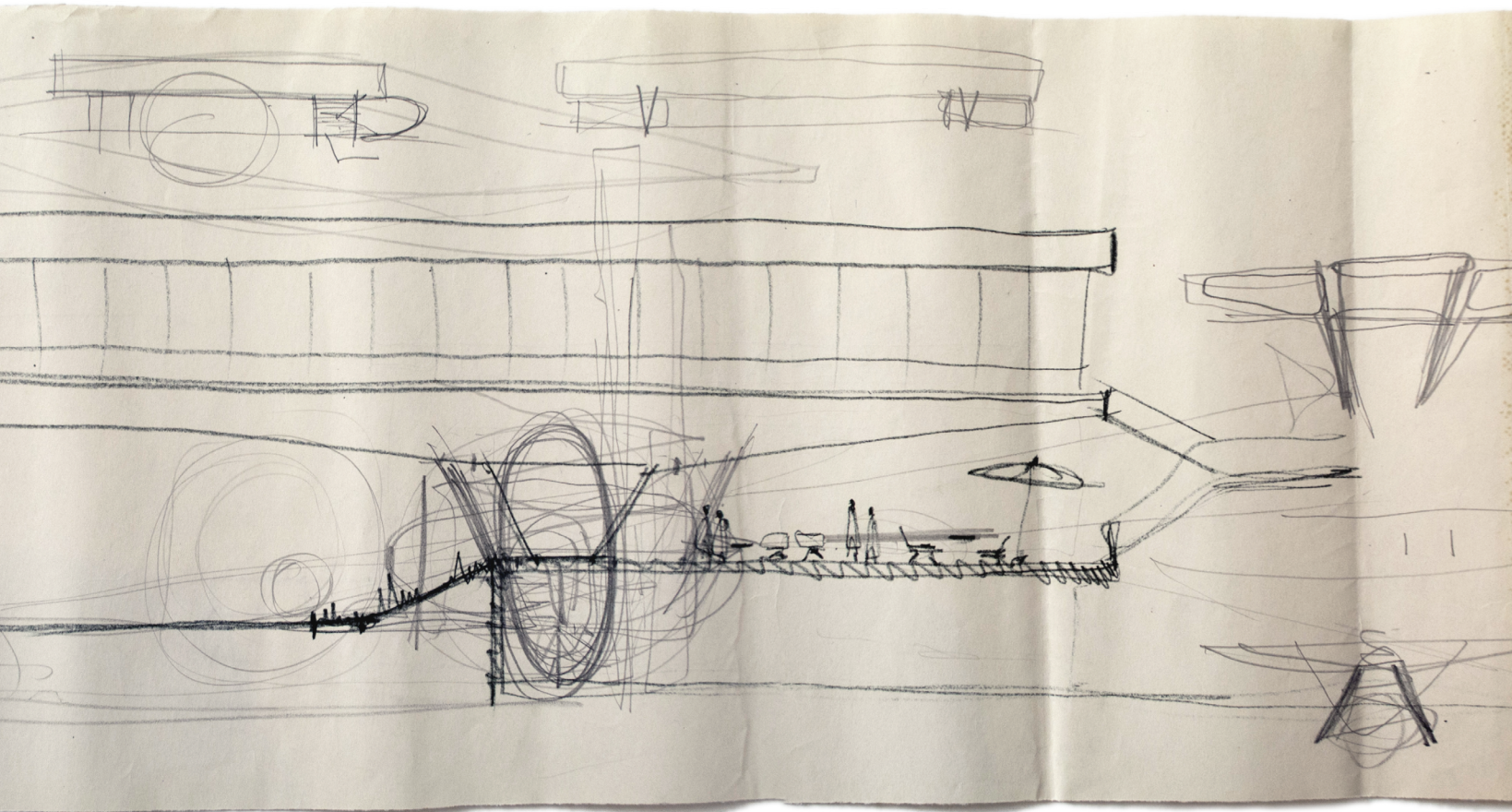
Agip, Motta e Pavese: una raccolta di esplorazioni

«Soltanto una città può essere abitata; ma non è possibile abitare la città, se essa non si dispone per l'abitare, e cioè non 'dona' luoghi. Il luogo è dove sostiamo: è pausa – è analogo al silenzio in una partitura. Non si dà musica senza silenzio. Il territorio post-metropolitano ignora il silenzio; non ci permette di sostare, di 'raccolgerci' nell'abitare. Appunto, non conosce, non può conoscere distanze. Le distanze sono il suo nemico. Ogni luogo al suo interno sembra destinato ad accartocciarsi, a perdere di intensità fino a trasformarsi in null'altro che in un passaggio, un momento della 'mobilitazione' universale.»¹

La stazione di servizio è un *luogo*. E come tale, riflette i valori – o disvalori – in cui l'uomo si riconosce, rimanendo una traccia del suo movimento nel territorio e delle relazioni che ha stabilito con esso. La stazione di servizio congiunge la città e l'autostrada, fa convergere l'ordinario con lo stra-ordinario e si inserisce nel confine sottile tra il vernacolare e il futurista, offrendo un'occasione irripetibile per una generazione di progettisti che dalla metà degli anni Cinquanta all'inizio degli anni Settanta del Novecento, si avvicinano per la prima volta a un tema completamente inedito e apparentemente privo di legami con la tradizione.

¹ Cacciari, Massimo. *La città*. Al di là del detto. Verrucchio: P. G. Pazzini, 2009, pag. 35.







La ricerca si prefigge di indagare alcuni tra i più significativi progetti di stazioni di servizio autostradali commissionati a tre diversi architetti – Mario Baccocchi, Angelo Bianchetti e Melchiorre Bega – da Eni² e dalle due maggiori aziende alimentari concorrenti coinvolte in queste vicende – Motta e Pavese – che hanno rappresentato l'espressione tangibile dello scenario moderno che si andava delineando, tanto da poter essere assunte a simbolo delle trasformazioni infrastrutturali, sociali e culturali che stavano investendo il Paese nel secondo dopoguerra.

La tesi vuole sostenere l'idea che questi progetti rappresentino i momenti fondativi di una cultura progettuale, produttiva e sociale che trova la propria identità seguendo un cammino in cui la relazione tra architettura, territorio e comunicazione è la vera espressione della sua avanguardia.

La vicenda delle architetture per l'assistenza ai viaggiatori ha origine in America, dove, per la prima volta, era sorta l'esigenza di attrezzare le *routes* con degli edifici dedicati specificamente al rifornimento di carburante. In pochi anni prende forma una nuova tipologia che rapidamente si fa spazio lungo il bordo stradale nei territori del nuovo e poi dell'antico continente, interpretando di volta in volta, i caratteri dello scenario in cui si inserisce.

Re Vittorio Emanuele III, accompagnato dal progettista dell'opera Piero Puricelli, a bordo di una Lancia Trikappa di proprietà di casa Savoia, inaugura il primo tratto dell'Autostrada dei Laghi l'attuale A8. 21 settembre 1924. Archivio Videofotografico di Autostrade per l'Italia.

² Da intendersi sempre come acronimo di *Ente Nazionale Idrocarburi*, ora *Eni s.p.a.* dopo la conversione in società per azioni del 1992.

In Italia, l'impulso automobilistico, stuzzicato solamente con la prima generazione di autostrade degli anni Venti³, subisce un forte arresto a causa del secondo conflitto mondiale e si dovranno aspettare gli anni della Ricostruzione per poter riprendere le fila del progetto dell'ing. Piero Puricelli e trovare le basi per il successivo e importante apporto, tutto italiano, alla ricerca sulla tipologia della stazione di servizio. Dagli anni '50, infatti, il potenziamento della rete infrastrutturale esistente e lo sviluppo delle autostrade di seconda generazione⁴, mettono in evidenza il collegamento tra Nord e Sud del Paese, dimostrandosi capaci di innescare quell'auspicato processo di motorizzazione che testimonia la rinnovata prosperità economica. «L'automobile diventa un veicolo appassionato, il simbolo della libertà individuale [di spostamento] e di una maniera nuova di guardare il paesaggio che scorre sotto il vetro»⁵. Con la motorizzazione di massa, la scala umana della città è scardinata e per la prima volta si ha la possibilità di muoversi in maniera autonoma con ritmi e tempi personali, rendendo l'automobile – la *macchina* per antonomasia – indispensabile protesi della casa ed espressione di uno status socioeconomico. Su tutti,

³ Lo sviluppo delle prime autostrade italiane è indissolubilmente legato al particolare clima storico-politico italiano a ridosso delle due guerre mondiali. È all'ingegner Piero Puricelli, grande imprenditore di costruzioni stradali e industriali, che si deve l'introduzione del concetto di autostrada. Egli, forse troppo prematuramente, ambizioso di «mostrare agli addormentati e agli scettici dell'epoca come il tempo avesse marciato, sia come l'Italia fosse in grado di marciare con il tempo», già nel 1922, ha portato avanti l'idea di un piano per la viabilità autostradale, ottenendo le autorizzazioni per la realizzazione di una prima generazione di strade a pedaggio. Un progetto «di pubblica utilità», ideato e costruito per il solo traffico veloce, che pur trovando nei primi anni il pieno appoggio del regime fascista, si scontra con una realtà in cui le difficoltà di realizzazione, la frantumazione degli interessi, gli appetiti economici dei singoli, hanno condotto a maggior cautela gli slanci entusiastici degli inizi. Già prima degli eventi bellici, le sanzioni che avevano limitato dal 1935 il commercio di benzina e le sopraggiunte tasse sui rimorchi e sulle merci trasportate, si aggiungono al quadro già precario del traffico automobilistico che stentava a decollare, interrompendo le operazioni di costruzione considerate non più strettamente necessarie per quei tempi. Tra le autostrade della prima generazione, costruite ed entrate in esercizio nel periodo tra il 1924 e il 1935, vi sono: la Milano-Laghi (km 84), la Milano-Bergamo (km 50), la Napoli-Pompei (km 23), la Bergamo-Brescia (km 48), la Torino-Milano (km 127), la Firenze-Mare (km 81), la Padova-Mestre (km 25) e i tronchi della Milano-Laghi.

⁴ Dopo la Seconda guerra mondiale, con la presa d'atto dell'obsolescenza delle ferrovie rispetto alle nuove esigenze e, anche, agli interessi economici dell'industria automobilistica, la questione sulle infrastrutture trova esito nel cosiddetto *Programma Aldisio* (dal nome dell'allora ministro dei Lavori Pubblici), che prevede la costruzione di nuove autostrade e il raddoppio di quelle già esistenti. Seguirà nel 1955, la legge n. 463, la *Legge Romita*, con lo stanziamento di cento miliardi di lire per l'attuazione di un piano decennale di costruzioni infrastrutturali la cui realizzazione diede vita alla seconda generazione delle autostrade italiane.

⁵ Brillì, Attilio. *La vita che corre: mitologia dell'automobile*. Intersezioni. Bologna: Il Mulino, 1999, pag. 11.



Autostrade aperte entro maggio 1956, posa prima pietra dell'Autostrada del Sole



Autostrade aperte entro ottobre 1964, completamento Autostrada del Sole

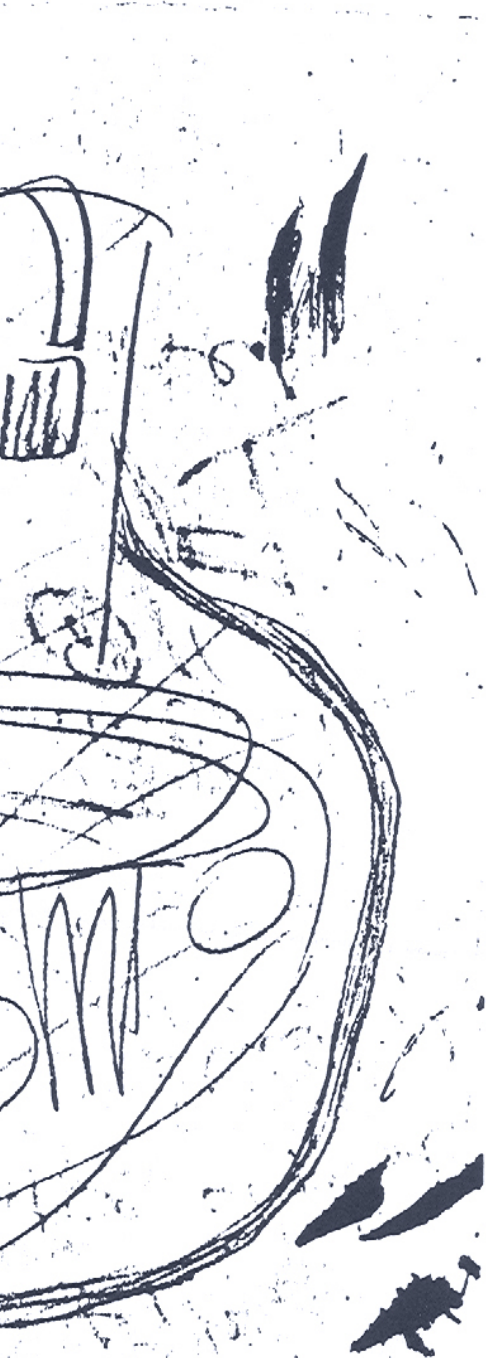


Autostrade aperte entro gennaio 1970



Autostrade aperte entro agosto 1975, decreto di blocco delle costruzioni autostradali





è il cantiere dell'Autostrada del Sole, ad aprire la strada ad un patrimonio eterogeneo di stazioni di servizio, edifici ristoro e motel.

I casi selezionati all'interno di una vasta ma breve produzione, risultano di particolare interesse per questa ricerca, in quanto rappresentativi del momento cruciale dell'evoluzione storica, sociale e culturale italiana, in cui la radicale trasformazione urbanistica e infrastrutturale del territorio, ha condotto gli architetti coinvolti a misurarsi con un'idea di architettura moderna che si faceva portatrice di un desiderio profondo di riscatto dalle difficoltà della Guerra. Una modernità veicolata dall'estetica della mobilità e della velocità, che ha contribuito alla definizione di un paesaggio inedito e fortemente spettacolarizzato, anche se confinato all'interno del tracciato autostradale.

Intuito il potenziale economico e pubblicitario offerto da queste architetture da concepire a misura dell'automobilista, le compagnie petrolifere e le aziende alimentari protagoniste di queste vicende, si sono impegnate in un'attenta ricerca formale, cercando di costruire l'identità dei loro marchi a partire da un vocabolario espressivo che afferma dinamicità e modernità delle forme. Il bordo autostradale si è trasformato così in un laboratorio privilegiato di architetture, la cui modernità è figlia della loro intrinseca evoluzione tipologica e quasi immune alle influenze del dibattito internazionale sulla ridefinizione dei principi dell'architettura e dell'urbanistica. La vivace dialettica teorica che divide la cultura architettonica italiana tra il tentativo di assimilazione del moderno alla storia e alle tradizioni costruttive locali e le altre eredità del Movimento Moderno⁶, sembra non ripercuotersi affatto su questa produzione, che guarda in maniera più attenta ai temi della percezione, della comunicazione e delle novità dei consumi. Così, mentre in America si denuncia dalle pagine del testo manifesto dell'*International Style* l'urgenza di qualità compositiva anche nel progetto di una singola stazione di servizio⁷, riconoscendo per la prima volta in essa un valore di architettura della modernità, l'opera degli architetti oggetto di questa ricerca, può essere ricondotta a quel filone che si stava confrontando, già

⁶ Il riferimento è al confronto ideologico del dopoguerra che vede contrapposte le Scuole di Roma e Milano che produrranno «ismi» opposti in ogni campo dell'architettura e dell'urbanistica e che si consumerà tra le pagine di *Metron* e *Casabella-continuità*.

⁷ «Whether the design be for a single filling station or for a whole city quarter, quality of architectural thought will count more than money spent on sites or on fine materials.» da Hitchcock, Henry-Russell, e Philip Johnson. *The International Style; with a new foreword and appendix by Henry-Russell Hitchcock*. New York: W. W. Norton, 1966, pag. 94.

nel periodo tra le due guerre, con la realizzazione di negozi e padiglioni fieristici.

In questi nuovi *spazi della merce* ricadono le riflessioni sul rapporto con la strada, sulla reinvenzione del concetto di vetrina e l'indagine sulle potenzialità comunicative dell'insegna. Non a caso, le sperimentazioni progettuali sconfinano dall'architettura, al design e alla grafica pubblicitaria. Si esibiscono pensiline svettanti, volumi aerodinamici, strutture a ponte in metallo e calcestruzzo armato e giganteschi padiglioni fuori scala con i profili disegnati di notte dall'illuminazione a neon: gli architetti chiamati a confrontarsi con questa nuova tipologia, mettono in scena fino agli anni '70 del Novecento, vere e proprie *strategie della sosta*, puntando sulla riconoscibilità del marchio, sulla standardizzazione dei manufatti e dei servizi, o sull'esasperazione delle forme.

Le architetture scelte, il cui fascino risiede anche nell'essere estranee al paesaggio rurale in cui si inseriscono, sono infatti emblematiche delle conquiste tecnologiche compiute in quegli stessi anni nel campo dell'impiego e della sperimentazione sapiente di materiali come il cemento armato e l'acciaio, con cui questi architetti declinano gli elementi architettonici fondamentali della stazione di servizio, adattandone la dimensione costruttiva alle esigenze della committenza. Va sottolineato, poi, come quest'ultima giochi un ruolo fondamentale nella progettazione, per cui il vocabolario espressivo dei manufatti è significativamente determinato dai personaggi che ne sostengono lo sviluppo.

La disamina di ciascuna di queste opere ha permesso, quindi, di delineare una geografia di tendenze progettuali che, in soli vent'anni, ha fissato, le matrici di una progettualità totale, su cui oggi è necessario tornare a riflettere.

La scelta – il cui processo ha inseguito i tempi e i temi indagati all'interno della ricerca – è ricaduta su quattro architetture, diverse nei loro esiti formali, ma accomunate dal fatto di rappresentare il punto più alto della riflessione dedicata alla tipologia e il punto iniziale di una ricerca sul paesaggio delle infrastrutture, incentrata con più forza su una scala urbanistico-territoriale. Condurre questo studio ha inoltre inevitabilmente significato ricostruire l'esperienza della stazione di servizio dalle sue prime apparizioni, nell'intento di ricercare i riferimenti culturali e teorici che più hanno suggestionato gli architetti oggetto di questa ricerca, per comprendere meglio e meglio interpretare il loro procedere nella pratica progettuale.

I temi fin qui appena accennati si ritrovano organizzati all'interno della tesi in tre capitoli.

Il primo capitolo, partendo da una rilettura della limitata bibliografia sul tema, prova a definire degli *antefatti*, tentando di operare una raccolta ragionata delle esperienze europee⁸ e nordamericane⁹ che aiuti a collocare le vicende italiane in un quadro più consapevole. L'obiettivo è quello di far emergere dal racconto critico dell'invenzione della tipologia, le assonanze, come anche le differenze con cui la diffusione delle stazioni di servizio si è imposta nei diversi Paesi. Appare piuttosto chiaro come in tale ricostruzione, il cui ordine cronologico viene interrotto dall'esigenza di ricomporre i frammenti di un linguaggio che cambia ripetutamente forma ed espressione, si riconoscano degli elementi salienti di queste architetture – il chiosco, la pensilina e il pennone pubblicitario – indispensabili per poter avviare un ragionamento più preciso sull'approccio alla progettazione.

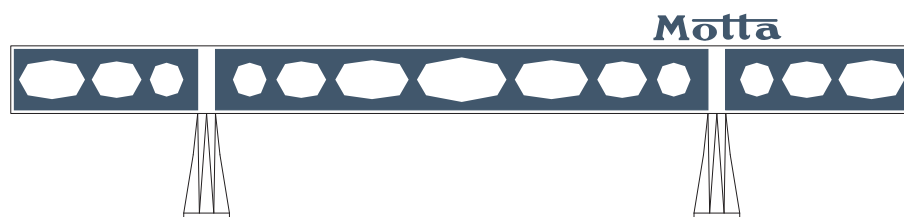
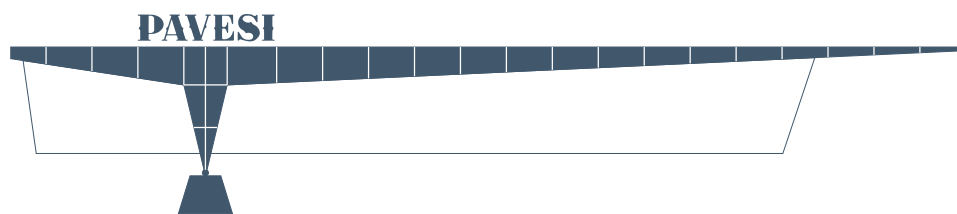
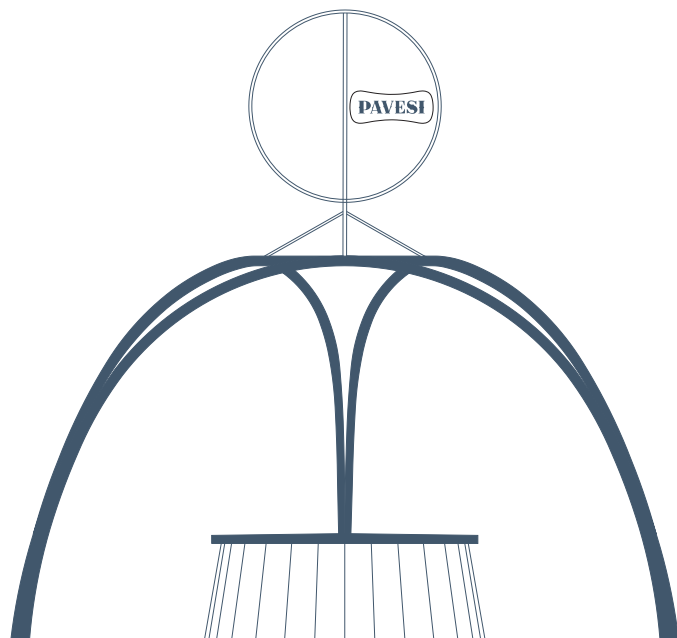
Il secondo capitolo, riprende il paradigma del *place - product - packaging* attraverso cui già Jakle e Sculle¹⁰ hanno trattato le *gas station* americane, e cerca di superarne il primo significato di standard per arrivare ad un modello teorico, che pone le sue basi su concetti di marketing e anticipa quello di progetto integrato, in virtù del quale le stazioni di servizio, i motel e i ristoranti sulle autostrade hanno assunto un forte significato culturale. Si vuole sottolineare, cioè, il modo in cui la sinergia tra le campagne pubblicitarie e l'attività di progettazione, ha generato un'oggettività parlante, che attraverso la forma, i colori e le sensazioni evocate, è riuscita a veicolare l'identità di un marchio. Un tema per cui questa generazione di architetti ha investito i propri sforzi in una ricerca transcalare di un'architettura che si fa tutt'uno con il paesaggio, ma che al tempo stesso diventa oggetto di design e luogo eletto per la sperimentazione grafico-pubblicitaria¹¹. In altre parole, un dispositivo di marketing con chiare implicazioni territoriali.

⁸ Per una trattazione esaustiva delle vicende europee cfr. Sompairac, Arnaud. *Stations-service*. Parigi: Centre Georges Pompidou, 1993.

⁹ Per una trattazione esaustiva delle vicende americane cfr. Veyra, Daniel I. *Fill 'er Up: An Architectural History of America's Gas Stations*. New York: Macmillan Pub Co, 1979 e Jakle, John A., e Keith A. Sculle. *The gas station in America. Creating the North American landscape*. Baltimora: The Johns Hopkins University Press, 1994.

¹⁰ Jakle, John A., e Keith A. Sculle. *The gas station in America...* op. cit., pagg. 18-48.

¹¹ Cfr. Caccia, Susanna. *Architettura in movimento: stazioni di servizio e distributori di carburante: un patrimonio da salvaguardare*. Pisa: ETS, 2009, pag. 20.



È stata la ricerca stessa, in corso d'opera, a riscrivere e riconoscere i confini della sua indagine, e quindi i casi studio, nel tentativo di abbracciare il sistema della stazione di servizio in una visione unitaria, comprensiva di tutte le scale d'intervento. Cercando di tradurre questa complessità, si è scelto di approfondire la trattazione dei casi studio secondo una scansione che guarda l'architettura da tre punti di vista: la sua distribuzione nello spazio, intesa come relazione con le modificazioni territoriali, il valore comunicativo assunto grazie al suo farsi icona di modernità e consumo e, infine, l'omologazione dei suoi caratteri, quale applicazione di un format. Si è ritenuto che la disamina di ciascuno dei progetti, potesse essere spiegata attraverso una di queste logiche perché insite e caratterizzanti il meccanismo compositivo. Così, si è scelto di leggere il catalogo *Agip. Progetti tipo degli impianti stradali in Italia* di Mario Bacciocchi alla luce del rapporto che questi modelli e i loro adattamenti in *tipi speciali* intrattengono con il territorio. Nel ruolo di strumento commerciale, infatti, la ripetibilità assume un valore pubblicitario e identifica immediatamente oltre che uno spazio, le qualità di un servizio. Ed Enrico Mattei, attraverso l'opera di Bacciocchi, fa di quest'offerta omologata un dispositivo di conquista e appropriazione del territorio.

Il valore comunicativo viene indagato invece nel rapporto che l'architettura intrattiene con il suo sfondo, tanto che risulta importante considerare non tanto la posizione in sé dell'oggetto, quanto il ruolo che gioca la sua forma rispetto a quella del paesaggio circostante. E le tensioni futuristiche a cui molte di queste architetture fanno riferimento, cercano di farne emergere il carattere pionieristico.

L'Autogrill di Lainate di Angelo Bianchetti in questo senso è emblematico di questa intenzione. La sua costruzione leggera e tridimensionale che emerge nella prospettiva autostradale e campeggia nel contesto rurale, diventa un efficace riferimento visivo e si presta ad un'analisi di tipo percettivo legata al moto e alla velocità.

Non stupirà, poi, la decisione di trattare il tema del *format* portando all'attenzione due tra i più noti esempi di impianti a ponte: l'Autogrill di Montepulciano dello stesso Bianchetti e il Mottagrill di Limena di Melchiorre Bega e Pier Luigi Nervi, che si mostrano significativamente come ingegnose evoluzioni basate sull'applicazione dei dispositivi propri della tipologia. Particolare attenzione sarà posta quindi alla distribuzione di questi edifici, alla precisa logica compositiva che la governa e che si lega

Elaborazione grafica dei progetti studiati.

Mario Bacciocchi. *Agip. Progetti tipo degli impianti stradali in Italia*. Primi anni '50.

Angelo Bianchetti. Autogrill Pavese di Lainate. 1958.

Angelo Bianchetti. Autogrill Pavese di Montepulciano. 1967.

Melchiorre Bega e Pier Luigi Nervi. Mottagrill di Limena. 1967.

a criteri di consequenzialità spaziale, facendo del *layout* un vero e proprio meccanismo per l'articolazione di una macchina spazio-visuale.

La disamina di questi due differenti casi studio non può inoltre prescindere un ragionamento sull'efficacia dei materiali con cui essi sono stati realizzati. Si è scelto di mettere a confronto le due espressioni linguistiche che i protagonisti hanno tratteggiato sullo stesso tema, in relazione a materie differenti, in modo tale da cercare di dimostrare come l'impiego sapiente dell'acciaio cor-ten e del cemento armato hanno arricchito la qualità della singolarità architettonica e costruttiva delle soluzioni.

Il terzo capitolo è dedicato al fenomeno che questi luoghi hanno innescato, in quanto tali. Ovvero spazi fisici che hanno saputo costituire in nome dell'ideologia del consumo, una forma di identità collettiva, dove ci si riconosce e ci si relaziona: una meta di nuovi pellegrinaggi. La trattazione si muoverà sul labile confine che distingue l'architettura e l'oggetto-icona, secondo cui quest'ultima può essere venduta e mercificata, al pari di ciò che essa stessa contiene. Cartoline pubblicitarie, letture cinematografiche ed evocazioni letterarie per cui questi luoghi fanno da cornice metaforica, hanno costituito per la presente ricerca un momento importante, indispensabile alla comprensione di queste *supermerci*¹². Andando a ritroso nel tempo si proverà a ragionare sull'eredità ricevuta dalle altre forme di commercio che ha condizionato gli esiti formali delle stazioni di servizio nel periodo più alto del loro sviluppo, così come durante la seguente fase di banalizzazione compositiva.

Nell'ultima parte della tesi la riflessione sarà portata alla contemporaneità, con un tentativo di discussione che trova in quella stessa alterità, fautrice della sua fortuna alla nascita, un limite. Il carattere introverso e autoreferenziale di queste architetture e le nuove soluzioni industriali prive di ogni significato espressivo, insieme alla visione settoriale con cui erano stati disegnati i tracciati delle autostrade, hanno rappresentato in meno di un secolo, un vincolo rispetto allo sviluppo di quell'idea di modernità che le stazioni di servizio volevano promuovere.

Si è voluto insistere, quindi, sul ruolo che hanno assunto in poco tempo il pagamento del pedaggio, i recinti e le barriere imposte dal codice della strada entro i quali l'infrastruttura si confina, come elementi di separazione dalla realtà, che hanno provocato l'annullamento del carattere democratico

¹² Cfr. Codeluppi, Vanni. *Lo spettacolo della merce: i luoghi del consumo dai passages a Disney world*. Milano: Bompiani, 2000, pag. 4.



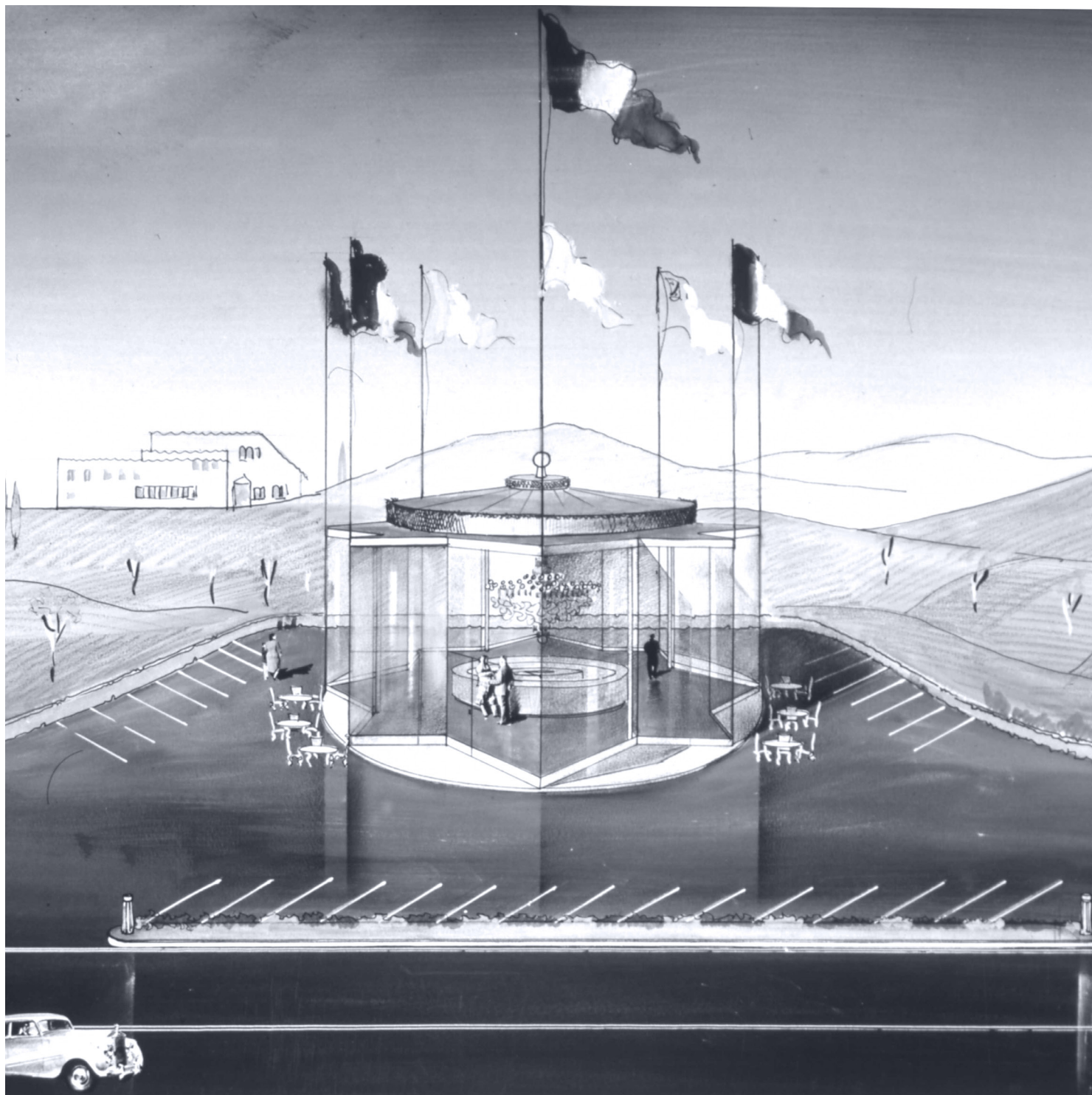
Ed Ruscha. Union, needles, California. 1963. Twentysix Gasoline Stations.

fondativo della strada, intesa come spazio pubblico e il suo rapido declassamento a elemento di deturpazione del paesaggio.

Focalizzando invece l'attenzione sul ruolo delle infrastrutture come strumento di trasformazione e allo stesso tempo occasione di conoscenza del paesaggio e della sua appropriazione, si porteranno ad esempio alcuni progetti virtuosi di aree di sosta e di servizio che, dagli anni '90, forzando questi limiti, sono riusciti a riconsegnare alla strada il suo spessore semantico, recuperando quel rapporto osmotico che intrattiene con i luoghi che attraversa e restituendole il ruolo di asse fondativo di un sistema più ampio di spazi condivisi e relazioni.

Restituire alla contemporaneità la potenza e i significati con cui questi principî si sono articolati nello sviluppo dei progetti presi a esame è stato l'obiettivo che ha ispirato le ultime pagine del presente lavoro.

La letteratura che si può costruire attorno al tema delle architetture autostradali è piuttosto limitata. La tipologia sembra pagare la sua natura consumistica con l'indifferenza da parte della critica che l'ha ignorata ed esclusa dai principali manuali di storia dell'architettura. Questa assenza riesce a giustificare anche la scomparsa, o l'incuria totale che tuttora grava sul rimanente patrimonio architettonico e documentale che la riguarda. In



Angelo Bianchetti. Disegno di studio. Archivio Barilla, fondo Pavese.

questo senso, particolari sono stati gli sforzi di Susanna Caccia che dal 2009, attraverso le sue pubblicazioni¹³, ha intrapreso una pungente denuncia volta alla salvaguardia di questi manufatti. Nei suoi testi è riuscita a tracciare un'importante prima interpretazione storica dell'invenzione della stazione di servizio, individuando, censendo e diffondendo la conoscenza del panorama nazionale e internazionale, fino agli anni '60. Il testo di Laura Greco¹⁴, del 2010, sembra aver raccolto il testimone, riallacciando la narrazione in un itinerario che si snoda fino ai primi anni '70 e fornisce, a sua volta, una lettura delle pratiche costruttive focalizzata sul punto di vista tecnologico. Anche Dorothea Deschermeier, storica dell'arte che nel 2008, nell'ambito di uno studio sulla produzione architettonica e urbanistica dell'Eni¹⁵, ha ripercorso le vicende dell'incarico a Bacciocchi, concentrando principalmente la propria indagine sulla cultura dell'immagine aziendale più che su questioni disciplinari interne al progetto di architettura.

La carenza di una letteratura specifica relativa a questi progetti, così come sull'intera produzione progettuale di alcuni di questi architetti è sicuramente da ricondurre al momento storico in cui essi si inseriscono. Se è vero, infatti, che l'architettura italiana del dopoguerra è accusata di «tradimento»¹⁶ proprio per il tentativo di radicare il progetto moderno nel solco della tradizione, è altrettanto vero che, all'interno di questo orizzonte compatto, alcune esperienze di assimilazione delle istanze dell'architettura moderna internazionale e di rielaborazione della struttura ideologica del moderno rimangono poco espresse e isolate nell'ambito del dibattito culturale dominante. Si può dire che la ricerca sulla tipologia della stazione di servizio sia rappresentativa di questa via nascosta, rimanendo espressione di un'*altra modernità*, intesa come specifico approccio alla realtà e al progetto.

L'obiettivo della tesi, dunque, non è quello di impostare un'analisi storico-critica rigorosa, che restituisca il percorso evolutivo delle stazioni di servizio ripercorrendole cronologicamente, piuttosto quello di svelare il punto di vista degli autori sul tema ed indagarne gli approcci progettuali,

¹³ Caccia, Susanna. *Architettura in movimento...* op. cit.

¹⁴ Greco, Laura. *Architetture autostradali in Italia: progetto e costruzione negli edifici per l'assistenza ai viaggiatori*. Roma: Gangemi, 2010.

¹⁵ Deschermeier, Dorothea. *Impero ENI: l'architettura aziendale e l'urbanistica di Enrico Mattei*. Bologna: Damiani, 2008.

¹⁶ Cfr. Banham, Reyner. «The Italian Retreat from Modern Architecture». *Architectural Review* 125, n. 747 (aprile 1959), pagg. 231-35.

provando ad isolare i temi e i principi fondativi con i quali essi hanno approcciato questa modernità, con un taglio critico interno alla disciplina architettonica.

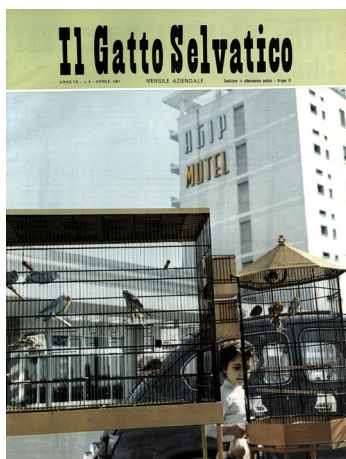
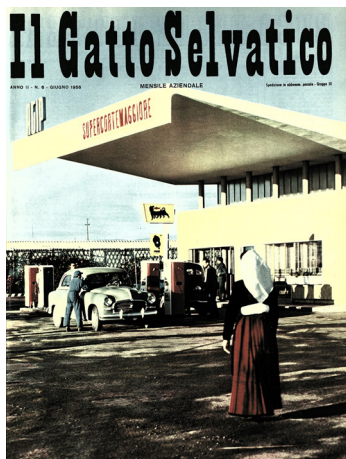
In questo senso, anche la trattazione di temi tradizionalmente associati a questa tipologia – dalle analisi sull’architettura pubblicitaria e sulla percezione dalla strada, fino al ruolo della committenza – è stata, di fatto, concepita come una rilettura in grado di fare emergere spunti di riflessione inediti.

I caratteri di originalità della ricerca risiedono proprio nella volontà di affrontare un tema poco esplorato in una prospettiva d’insieme che a partire da casi studio diversi fra loro, riveli prima di tutto una matrice metodologica alla base di questa tipologia, così da poterne valutare i caratteri di trasmissibilità e di attualità rispetto al progetto contemporaneo; in secondo luogo si propone di esplicitare in che modo questo approccio al progetto si possa confrontare con la dimensione contemporanea dell’infrastruttura e con il mandato di ri-costituire un modello e uno spazio di valore architettonico (e sociale), individuando un equilibrio nella sintesi tra le esigenze dettate dallo sviluppo economico e urbano e la tutela della qualità della vita nei territori interessati.

Il tentativo è quello di chiarire perché le stazioni di servizio, spesso considerate oggi come oggetti di deturpazione del paesaggio, possano invece essere riabilite quali risorse all’interno del dibattito sul ruolo dell’architettura nei processi di infrastrutturazione territoriale e viste, quindi, come un’occasione in grado di mostrare, agli occhi di un architetto contemporaneo, punti di osservazione interessanti per la pratica progettuale presente.

Introducendo infine il discorso sulle fonti e sul loro utilizzo all’interno del presente lavoro, è importante sottolineare che parte dei disegni di progetto, delle fotografie e degli schizzi che hanno costituito naturalmente materiale di base per lo studio che qui si propone, sono conservate in archivi privati e per questo rappresentano, anche per la loro difficoltà di consultazione, fonti fino ad ora poco o del tutto inesplorate.

Gran parte del materiale utilizzato per la trattazione delle stazioni Agip, proviene dalle ricerche effettuate presso il Fondo Commerciale dell’Archivio Eni, trasferito in questi mesi da Pomezia a Castel Gandolfo, che custodisce la documentazione ufficiale sull’attività professionale di Bacciocchi per la Società: oltre alle molte fotografie e alla rivista interna *Il Gatto Selvatico*, utili



a testimoniare il clima nel quale queste vicende si inseriscono, fondamentale è stato lo studio delle tavole del catalogo dei tredici prototipi e dei disegni inediti, questi ultimi archiviati solo recentemente e riguardanti alcuni tra i *tipi speciali*. Una preziosa integrazione che consta di alcuni schizzi e disegni preparatori dei primi anni '50 è custodita nell'archivio privato di Elena Baccocchi a Milano; mentre, ai fini di una più precisa comprensione delle dinamiche sia temporali che compositive, si è scelto di interpellare l'ing. Ennio Ghellini Sargenti, in prima persona coinvolto, prima come apprendista nello studio Baccocchi, durante l'elaborazione e il disegno dei prototipi del catalogo Agip del 1954 e successivamente, assunto da Mattei stesso, che lo volle come dirigente del Servizio costruzioni e manutenzioni di Eni.

Per ricostruire le vicende progettuali che hanno coinvolto Angelo Bianchetti e l'industria Pavese, è stata necessaria in prima battuta una ricerca all'interno del Fondo Pavese dell'Archivio Barilla a Parma, completata poi dal contributo di Jan Jacopo Bianchetti che nel suo archivio privato a Canzo di Como conserva, invece, le tavole originali insieme ad alcuni appunti e schizzi delle stazioni progettate da suo padre.

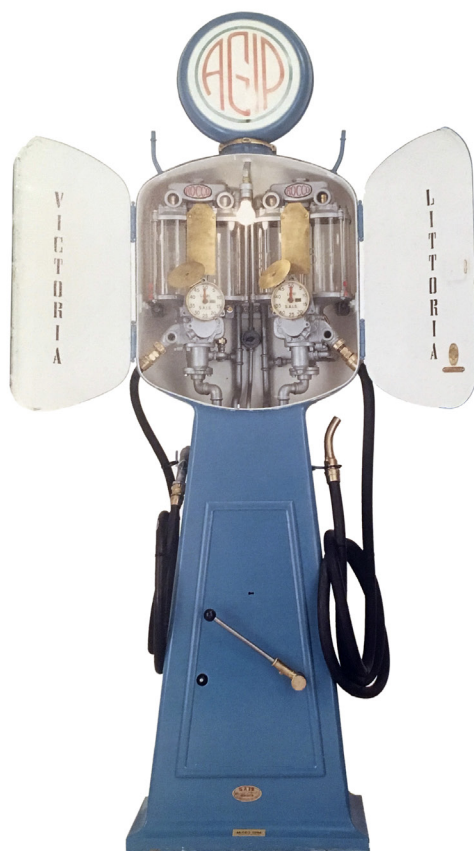
I materiali relativi al progetto di Limena, sono stati consultati nel Fondo Pier Luigi Nervi presso lo CSAC di Parma e la Fondazione MAXXI di Roma, dove sono conservati rispettivamente i lucidi e le tavole originali del Mottagrill, insieme ad alcuni disegni, scambi epistolari con la dirigenza Motta e la relazione che accompagnava la presentazione alla stampa del loro progetto.

Non meno importante, nella prima fase della ricerca è stato il contributo offerto dal cinema e dalla letteratura, utile per delineare le condizioni al contorno della ricerca.

Sulla scorta di tali materiali di natura eterogenea, l'analisi dei progetti è proceduta attraverso il suo ridisegno. Si è tentato, cioè, fin dalle prime fasi della ricerca, di mettere a sistema le fonti raccolte, secondo una modalità di scomposizione e ricomposizione del testo progettuale che, attraverso il disegno, ha reso emergenti i temi più significativi e ancora fertili dei casi studio. La chiarezza di questi principi metodologici ha poi di fatto indirizzato le scelte sulla restituzione grafica dei progetti che è apparsa essere implicita a questi ragionamenti.



Francia
1924



Italia
1935



Italia
1950



Italia
1950



Italia
1960



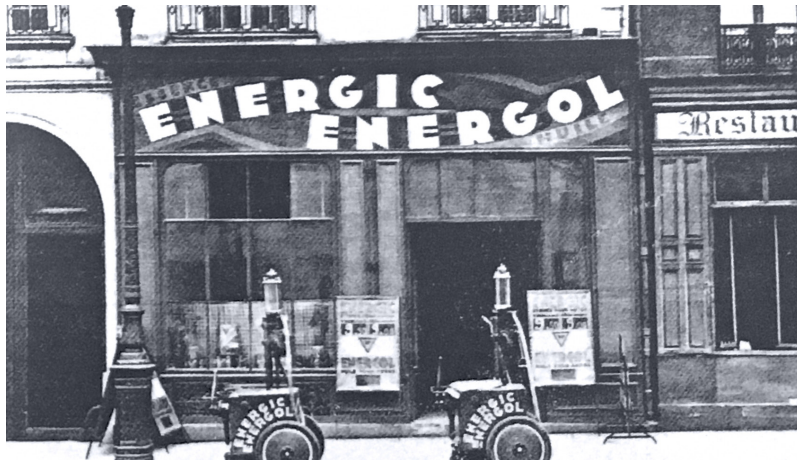
Italia
1975

I. Antefatti

dalla biga romana alla service station:
nascita ed evoluzione di un tipo

Leggere l'architettura delle stazioni di servizio al fine di comprenderne a fondo il valore e le logiche, non può prescindere dall'affrontare il tema della sua genesi ed evoluzione. È necessario, infatti, fare un passo indietro e provare a inserire le vicende fin qui accennate in un quadro di riferimento più ampio che permetta non solo di collocarle nel loro contesto storico, ma anche di metterle in relazione alla natura altrettanto peculiare delle origini della sperimentazione e della ricerca sulla tipologia.

Si può dire, infatti, che nei primi anni del ventesimo secolo, in America e successivamente anche oltreoceano, il servizio ha anticipato la stazione, appoggiandosi alle infrastrutture economiche già esistenti lungo i bordi delle strade. A ridosso dei due secoli, la distribuzione del carburante viene effettuata in luoghi non specifici: alimentari, drogherie e ferramenta, insieme a maniscalchi e carrozzieri sono i primi a commercializzare il nuovo prodotto. Non deve sorprendere infatti, che accanto al petrolio per le lampade, si sia scelto di vendere quello destinato alle automobili, così come appare naturale che gli utilizzatori del cavallo-vapore abbiano sostituito quelli delle carrozze. Si afferma, quindi, fin da subito, il connubio tra questi settori di distribuzione, tra mobilità e commercio, condizionando di fatto, la futura evoluzione della stazione di servizio.



Abbandonati la tanica o il barile – da cui la benzina veniva versata a mano nei serbatoi delle automobili – poco pratici e ancora ancorati all’idea di stoccaggio, compare in prossimità dell’ingresso degli esercizi o direttamente sui marciapiedi, un apparecchio di rifornimento rudimentale quanto singolare: la *biga romana*. Si tratta di una sorta di carro romano su cui è sufficiente installare il contenitore del combustibile – un fusto da duecento litri – al quale viene innestato, a sua volta, un semplice apparecchio di pompaggio. Se pur sommario, questo impianto costituisce la primitiva colonnina di erogazione meccanica, dando una prima tangibile impressione di un flusso ininterrotto di fornitura.

E mentre questo sistema si perfeziona e si ancora al suolo – grazie all’impiego di serbatoi sotterranei – assumendo esso stesso un valore distintivo rilevante all’interno dello spazio pubblico, la facciata dei negozi diventa un dispositivo pubblicitario a cui affidare la segnalazione del servizio. Per dare risalto al prodotto e al suo marchio viene impaginato, sulle superfici murarie verniciate di bianco o su supporti di lamiera smaltata, tutto il vocabolario geometrico, con giochi di colore, simmetrie e false proiezioni che sfruttano il potenziale grafico espressivo degli edifici a bordo strada. L’insegna – o la facciata dipinta – costituisce un evento visivo inedito nel paesaggio della strada. Le sue dimensioni sempre maggiori, si misurano con le nuove velocità di marcia e raggiungere una scala adeguata, per attirare lo sguardo di chi arriva da lontano in automobile, sembra essere diventato indispensabile.

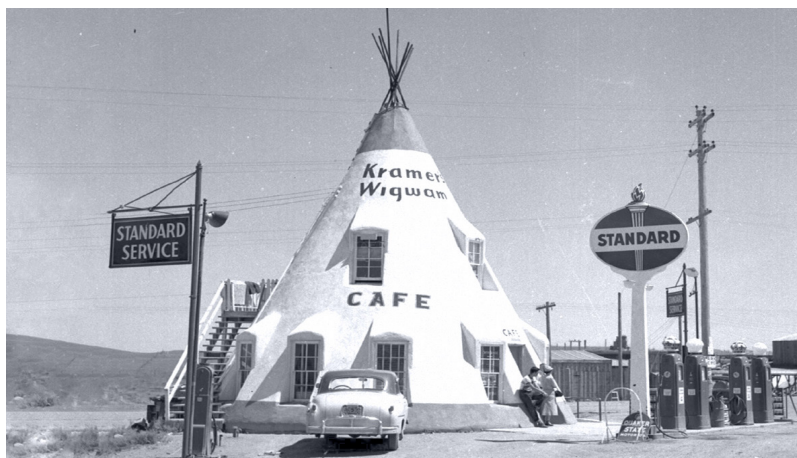


Esempio di *biga romana* con primi esempi grafici in facciata. 1925 ca.
Insegna pubblicitaria murale a Romorantine, Francia.

alla pagina successiva:

J.H. Giesey. Stazione di rifornimento *drive-in* Gulf Oil. Pittsburgh. 1913.





Lewis Naysmith. Stazione di servizio Texaco *Hat 'n' Boots*. Museum of History and Industry, Seattle Post-Intelligencer Collection.

Stazione Conoco a Kramer, Minnesota. Anni '30.

Stazione di servizio in Beaver Dam, Wisconsin. 31 agosto 1932. Fotografia di James Blair Murdoch. University of Wisconsin-Milwaukee Libraries.

In questa epoca di effervescenza, in cui il dialogo tra design e architettura ha cominciato a porre basi più concrete, si sente, quindi, la necessità di *inventare* un edificio specifico. Così, con discreto anticipo rispetto all'esperienze europee, già tra il 1907 e il 1909, tra Seattle e St. Louis fanno la loro comparsa i primi edifici per il rifornimento carburante ed è solo nel 1913, su commissione della Gulf Oil, che viene progettata e costruita a Pittsburgh la prima stazione *drive-in* specificamente equipaggiata. Sistemata all'incrocio, lungo un'arteria stradale occupata da numerosi rivenditori d'automobili, la struttura esagonale in laterizio, è coperta da un tetto aggettante che ospita il nome del marchio e garantisce riparo agli acquirenti delle pompe di benzina posizionate sui lati. Oltre al carburante, erano poi offerti acqua, riparazioni meccaniche, pneumatici e mappe stradali commerciali¹⁷.

Fin dalle prime apparizioni, quindi, sembra che questa combinazione di servizi ed elementi abbia fissato i cardini della tipologia; questi primi segni di un edificio concepito nella sua totalità si affidano a un oggetto piccolo ma immediatamente identificabile, la cui immagine cerca di distinguersi nel paesaggio e attirare i consumatori per ospitarli al di sotto di una pensilina. Orfana di riferimenti storici architettonici, la questione della *forma* inaugura dagli anni '20 una stagione di sperimentazioni che si muovono parallelamente tra strategie di marketing, evocazioni stilistiche, e mero funzionalismo, collezionando nei primi trent'anni dall'invenzione dell'autogrill, esiti formali tra loro molto diversi.

Rinnovata dall'introduzione del *macadam*, la strada, comincia a definire un territorio autonomo e, insieme alle specificità che lo definivano, un immaginario inizia a prendere corpo. Allo stesso modo dell'automobile, percepita come qualcosa di più di un semplice mezzo di trasporto, anche la stazione di servizio, nel suo rapporto con l'automobilista, non rimane un semplice edificio per il rifornimento, ma viene investita del compito di veicolare un'immagine: le stazioni futuristiche descrivono il desiderio di modernità e di novità, le stazioni classicheggianti esprimono dignità, le stazioni domestiche figurano il bisogno di familiarità e le stazioni funzionali scelgono di comunicare la propria efficienza¹⁸.

In questa prima fase di fermento per la *macchina*, negli Stati Uniti e in Francia hanno preso ispirazione dall'universo del petrolio un certo numero di edifici di servizio che si sono trasformati in pompe di benzina giganti.

¹⁷ Cfr. Jakle, John A., e Keith A. Sculle. *The gas station in America...* op. cit., pag. 132.

¹⁸ Cfr. Vieyra, Daniel I. *Fill 'er Up...* op. cit., pag. 14.

Barili, taniche e autocisterne, hanno assunto dimensioni ciclopiche e hanno aperto la strada all'architettura del *fuori scala*. Parallelamente, iceberg, fari, dischi volanti, pagode e piramidi, collocati ai margini delle infrastrutture, hanno evocato luoghi lontani, sdoganando una fase di bizzarrie *kitsch* il cui fascino esotico è insito nel loro essere completamente inaspettate, come se le strade americane fossero diventate un *theatrum mundi*, dove si succedono liberamente, senza calpestarsi tutte le forme e tutte le epoche¹⁹.

L'assenza di spessore storico e la necessità di trovare delle origini, porta queste evocazioni stilistiche e interpretative a ispirarsi anche alle realtà locali: *teepee*, stivali e cappelli da cow boys *trasformati* in edifici, cospargono le strade texane di icone western, così come in Michigan e Iowa, nelle regioni abitate da nativi olandesi, le stazioni prendono la forma di mulini a vento, le cui pale fungono da supporto per i dispositivi pubblicitari.

Negli anni '20 la veste figurativa della tipologia è ancora incerta, ma non tardano ad arrivare contestatori che la accusano di essere un esempio di degrado urbano. Filosofie urbanistiche e movimenti riformisti come il *City Beautiful*²⁰, mossi dall'orgoglio civico e dalla preoccupazione per la qualità della vita nelle città, pur riconoscendo l'importanza sostanziale della stazione di servizio per lo sviluppo urbano, si sono scagliate contro le sue espressioni architettoniche e hanno denunciato la possibilità di renderla «un bene civico»²¹. Così, in risposta alle accuse che volevano «le strade di tutto il paese disseminate da orribili esempi di stazioni di rifornimento mal progettate»²², alcune compagnie petrolifere come la Pure Oil Co. e la Socony hanno scelto di essere rappresentate da piccoli padiglioni *in stile*, caratterizzati da frontoni, pilastri e cornici che emulavano edifici e monumenti istituzionali. Anche in Francia, Germania e Norvegia ha

19 «Comme si la route américaine devenait un «theatrum mundi» où se succèdent librement, sans se heurter, toutes les formes et toutes les époques.» traduzione dell'autrice da Sompairac, Arnaud. *Stations-service*. Parigi: Centre Georges Pompidou, 1993, pag. 24.

20 Il movimento riformista *City Beautiful* che fiorì in Nord America durante gli anni 1890 e 1900 promuoveva la bellezza delle città, come investimento sulla qualità della vita e sul rispetto dei valori morali. La filosofia urbanistica proponeva di sostituire la scena urbana ordinaria con paesaggi ideali di matrice europea, con grandi viali, piazze, monumenti, ponti e *promenade*. Per l'architettura, il movimento suggeriva di prendere a prestito i canoni della Scuola Beaux-Arts e del neoclassicismo, che enfatizzavano l'ordine, la dignità e l'armonia.

21 «The service station can be made a civic asset.» traduzione dell'autrice da Lowe, Lucy. «Service station as an Asset to the City». *The American City* 25, n. 2 (agosto 1921), pag. 153.

22 «Street throughout the entire country are littered by horrible examples of poorly designed filling stations.» traduzione dell'autrice da Frost, Harry T. «Prize-Winning Design in the Biscayne Boulevard Competitions». *The American City* 35, n. 6 (dicembre 1926), pag. 837.

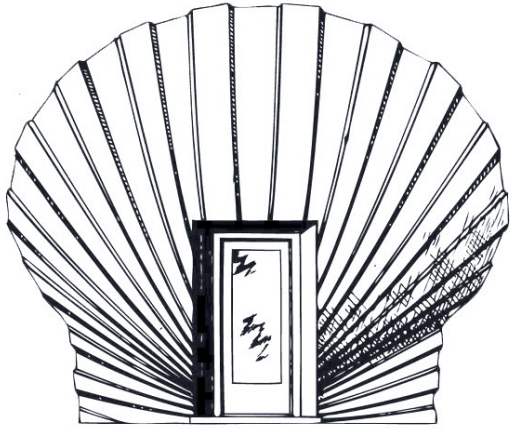


Fig. 1



Fig. 2

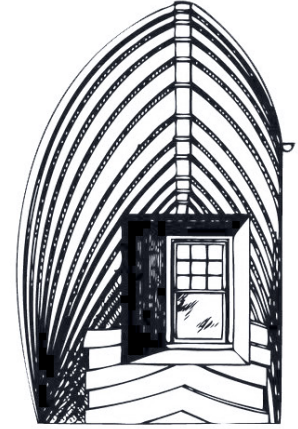


Fig. 3

Inventors
J. H. Glenn Sr.
Bert L. Bennett
Watson & Coleman.



Joseph Glenn e Bert Bennett. Stazione di servizio Shell, North Carolina. 1930 ca.

imperversato il modello neoclassico come prototipo di *bella stazione*, con colonnati dorici e peristili che pur sfuggendo alla leggerezza dell'età cinetica della macchina, sono stati introdotti per sostenere gli sbalzi delle coperture. Come il neoclassico, anche un certo regionalismo ha fornito ispirazione per la costruzione di edifici *rispettabili*²³. Con uno zelo che rasentava la parodia, in California lo stile coloniale spagnolo già molto popolare, ha condotto alla costruzione di *stazioni-haciendas*, con campanili ornamentali che si proiettano verticalmente nello spazio dando alla stazione visibilità a distanza, supporto all'insegna pubblicitaria e, allo stesso tempo, suggerendo una relazione con l'architettura ecclesiastica.

La preoccupazione per il buon gusto e per l'aspetto uniforme delle città ha condotto anche a interpretazioni che si sono affidate alla tradizione e all'intimità del focolare della casa. Le stazioni *domestiche*²⁴, hanno offerto il vantaggio di ridurre al minimo l'opposizione delle comunità, scegliendo di contraddire l'età della macchina che esse stesse rappresentavano. Il modello su cui le compagnie petrolifere americane hanno imperniato le loro soluzioni è il cottage rustico inglese con le pompe di benzina e gli altri dispositivi tecnici nascosti sul retro dell'edificio o celati da pozzi d'acqua.

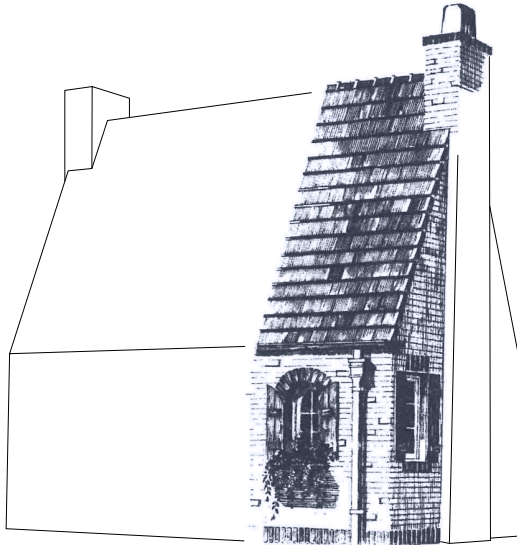
Elaborato su questa matrice espressiva, il progetto di Carl August Petersen, che è stato adottato dal 1927 come modello standardizzato dalla Pure Oil Company, ne ha legittimato il linguaggio a tal punto da farne una vera e propria firma aziendale che i clienti hanno riconosciuto in tutto il Paese.

Mentre negli Stati Uniti le novità esperite sono state poste al centro del dibattito nazionale attraverso meccanismi di comunicazione e riviste specializzate come il *National Petroleum News*²⁵, l'Europa ha pagato il suo ritardo nell'infrastrutturazione territoriale e nella motorizzazione di massa, con un'ambiguità che ha interessato *in primis* la definizione di quest'architettura: la rivista *Revue Pétrolifère* del 5 ottobre 1929 si chiede cosa scegliere tra «stazione di servizio, relais, padiglione, stazione di

²³ Cfr. Viera, Daniel I. *Fill 'er Up...* op. cit., pag. 27.

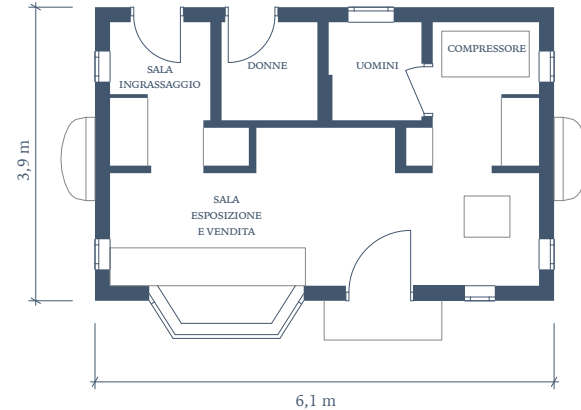
²⁴ *Ivi*, pag. 41.

²⁵ Il *National Petroleum News* era il settimanale fondato nel 1909 per i produttori di petrolio indipendenti, con l'idea di incentivare la concorrenza in un mercato dominato dalla Standard Oil Trust. Durante gli anni '20 e '30 divenne la principale rivista al servizio dell'industria petrolifera americana e, in quanto tale, ha svolto un ruolo di primo piano nell'incoraggiare il cambiamento delle stazioni di benzina attraverso concorsi annuali di progettazione, dando grande visibilità ed enfasi alle innovazioni nel design e nell'architettura.



Carl August Petersen. Stazione di servizio domestica Pure Oil Company. Disegno di studio.

Carl August Petersen. Stazione di servizio domestica Pure Oil Company. Elaborazione grafica dello schema planimetrico. da Halbert, «Merchandise Display Window Features Pure Oil Co.'s New Stations.» *National Petroleum News* (Giugno 1929).



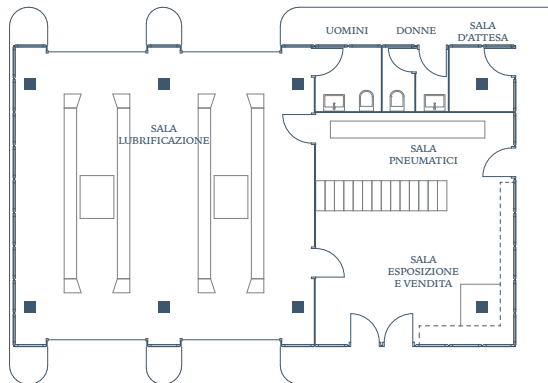
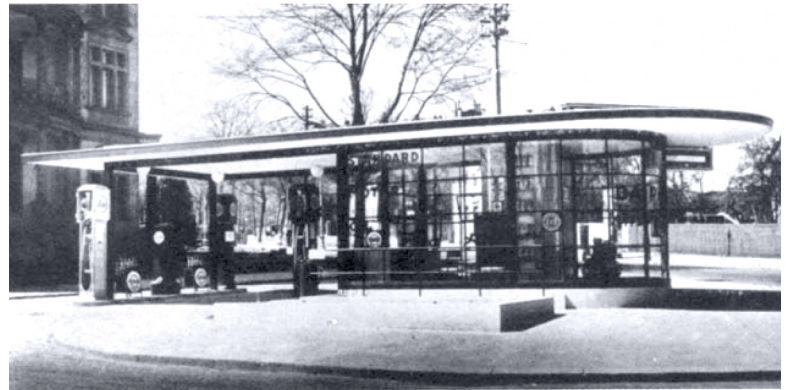
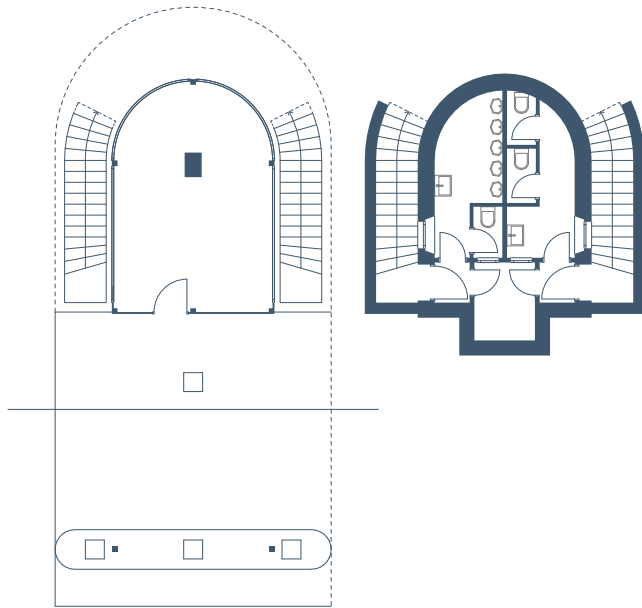
rifornimento? Come chiamare questi piccoli chioschi o finti chalet svizzeri che provengono dall’America dove vendiamo carburante?»²⁶.

E sarà proprio l’America, a dare un’ufficiale definizione architettonica della tipologia. Henry-Russell Hitchcock e Philip Johnson scelgono di inserire due progetti di stazione di servizio nella mostra al MoMA del 1932 intitolata *The International Style: Architecture since 1922* e nel volume che la accompagnava. Come è noto, l’idea degli autori è stata quella di testimoniare l’esistenza di un livello internazionale di tendenze, e istituzionalizzare di fatto, l’apertura al movimento moderno come prassi stilistica da parte della società americana. Dal testo, emerge l’esigenza di spersonalizzare l’architettura in favore dell’applicazione delle qualità estetiche di questo nuovo *stile* – semplice, razionale, ed adatto al tempo – al disegno di edifici industriali e produttivi, come anche di uffici e ville: «che il progetto sia per una singola stazione di rifornimento o per un intero quartiere di una città, la qualità del pensiero architettonico conterà più del denaro speso per il terreno o per i materiali raffinati»²⁷. Nella selezione che i due architetti

²⁶ «Service station, relais, pavillon, station de ravitaillement? Comment appeler ces petites kiosque ou faux chalets suisses où l’on débite de essence et qui nous viennent d’Amérique...» traduzione dell’autrice da *Revue pétrolifère*, 5 ottobre 1929. In Sompairac, Arnaud. *Stations-service...* op. cit., pag. 19.

²⁷ Hitchcock, Henry-Russell, e Philip Johnson. *The International Style...* op. cit., pag. 99.

1. ANTEFATTI



Hans Borkowsky. Stazione di servizio Dapolin, Kassel, Germania. 1930. Immagini ed elaborazioni grafiche da Hitchcock, Henry-Russell, e Philip Johnson. *The International Style*; op. cit. pagg. 104-105.

Alfred Clauss e George Daub. Stazione di servizio Standard Oil Company of Ohio, Cleveland. 1931. Immagini ed elaborazioni grafiche da Hitchcock, Henry-Russell, e Philip Johnson. *The International Style*; op. cit. pagg. 112-113.

hanno operato, le due stazioni di rifornimento riportate – una tedesca, l'altra americana – pongono l'accento sulle pareti-schermo trasparenti e sulla copertura piana aggettante e sottolineano il modo in cui le scelte cromatiche e la presenza del logotipo rispondano a esigenze commerciali. Questa decisione ha fissato alcuni dei caratteri stilistici della tipologia, condizionando l'evoluzione della sua immagine in tutto il mondo.

Anche se un approccio progettuale più specificamente funzionale era già emerso nel periodo in cui le stazioni coloniali erano in voga – «un nuovo tipo di edificio ha fatto la sua apparizione: pulito, senza pretese, con l'inestimabile virtù di sembrare una stazione di servizio»²⁸ – l'*International Style*, ha spinto definitivamente i progettisti al disegno di stazioni di servizio prive di ornamenti e retaggi storici nostalgici e meglio rivolte alla celebrazione del movimento.

Apparsa immune alle sperimentazioni più regionaliste o neoclassiciste, l'Italia, sembra accogliere subito i sintomi di questo fenomeno già nei primi anni '30. Il processo di infrastrutturazione territoriale ha appena fatto il suo esordio con la Milano-Laghi²⁹, tuttavia una serie di esercizi progettuali cominciano a inserirsi nelle periferie urbane, testimoniando, come degli avamposti, lo scardinamento della scala umana delle città.

Criticato da Edoardo Persico per la sua natura *meramente utilitaristica*³⁰, il Garage Barnabone, realizzato a Lodi nel 1933 su disegno di Giovanni Muzio, è uno dei primi esempi di quest'esordio. Il progetto³¹ si caratterizza per la presenza della pensilina che si allunga a coprire lo spazio dedicato al rifornimento, fino all'angolo dell'isolato dove appoggia con una luce di dieci metri su un sostegno di metallo che a sua volta prosegue verticalmente

²⁸ «In recent years, a new type of station has made its appearance...» traduzione dell'autrice da «Planning Techniques For New and Remodeled Buildings: Service Stations». *Architectural Forum*, n. 66 (febbraio 1937), pag. 86.

²⁹ La costruzione della Milano-Laghi il 21 settembre del 1924, in quella che era, allora, una landa di campagna lombarda, costituisce il primo esempio di via per sole automobili. Considerata la prima autostrada al mondo, ideata dall'ingegner Piero Puricelli essa era riservata ai soli mezzi a motore. Si trattava della prima via a scorrimento veloce, larga dagli 11 ai 14 metri, senza incroci e realizzata con il sistema a pedaggio.

³⁰ Persico, Edoardo. «Razionalismo di Muzio». *Casabella: rivista mensile di architettura e tecnica* VII, n. 80 (agosto 1934), pagg. 36-37.

³¹ Cfr. Bragaglia, Alessandro, Beppe Finessi, Antonio Fortugno, Ciro Mariani, Stefano Mirti, Matteo Pastore, e Mario Pegoraro. «Itinerario 152: stazioni di servizio - Stazioni di servizio, ovvero la tipologia del moderno». *Domus: architettura e arredamento dell'abitazione moderna in città e in campagna*, n. 811 (gennaio 1999), pag. 135. Cfr. Muzio, Giovanni. «Stazione di servizio e garage-officina in Lodi». *Rassegna di architettura: rivista mensile di architettura e decorazione* anno VI, n. XIII (1934), pagg. 392-393.

nell'asta porta-bandiera. L'edificio, che ospita le officine, i magazzini e l'alloggio del gestore, trova la sua cifra identitaria nella decorazione dei prospetti a fasce alternate rosse e bianche e in un'ala sporgente in muratura che, alleggerita da un foro circolare, diviene il principale dispositivo pubblicitario.

Le riviste³² negli stessi anni hanno posto la loro attenzione anche al progetto di Mario Cereghini: una stazione di servizio che contemporaneamente serve gli automobilisti della Statale dello Stelvio che viaggiano sulla sponda orientale del Lario e le barche a motore del lago. Una soluzione atipica che però richiama nel volume compatto e slanciato dell'edificio, nella leggerezza della pensilina-terrazza e nel pennone pubblicitario, svettante come l'albero di un veliero, le consuetudini stilistiche della tipologia.

Sembra che l'Italia si trovi preparata già tra gli anni '30 e '40, a comprendere e interpretare i caratteri della tipologia che porta con sé, dall'America, una promessa di modernità. Come sottolineato da Susanna Caccia³³, le visioni di Antonio Sant'Elia, raccolte all'interno del *Manifesto del 1914*, sembrano trovare forma in queste architetture, che hanno scelto di abbandonare quel «senso del monumentale, del pesante, dello statico», per rispondere al «gusto del leggero, del pratico, dell'effimero e del veloce» ed esaltare quello «del calcolo, dell'audacia temeraria e della semplicità [...] del cemento armato; del ferro, del vetro, del cartone, della fibra tessile e di tutti quei surrogati al legno, alla pietra e al mattone che permettono di ottenere il massimo della elasticità e della leggerezza»³⁴.

Attraverso il ricorso a fughe aerodinamiche e a tensioni futuriste si è riusciti a veicolare l'approccio metaforico alla leggerezza e al movimento, conciliandolo con quello letterale all'aviazione.

Il volo, come naturale estensione della velocità, infatti, ha condensato la mitologia dell'epoca ed è diventato il filo conduttore per la progettazione di molte stazioni di servizio che viaggiano a metà tra il racconto di fantascienza e l'applicazione di tecniche avanzate. Tra queste, la stazione-officina realizzata da Carlo Agular in Corso Moncalieri a Torino che si caratterizza per la pensilina chiaramente ispirata alla forma di un aeroplano, dove le ali

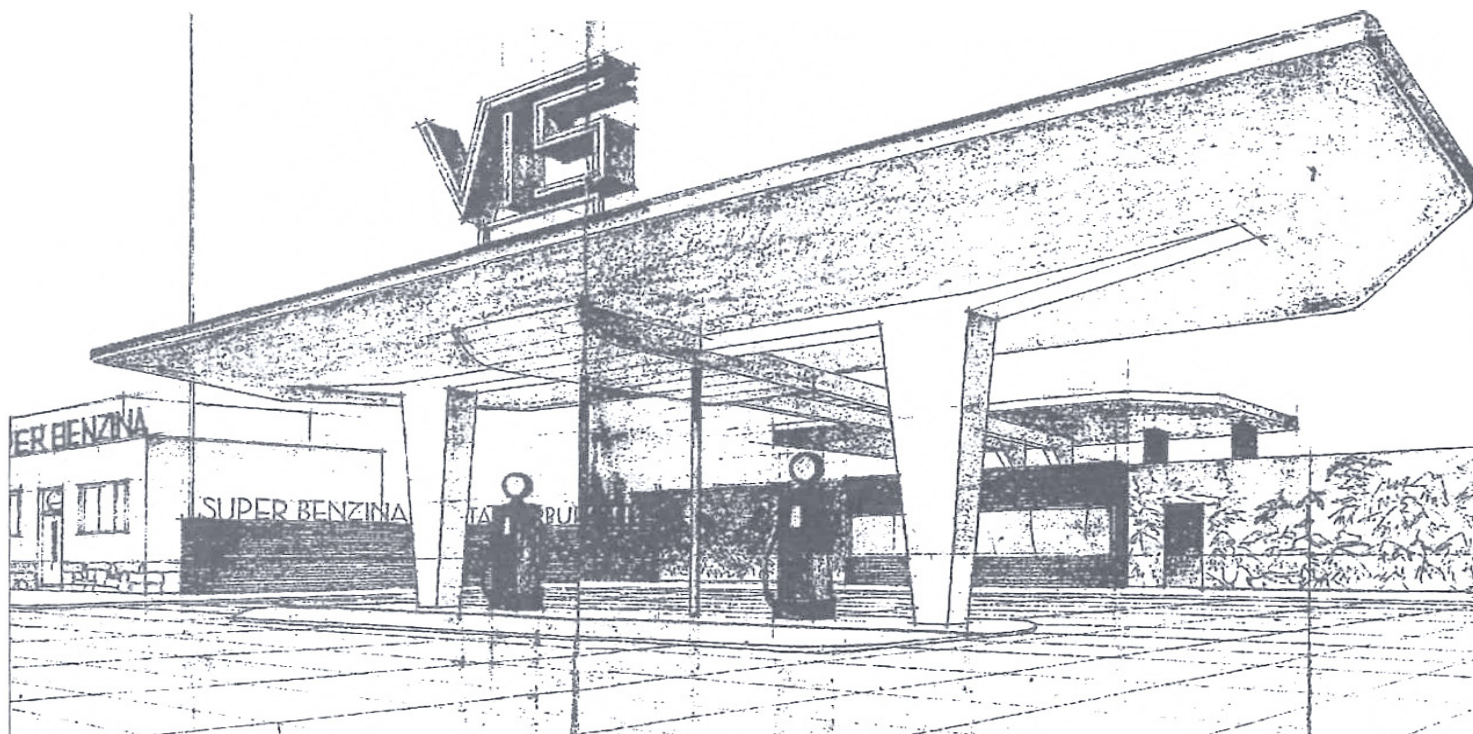
Karl Latteyer e Alfred Koch. Stazione di servizio Autohof-Gesellschaft Ludwigshafen. 1952-1953. Fotografia di Pfau, Arthur.

³² Cereghini, Mario, e Enrico A. Griffini. «Tettoie per ricovero di automobili con distributori di carburante». *Rassegna di architettura: rivista mensile di architettura e decorazione* anno VIII, n. XIV (giugno 1936), pagg. 202-205.

³³ Caccia, Susanna. *Architettura in movimento...* op. cit., pag. 39.

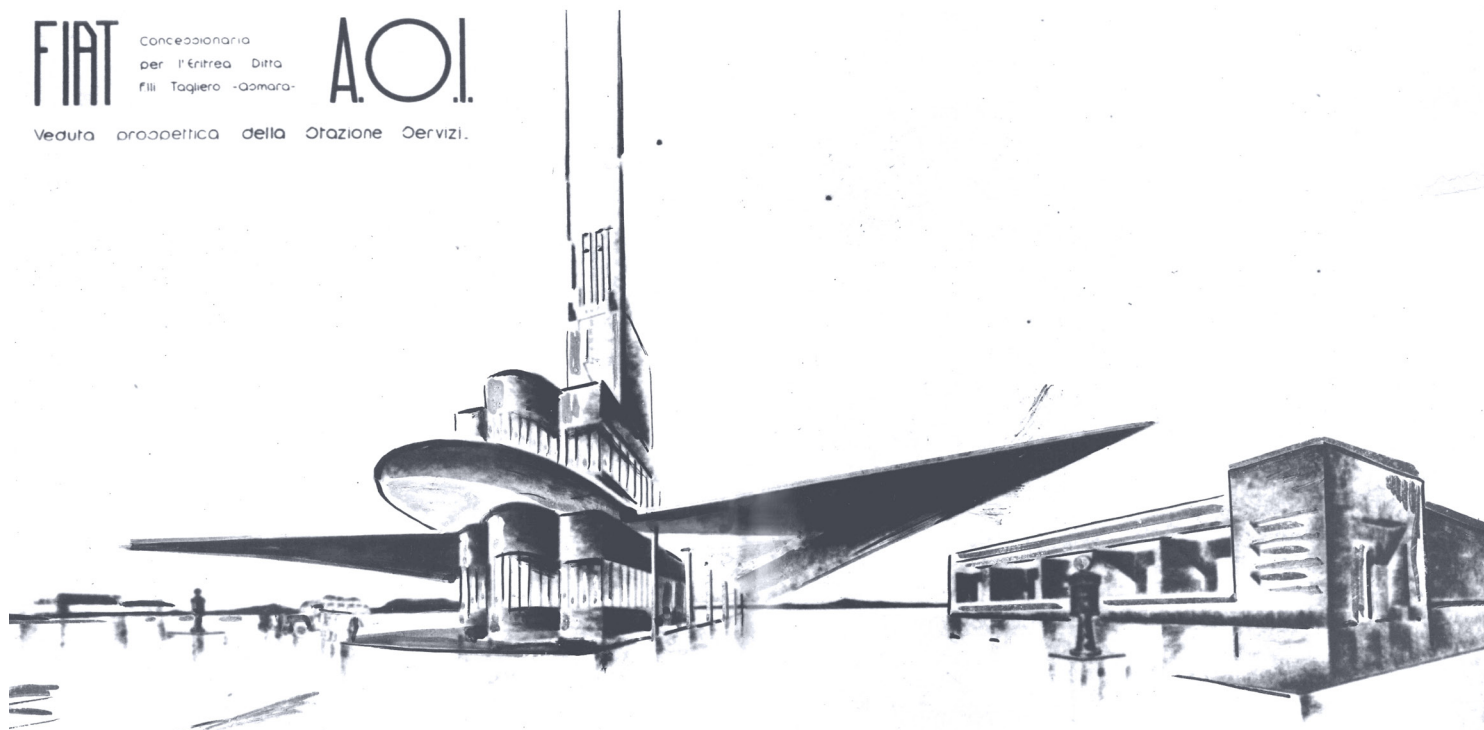
³⁴ Sant'Elia, Antonio. *L'architettura futurista: manifesto*. Milano: Direzione del Movimento futurista, 1914.





FIAT Concessionaria
per l'Entire Ditta
F.lli Tagliero - Gamaro -
A.O.I.

Veduta prospettica della Stazione Servizi.



Carlo Agular. Stazione di servizio in Corso Moncalieri, Torino. 1936. Veduta prospettica. Bragaglia, Alessandro, et al.. «Itinerario 152: stazioni di servizio - Stazioni di servizio, ovvero la tipologia del moderno». *Domus*, n. 811 (gennaio 1999), pag. 133.

Giuseppe Pettazzi. Stazione di Servizio Fiat Tagliero, Asmara, Eritrea. 1938.

coprono le colonnine di erogazione e la fusoliera, formata dalle travi, funge da raccordo con il corpo retrostante di servizio³⁵.

Durante il secondo Dopoguerra, in tutta Europa, l'aerodinamismo, la macchina e la velocità hanno assecondato l'aspirazione al benessere che il primo periodo della Ricostruzione, con il processo di infrastrutturazione, ha portato con sé, unificando nei caratteri architettonici della stazione di servizio gli strumenti dell'apparato espressivo e simbolico del nuovo paesaggio della modernità che si andava costruendo. I progetti hanno assunto sempre di più un linguaggio proprio, caratterizzandosi per quei dispositivi che nel tempo hanno sviluppato la loro forma e hanno assunto una definizione completa.

La smaterializzazione dell'architettura è stata il primo esito di questa evoluzione. L'edificio del chiosco ha cominciato a dissimulare l'idea stessa di struttura, svincolandosi da essa e scomponendosi in piani evanescenti. La pianta libera, principio con il quale esso si disegna, ha permesso – come nella concezione modernista – la più grande libertà di organizzazione dello spazio, lasciando alle luci a neon il compito di sottolinearne i profili. Le sperimentazioni hanno coinvolto il vetro, la porcellana, l'acciaio, la lamiera smaltata e il calcestruzzo armato, rivelando potenzialità espressive che ben si combinano con il paesaggio *on the road*, con la vivacità delle sue forme e la plasticità delle sue composizioni.

Anche il progresso della tecnica è diventato un motivo portante per molti di questi progetti, che hanno trovato nella pensilina il loro campo privilegiato di applicazione.

Essa, oltre alla sua funzione di riparo, ha rivendicato il suo ruolo di segnale, facendo dell'esigenza della visibilità un motivo per la spettacolarizzazione della sua struttura: linee curve, spessori esigui, sbalzi e leggerezza dei sostegni, la sfida alla gravità è stata di per sé attrattiva.

Tra i numerosi esempi di pensilina ad ala di aeroplano che imperversano per l'evidente riferimento all'universo aeronautico, come nella stazione Fiat Tagliero progettata da Giuseppe Pettazzi ad Asmara, si deve citare l'elegante soluzione di Aldo Favini, che nel 1949, per la stazione Aquila di Sesto San Giovanni, ha elaborato una volta sottile ondulata in cemento armato che, con uno spessore di soli cinque centimetri, svetta dal corpo di fabbrica dell'edificio di servizio e si allunga fino a coprire le colonnine

³⁵ Bragaglia, Alessandro, Beppe Finessi, Antonio Fortugno, Ciro Mariani, Stefano Mirti, Matteo Pastore, e Mario Pegoraro. «Itinerario 152...»... op. cit., pag. 134.



di erogazione con un aggetto di quasi sette metri. Favini non tradisce le ragioni che sottendono la progettazione di questi edifici e ottiene con delle soluzioni «staticamente ineccepibili [...] un'opera che ha soddisfatto il committente, perché a suo giudizio ha una forte azione pubblicitaria»³⁶.

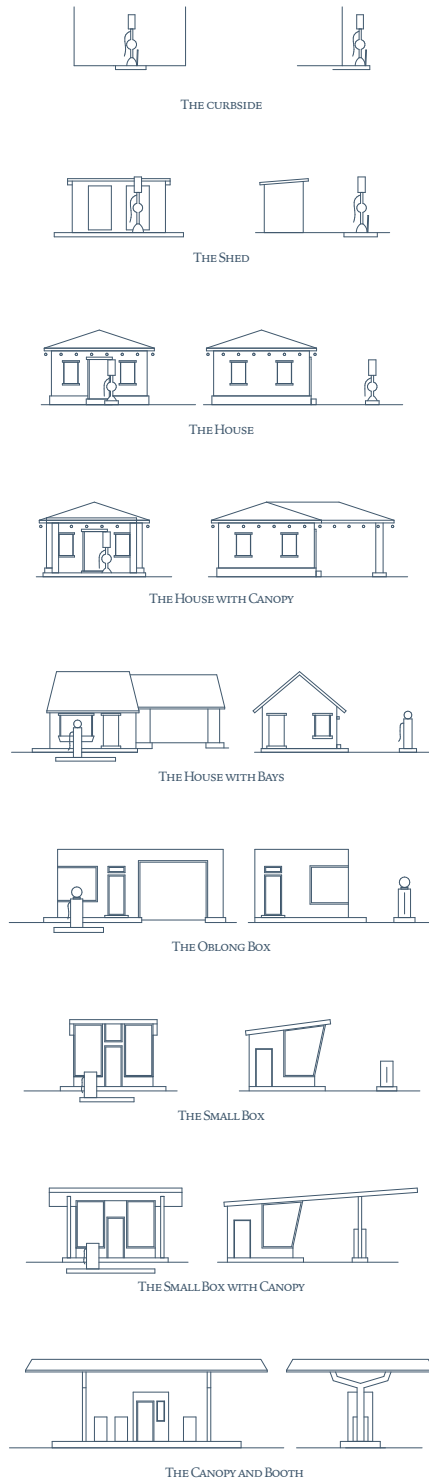
Il muro dipinto delle origini ha definitivamente preso corpo, trasformando l'intero edificio in un'oggettualità parlante, un messaggio commerciale continuo che trova il suo culmine nella guglia o nel pennone pubblicitario dove il logotipo del marchio prende posto. La prospettiva di fruizione, spostata tangenzialmente rispetto alla linea di fuga della strada, ha imposto una rottura con l'architettura urbana tradizionale introducendo una spinta alla verticalità che, attraverso elementi emergenti e spesso sottolineati dalla luce artificiale, riesce ad annunciare la presenza di questi edifici anche *di profilo*, alle auto che viaggiano a velocità più sostenute.

Aldo Pio Favini. Stazione di servizio carburanti a Sesto San Giovanni, Milano. 1949. Fondazione Aldo Pio Favini e Anna Gatta.

alla pagina successiva:

Tipologie di stazioni di servizio riconosciute nella rivista *National Petroleum News* tra il 1910 e il 1990. Elaborazione grafica da John A. Jakle, Keith A. Sculle, *The Gas Station in America*. op. cit. 134

³⁶ Favini, Aldo Pio. «Lettera indirizzata alla prof.ssa Chiara Molina della Facoltà di Architettura Civile del Politecnico di Milano», 27 febbraio 2004.



In questa ricerca di visibilità, i progettisti e le aziende coinvolte trovano un forte alleato anche nella standardizzazione. La semplicità costruttiva e la piccola scala degli interventi hanno reso la stazione di servizio subito vicina al tema del progetto seriale³⁷, la cui ripetibilità e riconoscibilità ha assunto, soprattutto per le compagnie petrolifere più grandi, un grande valore pubblicitario e commerciale. Già nel 1914, quando la Standard of California cerca di uniformare il proprio linguaggio in una *house with canopies*³⁸, il tentativo è stato quello di risolvere in una configurazione essenziale e replicabile, la comunicazione della qualità del servizio.

La vera e propria linea di ricerca e di sperimentazione progettuale sullo *standard*, si definisce dalla metà degli anni Trenta, con il lavoro di architetti e designer incaricati dalle maggiori aziende petrolifere statunitensi. Nel 1934 Norman Bel Geddes stila per Socony un programma di ventiquattro punti riguardanti l'immagine, la visibilità, i materiali, l'organizzazione interna e gli aspetti tecnico-costruttivi della stazione di servizio esemplare, che trovano il loro compimento in un modello omologato chiaramente influenzato dallo Stile Internazionale. In quegli stessi anni Raymond Loewy elabora, su incarico di Esso, un prototipo per Manhattan e Walter Dorwin Teague sviluppa per la Texaco, oltre al logo dell'azienda e alle linee guida progettuali, un esempio di *oblong box*³⁹ prefabbricata con gli angoli arrotondati e la decorazione a strisce verdi, che sarà adottato dall'azienda per oltre diecimila punti vendita⁴⁰.

Il ritardo nella motorizzazione costringe, invece, l'Europa a ritardare per più un decennio la ricerca sullo standard. Risalgono solo al 1948 le sperimentazioni di Andrea Marchetti, incaricato da Shell per l'elaborazione di una serie di prototipi prefabbricati in acciaio e alluminio che combinano caratteristiche generali – riconoscibilità, praticità di montaggio, possibilità d'ampliamento – requisiti dell'area – separazione dei flussi e creazione di un contesto – e funzioni principali – rifornimento, lavaggio, ingrassaggio e ricambi⁴¹.

37 Cfr. Greco, Laura. *Architetture autostradali in Italia...* op. cit., pag. 33.

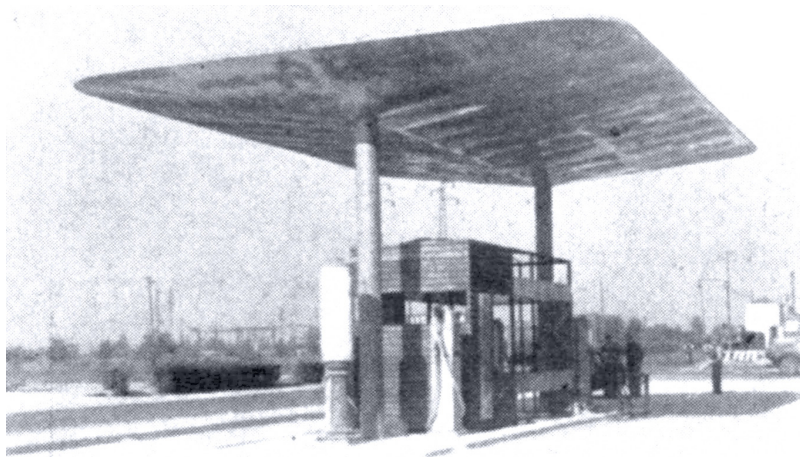
38 Jakle, John A., e Keith A. Sculle. *The gas station in America...* op. cit., pagg. 132-141.

39 Ivi, pagg. 144-152.

40 Cfr. Sompairac, Arnaud. *Stations-service...* op. cit., pagg. 36-37.

41 Cfr. Marchetti, Andrea. «Studi e realizzazioni di impianti tecnici nel campo urbanistico e architettonico. Stazioni di servizio per autoveicoli». *L'ingegnere*, n. 5 (1949), pagg. 497-508.

1. ANTEFATTI



Andrea Marchetti. Stazione di servizio prefabbricata Shell, tipo B. 1948 ca.

Willem Marinus Dudok. Stazione di servizio Esso, Vinkeveen motorway A2, Olanda. 1953.

Jean Prouvé. Stazione di rifornimento prefabbricata per la Mobiloil Socony-Vacuum. 1953 ca. Vitra International Ag.

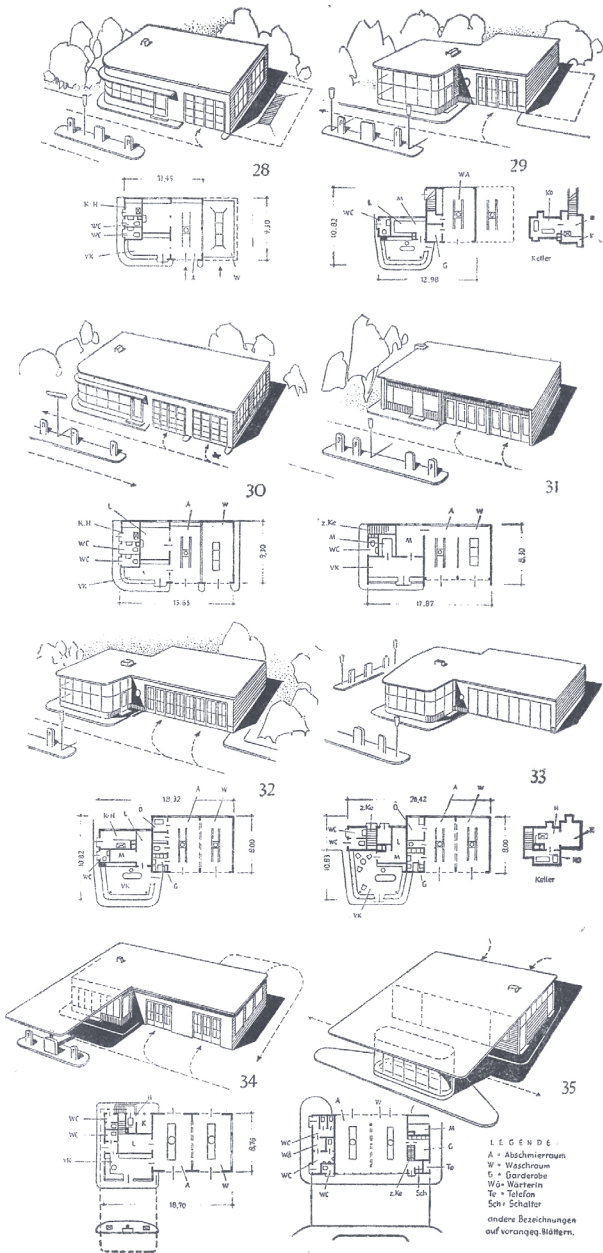
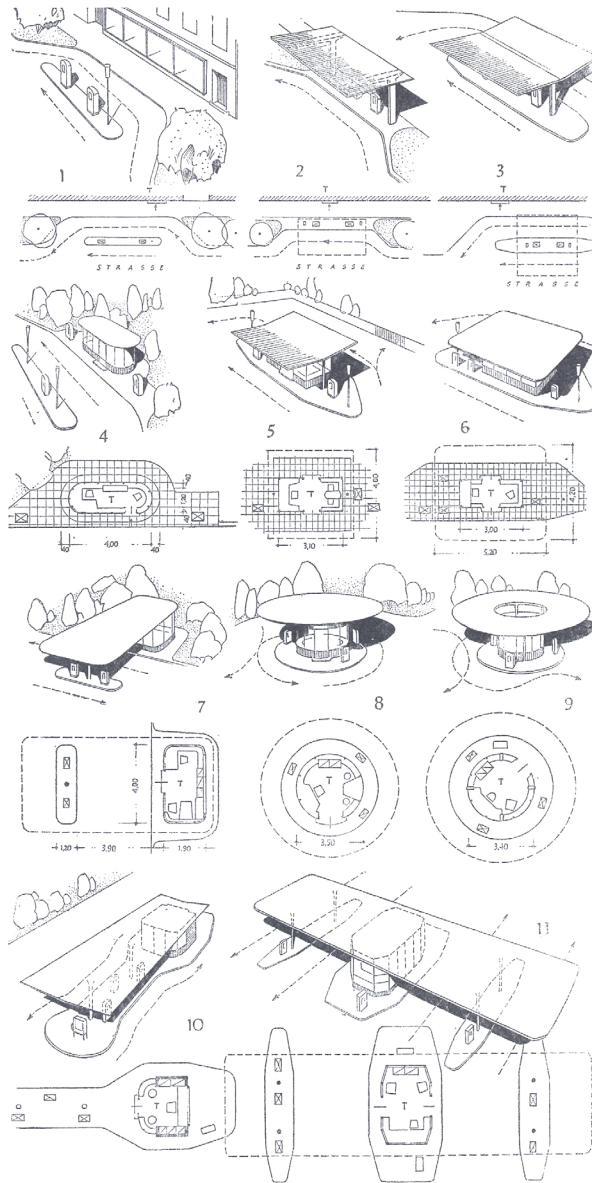
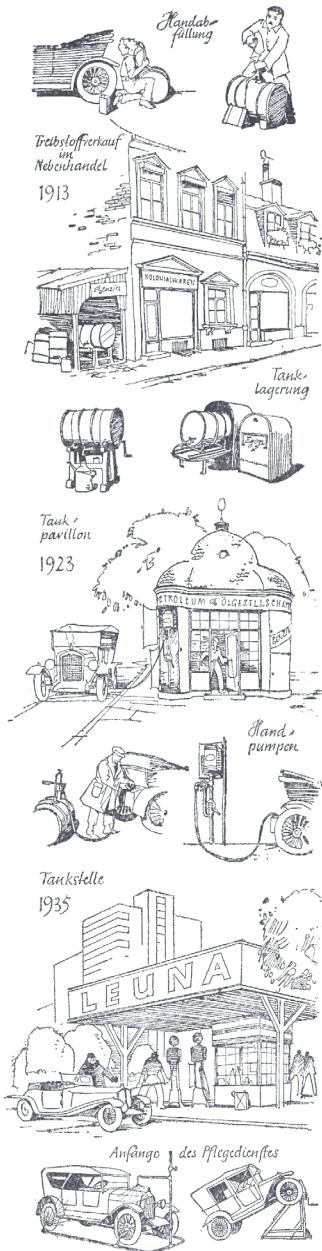
In verità, in Italia, fino agli anni '60, più che di un vero e proprio processo di industrializzazione, si può parlare di standardizzazione dell'architettura di servizio e di tipizzazione dei suoi elementi formali e funzionali, con le quali le aziende petrolifere hanno cercato di risolvere la gestione e l'estensione dei territori di vendita.

La realtà del Dopoguerra, con la costruzione di un importante programma di infrastrutture, ha posto in tutta Europa nuove questioni al progetto della stazione di servizio, individuando esigenze perlopiù legate alla velocità di costruzione, al contenimento dei costi e alla riconoscibilità del marchio. I nuovi obiettivi conducono i progettisti a sviluppare un repertorio tipologico che ribalta e nello stesso tempo affianca la ricerca pionieristica maturata con le stazioni iconiche e singolari e si concentra sulla costruzione di un diffuso patrimonio aziendale. Si consolidano così, uno dopo l'altro, piani di modernizzazione familiare che vedono nella riduzione a un catalogo di soluzioni simili la chiave della qualità architettonica e dell'affermazione del marchio.

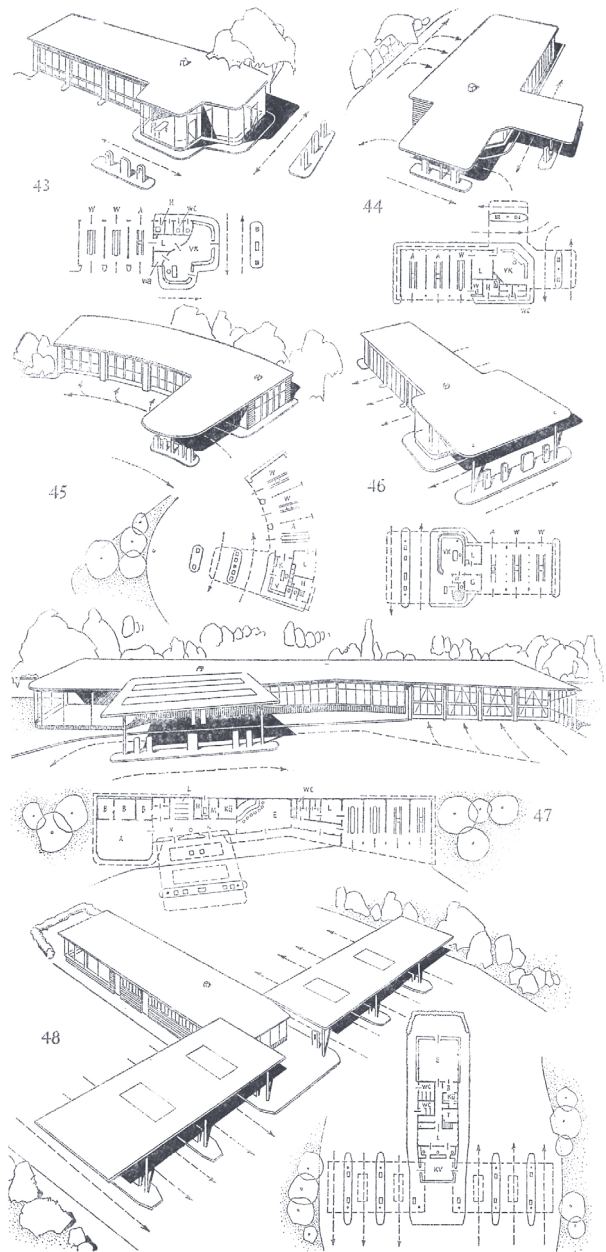
Nei Paesi Bassi, ad esempio, Esso sceglie di posizionare sulle principali strade e autostrade olandesi i prototipi sviluppati dal 1953 da Willem Marinus Dudok. Il disegno di questo chiosco, elegante e semplice al contempo, osserva le richieste principali di funzionalità ed economicità di realizzazione e si caratterizza per il tetto a V, che corona, sporgendo rispetto al suo volume, l'edificio di servizio in cui sono sistemati il negozio – nella parte anteriore – e l'officina – in quella nascosta alla strada. La struttura in ferro, descritta da grandi facciate vetrate, si presta molto bene alla visione notturna, quando emerge come una scatola luminescente nella prospettiva lunga della strada.

Sui medesimi i principi si anima la linea di ricerca condotta da Jean Prouvé nello stesso anno per la Mobiloil Socony-Vacuum. L'architetto francese sviluppa un modello di stazione di servizio – smontabile, ampliabile e ripetibile – costituita da un piccolo volume vetrato con pannelli prefabbricati in lamiera d'alluminio che dalla parte posteriore del chiosco piegano sulla copertura disegnando il profilo arrotondato della pensilina. L'attenzione per i dettagli, come nella maglia regolare di bucaure che alleggeriscono il tamponamento opaco e nel disegno attento degli interni, minuziosamente dimensionati e sistemati secondo la loro funzione, caratterizza tutta la composizione, testimoniando un'aderenza di questi progetti architettonici ad alcuni principi del disegno industriale.

1. ANTEFATTI



Friedrich Jacques. Illustrazioni al libro. Vahlefeld, Rolf. *Garagen- und Tankstellenbau: Anlage, Bau, Ausstattung*. Handbuecher zur Bau- und Raumgestaltung. Monaco: Callweg, 1953, pagg. 15-72-75-77



Divisa tra la propensione alla standardizzazione e la creazione di un'icona, così come tra la tendenza alla mimesi e al contrasto, all'architettura vernacolare o a quella futurista, la stazione di servizio, per circa mezzo secolo, prima di riuscire a raggiungere una sua individualità tipologica, paga l'assenza di una propria tradizione con una confusione che investe la definizione della sua architettura.

Appare importante sottolineare che la difficoltà di decodificare il linguaggio dei distributori di carburante risiede, innanzi tutto, nell'affrontare un tema transcalare, in cui l'architettura è chiamata a rispondere alle logiche del paesaggio in cui si inserisce, assecondando, al tempo stesso, le dinamiche commerciali ed economiche che ne fanno un oggetto di consumo, un prodotto di design e di sperimentazione grafico-pubblicitaria.

Il confine che precisa l'ambito di competenze in cui questi progetti si muovono non è mai predefinito: architetti, ingegneri, designers, tecnici, grafici, pubblicitari, imprenditori, paesaggisti, la storia della tipologia si compone di diverse esperienze che tra una logica segnaletica e una logica costruttiva, o ancora tra il mito del viaggio e l'estetica della velocità si incrociano e si avvicinano.

Per questo motivo è parso interessante ai fini della trattazione più approfondita dei casi studio, ricostruire criticamente, i passaggi più salienti di questa genealogia. Nella precarietà che contraddistingue il suo sviluppo, si potranno infatti riconoscere alcuni temi che, radicati nel carattere della stazione, tornano spesso volte a vestire un ruolo fondamentale nei progetti presi ad esame, mostrando sia la somiglianza, sia il divario tra le rispettive esperienze.

2. place - product - packaging: una ricerca transcalare

2.1. un paradigma per la strategia della sosta metodologie a confronto

Sin dalle loro prime apparizioni, le architetture infrastrutturali hanno dichiarato la loro vocazione commerciale. Senza che ne venisse offuscata la natura di luoghi di sosta, di ristoro e di accoglienza, la loro capacità di tradurre queste diverse esigenze in una forma condivisa e accettata, si è affidata a un linguaggio che ha intrecciato le competenze di un progetto di paesaggio, di un'invenzione tecnologica, di un oggetto di design e della sperimentazione grafico-pubblicitaria. La pubblicità e la riconoscibilità, infatti, così come criteri di leggibilità e visibilità hanno dettato i cardini del registro espressivo dell'autogrill, che già nel prendere a prestito il nome del brand di riferimento per essere identificata, ha saputo fondere in un unico segno significativo sia la destinazione mercantile sia il suo contenuto.

Questi *segni*, disseminati sulle strade urbane ed extraurbane, si traducono in loghi, forme, trame e colori, e segnaletica e vengono organizzati nell'architettura in un progetto totale che oltre a comunicare i servizi e i prodotti, descrive al cliente il significato del luogo e l'*identità* dell'azienda.

In questa prospettiva, il paradigma del *place - product - packaging*, è stato abbracciato dalle società petrolifere americane già negli anni '10 e si è evoluto presto in tutto l'Occidente con la diffusione di vere e proprie catene di punti di vendita attraenti e simili.

2. PLACE - PRODUCT - PACKAGING: UNA RICERCA TRANSCALARE



KODAK EPP 6005

41

KODAK EPP 2002

44



Epp 1



Epp 6

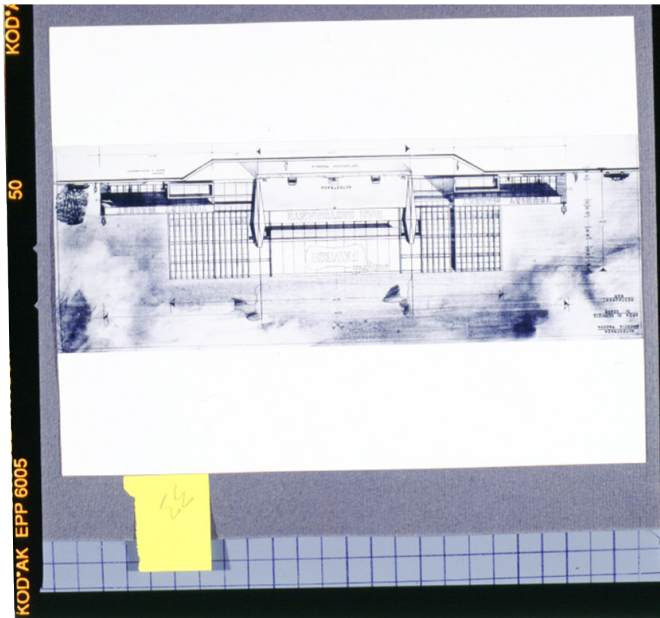
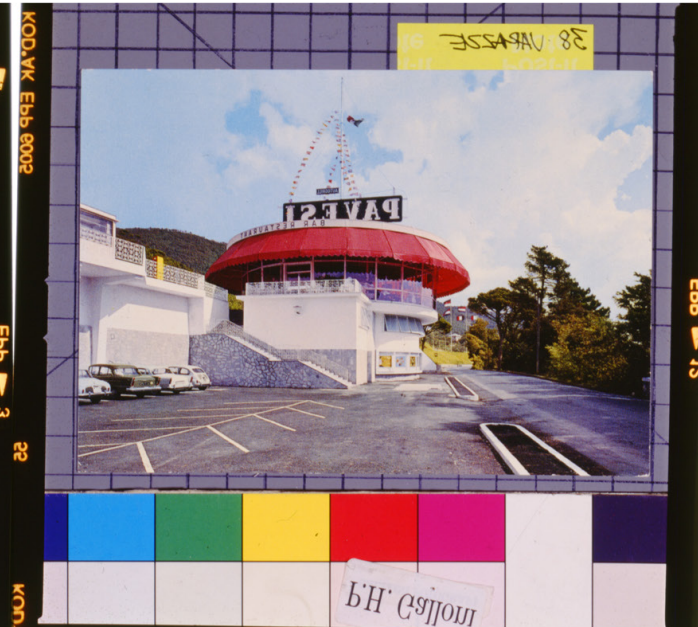
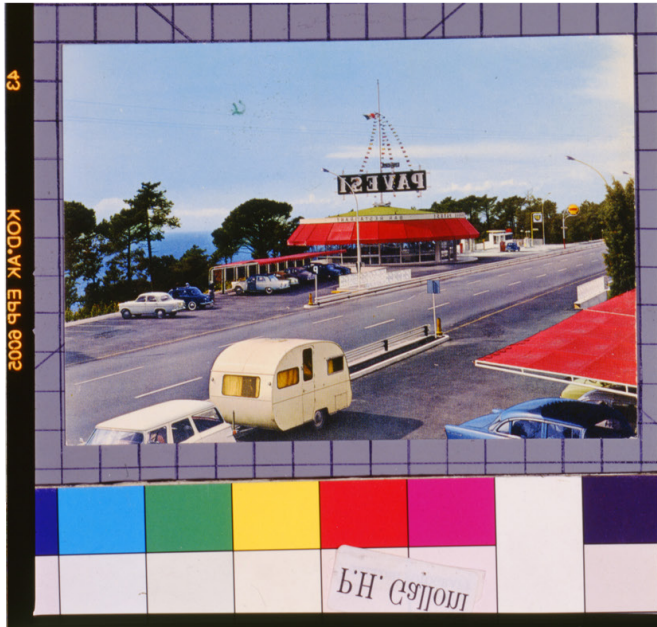
47

KODAK EPP 6005



51

KODAK EPP 6005



Nel tentativo di comprendere quale sia stata la trasposizione italiana di questo concetto, appare utile considerare ognuno di questi lessemi elementari nel loro rapporto con la disciplina dell'architettura. Una rilettura che si è voluta far derivare incrociando la traduzione letterale di ogni termine con i tre punti di vista suggeriti da Giorgio Boaga, Gianfranco De Angelis, e Giuseppe Francia⁴² nei *Quaderni di Autostrade* per indagare il rapporto dell'oggetto-stazione di servizio rispetto al suo sfondo, e quindi:

- la relazione con il contesto spaziale attraversato dalla strada,
- la relazione con il contesto spazio-temporale della strada in sé,
- la relazione con il contesto locale in cui si collocano gli edifici⁴³.

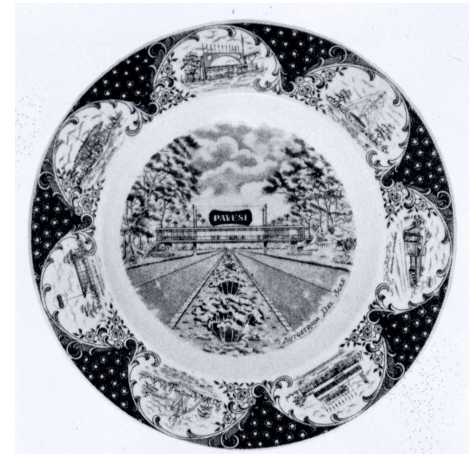
Questa scansione, infatti, con una precisione che non si pensa affatto casuale, riflette, per molti versi la complessità di quella realtà tipologica descritta dalla traccia del *place - product - packaging*⁴⁴ e mette assieme tre scale di indagine: tre dimensioni che spiegano la stazione di servizio come un intricato sistema di relazioni tra architettura, distribuzione e trasformazione del paesaggio, definizione e comunicazione dell'immagine di un prodotto, assumendosi il compito di scomporre e ricomporre all'interno di progetti, anche molto diversi tra loro, il movimento dell'automobilista nello spazio dell'infrastruttura.

A cominciare dalla grande scala a cui il «*place*» fa riferimento, si immagina, cioè, che il «*luogo*» – da intendere più come flessione del concetto di «*spazio*» – fornisca un metodo per comprendere lo sviluppo territoriale della stazione di servizio al margine delle strade nazionali. Rivolgersi all'autostrada, infatti, significava intercettare un mercato pubblicitario privilegiato e godere di una vetrina che permetteva di operare, al pari della televisione, su scala nazionale. La questione dello *spazio*, che ha potuto contare sull'acquisita libertà di spostamento e sullo sfondamento della scala umana della città concessi dall'automobile, trova nel dispiegamento di catene di stazioni di benzina simili, una risposta all'obiettivo di trasferire

⁴² Boaga, Giorgio, Gianfranco De Angelis, e Giuseppe Francia, a c. di. *Aree di sosta e di servizio in Italia. Quaderni di autostrade 21*. Roma: Autostrade, 1973.

⁴³ *Ivi*, pag. 27.

⁴⁴ La successione temporale delle pubblicazioni a cui queste definizioni fanno riferimento, vedrebbe ribaltata la proprietà intellettuale del ragionamento. E nonostante «*place - product - packaging*» sia un'espressione coniata solo in epoca contemporanea, si può azzardare l'ipotesi che l'esperienza americana, ne avesse già fatti propri i principi negli anni '50, consolidandone il metodo inventivo – e non l'espressione – nelle catene di ristorazione e nella cultura delle infrastrutture.



in modo capillare e veloce nel paesaggio domestico e ancora artigianale, i moderni desideri della classe media italiana.

A questo scopo, ciò che invece viene venduto quale «*prodotto*» nelle varie strategie della sosta, è l'architettura in sé, nell'«*immagine*» che essa propone alla strada e al viaggiatore e con il *brand* a cui si associa. L'architettura si fa icona e assume, quindi, i connotati di una merce, al pari di quella che essa si propone di contenere e giustifica le riflessioni sull'architettura che deve mostrare e mostrarsi.

Mentre, la discussione sul «*packaging*», aiuta a ragionare sullo sviluppo e sul consolidamento della «*tipologia*» e su alcuni degli schematismi impliciti a questi progetti con cui vengono *confezionate* le merci ed i servizi all'interno degli edifici, sino alla loro scala più minuta.

Si può dire che la stazione di servizio segnali il suo messaggio direttamente e con l'economia di un linguaggio visivo che non solo è facilmente comprensibile dal cliente, ma che gioca, attraverso similitudini e metafore, su associazioni sottili e forse inconscie. Come sottolineato da Luca Monica, non è certo un caso che la rivista *Comunità*, fondata da Adriano Olivetti si occupi in quegli stessi anni, oltre che di architettura e di urbanistica, anche di sociologia – urbana, dei comportamenti di massa e della produzione industriale – pubblicando studi sulla pubblicità e sull'inconscio, sull'organizzazione degli *shopping center* in America, sul paesaggio autostradale italiano, come anche sui consumi alimentari in Italia⁴⁵.

Il *place - product - packaging*, che si è configurato come un meccanismo imperniato sul profitto aziendale, abbracciando velocemente il terreno fertile della emergente società dei consumi, in Italia, ha definito un linguaggio architettonico capace di tradurre in forma le ambizioni dei viaggiatori-consumatori. Non si è trattato, quindi, di sole operazioni di raffinato design o dell'ideazione di un'immagine, quanto piuttosto della messa a punto di dispositivi strettamente connessi con la produzione e la diffusione dei nuovi prodotti, per i quali l'implicazione estetica ha assunto un posto di rilievo. L'obiettivo di questa imprenditoria illuminata non è da cercare, cioè, solamente nella costruzione di una colta *corporate identity*, già

45 Barolini, Antonio. «L'organizzazione dei centri di vendita in America». *Comunità: giornale mensile di politica e cultura*, n. 67 (febbraio 1959), pagg. 62-66. Canonici, Aldo. «Cannocchiale. Pubblicità e inconscio». *Comunità: giornale mensile di politica e cultura*, n. 60 (giugno 1958), pagg. 16-18. Tibaldi, Gianni. «I consumi alimentari in Italia». *Comunità: giornale mensile di politica e cultura*, n. 115 (dicembre 1963), pagg. 37-43. Cfr. Monica, Luca. «L'architettura degli Autogrill Pavesi». In Gonizzi, Giancarlo, a c. di. *L'Italia dei Pavesini: cinquant'anni di pubblicità e comunicazione Pavesi*. Cinisello Balsamo: Silvana, 1997, pag. 219.

necessaria a veicolare l'immagine di una qualsiasi produzione industriale, piuttosto nello sviluppo di un processo più complesso che affonda le radici nella specificità culturale dell'industria italiana di fare propri gli strumenti di comunicazione riversandoli nel sistema di comportamenti di chi produce e di chi consuma⁴⁶.

Per le aziende coinvolte l'immagine coordinata diventa, a tutte le scale, la preoccupazione principale:

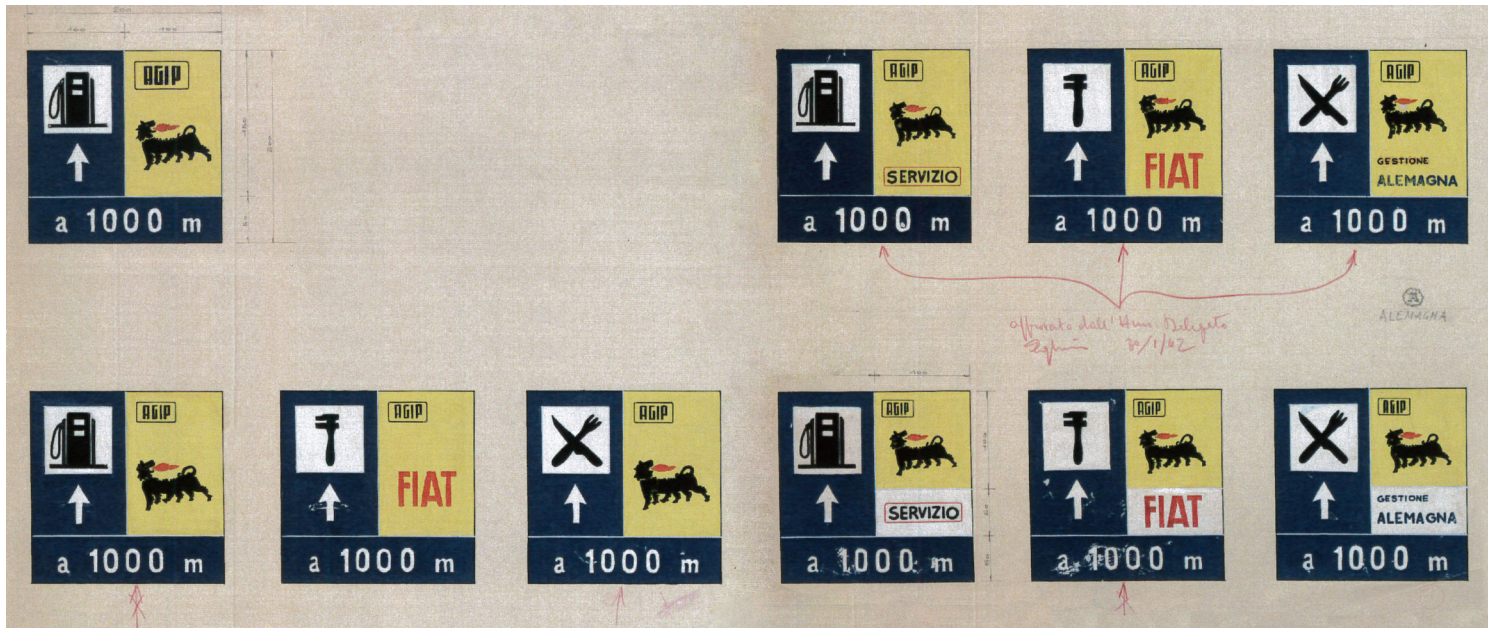
«la SIAP [...] si preoccupa costantemente perché l'aspetto delle stazioni, la presentazione e il comportamento del personale, nonché la scrupolosità dei servizi, abbiano tali caratteristiche di uniformità che l'automobilista nel sostare presso una qualsiasi organizzazione di vendita che porti l'insegna Esso, non sia in grado di distinguere se la stazione appartenga direttamente alla Società oppure al cliente-rivenditore.»⁴⁷

La matrice del *place - product - packaging*, che, invero – almeno in architettura – è ancora distante da un reale processo di produzione industriale diventa, quindi, garanzia di uniformità e di qualità del servizio e riesce a rispondere sempre alle aspettative del suo avventore che, fedele al marchio, ritrova in questi luoghi uno spazio familiare, perciò rassicurante. Questo paradigma, vitale per la comprensione dell'evoluzione dell'autogrill suona vuoto senza un'attenta considerazione delle sue dimensioni territoriali. Perciò, l'oasi della stazione di servizio, che ha interpretato il ruolo di un vero e proprio avamposto, ovvero di un dispositivo che anticipa la conquista da parte dell'automobilista del territorio dell'autostrada, diventa oggetto di una corsa affannata: le diverse compagnie coinvolte, infatti, facendosi spazio a macchia d'olio, in un paesaggio fino ad allora ostile, o quantomeno sconosciuto al viaggiatore, ingaggiano una sfida che le vede concorrenti nella costruzione dei rispettivi territori commerciali, necessari ad attrarre il numero più alto di clienti.

È opportuno sottolineare, però, come il nuovo sistema di infrastrutture di trasporto non sia per queste costruzioni solo la garanzia di un'elevata accessibilità; la strada, infatti, ne concede e accentua anche la percezione dinamica d'insieme, a tal punto che l'autoreferenzialità e l'innovazione linguistica delle tecnologie ostentate, non per mimesi ma per contrasto,

⁴⁶ Cfr. Monica, Luca. *L'architettura degli Autogrill Pavese...* op. cit., pag. 220.

⁴⁷ *Esso*, a. 1, n. 4 (1949).



Cartelli distanzionatrici. Bozzetti. Archivio Storico Eni.

diventano l'immagine del suo contesto, interrompendo la continuità del territorio rurale e dichiarando l'unicità della funzione autostradale.

La stazione di servizio interpreta, in questo senso, un ruolo da protagonista nel commercio dei prodotti nuovi, industriali, di massa, il cui consumo trasferisce da solo un'immagine moderna e cosmopolita. L'architettura rinuncia, quindi, in parte all'aspetto edilizio, per riscoprire altri valori e una nuova estetica del monumento, attraverso una combinazione di segnaletica, grafica e comunicazione visiva, che penetrando anche all'interno degli edifici, ricompono l'unità delle arti applicate⁴⁸. Le aziende cercano di apparire continuamente aggiornate e progressiste e si comportano in modo simile tra loro anche nella definizione e nell'adempimento delle istanze del mercato. E se la pubblicità, in un perfetto connubio capitalistico, guidando la domanda, pone le basi per l'evoluzione della *moda* – intesa come partecipazione alla giostra delle identità – sono i media del settore, in particolare le riviste specializzate a comunicare le novità dell'architettura e del design⁴⁹. Ogni cambiamento, viene suggerito in modo incrementale e

⁴⁸ Cfr. Monica, Luca. *L'architettura degli Autogrill Pavesi...* op. cit., pag. 218.

⁴⁹ Si fa riferimento ai numerosi approfondimenti comparsi sul *National Petroleum News* in cui si leggono anche le caratteristiche che un marchio dovrebbe cercare per i propri impianti: «1. Legibility (instant recognition and impression); 2. Impact (single impression with immediate

sebbene tenda al superficiale piuttosto che al fondamentale, serve da difesa dalla monotonia: ogni modifica viene calcolata più nel tempo che nello spazio, dove invece è opportuno proteggere l'integrità del sistema-rete.

«Gli autogrill sanno benissimo com'è l'umore dei viaggiatori che fanno una sosta sull'autostrada. Lo sapevano già quando sono nati insieme alle autostrade, quando gli ingorghi e gli esodi non esistevano, ma esisteva insieme alla nascita degli autogrill e delle autostrade – preesisteva anzi – questa leggera euforia di essersi messi in viaggio, del portabagagli carico di roba, della sosta per il caffè, del controllo continuo del cielo per capire com'è il tempo, alza e abbassa il finestrino, accendi e spegni il riscaldamento e tutto il resto delle cose che man mano allontanano da casa, dalla solita vita, in nome di una non identificata eccitazione, insensata – ma perché dovrebbe essere sensata? E perché il traffico, l'esodo, gli ingorghi, una coda per un incidente dovrebbero minare tutto questo? In fondo il sentimento è: siamo tutti desiderosi di andare via. E gli autogrill lo sanno. Conoscono perfettamente questo umore perché sono modellati su di esso. Conoscono alla perfezione soprattutto la conseguenza psicologica di questo umore [...] il risultato di tutto ciò, gli autogrill lo sanno, è un senso di diversità dalla vita quotidiana, che si esprime compiutamente in una frase: «Ma siamo in vacanza!» Che significa: possiamo permetterci delle stupidaggini, delle cose in più, dei capricci. Gli autogrill lo sanno molto bene. E il modo per esprimere la comprensione e allo stesso tempo per dare una risposta a quest'apertura è contenere praticamente tutto. Tutto quello che si può contenere per rispondere in modo pratico all'affermazione risolutiva: «Ma siamo in vacanza!»»⁵⁰

Si può affermare, quindi, che nella ricerca finalizzata alla definizione di questi luoghi l'aver offerto una caratterizzazione e un'atmosfera coerenti con gli stati d'animo degli utenti viaggiatori ha significato misurarne le esigenze psicologiche prima ancora che soddisfarne i bisogni pratici.

I concetti di caratterizzazione, di misura e atmosfera, che dal punto di vista opposto al consumatore si avvicinano più all'idea di una strategia della sosta, si risolvono nell'invenzione e nella declinazione dei materiali che compongono la retorica della stazione di servizio.

L'evoluzione della *tipologia*, infatti, ha svelato nel tempo la persistenza di alcuni dispositivi spaziali che rispondono all'obiettivo di organizzare lo

appeal); 3. Simplicity (easy understanding); 4. Distinction (recall and remembrance); and 5. Adaptability (facile reproduction in any size or medium).» Cfr. Schroeder, Richard C. «Brand Identification Is Taking on a Professional Look». *National Petroleum News*, n. 48 (novembre 1956), pagg. 90-93.

⁵⁰ Piccolo, Francesco. «Tempo di percorrenza troppo lungo». In *L'Italia spensierata*, Roma/Bari: Laterza, 2007, pag. 69.



Mottagrill di Cantagallo. 1962. Inserzione pubblicitaria su *Quattroruote*.

Supercortemaggiore, “Una benzina inconfondibile con un marchio inconfondibile”. 1953. Manifesto per campagna pubblicitaria. Archivio Storico Eni.

Autogrill Pavese. La sosta consigliata. 1965. Inserzione pubblicitaria su una rivista dell'epoca.

alle pagine successive:

Autogrill Pavese Fiorenzuola d'Arda. Archivio Barilla, fondo Pavese.



spazio imponendo forti predisposizioni comportamentali. La dimensione del *place - product - packaging* ha fatto leva sulle questioni relative alla *circolazione* nel doppio registro del rapporto dell'edificio con la strada, e del consumatore in rapporto alla stanza, concretizzandosi nella costruzione di una vera e propria macchina per vendere. Una macchina spazio-visuale il cui proposito deve essere

«attirare l'attenzione del passante, fermarlo per strada, mostrargli una scelta straordinaria d'articoli, fargli spingere la porta del negozio quasi inconsciamente, farlo accomodare, ispirargli una immensa fiducia con la profusione di articoli, la rapidità del servizio, poi prima che raggiunga la cassa, aver sottoposto alla sua curiosità e alla sua cupidigia una quantità di piccoli articoli, accessori. [...] Paga, se ne va felice di essere ben servito e di essersi, in un solo momento rifornito di articoli che altrimenti non avrebbe saputo dove andare a cercare.»⁵¹

Nella stazione di servizio, quindi, sembra prendere particolare forza quell'aspetto liturgico che caratterizza le prime esperienze progettuali del Novecento dei negozi e dei padiglioni espositivi, come anche di molti non-luoghi contemporanei. Lo spazio è definito come una scaffalatura

⁵¹ Si tratta del rendiconto, secondo Le Corbusier, dell'incontro con Jean Bat'a, capo dell'azienda. In Le Corbusier & Janneret, Pierre. *Oeuvre complete 1934-1938*, Zurigo: Les Editions d'Architecture, 1939, pag. 117.





continua e viene fruito attraverso un processo ripetitivo, obbligato e unidirezionale: si impone, cioè, una struttura coercitiva pre-condizionata del percorso, per cui tutte le operazioni possibili vengono concentrate su un unico flusso, limitando le possibilità di variazioni e modifiche da parte dei suoi utenti⁵².

Il *packaging* tipologico e grafico ha sostituito la parola del mercante: lo spazio ha assunto il doppio compito di mostrare la merce e rappresentarne il valore, inaugurando quell'intersezione tra industria, commercio e arte che vede architetti, pittori e artisti impiegare i loro saperi nelle mode e nell'allestimento delle vetrine e delle esposizioni.

Così, con la volontà di insistere sulle questioni finora sviscerate in senso teorico, il tentativo che la ricerca mette in opera è quello di affiancare al processo analitico più preciso di più casi studio, il riferimento metodologico offerto dai loro stessi paradigmi, nel tentativo di capire come il business sorto lungo il ciglio della strada, nella combinazione di questi elementi, sia riuscito a decretarne la fortuna e, subito dopo, il limite.

⁵² Cfr. Secondulfo, Domenico. «Bottega e ipermercato: luoghi e non luoghi del consumo». In Triani, Giorgio, a c. di. *Casa e supermercato: luoghi e comportamenti del consumo*. Milano: Elèuthera, 1996.

2.2. architettura per la distribuzione

Mario Bacciocchi - Agip - tredici progetti tipo

«Il viaggio è attraentissimo, si corre sul cemento levigato, come su un parquet sul quale le ruote scivolano senza sforzo. Persino il motore si direbbe inutile, e pare un buon amico che con il suo rombo ci accompagna per non farci dimenticare, alla fin fine, che siamo in automobile, di quelle che traballano per le altre vie e che accoppiano chi c'è dentro e chi c'è fuori. Non esistono callaie insidiose, carri e carrozze da schivare o ciclisti e simili da mandare all'altro mondo. Si divora la strada con ebbrezza, ci si riconcilia con tutto e con tutti, anche con le automobili.»⁵³

«Attraentissimo» è secondo Giuseppe Bevilacqua l'itinerario che si snoda nel 1924 lungo la prima autostrada italiana e che si proietta sul parabrezza dell'automobilista. In verità, «attraentissimo» poteva essere, negli anni '20, l'immaginario moderno verso il quale il Paese stava concentrando i suoi sforzi e di cui la Milano-Laghi rappresentava solo il futuro più prossimo. Le statistiche Istat relative ai primi cinquanta anni del secolo, infatti, non

⁵³ Bevilacqua, Giuseppe. *La Tribuna*. 23 settembre 1924. L'articolo si riferisce all'inaugurazione del primo tronco autostradale di 85 chilometri della Milano-Laghi, che viene considerata la «prima via per sole automobili» riservata al traffico veloce (niente carri, carrozze, biciclette o pedoni) e con il pagamento di un pedaggio per coprire le spese di costruzione e di gestione. All'Autostrada dei Laghi, che fu preceduta, sia come progettazione che come apertura al traffico, solo dalla Long Island Motor Parkway e la Bronx River Parkway nello Stato di New York e l'AVUS nella periferia di Berlino, è stata riconosciuto dal Congresso Mondiale della Strada nel 1926 di essere, almeno concettualmente, la prima al mondo per il suo obiettivo di «unire due o più destinazioni nella maniera più rapida possibile.»

parlano ancora di un processo di motorizzazione significativo⁵⁴, ma la realizzazione del sistema di arterie stradali, da subito, ha costituito la base per un nuovo rapporto con il territorio, che si apre all'uomo-automobilista con nuovi orizzonti di fruizione.

Per sua stessa definizione, l'infrastruttura ha costituito la rete necessaria all'avvio di un mutamento più profondo: il suo sviluppo prometteva di contrastare il degrado del Paese che si percepiva attraversandola, per fornire da una parte un'esperienza nuova, gradevole e godibile e dall'altra, un innesco per le trasformazioni minute dei luoghi con cui, grazie ad una visione sistemica, si doveva compiere una riqualificazione complessiva del paesaggio urbano.

La stazione di servizio costituisce, in questo senso, la miccia del cambiamento: il dispositivo con cui iniziare a dare forma ad una nuova immagine del territorio.

Di questa potenza latente, si era accorto certamente Frank Lloyd Wright che nel 1927 progetta la sua prima stazione di servizio, con l'ambizione di proporla al centro della discussione sulla città futura. Wright si trova di fronte all'edificio contemporaneo per eccellenza, il cui destino formale è intimamente legato alla modernità e alla macchina, ma sceglie di sottolinearne principalmente l'interesse urbano, come embrione di un'urbanizzazione decentralizzata che si organizza lungo le strade intorno a micro-poli⁵⁵.

Questa visione, che rimane isolata e spesso anche dimenticata dalla storia dell'architettura non conoscendo sviluppo nemmeno nell'opera del suo stesso autore, sembra, per certi versi, raccogliere il favore di Enrico Mattei, che con la prima stazione di servizio Agip a San Donato Milanese, segna il punto iniziale di una trama più ampia, di uno schema che vede in Metanopoli

⁵⁴ Nel 1921 si conta 1 sola autovettura per 1.000 abitanti, numero che cresce di una decina di unità fino al 1951, per poi incalzare rapidamente fino a 209 vetture nel 1971.

⁵⁵ «One more advance agent of reintegration, an already visible item in the coming decentralization of the City, may be seen in any and every roadside service station happening to be well located along the highways. The roadside service station may be – in embryo – the future city-service-distribution. Each station may well grow into a well-designed convenient neighbourhood distribution centre naturally developing as meeting place, restaurant, restroom, or whatever else will be needed as decentralization processes and integration succeeds. Already, hundreds of thousands occupy the best places in the towns or, more significantly, pretty well outside the towns. Eventually we will have a thousand new city-equivalents at work detracting from every small town or great city we now have. Proper integration of these would help overcome the super-centralization now trying to stand against human freedom.» da Wright, Frank Lloyd. *The future of architecture*. New York: Horizon, 1953, pag. 176.



Stazione di servizio e Motel Agip a Catania. Fotografia di Federico Patellani. 1959. Archivio Storico Eni.

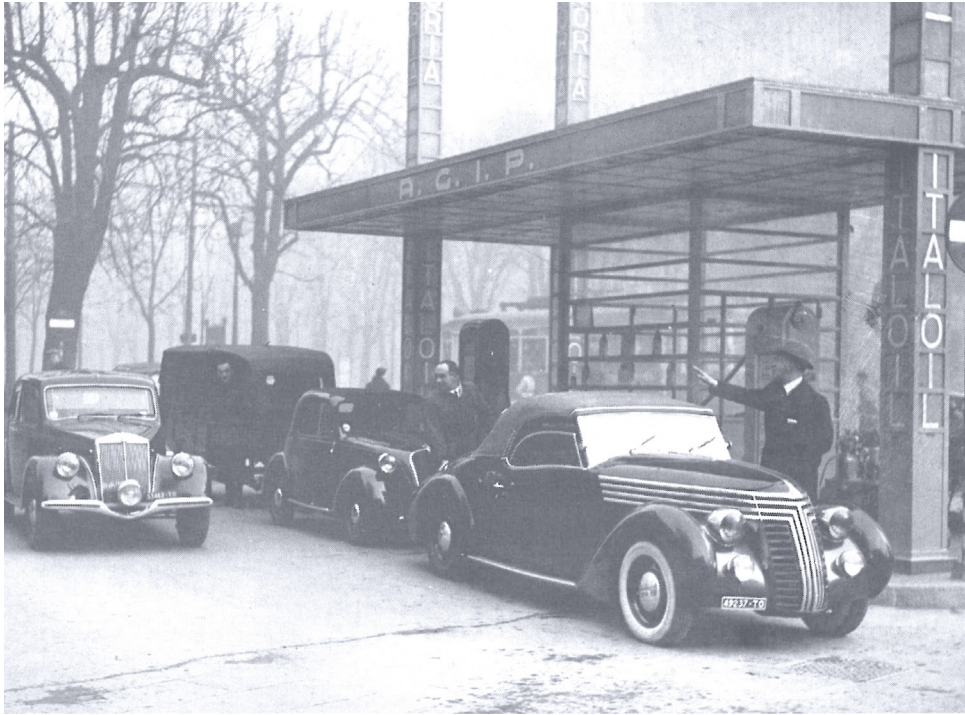


il modello dell'*Italia del futuro*: una società basata sulla famiglia, sul lavoro, sull'accesso all'istruzione, sulla possibilità di godersi una vacanza una volta l'anno e sul possedere un'automobile, ovviamente. A posteriori, infatti, è possibile riconoscere la stagione Mattei come parte integrante di un processo già in atto nello scenario italiano, allora caratterizzato da grandi aspettative e trasformazioni in potenza, in cui il contributo di Agip si inserisce determinando il rinnovamento politico, sociale ed economico del secondo Dopoguerra.

La revisione aziendale complessiva che Enrico Mattei decide di attuare, fa della distribuzione di carburante a scala nazionale e internazionale uno dei suoi capisaldi. Alla luce del potenziale economico che ne deriva, infatti, egli indirizza i propri sforzi sul potenziamento e sul rinnovamento della rete commerciale delle stazioni di servizio, che vede capaci di riabilitare l'immagine della compagnia, segnata dal fascismo e dal fallimento⁵⁶ e di

⁵⁶ La vicenda dell'Azienda Generale Italiana Petroli (Agip) inizia nel 1926, in seguito allo scandalo Sinclair, quando con il Regio Decreto del 3 aprile, viene fondata come ente pubblico per «tutelare gli interessi dell'economia nazionale contrapponendosi alle azioni delle società monopolizzatrici del mercato, [...] senza tuttavia intralciare l'iniziativa privata». La Società, impegnata nel primo ventennio dalla sua fondazione, perlopiù nella raffinazione e nelle attività di ricerca degli idrocarburi soprattutto fuori dai confini nazionali, paga severamente le conseguenze dell'imposizione delle sanzioni internazionali e delle politiche autarchiche, trovandosi dopo la Guerra mondiale in avaria finanziaria. La mancanza di greggio con cui alimentare le raffinerie e di

2.2. ARCHITETTURA PER LA DISTRIBUZIONE



Chiosco con pensilina Agip, Torino. 1939. Archivio storico Torino.

Stazione di rifornimento Agip con struttura in ferro, piazza Verdi, Genova. Primi anni '40. Archivio Storico Eni.

alle pagine successive:

Oggiovinerzo. Antenna stradale luminosa in plastica da 2,17 m per Germania. 24 giugno 1960. Archivio Storico Eni.

veicolare le aspirazioni di un'Italia che immagina moderna ed efficiente e quindi capace di competere con le altre grandi nazioni industrializzate.

La rete di distribuzione del carburante che la nuova dirigenza prende in carico al termine della Guerra, è debole, conta appena 1142 punti vendita⁵⁷, di cui 139 piccoli chioschi, 33 stazioni di servizio assai diverse tra loro e il restante numero costituito dalle sole pompe di erogazione. Il modello più diffuso di chiosco è rappresentato da un piccolo padiglione in ferro a pianta ottagonale, il cui volume piccolo e compatto richiama formalmente un'edicola, con decorazioni e dettagli ancora legati allo stile Liberty. A questo modello, si aggiunge spesso una piccola copertura che si getta in avanti e verso l'alto, conferendole un guizzo di dinamismo e movimento o, in altri casi, prende forma una vera e propria pensilina che dal chiosco di servizio si proietta parallelamente alla strada, su una colonna-vetrina che la sorregge e che ospita nello stesso tempo l'esposizione dei prodotti in vendita. Un altro esempio, sempre risalente agli anni Trenta, che si ispira al linguaggio più razionalista, trova a sostegno della copertura rettangolare due piloni che crescono superando lo spessore del solaio e portando le insegne pubblicitarie con il nome del carburante.

Oltre a questi modelli di chioschi si trovano poi, vere e proprie stazioni di rifornimento e di servizio, la cui architettura⁵⁸, più importante per dimensioni e arditezza, risponde alla firma di uno specifico progettista, rispecchiando perciò, più in generale, l'eterogeneità del panorama architettonico del momento piuttosto che l'identità fondativa dell'azienda. L'immagine che Agip dà di sé stessa è quindi frammentaria e figurativamente fragile: anche la sigla non è ancora definita da un vero e proprio logo,

carburanti da vendere, infatti, si ripercuote pesantemente sul bilancio dell'Agip, il cui relitto viene affidato nel 1945 ad Enrico Mattei, che ne diventa vicepresidente, con il solo scopo di metterlo in liquidazione. Mattei, al contrario, invece di seguire le istruzioni impartitegli dal governo, convinto dai tecnici dell'Agip che le scoperte di idrocarburi stavano per diventare certezza, dà nuovo impulso alle perforazioni nella Pianura Padana, dove già da tempo si presume l'esistenza di giacimenti petroliferi il cui ritrovamento equivarrebbe per l'Italia al grande salto da Stato dedito all'agricoltura a nazione industrializzata. Nel 1949, dopo tre anni di vane ricerche che valgono a Mattei non solo molte critiche, ma anche il soprannome di «petroliere senza petrolio», i tecnici trovano finalmente il tanto desiderato petrolio nel giacimento di Cortemaggiore, vicino Piacenza, grazie al quale l'azienda torna a dominare il mercato italiano degli idrocarburi e ad espandere il proprio raggio d'azione all'estero, nei paesi esportatori di greggio.

⁵⁷ Dati risalenti al 1952. Cfr. Fanelli, Angelo, Dorothea Deschermeier, e Geminello Alvi. *On the road*. Pero (Milano), 24 Ore Cultura, 2011.

⁵⁸ Il riferimento è ai già citati progetti di Carlo Agular in Corso Moncalieri a Torino, di Giovanni Muzio per il Garage Barnabone a Lodi e di Giuseppe Pettazzi per la stazione Fiat Tagliero ad Asmara.

come varie sono le modalità di scrittura e punteggiatura con cui viene proposta. Ed è proprio dall'invenzione del logo che si avvia il processo di revisione della comunicazione: Mattei nel maggio del 1952 fa pubblicare su *Domus*⁵⁹ un concorso di idee focalizzato sulla campagna pubblicitaria dei due prodotti di punta di Agip, la benzina Supercortemaggiore e il metano Agipgas. L'oggetto del bando – due cartelloni stradali, due marchi e la colorazione di una colonnina di distribuzione di benzina – nasce dall'idea di dotare questi due prodotti di un simbolo immediatamente riconoscibile in ogni parte del mondo. Ma il *cane a sei zampe* di Luigi Broggin fa molto di più: scelto per lanciare solamente la nuova benzina, diventa il «fedele amico dell'uomo a quattro ruote»⁶⁰ e nell'anno successivo alla sua introduzione, Mattei lo estende a tutti i rami della compagnia come simbolo della neonata Eni, di cui lui stesso assume la presidenza.

«Quando Mattei mi fece vedere il cane io dissi: - “Perché il cane a sei zampe?” - “Proprio perché lei me lo chiede. Perché la gente si chiederà cosa vuol dire.”»⁶¹

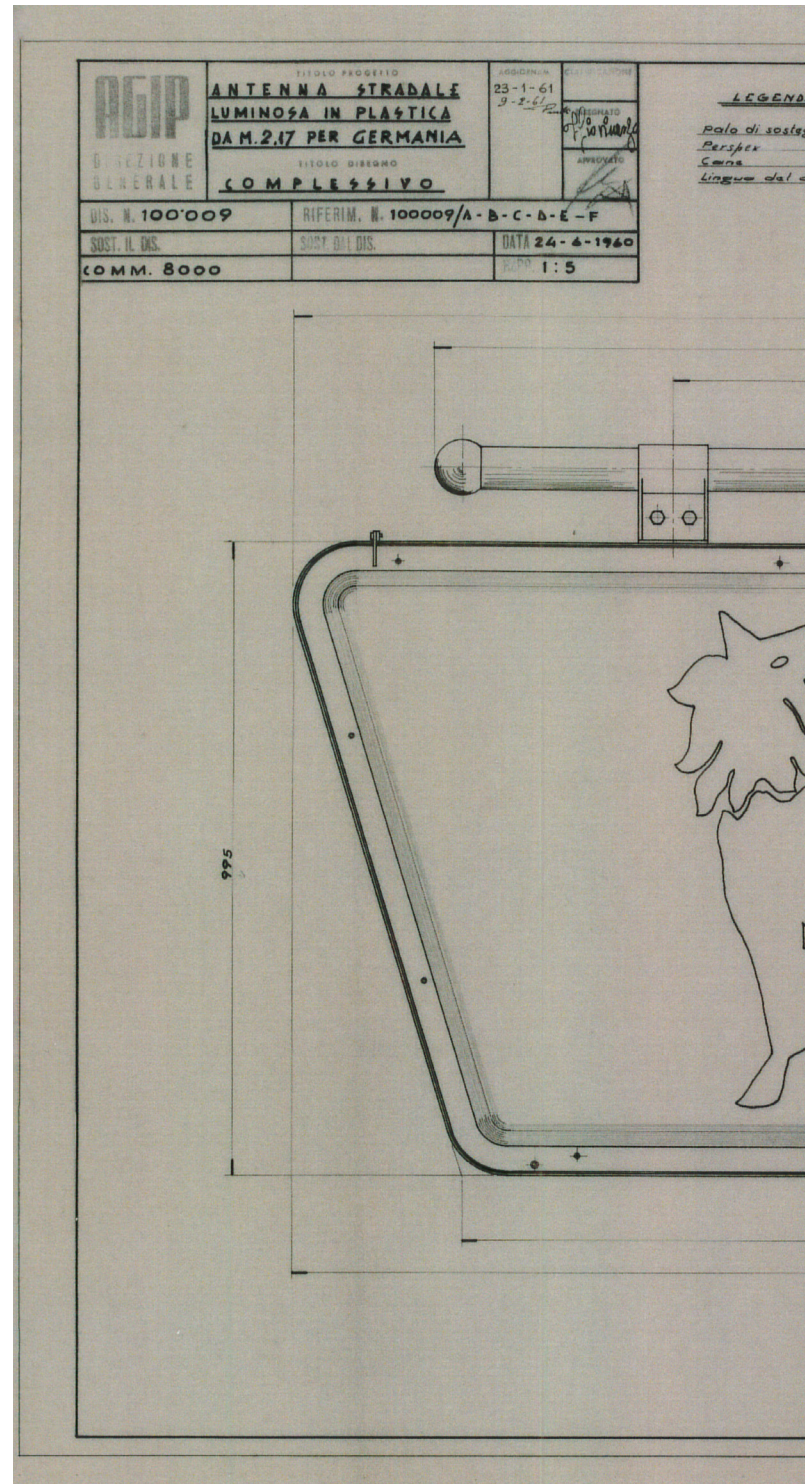
Il cane a sei zampe diventa un elemento distintivo, grazie al giallo⁶² che ne segnala la presenza anche a distanza, si moltiplica lungo le strade della Penisola e assume il compito di annunciare le nuove stazioni di servizio.

⁵⁹ «Supercortemaggiore la potente benzina italiana, Agipgas il gas liquido del sottosuolo italiano.» *Domus: architettura e arredamento dell'abitazione moderna in città e in campagna*, n. 270 (maggio 1952), 39-42.

⁶⁰ La citazione è tratta dal primo slogan pubblicitario ideato da Ettore Scola, allora all'ufficio pubblicità dell'Agipgas. Esso recitava: «Il cane a sei zampe fedele amico dell'uomo a quattro ruote» confermando l'ipotesi che le sei zampe del cane siano state calcolate come la somma degli pneumatici dell'auto e delle due gambe del suo conducente. L'espressione viene ripresa ne *Il Sorpasso* – per il quale Scola è stato uno degli sceneggiatori – quando Gassman ferma «per abbeverare i cavalli» nella stazione Agip sulla Via Aurelia. Risi, Dino. *Il sorpasso*. 108 min, B/N, Commedia, drammatico. INCEI Film, 1962.

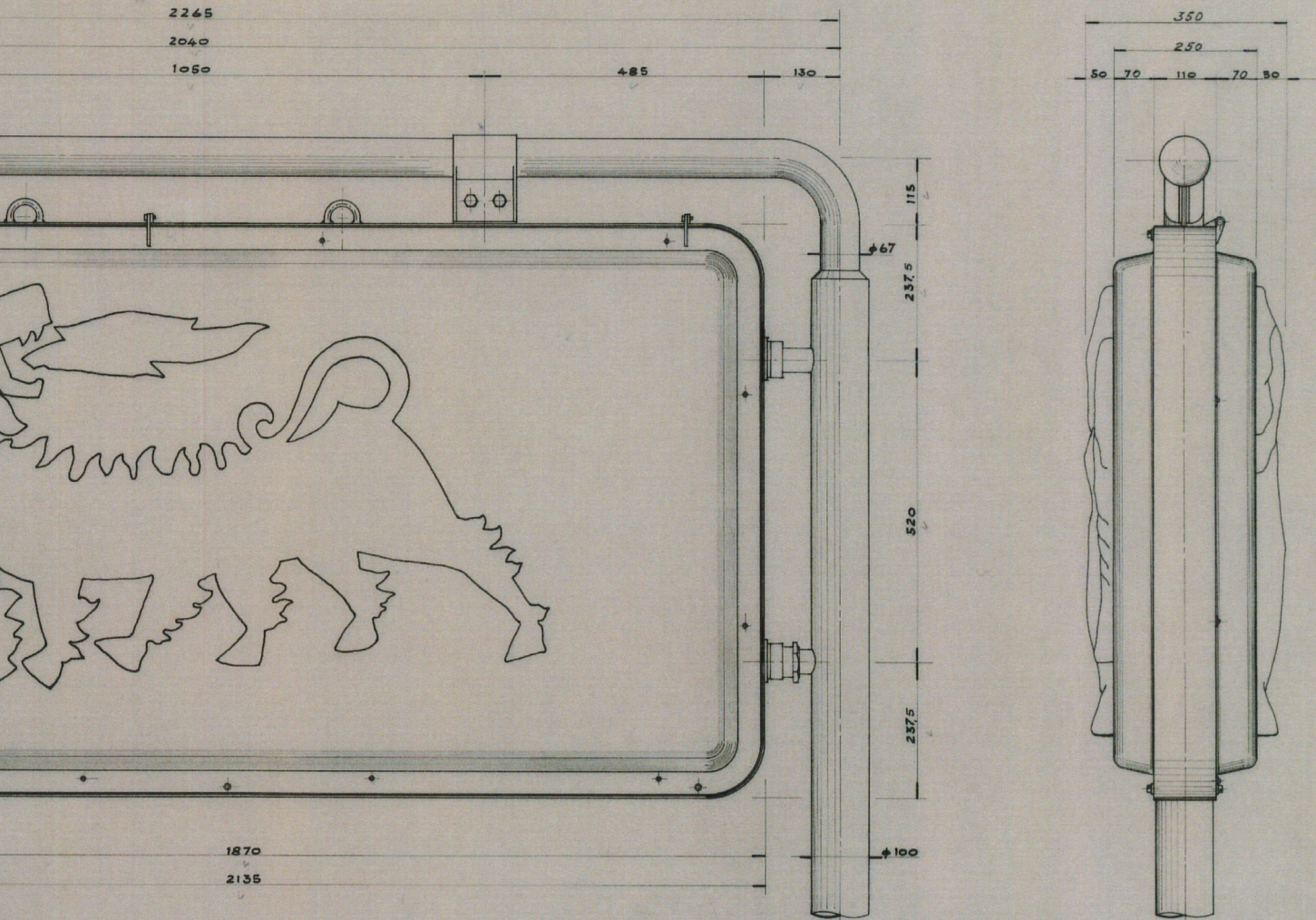
⁶¹ Landolfi, Anna. Intervista all'ingegnere Ennio Ghellini Sargentì, 6 febbraio 2014. Archivio Storico Eni, pag. 10.

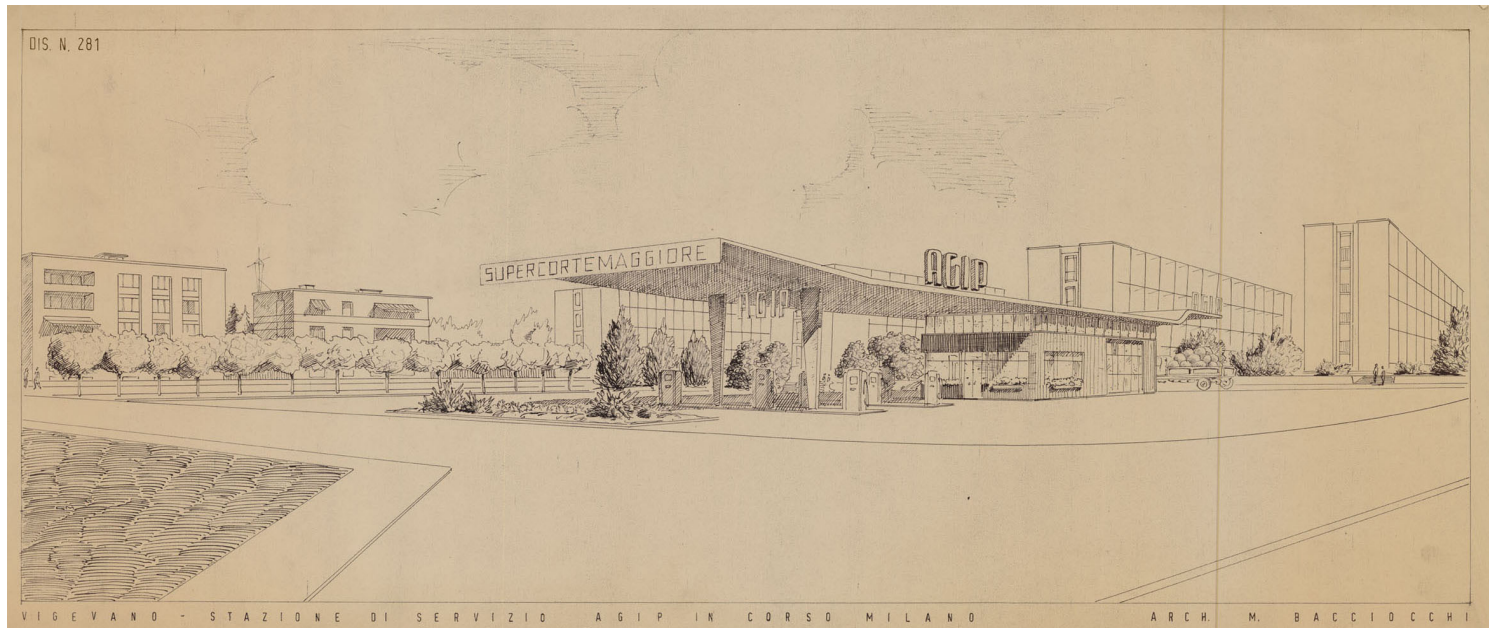
⁶² «Quello che rimase fisso, perché era direi proprio il pallino di Mattei, era il colore giallo, quel giallo particolare, tanto è vero che – particolare interessante – tutti noi dirigenti, che andavamo in giro sulla rete stradale, per motivi di lavoro, avevamo in tasca, eravamo obbligati da Mattei a tenere in tasca una targhetta di colore giallo che dovevamo andare con tutte le insegne, i cartelloni, ecc. per le vie per vedere se il giallo era corrispondente al giallo, che si chiamava giallo *Ati*. Tant'è vero che anche le ditte che facevano questa pubblicità, queste insegne pubblicitarie, avevano fatto una vernice apposta che era chiamata giallo *Ati* perché era un giallo che doveva distinguersi da tutti gli altri gialli, questo in particolare. Tutti gli altri emblemi, dell'Energol, dell'Agipgas, ecc., vennero successivamente, derivati sempre da questo cartello del cane a sei zampe e da questo giallo; il giallo doveva essere sempre uguale per tutti i prodotti.» da Gandolfi, Vincenzo, e Giuseppe Locorotondo. Intervista all'ing. Ennio Ghellini Sargentì, 28 marzo 1987. Archivio Storico Eni, pag. 11.



A COLORI

pannello e armatura target: Verniciatura colorata bianca Agip
 : Gialla Agip
 : Nera Agip
 : Rosso Agip





Contestualmente, infatti, gli investimenti sulla strategia pubblicitaria avevano condotto Mattei verso la ricerca e il perfezionamento di un progetto architettonico per gli impianti di distribuzione. Cercando di rinsaldare quell'incontro proficuo tra industria e intellettuali di stampo olivettiano, il Presidente affida la nuova linea di ricerca al piacentino Mario Bacciocchi⁶³ – l'«architetto del principe», come viene chiamato – a cui Mattei

Mario Bacciocchi. Vigevano - Stazione di servizio Agip in Corso Milano. Archivio privato Elena Bacciocchi e Italo Bottale.

⁶³ Nato a Fiorenzuola d'Arda nel 1902, si laurea al Politecnico di Milano e nella stessa città inizia nel 1927 la libera professione. Sfruttando molteplici opportunità progettuali offertegli dall'impresario Fonio, Bacciocchi svolge la prima fase della sua attività professionale a Salsomaggiore Terme, dove contribuisce segnatamente a migliorare l'immagine architettonica e urbanistica della città con l'apporto di idee e significative realizzazioni pratiche. Tra gli altri, i progetti per la Villa Barilla (1925, l'ampliamento del Grand Hôtel et de Milan (1926) e il complesso di Poggio Diana (1928). Gli anni Trenta sono caratterizzati da una fervente produzione, che lo porta a spostarsi tra Piacenza, Milano e Parma, dove lavora anche sui primi uffici e dei negozi Barilla. A Milano, dove sceglie di spostare il suo studio, insieme ai numerosi concorsi, si impegna nella progettazione di edifici alti, dedizione che gli costa la definizione di *Architetto dei grattacieli*. L'edificio più interessante di questo periodo, nonché quello che lo porta ad assumere una certa notorietà è la Torre Locatelli, un edificio di 17 piani in Piazza della Repubblica completato nel 1936. Il Dopoguerra si caratterizza per le commissioni internazionali: predispone in India il Piano regolatore della città di Gandhidham, importante esempio di pianificazione urbana studiata per una popolazione di un milione e mezzo di abitanti, e realizza negli Stati Uniti la Cittadella Sacra a Boston, un'opera promossa dalla Fondazione Don Orione e finanziata dagli italo-americani e dal Governo americano. In Italia, invece, contestualmente alla sua collaborazione con Eni e al progetto di numerose chiese, si occupa della costruzione dell'Ara Pacis Medea, un monumento in ricordo dei caduti di tutte le guerre vicino Gorizia e della sede per la Facoltà di Agraria dell'Università Cattolica del Sacro Cuore a Piacenza nel 1955, per cui è

si era legato, con un rapporto di fiducia e di amicizia, già per il disegno della nascente Metanopoli⁶⁴. Bacciocchi è chiamato a elaborare «un nuovo modello di stazione di servizio che fosse anche un po' rivoluzionario sotto l'aspetto architettonico»⁶⁵, un modello il cui messaggio doveva superare il prodotto che commercializzava e significare l'efficienza e il razionalismo che pervadevano la missione aziendale.

Il risultato è un repertorio di progetti che da una parte declinano sapientemente i tre elementi architettonici fondamentali della stazione di servizio – il chiosco, la pensilina, l'insegna pubblicitaria – dall'altra eleggono la tipizzazione come presupposto della loro forza espressiva.

«Il servizio tecnico centrale Agip di Roma aveva l'incarico di verificare che tutti i progetti che si andavano a realizzare, tutte le reclamizzazioni, tutti i preavvertitori, i ristoranti, i bar, i motel tutta quella che oggi si chiamerebbe «l'immagine Agip», corrispondesse sempre a quella sorta di «breviario interno» che era costituito da tutte le disposizioni al riguardo approvate dell'ingegner Mattei. Lui infatti aveva capito che per favorire il ricordo dell'automobilista [...] bisognava che tutta la catena avesse lo stesso tipo di impronta, che le isole di distribuzione fossero poste nella stessa sequenza, e altrettanto avvenisse per la disposizione dei locali interni alla stazione di servizio. Naturalmente erano standardizzate anche le fonti luminose, e i cartelli sugli impianti con i simboli dei servizi che il Cliente avrebbe trovato. All'automobilista bastava un'occhiata, senza bisogno di fare domande al personale, per trovare il servizio che interessava.»⁶⁶

In pochi mesi, quindi, il catalogo *Agip. Progetti tipo degli impianti stradali in Italia*⁶⁷ è definitivamente assunto dall'azienda come un abaco da cui

vincitore del concorso. Architetto dall'inafferrabile versatilità stilistica, abile pittore, caricaturista e poeta, muore a Milano nel 1974.

⁶⁴ Come riferisce Sante Tibaldi, direttore del Servizio Tecnico Snam, fu proprio Bacciocchi a coniarne il nome: «Lei presidente mi ha dato l'incarico di progettare un lotto di case, il motel per i camionisti e i laboratori. Ma mi ha accennato che dovrà sorgere una chiesa e che a completamento del nuovo centro andranno previste altre costruzioni e servizi. Sarà, quindi, necessario realizzare un viale che parta dalla via Emilia, ortogonalmente a essa e in fregio al centro industriale Snam e che all'altezza del luogo su cui sorgerà la chiesa venga costruita un'arteria perpendicolare al viale sulla quale andranno a collocarsi gli edifici che si renderanno necessari in futuro. E questa sarà la città del metano, sarà Metanopoli.» da Gandolfi, Vincenzo. Intervista con l'ingegner Sante Tibaldi, 17 maggio 1990. Archivio Storico Eni, pagg. 22-23.

⁶⁵ Gandolfi, Vincenzo, e Giuseppe Locorotondo. Intervista all'ing. Ennio Ghellini Sargenti... op. cit., pag. 2.

⁶⁶ Accorinti, Giuseppe. *Quando Mattei era l'impresa energetica. Io c'ero*. Hacca, 2008, pagg. 217-218.

⁶⁷ Bacciocchi, Mario. «Agip. Progetti tipo degli impianti stradali in Italia», primi anni '50. Busta 10 fascicolo 3. Archivio Storico Eni, Castelgandolfo.

attingere per conquistare il margine del nascente sistema infrastrutturale e con il quale rafforzare il patrimonio presente lungo la rete stradale esistente. Bacciocchi aveva messo a punto tredici prototipi: sette modelli più minuti – dalla semplice pensilina (I) al chiosco piccolo (II-III), medio (IV-V) e grande (VI-VII) – tre modelli di stazione di rifornimento (VIII-IX-X) più grandi e implementati dalla sala di vendita e sala bar e dai servizi igienici per i clienti e tre modelli di stazione di servizio, completi di ingressi carrai per le sale lavaggio e ingrassaggio e officine.

Come ha fatto notare Laura Greco⁶⁸, queste soluzioni, incrementalmente nella loro dimensione, come anche nella ricchezza dei servizi offerti e nell'articolazione delle configurazioni, sono organizzate tutte su un duplice registro espressivo e costruttivo: sovrappongono alla solidità del padiglione il segno fluido della pensilina, destinata a diventare il vero segno distintivo dell'impianto.

Ogni modello, è costituito da un volume semplice e compatto in muratura a pianta rettangolare in cui si dispongono verso la strada i locali del gestore, per cui si privilegia un rapporto diretto con l'esterno e, nelle varianti più grandi, gli eventuali servizi alle automobili e agli automobilisti. Il prospetto principale viene bucato da aperture allungate e ordinate che «[...] permettono un'ottima visibilità dall'interno, permettono ampia disponibilità di superficie utilizzabile a mostra e nel medesimo tempo conferiscono alla stazione caratteristiche pregevoli di linea ed eleganza»⁶⁹. Come elegante è la scelta – nei chioschi – di piegare e far girare sui lati della cabina l'unica grande vetrata «[...] che costituisce i tre quarti delle pareti dello stesso box»⁷⁰ assecondando l'angolo smussato della muratura che la sostiene. Il sistema di infissi è completato, poi, solo nei modelli di stazione di servizio, da un sistema di serramenti a nastro che costituiscono il coronamento dell'edificio e forniscono luce naturale e diffusa alle sale di lavaggio e ingrassaggio collocate nella parte dell'edificio che viene negata alla strada.

Anche con la più elementare delle soluzioni, attraverso una ragionata configurazione degli elementi, Bacciocchi tenta di trasferire in modo capillare in tutti i territori della penisola, una modernità domestica, in

Esplso prospettico. Elaborazione grafica della tavola XIII del catalogo *Agip. Progetti tipo degli impianti stradali in Italia* di Mario Bacciocchi.

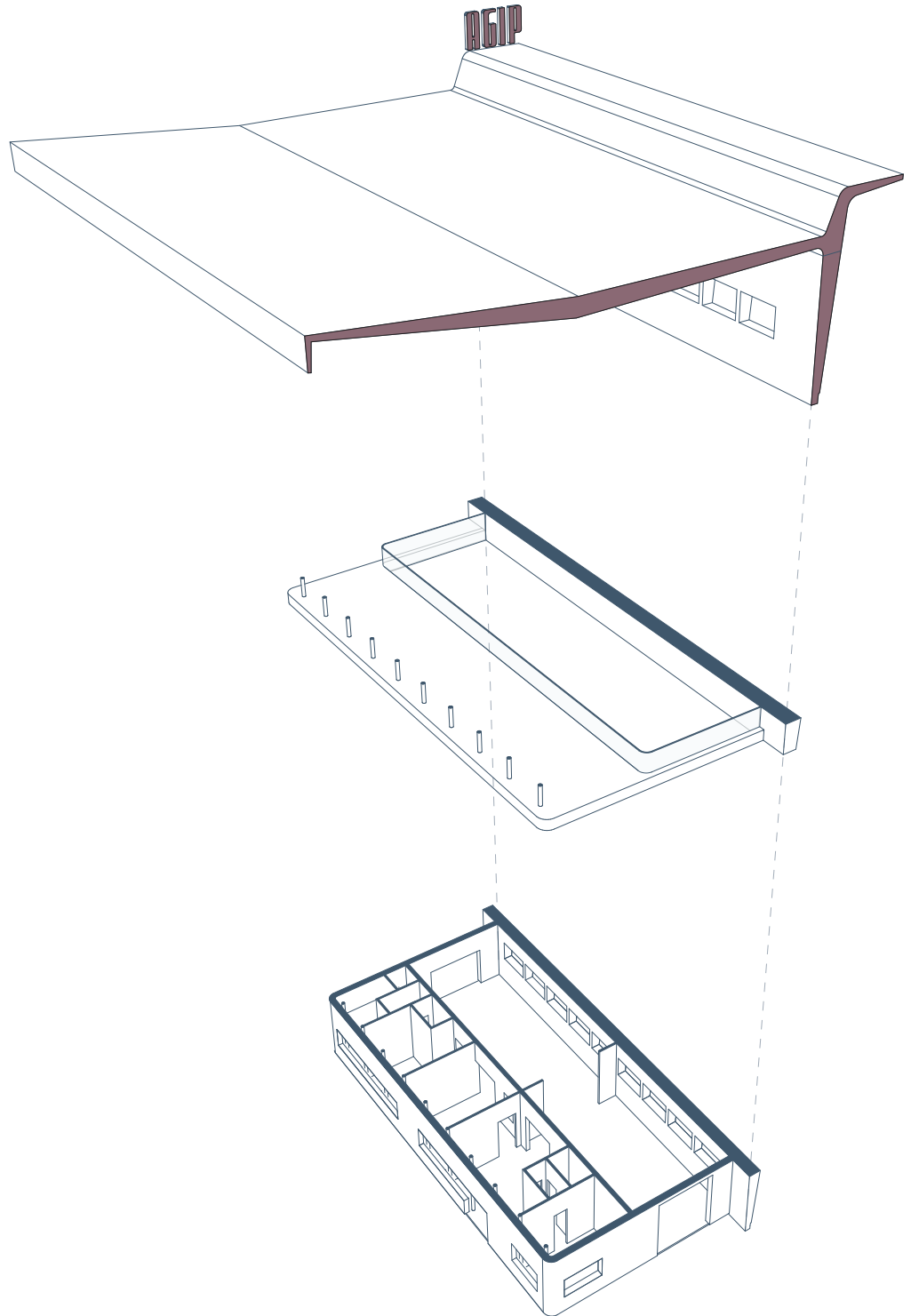
alle pagine successive:

Piante. Sezioni. Assonometrie. Elaborazioni grafiche del catalogo *Agip. Progetti tipo degli impianti stradali in Italia* di Mario Bacciocchi.

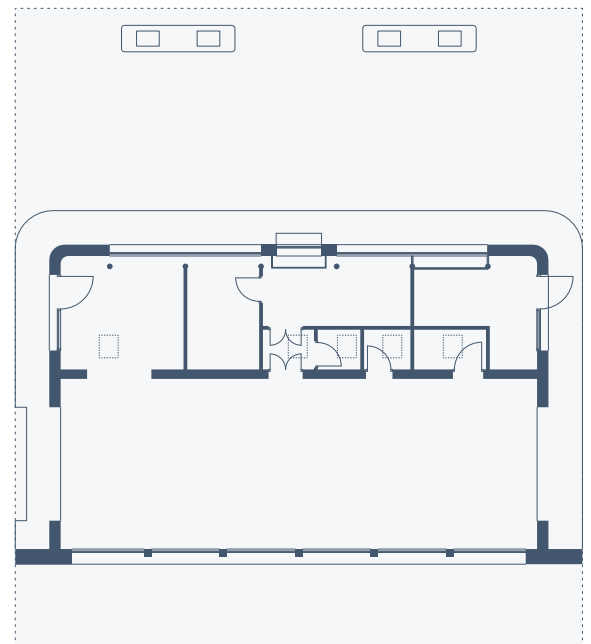
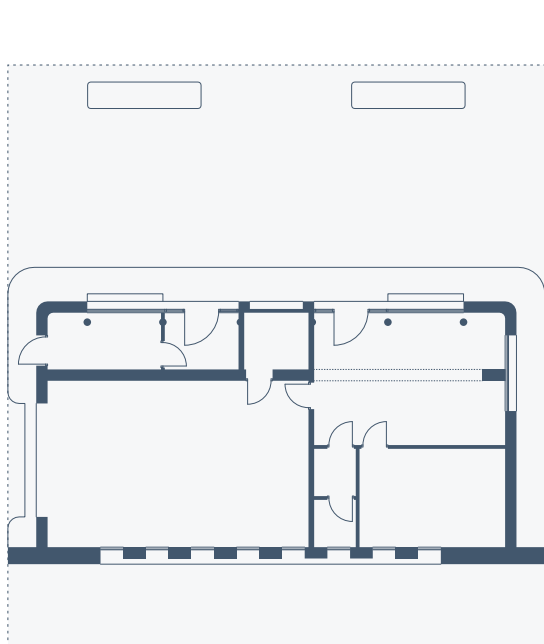
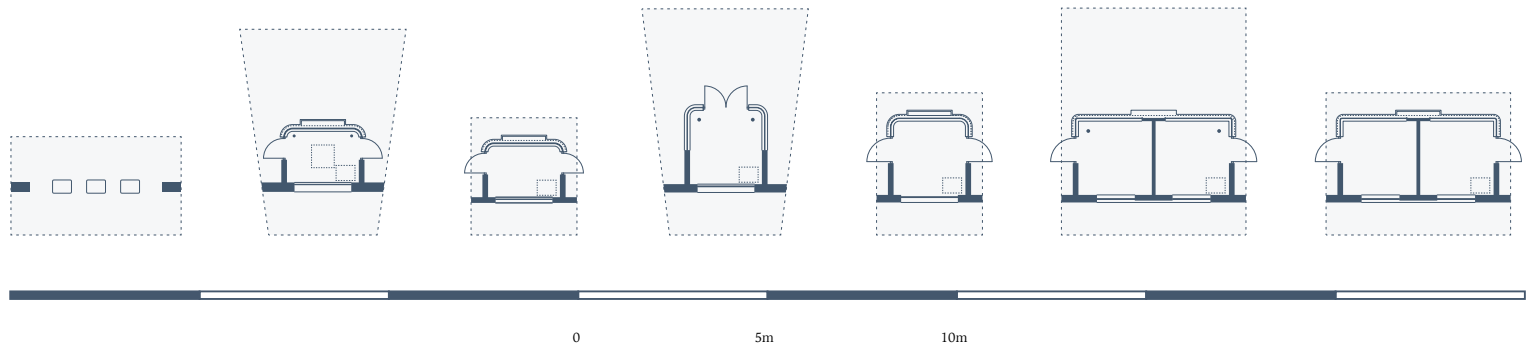
⁶⁸ Cfr. Greco, Laura. *Architetture autostradali in Italia...* op. cit., pag. 146.

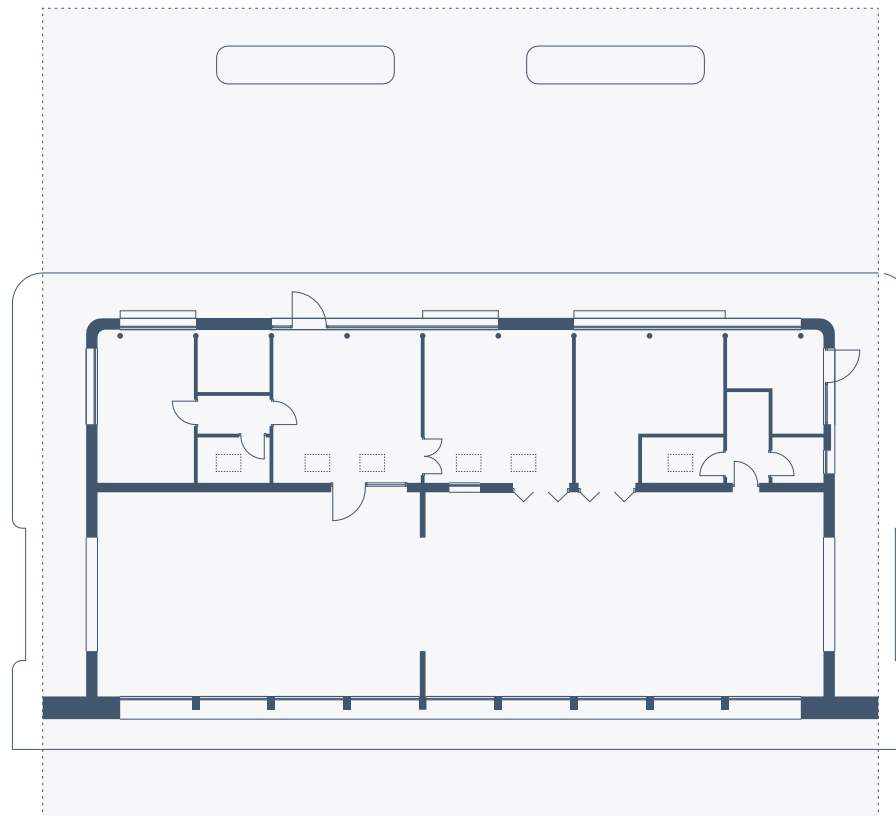
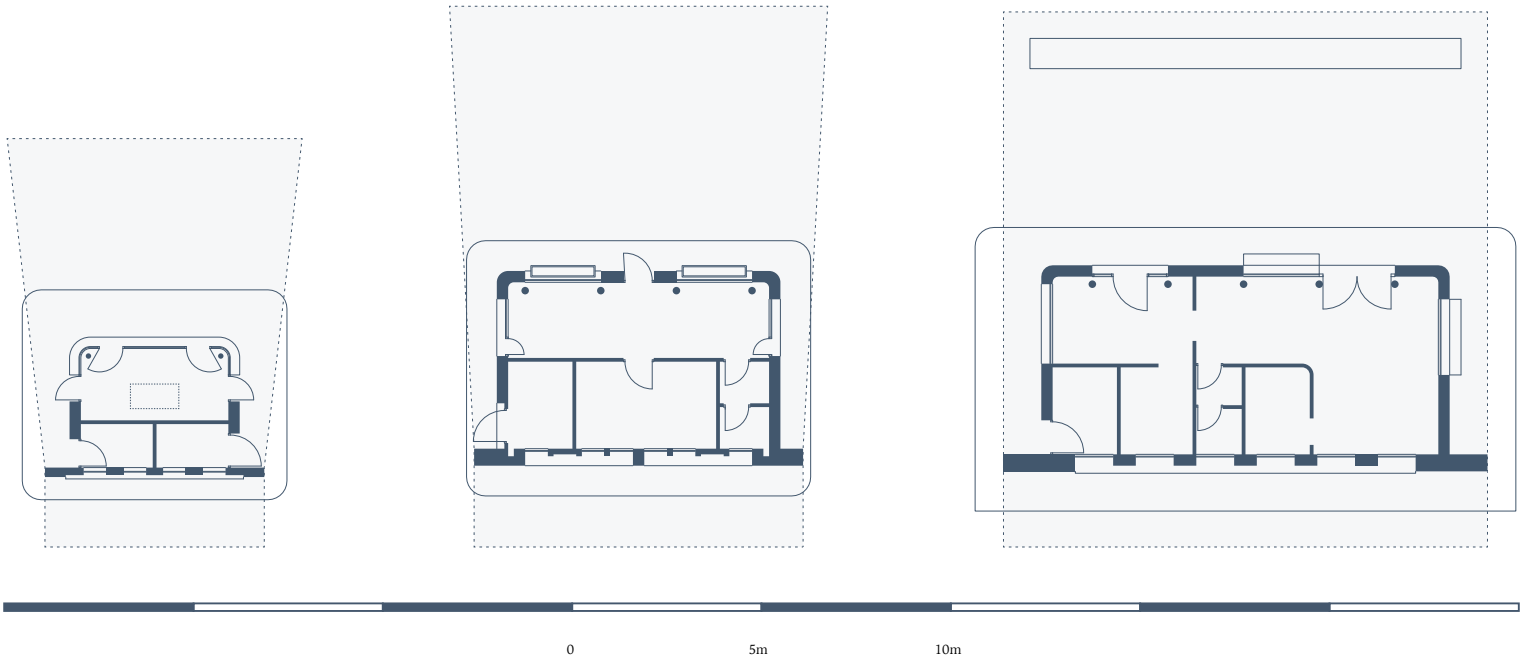
⁶⁹ Descrizione Progetto VIII, stazione di rifornimento piccola. Bacciocchi, Mario. «*Agip. Progetti tipo...*» op. cit.

⁷⁰ Descrizione Progetto II, chiosco piccolo. *Ibidem*.

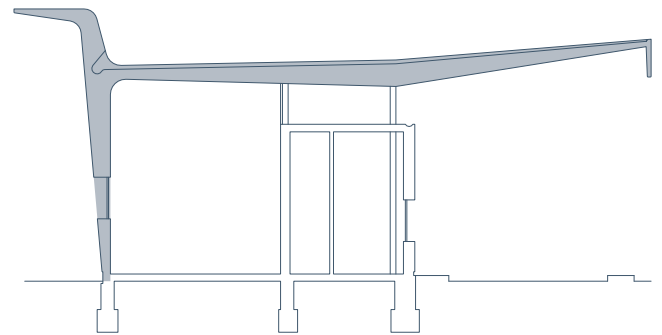
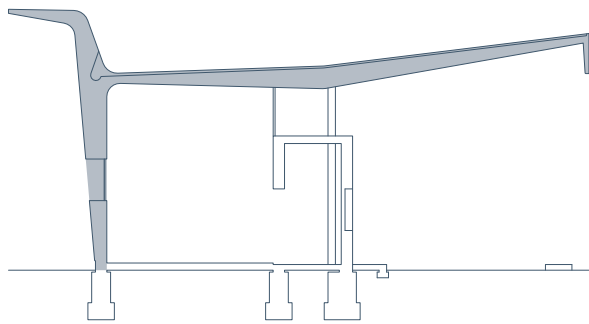
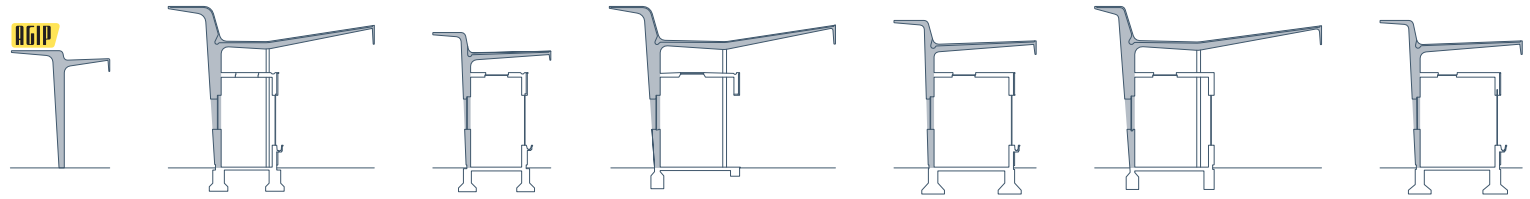


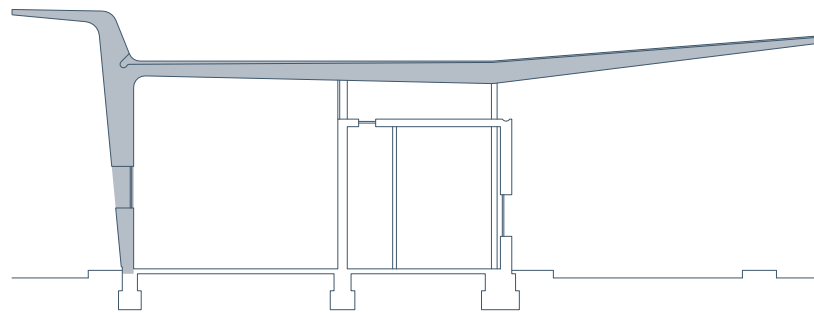
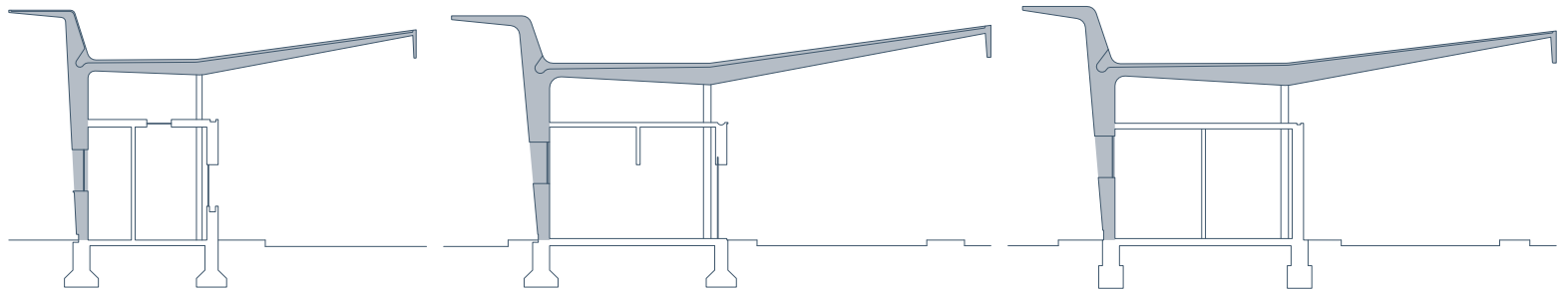
2.2. ARCHITETTURA PER LA DISTRIBUZIONE

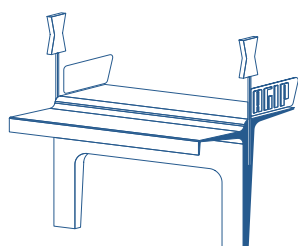




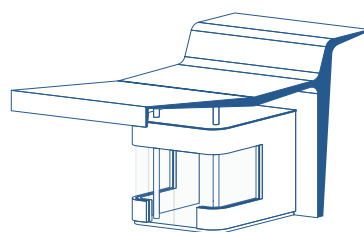
2.2. ARCHITETTURA PER LA DISTRIBUZIONE



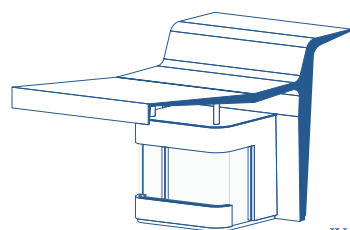




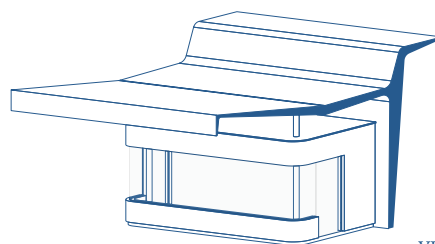
I



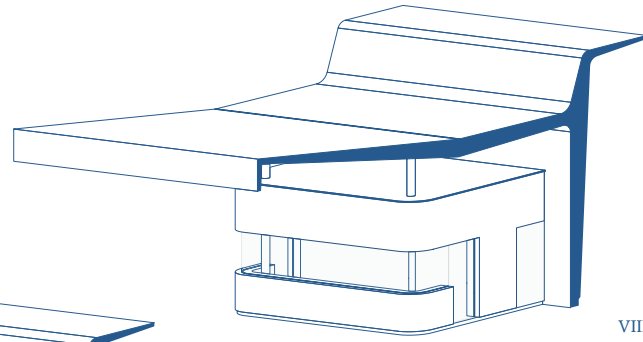
II



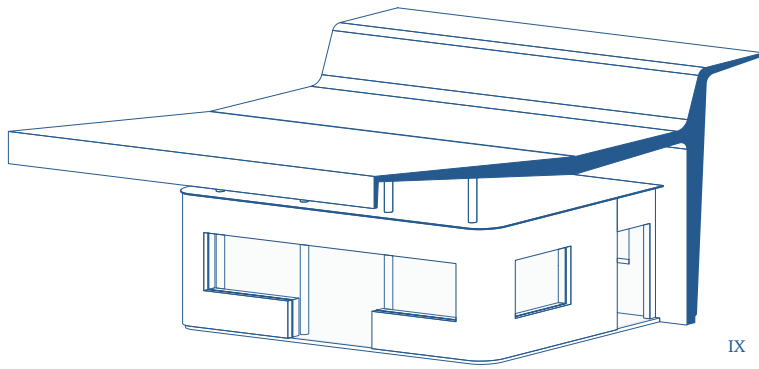
IV



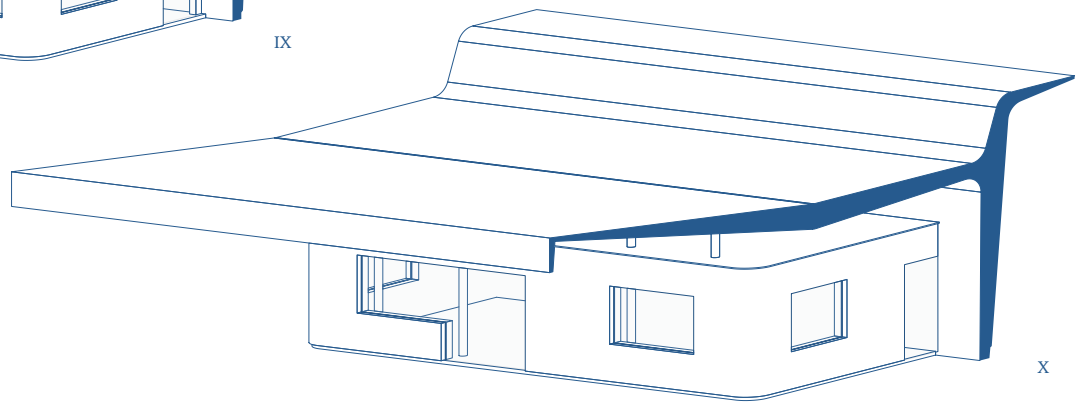
VI



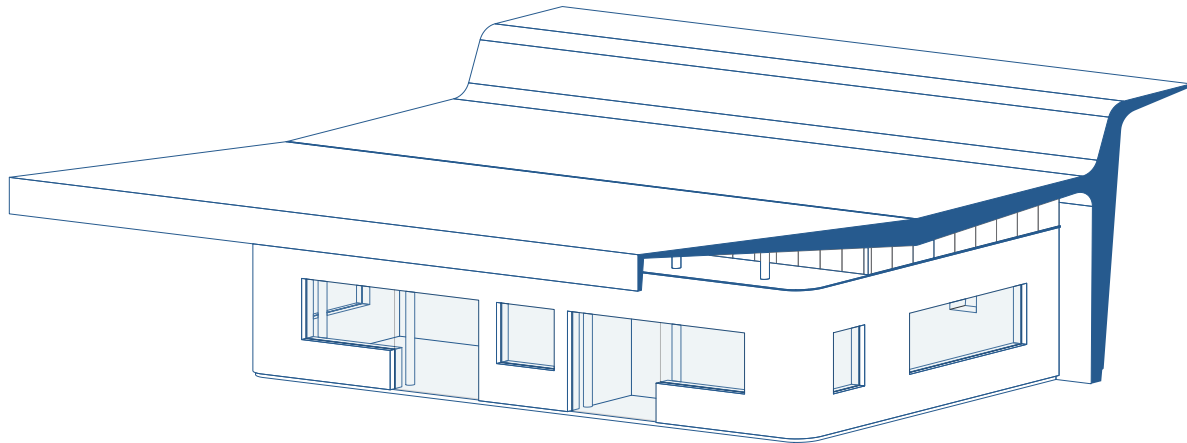
VIII



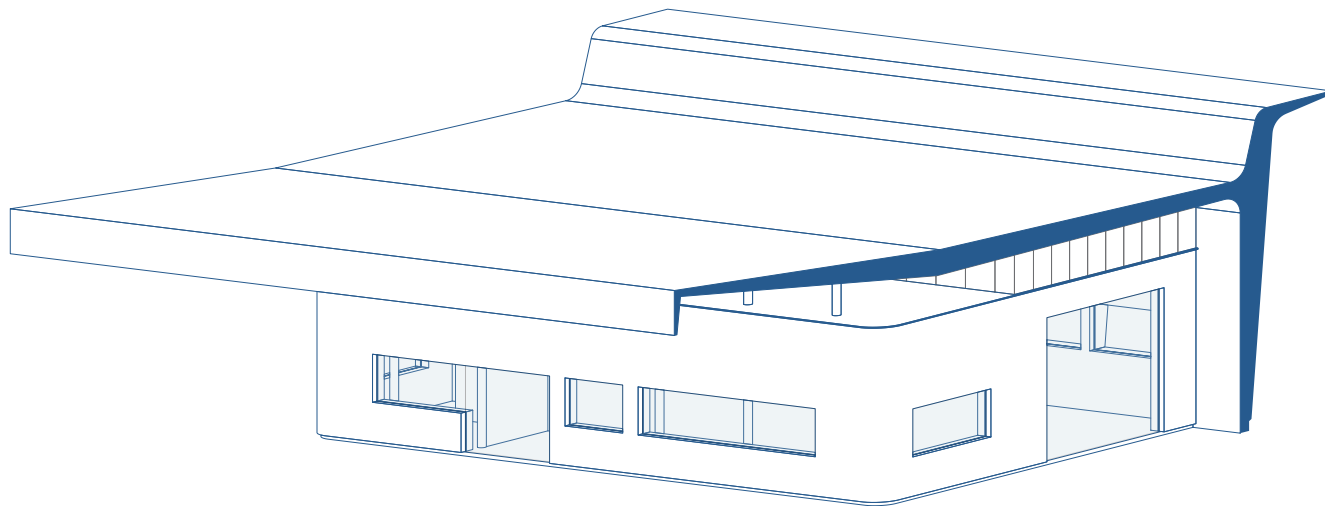
IX



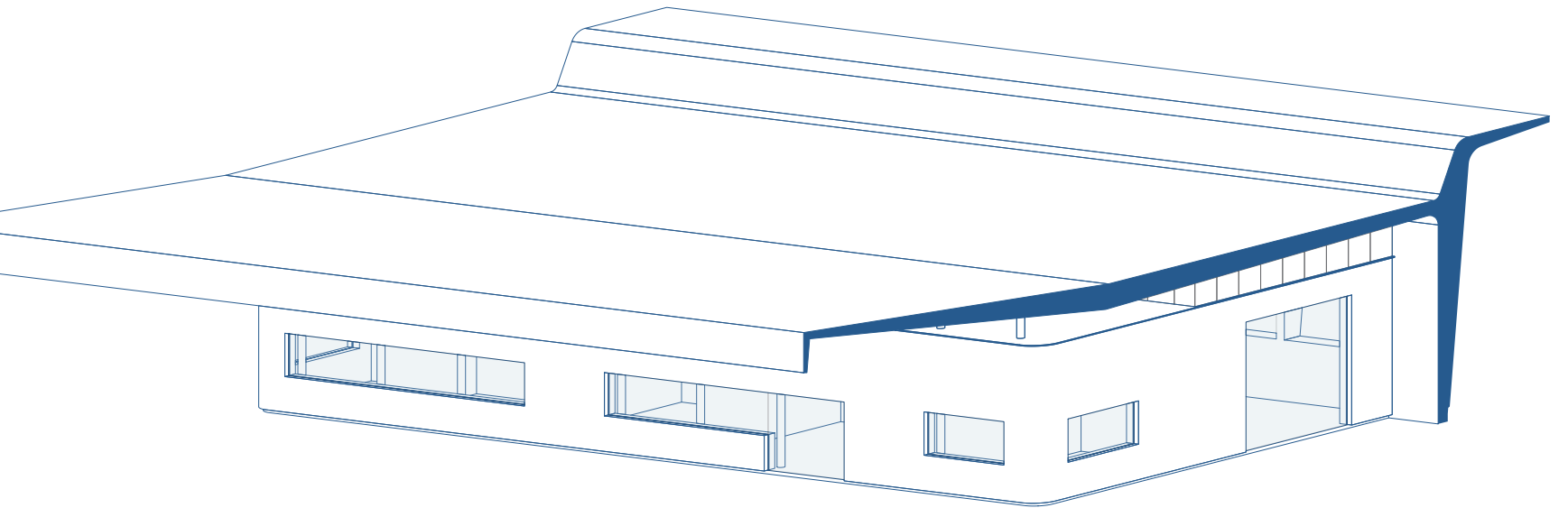
X



XI



XII



cui la classe media italiana ha la possibilità di riconoscersi. Egli sceglie di smorzare il contesto moderno in cui queste architetture sono collocate, con la consuetudine, tutelando un registro espressivo legato alla tradizione. Per fare questo introduce – dandone risalto anche nei disegni tecnici – stipiti bianchi e fioriere alle finestre ottenendo, così, un netto contrasto con l’evanescenza delle grandi trasparenze.

«L’architetto deve vedere avanti, il cammino della civiltà, della scienza, ma non deve lasciarsi prendere la mano dalle innovazioni e creare degli ambienti in cui il cerebralismo moderno è spinto al massimo, gli uomini sono pur sempre dei romantici e la loro dimora deve essere romantica.»⁷¹

Bacciocchi sembra trattare il disegno di questi padiglioni con la stessa dignità e attenzione imposte ai progetti per la residenza. Lo testimonia, il rigore con il quale si occupa dei dettagli del rivestimento in litoceramica avana chiaro, che come racconta l’ing. Ennio Ghellini⁷², è il risultato di numerosi tentativi operati in collaborazione con la ditta bergamasca Piccinelli, che per prima riesce a realizzare *ad hoc* una piastrella crenata in *klinker* la cui lavorazione e produzione era stata sino ad allora appannaggio esclusivo dei Paesi del Nord Europa.

Ma la modernità che Bacciocchi aveva scelto di accogliere si dispiega soprattutto nel gesto fluido con cui disegna la pensilina in calcestruzzo armato. Essa, che rappresenta il modulo base di tutte le soluzioni proposte nasce dal retro dell’edificio, di cui definisce la facciata posteriore rastremata verso il basso e si estende in altezza piegandosi, poi, in due coperture poste a differenti quote che ne definiscono così il profilo a doppia ala d’aeroplano. Inconfondibile nella sua figura aggettante, la *Bacciocca* – come veniva definita – è sostenuta da una complessa nervatura in acciaio che slega totalmente la sua struttura da quella del padiglione, confermandone la loro reciproca estraneità. Lo sbalzo principale verso la strada, che sporge maggiormente rispetto a quello posteriore, utilizza la parete verticale come contrappeso e nei modelli in cui esso si proietta in avanti verso le colonnine di distribuzione, viene sorretto da esili pilastri in acciaio che a loro volta invadono l’edificio sottostante, sovrapponendosi in pianta e in alzato.

⁷¹ La citazione è tratta dalla trascrizione della conferenza “Modernità nell’architettura di Mario Bacciocchi” di cui sono sconosciuti relatore, data e località. Rimangono solo delle audiocassette. Cfr. Bottale, Italo, e Luca Bottale, a c. di. *Arch. Mario Bacciocchi. Un architetto del Novecento*. s.l., s.d.

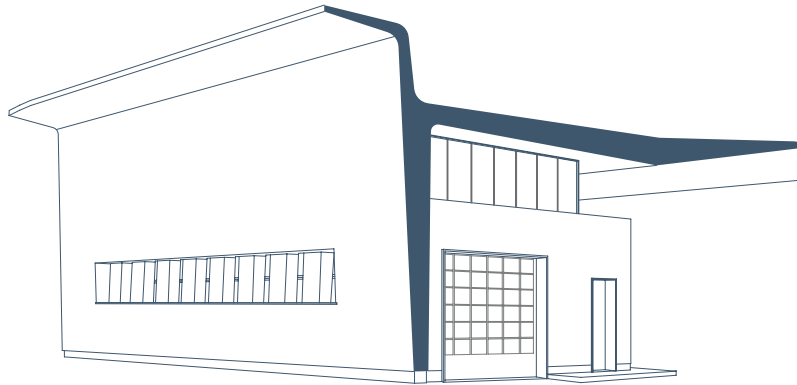
⁷² Cfr. Intervista con l’ing. Ennio Ghellini Sargenti in appendice.



Mario Baccocchi. Stazione di servizio Agip a Barletta. Archivio Storico Eni.

Mario Baccocchi. Stazione di servizio Agip a Pizzo Calabro. Fotografia di Federico Patellani. Archivio Storico Eni.

Mario Baccocchi. Stazione di servizio Agip a Cortemaggiore. Anni '50.

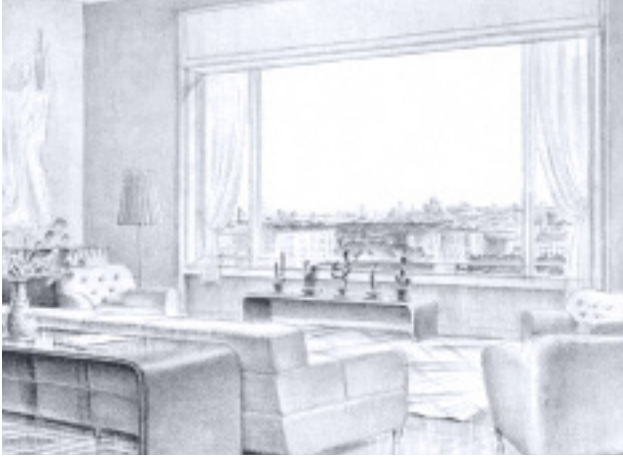


La linea fluida della pensilina è la firma di Bacciocchi, il quale la utilizza anche in altri momenti con l'intento di trasmettere uno spirito di modernità. Come nella tribuna dell'impianto sportivo a Metanopoli, dove assume dimensioni ciclopiche, essa è l'elemento architettonico decisivo, leggera e dinamica, quasi sospesa nello spazio. Pare essere stata disegnata da un unico tratto e resa concreta, nel suo esiguo spessore dalla finitura in graniglia di marmo che ne conferma la natura scultorea. Per non rischiare di compromettere la plasticità della sua immagine Bacciocchi ne arrotonda gli spigoli più bruschi, definendo con questo particolare⁷³ l'unico punto di contatto con il padiglione.

La Bacciocca ospita poi anche l'insegna pubblicitaria, superando definitivamente il suo valore funzionale di protezione e copertura dell'impianto, per conquistare un ruolo distintivo e promozionale. Diventa cioè un'oggettualità parlante, rimanendo a lungo nell'immaginario dell'automobilista come il simbolo più evidente del servizio che ospita.

⁷³ L'angolo smussato, oltre a ripetersi così nella pensilina, come nella pianta dell'edificio che copre, è un artificio utilizzato spesso da Bacciocchi nei suoi disegni anche a scale diverse. Sia nella più minuta proposta per la scrivania del Liceo Melchiorre Gioia a Piacenza, come anche nella grande apertura panoramica che connota il prospetto del condominio in Via Manin e nelle terrazze del palazzo sul Foro Buonaparte, lavori milanesi conclusi entrambi nel 1937. Si veda «Case in condominio». *Domus: architettura e arredamento dell'abitazione moderna in città e in campagna*, n. 115 (luglio 1937), pagg. 50-51, 57. e anche «Costruzioni». *Domus: architettura e arredamento dell'abitazione moderna in città e in campagna*, n. 118 (ottobre 1937), pagg. 52-53.

La curva diventa anche un espediente per risolvere in modo strategico i progetti di stazioni urbane da collocare nelle intersezioni fra più strade. Come a Piazzale Accursio, a Milano, dove la rotondità della testata svuotata dei suoi volumi e il poderoso sbalzo della pensilina che l'asseconda, occupano l'angolo acuto del lotto, dominando l'edificio e sfruttando sapientemente la grande visibilità offerta da un incrocio cittadino.



alla pagina precedente:

Prospettiva. Elaborazione grafica del modello XIII del catalogo *Agip. Progetti tipo degli impianti stradali in Italia* di Mario Bacciocchi.

Mario Bacciocchi. Veduta di un salotto della Torre Locatelli a Milano in Piazza Repubblica. Archivio privato Elena Bacciocchi e Italo Bontale.

Mario Bacciocchi. Casa in Condominio a Milano - Foro Buonaparte, 1937. Immagine da *Domus XV* (ottobre 1937).



Sebbene si sia trattato di una standardizzazione scevra di un vero e proprio processo industriale, i modelli di Bacciocchi, essenziali e funzionali, sono stati riprodotti in centinaia di siti, adottati nelle loro configurazioni più semplici, così come in quelle più complesse. Come dichiarato dallo stesso progettista nella stessa prefazione del catalogo:

«la varietà dei progetti previsti permette di trovare sempre una soluzione che armonizzi con l'ambiente circostante, senza turbarne le caratteristiche salienti. È questo un aspetto che non va trascurato, perché troppo frequentemente avviene che una malintesa valutazione delle esigenze del progresso prevalga sulla necessità di conservare le bellezze paesistiche e l'estetica cittadina.»⁷⁴

Non deve apparire come una stranezza, né tantomeno come una licenza artistica, la scelta di accompagnare la collezione dei disegni tecnici con prospettive ad acquerello che ritraggono sullo sfondo delle soluzioni proposte ora un paesaggio montano, ora uno costiero, ora i profili di un borgo antico. Collocando i suoi prototipi nella fissità di un'atmosfera da cartolina, naïf, leggera e immobile, sembra quasi voler rinnegare la potenza del suo disegno in virtù di un'adeguatezza che ha dichiarato molte volte di voler perseguire.

«Io continuo a far la critica, alle mie cose, le osservo, le giudico perché secondo me l'architetto non deve risaltare, non deve dire questo lo ho fatto io – e fare in modo che lo si noti – anzi, deve il più possibile inserirsi nel Padre Eterno, nella natura, quasi nascondersi nel paesaggio, nell'ambiente. Quando poi deve operare in città

⁷⁴ Bacciocchi, Mario. Prefazione catalogo «Agip. Progetti tipo...» op. cit.

ducali come Piacenza, Parma, Modena, allora il suo tatto deve essere ancora più sottile, penetrante; deve sapersi incastrare dentro. La gente, quasi, non dovrebbe nemmeno accorgersene.»⁷⁵

E ancora:

«L'architettura quando deve inserirsi in altre opere che creano un ambiente, non deve saltar fuori, ma deve starsene quieta al proprio posto e deve essere modesta, non deve gridare: "Guardatemi! Sono qui!" No. L'architettura concepita anche nel modo più ardito e razionalistico non deve cantare più forte delle altre. L'architetto non deve peccare di superbia, ma deve sommessamente allinearsi con saggezza.»⁷⁶

Quindi, in questo caso, appellarsi alla sua saggezza di architetto non significa rapportarsi all'eterogeneità di contesti concreti e misurabili, bensì, facendo riferimento all'accezione di *paesaggio sensibile* così come la definisce Biasutti⁷⁷, adempiere al ruolo di intermediario tra la poetica della quantità, esperita nella definizione degli standard e la varietà di atmosfere con cui si materializza il paesaggio italiano.

«Deve essere un lavoro di autocontrollo, di autocoscienza, una specie di dare e avere fra l'opera che si crea e la propria coscienza.»⁷⁸

L'elaborazione di cinquantaquattro modelli diversi di cui si legge tra le fonti⁷⁹, quindi, non sconfessa affatto l'idea di tipizzazione: ai prototipi iniziali si aggiungono i *tipi speciali*, elaborati come risposta a particolari esigenze che le condizioni del sito via via dettavano. Si fa riferimento, ad esempio, al cosiddetto *tipo montano*, utilizzato ad Aosta, Dobbiaco o al

⁷⁵ Bottale, Italo, e Luca Bottale, a c. di. *Arch. Mario Bacciocchi...* op. cit.

⁷⁶ *Ibidem.*

⁷⁷ «Vi è il paesaggio sensibile o visivo, costituito da ciò che l'occhio può abbracciare in un giro di orizzonte o, se si vuole, percettibile con tutti i sensi; un paesaggio che può essere riprodotto da una fotografia (meglio se a colori) o dal quadro di un pittore, o dalla descrizione, breve o minuta, di uno scrittore.» da contrapporre a «quello che è stato chiamato il paesaggio geografico ed è una sintesi astratta di quelli visibili, in quanto tende a rilevare da essi gli elementi o caratteri che presentano le più frequenti ripetizioni sopra uno spazio più o meno grande, superiore, in ogni caso, a quello compreso da un solo orizzonte.» da Biasutti, Renato. *Il paesaggio terrestre*. Torino: Unione tipografica editrice torinese, 1947, pagg. 1-3.

⁷⁸ Bottale, Italo, e Luca Bottale, a c. di. *Arch. Mario Bacciocchi...* op. cit.

⁷⁹ Si tratta di un numero che torna più volte nei racconti di Giuseppe Accorinti e di Ennio Ghellini, ma non si hanno fonti dirette che confermino o smentiscano questa quantità. Si può provare ad ipotizzare che il riferimento sia, nello specifico, alla seconda raccolta di progetti che a noi è giunta lacunosa e priva di una definizione generale. Si veda Accorinti, Giuseppe. «Ma Enrico Mattei avrebbe meritato anche una laurea H.C. in Architettura?». Appunti del convegno EniWAY. Architettura, arte e città tenutosi a Università Iuav di Venezia nel 2014.

Stazione di servizio Agip a Castel di Sangro, 1959. Fotografia di Federico Patellani. Archivio storico Eni.





Mario Bacciocchi. Stazione di servizio Agip ad Aosta. Archivio storico Eni.
 Stazione di servizio Agip in città. Fotografia di Aldo Ballo. Archivio storico Eni.

Brennero, in cui l'utilizzo di elementi costruttivi propri dell'architettura alpina, come il tetto a falde o il rivestimento in legno e pietra, determinano un addomesticamento delle linee fluide ostentate nei modelli ufficiali. Come osserva la Deschermeier⁸⁰, si tratta in fondo della stessa duttilità operativa applicata a Metanopoli, dove Bacciocchi stesso risolve, impiegando differenti registri linguistici e formali, edifici come la chiesa di Santa Barbara, l'impianto sportivo e l'Albergo per Camionisti, che – letteralmente – si interfacciano senza che la loro modernità soccomba in timore reverenziale.

«La modernità non è solo un cumulo d'acciaio portato dal Nord America e impiantato in mezzo ad una Piazza di una città italiana. Modernità non è solamente del cemento armato elevato ad altezze inverosimili. Modernità è soprattutto utilizzare razionalmente intelligentemente, con calore, con amore, tutti quegli elementi che il suolo stesso, il luogo dove si deve edificare offre all'architetto e gli da facoltà di sbizzarrire la sua fantasia.»⁸¹

Tra le risorse d'archivio e gli edifici ancora esistenti, si trovano, poi, i modelli per le piazze, in cui l'impianto si specchia trovando due fronti principali con i relativi impianti di erogazione, i modelli ad angolo, con la sistemazione all'esterno di un'area destinata al «parco tavolini»⁸² e quelli a due piani che ospitavano l'alloggio del gestore. Dalla lettura accurata di questi documenti, è emerso anche il consistente tentativo, da parte dell'azienda di collezionare e sistematizzare queste eccezioni. Sembra, infatti, che sulla base dei prototipi di Bacciocchi, le squadre di ingegneri e disegnatori del Servizio Tecnico Agip, abbiano confezionato, sotto la sua stessa supervisione⁸³, un altro catalogo che completa quello ufficiale, imitandone anche le modalità di rappresentazione.

Questa raccolta ordinata di tutte le declinazioni possibili di chioschi, stazioni di rifornimento e di servizio, dà vita a un'ulteriore considerazione sul sistema Agip. La minuziosa cura adottata per ogni singolo dettaglio architettonico e costruttivo di progetti fa capo a un meccanismo coerente di organizzazione e gestione che assume il pieno controllo dell'aspetto

⁸⁰ Cfr. Deschermeier, Dorothea. *Impero ENI...* op. cit., pag. 155.

⁸¹ Bottale, Italo, e Luca Bottale, a c. di. *Arch. Mario Bacciocchi...* op. cit.

⁸² Tav. S7d. pianta e sezione stazione di servizio tipo piccolo ad angolo – destra, disegno num. 02920. Archivio Storico Eni.

⁸³ «Costruimmo così la rete. Sottoponevamo a Bacciocchi a Milano i progetti che facevamo a Roma, perché lui a Milano aveva pochi dipendenti.» da Landolfi, Anna. Intervista all'ingegnere Ennio Ghellini Sargenti... op. cit., pag. 5.

compositivo di questa rete capillare, senza che vi sia nemmeno la necessità di ragionare in senso planimetrico, ma riuscendo a misurare l'applicazione dei modelli solo secondo valutazioni basate su principi strettamente economici⁸⁴.

Una questione sul metodo, che torna a porre la riflessione sulla natura estranea del territorio dell'infrastruttura, che sembra essere assunto sempre come una *tabula rasa*.

«Solo quando l'architetto deve realizzare opere isolate fuori dal concerto antico può liberarsi le sue ali della fantasia e concepire liberamente formule modernissime ideali di armonie nuove e di ritmi inusitati.»⁸⁵

Queste parole, pronunciate in un intervento di cui non si conosce la circostanza, ricollegano Baccocchi alla generazione a cui appartiene: in un momento di passaggio e indecisione tra gli *-ismi* politici e architettonici, egli sembra rifiutare ogni etichetta, volendo annodare invece il suo lavoro a una coscienza sì affezionata alla memoria che sembra però accorgersi e accettare senza compromessi l'avvento della modernità.

Il paradigma di modernità, diventa velocemente la chiave del successo di Agip, che riesce a imporre la sua presenza dentro e fuori⁸⁶ i confini nazionali.

⁸⁴ «Dunque, le filiali avevano il compito di trovare i siti, contattare i comuni per i suoli comunali, contattare i privati per i suoli privati che dovevano essere acquistati. E noi, o si andava direttamente, o si mandava un funzionario esperto. Si mandava a controllare se quanto affermato dalla filiale risultava sul posto, cioè studiare le correnti di traffico, che tipo di traffico, se pesante o leggero. Con il beneplacito del funzionario che aveva fatto la visita iniziavano le trattative o per l'acquisto del terreno o per la richiesta di concessione ai comuni. Naturalmente andando sul posto si giudicava l'entità della stazione da fare: se occorreva un piccolo piazzale o un grande piazzale per ospitare gli autotreni col rimorchio, di che cosa avesse bisogno l'autotreno, le grosse quantità di acqua per il raffreddamento o per le pulizie, telefono per gli autisti, assistenza agli autisti quindi possibilmente i servizi igienici sempre e dove possibile il bar. Infatti nelle varie pubblicazioni abbiamo la consistenza di tutte le stazioni, alberghi, bar e ristoranti. [...] Mah, come modello, lo standard era sempre lo stesso. Era la località che ci impegnava a controllare se la versione della filiale che aveva fatto la proposta andava bene. Si andava sul posto a controllare l'intensità di traffico stagionale e non stagionale. Se si dava il via si dava il via poi, ma o andavo io come responsabile d'ufficio o uno dei miei.» da Landolfi, Anna. Intervista al ragioniere Sestilio D'Angelo, 12 febbraio 2014. Archivio Storico Eni, pag. 5.

⁸⁵ Bottale, Italo, e Luca Bottale, a c. di. *Arch. Mario Baccocchi...* op. cit.

⁸⁶ In questa ottica si inserisce la pianificazione effettuata dall'Agip nell'Africa orientale italiana, Dove l'azienda realizza una rete capillare di distribuzione allo scopo di consentire lo sviluppo dei trasporti su strada altrimenti inesistente. La presenza sistematica di Agip è documentata dalla cartografia riportata nei volumi *La costruzione dell'impero* della serie *Annali dell'Africa italiana* del 1940, in cui sono individuati gli impianti di distribuzione fissi ed esistenti e quelli in programma. Cfr. Ministero dell'A.I., a c. di. *La Costruzione dell'Impero. L'opera dell'Italia in A.O.I. dopo la conquista dell'Etiopia*. Gli Annali dell'Africa Italiana. Milano: Mondadori, 1940.

Per comprendere a pieno l'origine e il valore di questo successo è necessario provare a inserire le vicende fin qui descritte, in un contesto di riferimento più ampio che metta in luce la natura peculiare di questa committenza che, per certi versi costituisce un caso unico nello scenario della Ricostruzione. E il riconoscimento di questa eccezionalità è un punto essenziale per la descrizione della sua azione riformatrice. Grazie all'intuito di Mattei, in soli dieci anni di presidenza, l'azienda tutta mette in moto il meccanismo di costruzione dell'immagine moderna del Paese, trovando nelle arti e nell'architettura una fedele alleata con cui esprimere la bellezza che può scaturire da uno stile di vita moderno.

L'azienda è attenta alla diffusione di un'immagine di sé che sia positiva e propositiva, in modo da costruire un consenso alle attività che svolge sia al suo interno, grazie alla realizzazione dei vari insediamenti ed in generale all'attività edilizia che porta il suo nome, ma anche al pubblico e ai referenti politici.

Volendo infatti accennare ad un confronto critico con altri progetti aziendali, è opportuno sottolineare che l'Eni, al contrario per esempio di Olivetti che ha alla sua base un'impresoria privata, è un ente pubblico a tutti gli effetti e sebbene possa contare su una totale autonomia finanziaria⁸⁷, deve affidarsi alle sue capacità e alla sua comunicazione per dimostrare la convenienza del suo operato. Così, se il programma sociale sviluppato da Olivetti aveva cercato di «contrapporre alle incertezze di un intervento pubblico le certezze di un'azione *illuminata* di tipo imprenditoriale»⁸⁸, l'intento di Mattei è provare che *l'Italia non è un paese povero*⁸⁹.

Questo orgoglio *made in Italy*⁹⁰ che pervade ogni iniziativa dell'azienda e ogni sua committenza, documenta un nazionalismo che non è rintracciabile

⁸⁷ «Il gruppo Eni, come era già avvenuto altre volte, assumeva una posizione oscillante tra una azienda statale e una privata, assicurandosi da un lato i vantaggi dello Stato, e dall'altro mirando al profitto.» da Deschermeier, Dorothea. «Avventure urbanistiche e architettoniche dell'Eni di Enrico Mattei (1953-1962). Tra progetto e strategia aziendale». Tesi di Dottorato di Ricerca in Storia dell'Arte, Università Alma Mater Studiorum di Bologna, 2007, pag.144.

⁸⁸ Tafuri, Manfredo. *Storia dell'architettura italiana, 1944-1985*. Piccola biblioteca Einaudi. Torino: Einaudi, 1986, pag. 47.

⁸⁹ Mattei decide di far realizzare, con l'idea di veicolare il carattere di necessità del progresso una serie di documentari. Il lungometraggio che porta questo titolo, pur internamente condizionato dalla sua committenza e dalla sua originaria vocazione propagandistica, fa con uno spregiudicato contrasto visivo tra il "vecchio" e il "nuovo" un ritratto riuscito e potente delle contraddizioni sociali presenti nel Paese. Ivens, Joris. *L'Italia non è un paese povero*. 135 min, B/N, Documentario. Proa Produttori Associati, 1960.

⁹⁰ Si pensi agli slogan pubblicitari che insistevano sulla paternità del prodotto commercializzato:

nelle campagne che seguono. Si deve aggiungere, come ci fa notare Dorothea Deschermeier⁹¹, che per questo motivo, sovente la posizione di Eni a metà tra la sfera intellettuale e il mondo industriale perda il suo equilibrio, dimostrando un atteggiamento che predilige la razionalità e l'efficienza dell'ingegneria rispetto alle inclinazioni culturali. Ne sono testimonianza la fine del rapporto di collaborazione con lo studio Bacciocchi, la revoca della commissione a Edoardo Gellner o a Mario Ridolfi e il peso sempre maggiore che assume la Snam Progetti nell'organizzazione dell'intero sviluppo edilizio del gruppo.

In verità, il ricorso a figure professionali esterne caratterizza soprattutto il primo decennio di attività dell'azienda; con la morte di Mattei la tendenza alla sperimentazione e alla ricerca di originalità, esperite attraverso la consulenza di progettisti esterni subisce una battuta d'arresto. La divisione tecnica Snam, in virtù di un'efficiente *produzione Eni*, assorbirà al suo interno una parte consistente dell'attività progettuale, limitando l'autorialità delle realizzazioni ai Palazzi per uffici costruiti a Metanopoli e ad alcuni interventi commissionati a Bacigalupo e Ratti, a lungo protagonisti nell'architettura dell'azienda. Più in generale, dopo la scomparsa del primo presidente, l'Eni procede a un ridimensionamento complessivo di quel progetto con cui Mattei ha cercato di risollevare il Paese dalle difficoltà del Dopoguerra.

Le vicende fin qui raccontate rappresentano, infatti, una punta di diamante del programma nazionale che egli riesce a mettere in opera durante la sua presidenza, che coinvolge tanto il campo energetico, quanto quello dei trasporti, facendo dell'Agip «*the public face of an Italian Economic Miracle*»⁹².

Bisogna ricordare, a tal proposito che negli stessi anni della sua istituzione, la neonata Eni assume un ruolo di prim'ordine nello sviluppo dell'Autostrada del Sole esercitando un'influenza sul complessivo processo di infrastrutturazione del territorio e intrecciando con un sincronismo per nulla casuale i suoi progetti e le sue visioni con le vicende storico-politiche della nascente rete nel loro reciproco progredire⁹³.

tra gli altri «Supercortemaggiore la potente benzina italiana» e «Agipgas il gas liquido del sottosuolo italiano.»

⁹¹ Deschermeier, Dorothea. «eni. A story of people, strategies and architecture». In Ciorra, Pippo, a c. di. *Energy: oil and post-oil architecture and grids*. Milano: Electa, 2013, pagg. 52-53.

⁹² P.R.B. «The Face of the Miracle». *The architectural review* 783, n. 131 (maggio 1962), pag. 360.

⁹³ L'istituzione dell'Eni nel 1953, anticipa di pochi giorni la nascita della SISI – Sviluppo Iniziative Stradali Italiane – una società di studio cui partecipano Eni – appunto – Fiat, Pirelli e Italcementi, sorta con l'intento di avviare il processo di infrastrutturazione autostradale in Italia.

Motel e stazione di servizio Agip in via Aurelia. Anni '60. Archivio storico Eni.





Si può fare riferimento in questa crescita programmata, all'introduzione e alla sistematizzazione lungo i margini della strada dei servizi di ristorazione e turismo alberghiero a marchio Agip. Una volta costituita l'ossatura principale di stazioni di servizio e rifornimento, Mattei promuove e incentiva un programma di potenziamento e integrazione della rete, attraverso la diffusione delle formule del *RistoAgip* e del *MotelAgip* con i quali risponde all'espansione del *turismo in transito*, secondo il modello del *motor hotel* importato dal Nordamerica.

Interno del Motel Agip, Modena, Italia. 1973. Archivio storico Eni.

In virtù di un interesse comune per lo sviluppo della motorizzazione e delle costruzioni stradali, le partecipate predispongono insieme a Francesco Aimone Jelmoni un progetto di massima per un'autostrada Milano-Bologna-Firenze-Roma-Napoli con un'ipotesi finanziaria basata sulla riscossione di pedaggi. Il progetto, un tracciato di larga massima, disegnato a scala 1:25000 e non verificato sul terreno, viene donato allo Stato e al Ministro dei Lavori Pubblici Giuseppe Romita, il quale si impegna a far approvare dal Parlamento un piano autostradale: lo Stato avrebbe garantito la realizzazione della nuova infrastruttura con una propria società ottenendo un ruolo importante nella commercializzazione dei carburanti, lasciando all'industria privata la vendita delle automobili. Nel 1956 la costruzione viene commissionata all'IRI e affidata alla Società Concessioni Costruzioni Autostrade, che a sua volta incarica l'Italstrade, azienda dello stesso gruppo, di elaborare il progetto definitivo, di nuovo sotto il coordinamento di Jelmoni. Il 19 maggio dello stesso anno, davanti ad un finto tratto di autostrada che lambiva Metanopoli, a San Donato Milanese, si posa il primo cippo chilometrico con una cerimonia presieduta dal Presidente della Repubblica Gronchi.

«Oggi esistono più di 53.000 Motels negli Stati Uniti. [...] Naturalmente sono più numerosi nelle zone preferite dai turisti, nella California, nella Florida e nei luoghi più belli della Nuova Inghilterra. Sono diventati come il chewing-gum, i drug-stores e la Coca-cola, una parte essenziale della vita americana [...] perché il motel] spinge la gente ad andar fuori, a fare e a vedere cose.»⁹⁴

È lui, in prima persona, a riconoscerne il ruolo determinante durante uno dei suoi *viaggi moderni* negli Stati Uniti ed è lui stesso ad ammettere l'impossibilità di adottarne una replica letterale. Mattei sa che è necessario controllarne le caratteristiche traducendole sulla base delle esigenze dettate dalle distanze stradali e dalle istanze dell'automobilista italiano, così da non lasciar apparire Agip come una copia sbiadita dei grandi originali, piuttosto darne un'impressione di originalità, eccellenza e avanguardia.

In base a uno schema ormai consolidato, in un primo momento la sperimentazione viene guidata da autori esterni all'azienda come Bacciocchi, Gellner e Bacigalupo e Ratti a cui vengono affidati i progetti collocati nei punti più significativi: il primo Albergo dei Camionisti a San Donato Milanese, il MotelAgip di Cortina, quello sulla via Aurelia a Roma e quello a Metanopoli⁹⁵. Contestualmente, tra i tavoli della Direzione Tecnica di Agip Commerciale prende avvio un procedimento di invenzione di un tipo standardizzato – il *Motel 59* – che si concretizza più volte in tutto il Paese,

«Nell'Italia settentrionale come in quella meridionale, sulle grandi strade e lungo gli itinerari turistici, [diffondendo] questi strani «rifugi» per automobilisti, dove è possibile spezzare la noia del viaggio, rimettere a punto la macchina, dare un'occhiata a un paesaggio che la rapidità della corsa avrebbe altrimenti sottratto alla nostra curiosità: sono le locande dei viandanti di oggi. [...] Piccoli edifici, generalmente lontani dai centri abitati, [che] devono permettere infatti alle macchine e ai viaggiatori una sosta altrimenti impossibile [...] rendendo veramente accessibili località che finora sono rimaste pressoché escluse dai più noti itinerari.»⁹⁶

⁹⁴ Lucas, Walter. «La straordinaria avventura dei Motel in America». *Il Gatto Selvatico*, n. 05 (maggio 1958), pagg. 18-19.

⁹⁵ Per una trattazione più sistematica delle vicende sui motel si veda Deschermeier, Dorothea. *Impero ENI...* op. cit., pagg. 159-169.

⁹⁶ Galli, Giorgio. «Ospitali come le vecchie locande i modernissimi Motel». *Il Gatto Selvatico*, n. 6 (giugno 1957), pag. 11-13.

L'interesse di questa committenza si trova quindi in quella capacità di vedere nel progresso che si cerca di costruire non solo l'aspirazione per una fitta rete di infrastrutture legate alla produzione energetica o al profitto economico, ma anche la costruzione di servizi in grado di aumentare il livello qualitativo di vita degli italiani.

Superando la retorica politica, si può concludere che le stazioni di Bacciocchi, frutto di un incarico le cui competenze non hanno sempre limiti definiti, riescono in una trama che, mettendo assieme modestia e folgorazioni futuriste, si sovrappone al *paesaggio palinsesto* intrecciandone le sorti e costituendo nei punti d'incontro gli elementi essenziali di un lessico legato ai nuovi modelli di comportamento. La stazione ritrae un futuro di cui potersi fidare e Mattei che di quel futuro è il più accanito sostenitore, ne diventa il primo demiurgo. Concretizza cioè i tratti di uno scenario *autopico*⁹⁷ in cui non si vuole apportare «un contributo di sensibilità umana e umanistica ai freddi prodotti della macchina»⁹⁸, ma è la macchina a essere concessionaria della democratizzazione del territorio e della nuova società che rappresenta.

Mario Bacciocchi. Stazione di servizio di Piazzale Accursio. Fotografia di Aldo Ballo. Anni '60. Archivio storico Eni.

⁹⁷ Il termine fa riferimento all'*autopia* definita da Banham nel 1971 come la quarta «ecologia» della città di Los Angeles, ovvero l'intricatissimo reticolo autostradale che attraversa e definisce la vera essenza della città, esprimendone compiutamente il linguaggio che la connota. Autostrade e svincoli assumono il ruolo di monumento della nuova "autopia", mentre le insegne segnaletiche diventano le sue nuove icone. L'idea dell'*automobile-casa*, capsula autonoma in movimento nello sconfinato ambiente infrastrutturale, capovolge l'idea lecorbuseriana di *machine à habiter*, proponendo, appunto, al suo posto l'automobile costruita come una casa. Los Angeles ha fatto – come nessun altro luogo al mondo – dell'automobile privata, non solo un sogno, ma una protesi necessaria, al punto che l'antropologia dell'angeleno è imprescindibilmente legata al suo mezzo primario di locomozione e alle arterie di traffico veloce, tanto che «l'autostrada non è un limbo di angoscia esistenziale, ma il luogo in cui trascorrono le due ore più tranquille e gratificanti della loro vita quotidiana.» da Banham, Reyner. *Los Angeles: l'architettura di quattro ecologie*. Genova: Costa & Nolan, 1983, pag. 189.

⁹⁸ Lacorazza, Gianni, e Giuseppe Lupo, a c. di. *L'anima meccanica: le visite in fabbrica*. In «Civiltà delle macchine» (1953-1957). Roma: Avagliano, 2008, pag. 145.



2.3. Architettura e comunicazione

Angelo Bianchetti - Pavese - Lainate

«All I was after was the storefront plane. It's like a Western town in a way. A storefront plane of a Western town is just paper, and everything behind it is just nothing.»⁹⁹

La *comunicazione* arriva sull'autostrada influenzando il modo di disegnare la stazione di servizio nel suo rapporto con la strada stessa e con il contesto che la circonda.

Partendo da quel filone di ricerca legato all'allestimento fieristico e commerciale, l'autogrill ha posto la sua attenzione al tema della percezione, fissando un momento importante per la sperimentazione sull'architettura che fa della sua immagine un dispositivo di comunicazione.

Posizionandosi lungo l'autostrada, infatti, la stazione sceglie di affidarsi a un punto di vista dinamico e consequenziale, assumendo anche il ruolo di osservatorio privilegiato per la maniera nuova di guardare l'architettura. Come ci è stato sapientemente spiegato da Kevin Lynch¹⁰⁰, la mobilità, con la relativa visione cinematografica, la distanza dalla strada e la variabile profondità

⁹⁹ Bourdon, David. «Ruscha as Publisher [or All Booked up]». In Ed Ruscha e Alexandra Schwartz. *Leave any information at the signal: writings, interviews, bits, pages*. Cambridge MA: The MIT Press, 2004, pag. 43.

¹⁰⁰ Appleyard, Donald, Kevin Lynch, e John Randolph Myer. *The View from the Road*. Cambridge, MA: The Massachusetts Institute Technology, 1965.

alle pagine successive:

Svincolo di Lainate sull'A8. Archivio Videofotografico di Autostrade per l'Italia





di campo, a cui si aggiunge anche il filtro del parabrezza, hanno alterato sensibilmente il modo di disegnare questi edifici: l'automobile inaugura un'esperienza nuova e all'aumentare delle sue velocità, si deve una sempre maggiore esasperazione delle componenti di forma, di scala e di luce degli edifici che essa lambisce.

Così, l'architettura diventa una questione di comunicazione, più che di spazio. La composizione perde il suo retro – «tutto ciò che c'è dietro» – e la tridimensionalità si riduce alla rappresentazione che di essa si percepisce dalla strada. È la sua immagine, interessata a porsi come elemento simbolico, supporto pubblicitario e monumento, a incarnare la vera questione formale, diventando il mezzo più potente con cui si attua la strategia della sosta, con il quale, cioè, la stazione di servizio *vende sé stessa*.

«La visibilità poi deve essere tale da consentire al conducente di deviare o rallentare la corsa per avvicinarsi al distributore. [...] Così del pari, per aumentare la visibilità di un impianto, è consigliabile l'uso di colori appariscenti, in quanto questi creano contrasto con l'ambiente circostante e richiamano l'attenzione; di notte un'adeguata illuminazione rende facile l'individuazione della stazione.»¹⁰¹

La figura che l'architettura propone di sé, al pari di un'icona, si fa *prodotto*, incarna il marchio fino ad assumerne il nome e viene assunta, assieme ad esso, come testimone dei consumi moderni.

Se l'obiettivo perseguito dalle strategie di Mattei è quello di promuovere un sistema capillare di assistenza globale al viaggiatore – per cui le stazioni Agip cercano di mantenere costanti nello spazio le loro caratteristiche salienti – tra la fine degli anni '50 e gli inizi degli anni '60, alcuni imprenditori del settore della ristorazione organizzata, come Mario Pavesi, tentano di guadagnare il loro spazio all'interno del mercato autostradale scegliendo di puntare sull'enunciazione della modernità attraverso l'innovazione costruttiva e la spettacolarizzazione plastica di singolari macchine pubblicitarie, promuovendo un programma di icone architettoniche.

Con il consolidarsi del processo di motorizzazione e con la conseguente crescita quantitativa dei luoghi di servizio, infatti, la strategia che mira alla standardizzazione dei manufatti sembra non essere più sufficiente. Si assiste, così, lungo i margini delle autostrade all'avvio di una sperimentazione che cerca, attraverso l'introduzione di innovazioni e variazioni in grado

¹⁰¹ De Mattia, Fernando. «L'importanza dei distributori nella vendita dei carburanti». *La Rivista italiana del petrolio*, 1953, pag. 36.

di suscitare un effetto sorpresa, di dare vita ad uno spettacolo, attivando un processo teso a far assumere a tali luoghi anche ruoli e significati più profondi.

La vicenda Pavesi, iniziata già nel 1947 con una prima stazione di ristoro adiacente allo storico biscottificio, poco ha a che fare, ai suoi esordi, con la distribuzione del carburante; più che di una stazione di servizio, si trattava, infatti, di un ibrido tra uno spaccio aziendale, finalizzato alla vendita esclusiva della produzione del vicino biscottificio e un punto di sosta attrezzato per gli automobilisti in transito in quel tratto autostradale. Situato all'altezza del casello di Novara sull'autostrada Torino-Milano¹⁰², l'antesignano del moderno autogrill viene concepito perlopiù come un veicolo di promozione del marchio e dei suoi prodotti e, sulla scorta dell'esperienza americana, è ampliato già nei primi anni '50 con un ristorante destinato agli automobilisti. Nasce così l'*auto-grillroom*¹⁰³ che può contare su un «locale bar con [una] grande nicchia per camino tipo paesano», «spazi per la mostra [dei] prodotti dolciari» e un «pergolato esterno con tavoli e poltroncine»¹⁰⁴.

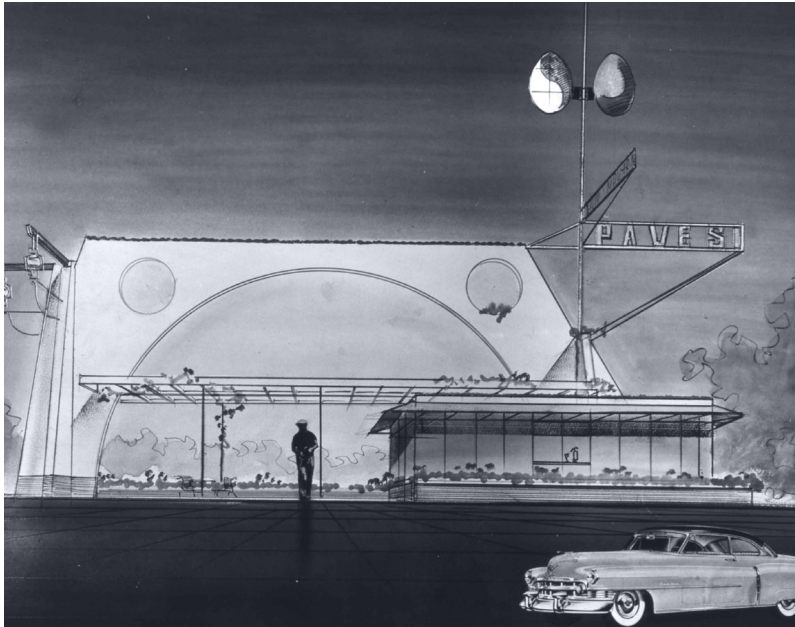
Mario Pavesi sembra aver intuito il potenziale pubblicitario e comunicativo dell'autostrada, nel suo ruolo di vetrina privilegiata rivolta al consumatore moderno, ed è sulla base di queste premesse che affida ad Angelo Bianchetti¹⁰⁵ il compito di definire una catena di punti vendita autostradali che in circa vent'anni arriva a contare quasi un centinaio di varianti formali.

¹⁰² La costruzione della Torino Milano avviene tra il 1930 e il 1932 per iniziativa del senatore Giovanni Agnelli, che, tra i primi, aveva intuito la necessità di una via di trasporto speciale per i veicoli a motore, anche e soprattutto come fattore di promozione commerciale dell'automobile. La costruzione durò meno di tre anni e l'autostrada venne inaugurata nell'ottobre 1932.

¹⁰³ Il neologismo viene registrato nel 1959 da Pavesi come marchio commerciale, ibridando il modello statunitense e la realtà italiana. Cfr. Colafranceschi, Simone. *Autogrill: una storia italiana*. Bologna: Il Mulino, 2007.

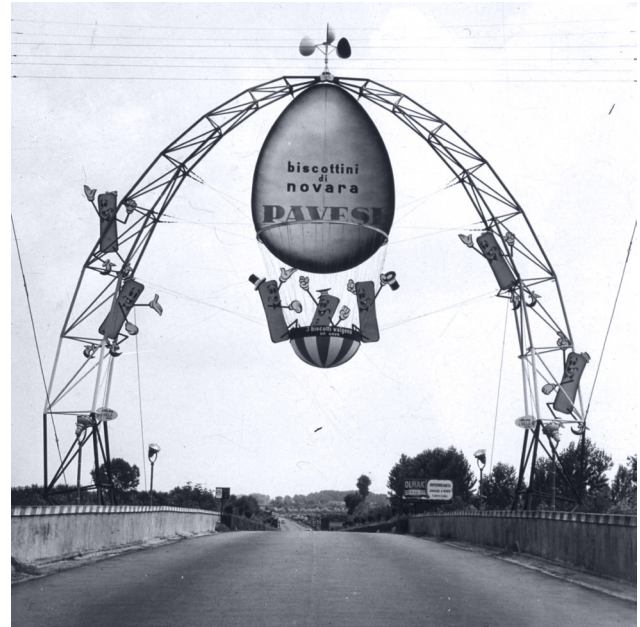
¹⁰⁴ Le citazioni sono riportate da un'inserzione pubblicitaria che titola «Due realizzazioni geniali per il "Biscottificio Pavesi" attuate dall'architetto Bianchetti». *Rivista pasticceri e gelatieri*, 1951. Archivio Barilla, fondo Pavesi.

¹⁰⁵ Nato a Milano nel 1911, dopo la laurea in architettura al Politecnico di Milano nel 1934, si sposta in Germania per lavorare negli studi di Mies van der Rohe e dei fratelli Luckard, seguendo una tradizione allora molto praticata che vuole i giovani neoarchitetti inserirsi in ambiti professionali internazionali. Dopo aver conosciuto Gropius e Breuer, torna in Italia dove inizia la collaborazione con Giuseppe Pagano che lo porterà tra le altre cose, a scrivere per *Casabella-Costruzioni*. Nello stesso tempo, insieme a Cesare Pea, raggiunge una certa notorietà professionale nella scena milanese come progettista di una fortunata serie di architetture per mostre e allestimenti fieristici. I due già nel 1937, a partire dalla Mostra del Tessile tenutasi a Roma, per cui si occupano del padiglione dei coloranti nazionali, di quello delle industrie laniere e di quello di Raion Fiocco, conquistano un ruolo di protagonisti in un campo allora



Noto per una sapiente produzione di allestimenti fieristici, Bianchetti viene coinvolto nel disegno – fino alla scala più piccola dei singoli arredi – di soluzioni funzionali e al tempo stesso dotate di una forte

del tutto nuovo ma culturalmente molto importante nel panorama dell'architettura moderna internazionale. Cominciano inoltre a lavorare ad alcuni stand pubblicitari, soprattutto per Chatillon, realizzando delle costruzioni che sembrano anticipare i temi poi affrontati con gli autogrill. Durante il Secondo conflitto mondiale si registra un'interruzione della partecipazione a mostre e fiere, e il lavoro di Bianchetti e Pea si concentra maggiormente sulla progettazione architettonica di stabilimenti industriali e abitazioni e soprattutto sulla progettazione di negozi, che segnano quasi una svolta nella loro carriera. Tra le altre, è la Lagomarsino a rappresentare la commessa più proficua. Specializzata nella produzione di macchine calcolatrici al pari della Olivetti, l'azienda affida ai due architetti la totale progettazione dei suoi punti vendita, prima a Milano e poi in tutta Italia. Comincia in questo stesso periodo la collaborazione con l'Ente Fiera Milano e lo studio Bianchetti-Pea è chiamato alla realizzazione di diversi padiglioni e del noto Palazzo delle Nazioni, citato più volte dalle riviste settoriali ed elogiato in maniera molto sottile da Gio Ponti in un articolo pubblicato su *Domus* nel 1948 per l'uso innovativo di ampie vetrate che cambiano totalmente la percezione notturna e diurna dell'architettura. I primi anni degli anni '50 vedono i due architetti lavorare nella città di Venezia e prestare il loro servizio per Palazzo Grassi, prima per il restauro integrale dell'edificio, con la realizzazione di un teatro all'aperto, per poi progettare l'allestimento delle prime mostre del costume e della via della seta. In questo periodo s'incominciano però ad intravedere i primi sintomi dell'allontanamento dei due soci che avverrà in maniera definitiva nella metà degli anni '60. La fine della loro collaborazione coincide con gli inizi dell'incarico per Pavesi, con i viaggi di documentazione negli Stati Uniti e la realizzazione di undici autogrill a ponte, oltre settanta aree di sosta laterali, quattro motel e il palazzo milanese che avrebbe ospitato in seguito gli uffici del Gruppo. Vincitore della medaglia d'oro del nono Premio Nazionale della Pubblicità grazie all'Autogrill Pavesi di Fiorenzuola d'Arda realizzato in soli quattro mesi, rimarrà sempre affascinato dai temi reclamistici, non smettendo mai di dedicarsi, seppur sporadicamente, a mostre e fiere, fino alla sua morte, avvenuta nel 1994.



Angelo Bianchetti. Bozzetto Autogrill Pavesi di Novara. Anni '50. Archivio Barilla, Fondo Pavesi.

Struttura pubblicitaria sull'autostrada Torino-Milano nei pressi dell'Autogrill Pavesi di Novara. 1950. Archivio Barilla, Fondo Pavesi.

valenza reclamistica, per cui metterà in gioco la sua spiccata sensibilità per l'architettura pubblicitaria.

«Onde l'ansia della prestazione accurata del prodotto, il bisogno di cattivarsi sempre più larga clientela, non solo con la bontà della merce, ma anche attraverso la pubblicità in continuo perfezionarsi e mediante l'ambiente di vendita sempre più aggiornato ed accogliente: ecco quindi sorgere la necessità del negozio «studiato», del negozio «indovinato», del negozio «intelligente».»¹⁰⁶

Già per la stazione di ristoro di Novara, che è lui stesso a ridefinire, l'architetto sceglie di utilizzare un semplice portale in calcestruzzo, che poco interferisce con l'edificio a padiglione posto al margine della carreggiata, ma che lo stesso adempie allo scopo di sottolinearne l'ingresso, grazie al grande arco che lo descrive e sostiene la grande insegna. Quest'ultima, ormai esposta quale elemento integrato del progetto, diventa un cardine a cui appoggiare l'organizzazione degli spazi, ovvero un dispositivo con una sede propria e definita a priori, che consente un'istantanea comunicazione del messaggio commerciale e, quindi, una più che rapida lettura dell'insieme. Ancora più spregiudicata nel suo linguaggio, in questo caso, è la struttura reticolare posta «a cavaliere del ponte dell'autostrada sulla nazionale del Sempione»¹⁰⁷ che anticipa la stazione e segnala la sua presenza con una sorta di *palo della cuccagna* che sostiene tre Pavesini antropomorfi e un gigantesco uovo fluttuante – raffigurazione del celebre motivo pubblicitario che spiega che «tre biscotti valgono un uovo».

Questa «“trovata” genialissima»¹⁰⁸ che impiega l'elemento ricorrente dell'arcata per avvicinare il tema reclamistico all'ingegneria delle costruzioni civili, testimonia anche l'esperienza maturata da Bianchetti nella prima parte della sua carriera con le esperienze delle Esposizioni e delle Fiere Campionarie.

Come fa notare Laura Greco¹⁰⁹, gli elementi dell'ingegneria vengono disposti quali segnali da disseminare liberamente nel paesaggio autostradale, a sostegno di insegne e installazioni pubblicitarie, maturando un linguaggio

¹⁰⁶ Bianchetti, Angelo, e Cesare Pea. *Il negozio*. Milano: Gorlich, 1947, pag. 10.

¹⁰⁷ «Due realizzazioni geniali per il “Biscottificio Pavesi” attuate dall'architetto Bianchetti»... op. cit.

¹⁰⁸ *Ibidem*.

¹⁰⁹ Cfr. Greco, Laura. *Architetture autostradali in Italia...* op. cit., pag. 65.

in linea con quella tradizione dell'architettura di ambito milanese degli anni Trenta di cui Bianchetti stesso aveva portato il testimone.

Sembra, quindi, che l'architetto trovi nella sovraesposizione degli elementi strutturali – spesso privati della loro prima funzione statica – un compromesso tra l'architettura infrastrutturale e quegli aspetti della disciplina che gli sono propri e che, utilizzando un linguaggio che gli è noto, si avvicini al tema dell'infrastruttura addomesticandone la natura più strettamente funzionale in un'interpretazione capace di contaminare la dimensione tecnica con quella artistico-pubblicitaria. Durante gli anni di collaborazione con Cesare Pea, infatti, i suoi studi lo avevano condotto a staccarsi dai «canoni classici dell'architettura e delle decorazioni»¹¹⁰ e a tracciare un percorso importante di ricerca tipologica sugli spazi temporanei, verificando e perfezionando una serie di idee nuove che superano il razionalismo e si ritrovano, poi, sviluppate anche nei disegni dei manufatti permanenti.

«La fantasia aiutata dal simbolismo e dallo spirito allegorico ed appoggiata ad una nuova tecnica ed a nuovi metodi costruttivi, creò le basi dell'edilizia pubblicitaria.»¹¹¹

Questa fase della sua produzione ha visto fin da subito una tendenza a trasformare le composizioni di volumi in composizioni più leggere, costituite da piani e elementi lineari. Combinazioni che dichiarano e interpretano, come tema progettuale, la loro natura effimera nell'esiguità degli spessori e degli elementi, nelle trasparenze, come anche nella sottrazione della materia che fa prevalere il vuoto sul pieno e nella sospensione come annullamento del peso e della forza di gravità¹¹², in tutti quei concetti, cioè, che fanno passare l'architettura «dal concreto all'astratto, dal prodotto all'illustrazione di esso», affidando alla composizione un compito principalmente «illustrativo o commemorativo»¹¹³.

Senza mai trascurare alcuno degli aspetti più strettamente legati alla tecnica architettonica, Bianchetti, porta avanti il filone di ricerca che aveva reso

Angelo Bianchetti e Cesare Pea. Schizzo progettuale per Chatillon. Archivio Bosoni.

Angelo Bianchetti e Cesare Pea. Struttura pubblicitaria per il “Concorso a premi per la casa” alla VIII Triennale, Galleria Vittorio Emanuele, Milano. 1947. Archivio Storico Triennale.

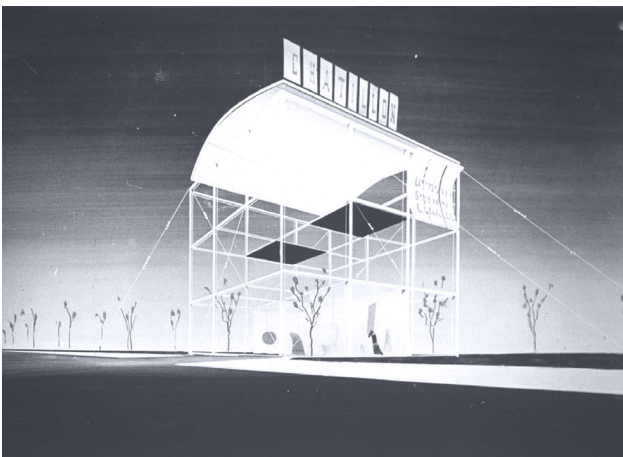
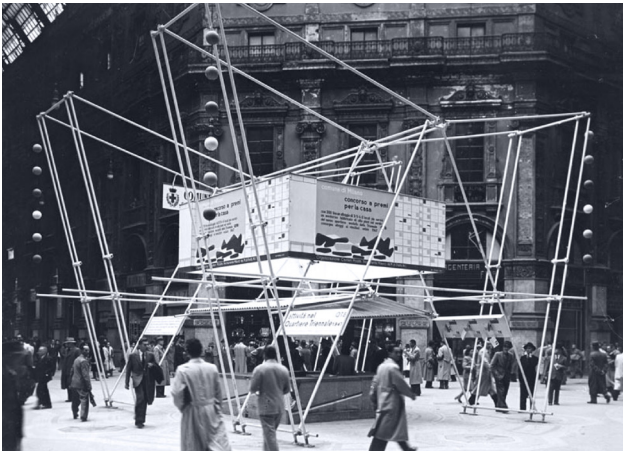
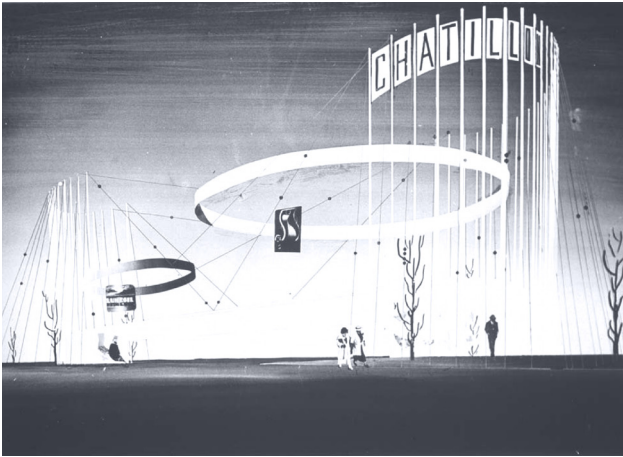
Angelo Bianchetti e Cesare Pea. Schizzo progettuale per Chatillon. Fonte: Archivio Bosoni.

¹¹⁰ Bianchetti, Angelo, e Cesare Pea. «Architettura pubblicitaria». *Casabella costruzioni: rivista mensile di architettura*, n. 159-160 (aprile 1941), pag. 96.

¹¹¹ *Ibidem*.

¹¹² Cfr. Bianchi, Claudia. «Bianchetti e Pea: forme creative dell'espore 1934-1964». Tesi di Laurea in Design degli Interni. Politecnico di Milano – Facoltà del Design, 2010.

¹¹³ Bianchetti, Angelo, e Cesare Pea. «Architettura pubblicitaria»... op. cit., pag. 96.



florido il connubio con Cesare Pea e che lo aveva portato a concentrare le sue riflessioni sul legame profondo – si potrebbe dire necessario – che la progettazione di queste *macchine pubblicitarie* intrattiene con le arti plastiche.

«Le migliori opere sono per lo più il risultato della natura versatile dei loro progettisti appunto perché l'architettura pubblicitaria deriva più dalla plastica, dalla scultura, dalla pittura che non dall'architettura.»¹¹⁴

E ancora:

«Il padiglione ideale dal punto di vista pubblicitario sarebbe dunque quello composto di elementi fissi attinenti alle leggi della statica edilizia e offrenti nel contempo alla fantasia diverse possibilità di ordine pratico, realizzabili anche in tempi successivi. Dunque non una facciata architettonicamente definita anche se bella, ma un sistema di elementi e di campi in cui esercitare la fantasia del decoratore. In tal modo potrebbero svilupparsi a fondo le doti di un buon architetto decoratore: lo studio della struttura lo porterà ad intuizioni di ordine razionalmente architettonico, mentre la possibilità plastica lo porterà a giocare tali elementi con la massima libertà ed a realizzazioni di ordine puramente plastico. Dalla fusione di queste due possibilità nascerà la suggestione che l'opera pubblicitaria deve esercitare.»¹¹⁵

Sebbene queste considerazioni abbiano come oggetto del loro interesse l'allestimento pubblicitario, soprattutto nella forma del padiglione fieristico, sembra evidente rintracciare una continuità ideologica e formale dei ragionamenti di Bianchetti nelle architetture autostradali a marchio Pavese.

È sorprendente notare, in un confronto tra i disegni, come la metafisica che ha distinto le strutture quasi surreali disegnate per le Fiere Campionarie¹¹⁶, si riproponga, allo stesso modo, nelle geometrie sospese e nei cavi intrecciati impiegati nelle stazioni di servizio, il cui carattere pionieristico si riconosce proprio nella commistione ragionata delle diverse matrici architettoniche, così come nelle tensioni futuristiche a cui il linguaggio di questi padiglioni fa riferimento.

¹¹⁴ *Ivi*, pag. 97.

¹¹⁵ *Ivi*, pag. 96.

¹¹⁶ In modo particolare, negli schizzi progettuali per Chatillon, le strutture si presentano come architetture affascinanti, di notevoli proporzioni, il cui tentativo di astrazione viene descritto dalla leggerezza degli elementi sospesi e da geometrie semplici e astratte.



Angelo Bianchetti. Autogrill Pavese Villoresi a Lainate. 1958. Archivio Barilla, Fondo Pavese.

Proprio l'ostentazione del gradiente tecnologico, infatti, con l'exasperazione delle travi, degli aggetti, delle vetrature continue e degli esili telai metallici che culminano nelle insegne pubblicitarie, devono essere interpretati come il mezzo più adatto a perseguire l'intento di trasmettere l'idea dinamica di mobilità e leggerezza che gli stessi processi di infrastrutturazione si proponevano di veicolare.

«Ci fermiamo dove la maggioranza di questi elementi di richiamo si è concentrata su un simbolo e dove l'aspetto delle attrezzature tecniche è apparentemente più moderno, completo ed efficace.»¹¹⁷

Le forme del modernismo sembrano avere qui la loro epifania, nell'arditezza di queste strutture. Si può dire con certezza, cioè, che il fascino esercitato da questi manufatti che emergono nella prospettiva autostradale e campeggiano nel contesto rurale italiano, risieda proprio nella loro posizione apertamente in contrasto con il paesaggio in cui si inseriscono. Per questo motivo è giusto chiedersi – come suggeriscono Boaga, De Angelis e Francia¹¹⁸ – quale sia il rapporto che l'autogrill intrattiene con la sua realtà spaziale, soprattutto quando essa gli conferisce un ruolo comunicativo e pubblicitario. È giusto esplorare, cioè, la relazione tra l'architettura e il suo contesto come rapporto oggetto-sfondo, non tanto per riflettere sulla posizione in sé dell'oggetto, quanto sul ruolo che gioca la sua forma nello spazio.

Le macchine pubblicitarie di Bianchetti si costruiscono come *objet insolite*, ovvero come spazi in qualche modo immuni alle questioni urbane. Contrariamente a quanto era successo con i disegni dei modelli Agip, si può leggere già nei bozzetti preparatori dell'architetto il proposito di disegnare questi edifici come se fossero proiettati in una dimensione spazio-temporale decontestualizzata, priva di qualsiasi riferimento con la realtà economica e sociale dell'Italia di quegli anni. La modernità che Bianchetti conferisce alle sue composizioni leggere e tridimensionali nega, infatti, qualsiasi contatto con il paesaggio attraversato dall'autostrada, che viene assunto invece provocatoriamente come una *tabula rasa*.¹¹⁹

¹¹⁷ Berti, Francesco. «I segreti del “benzinaio”». *Il Gatto Selvatico*, n. 3 (marzo 1956), pag. 10.

¹¹⁸ Cfr. Boaga, Giorgio, Gianfranco De Angelis, e Giuseppe Francia, a c. di. *Aree di sosta e di servizio in Italia...* op. cit., pag. 27.

¹¹⁹ Cfr. Greco, Laura. *Architetture autostradali in Italia...* op. cit., pag. 56.



Angelo Bianchetti. Edificio ristoro. Autogrill Pavesi Villoresi a Lainate. 1958. Archivio privato Jan Jacopo Bianchetti.

Angelo Bianchetti. Dettaglio del sistema costruttivo. Autogrill Pavesi Villoresi a Lainate. 1958. Archivio privato Jan Jacopo Bianchetti.

alle pagine successive:

Angelo Bianchetti. Schizzo progettuale. Autogrill Pavesi Villoresi a Lainate. 1958. Archivio privato Jan Jacopo Bianchetti.

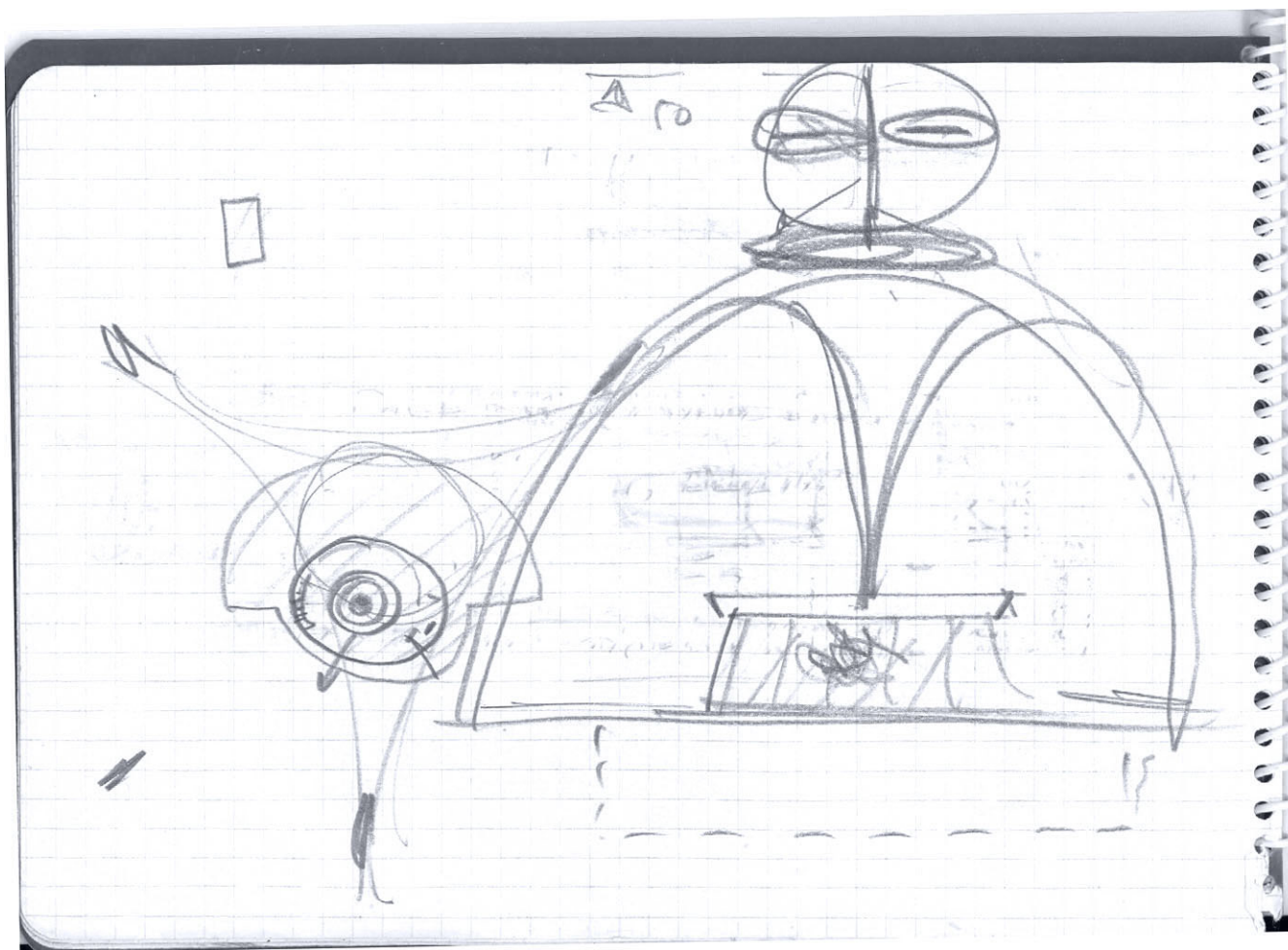
Planimetria. Piante piano interrato e piano terra. Sezioni prospettiche. Autogrill Pavesi Villoresi a Lainate. 1958.

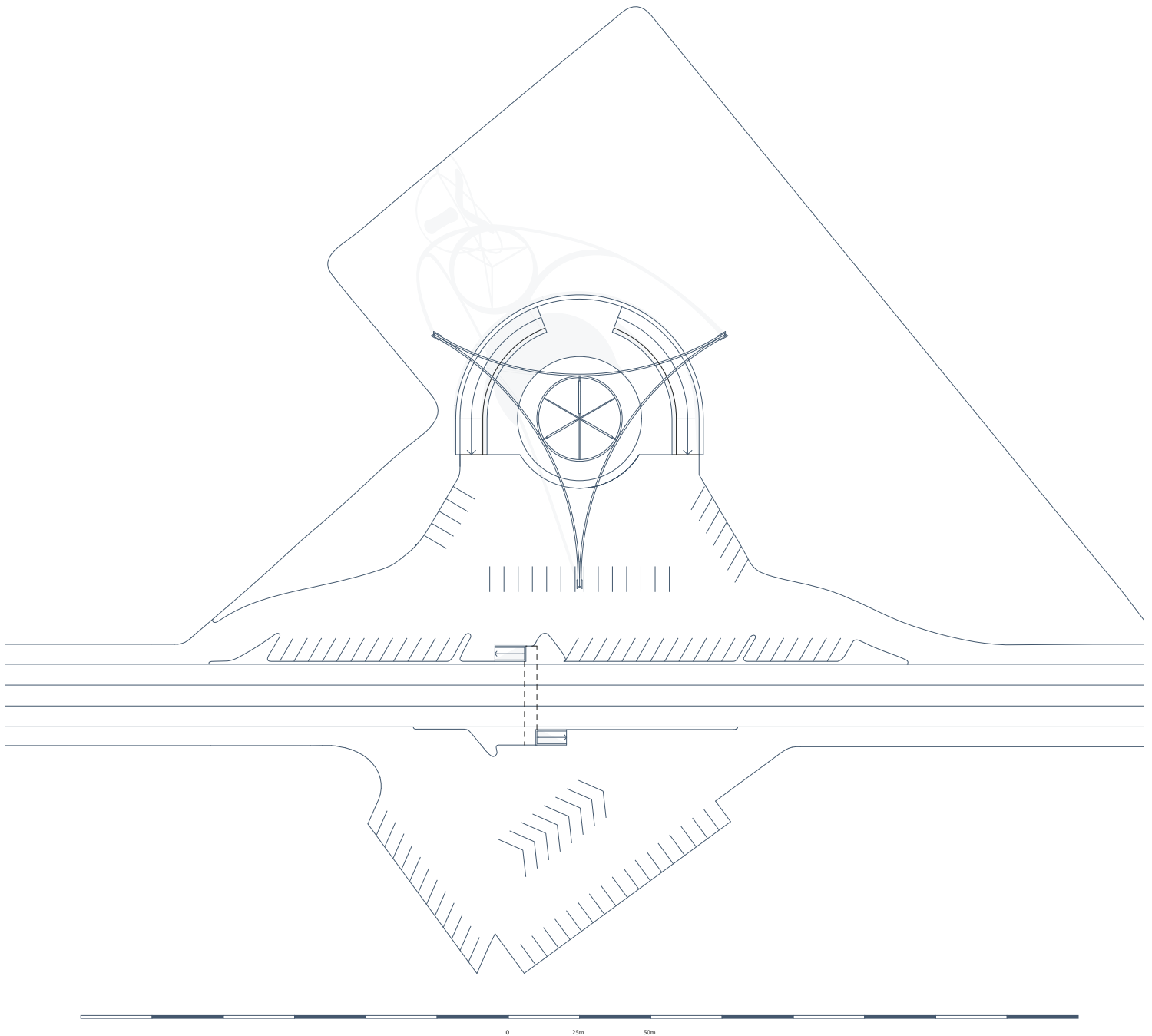
Sembra, cioè, che proprio in questo paradosso egli instauri quel meccanismo di attrazione-seduzione che ha determinato il valore delle sue stazioni di servizio come oasi di modernità. E l'Autogrill di Lainate del 1958, può essere considerato emblematico di questa intenzione.

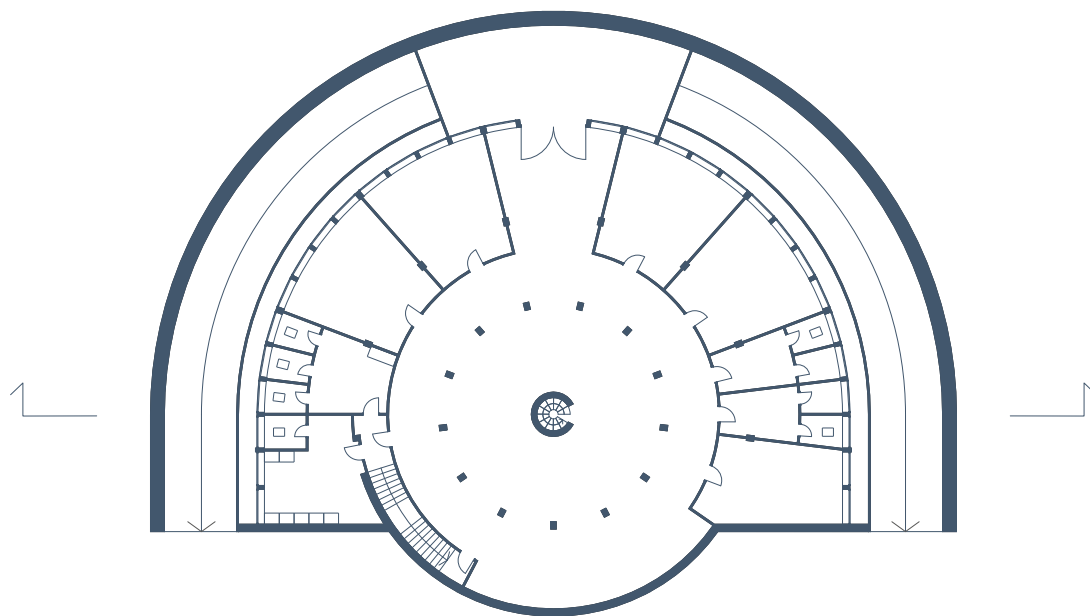
Progettato per la Milano-Laghi, l'impianto si presenta come una combinazione magistrale dei tre elementi cardine – ormai consolidati – del sistema-stazione. Bianchetti trasforma, infatti, l'insegna pubblicitaria nel momento culminante di un grande padiglione che funge da catalizzatore dell'attenzione del viandante e sembra, allo stesso tempo proteggere – come una pensilina – sotto le sue arcate, l'edificio vero e proprio di servizio.

Quest'ultimo, completamente esposto alla strada grazie alla trasparenza e alla leggerezza della vetrata continua che ne definisce il perimetro, è descritto da un volume unico circolare di 22 metri di diametro e circa 7,90 metri di altezza che lascia a vista la esile struttura metallica che ne sostiene gli spigoli e misura l'alzato, dividendolo in due ordini principali. Si possono distinguere così: il piano alla scala umana, scandito a sua volta dalle vetrine, dagli espositori e da una parte più alta in cui sono alloggiati gli oscuranti – che quando proiettati verso l'esterno conferiscono al solido l'aspetto di un disco alieno – e un livello più alto, che corrisponde alla quota dell'imponente lampadario interno e ha il vero compito di dare





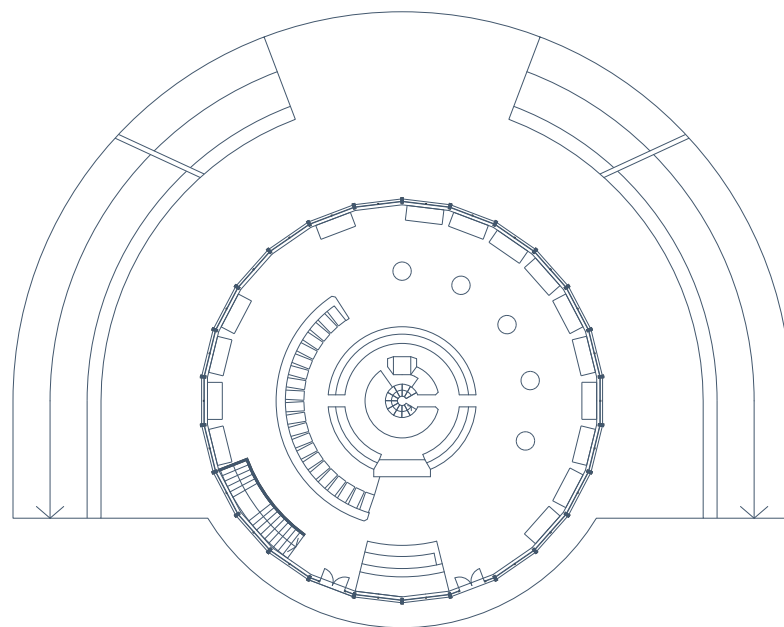


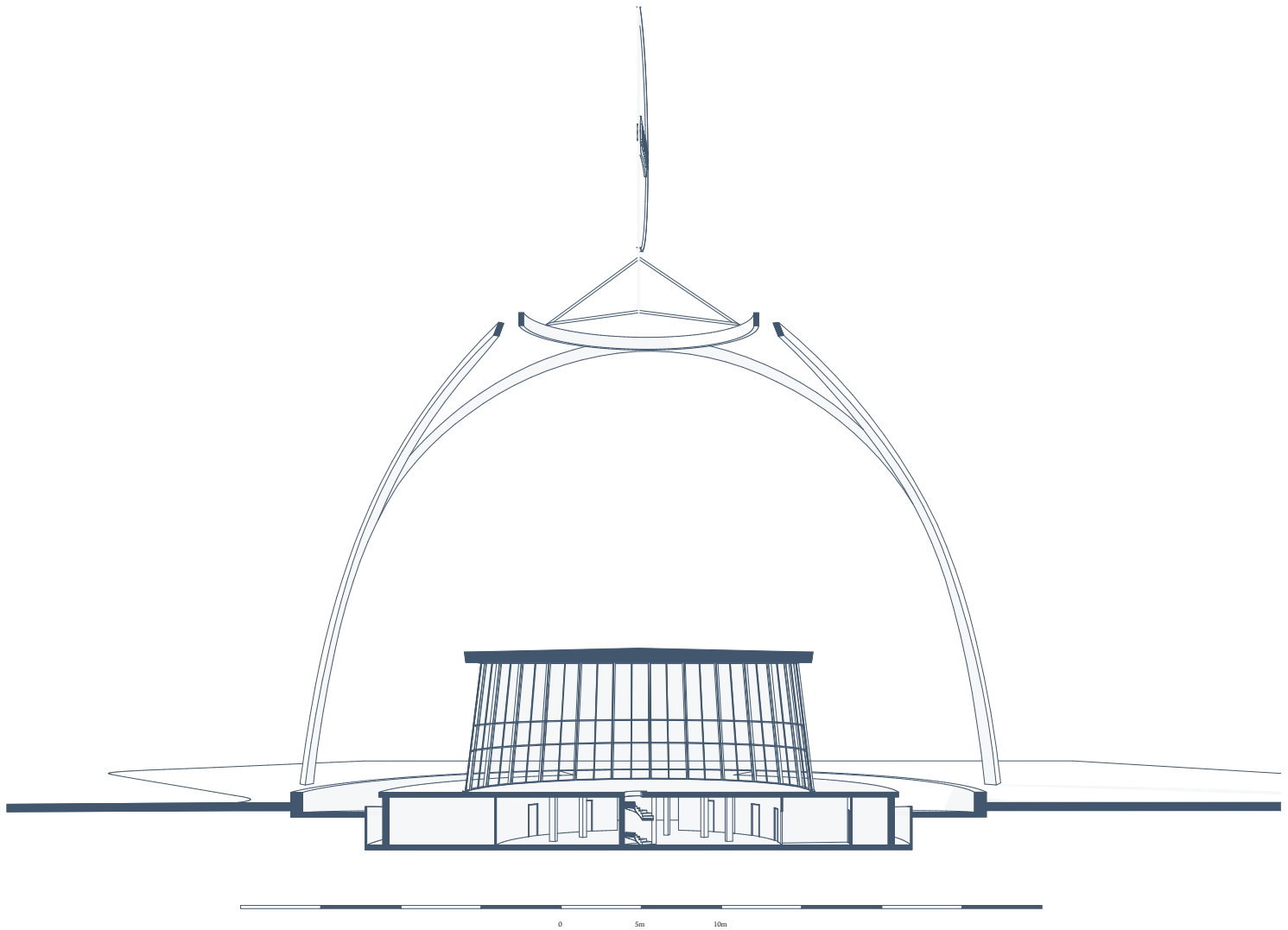


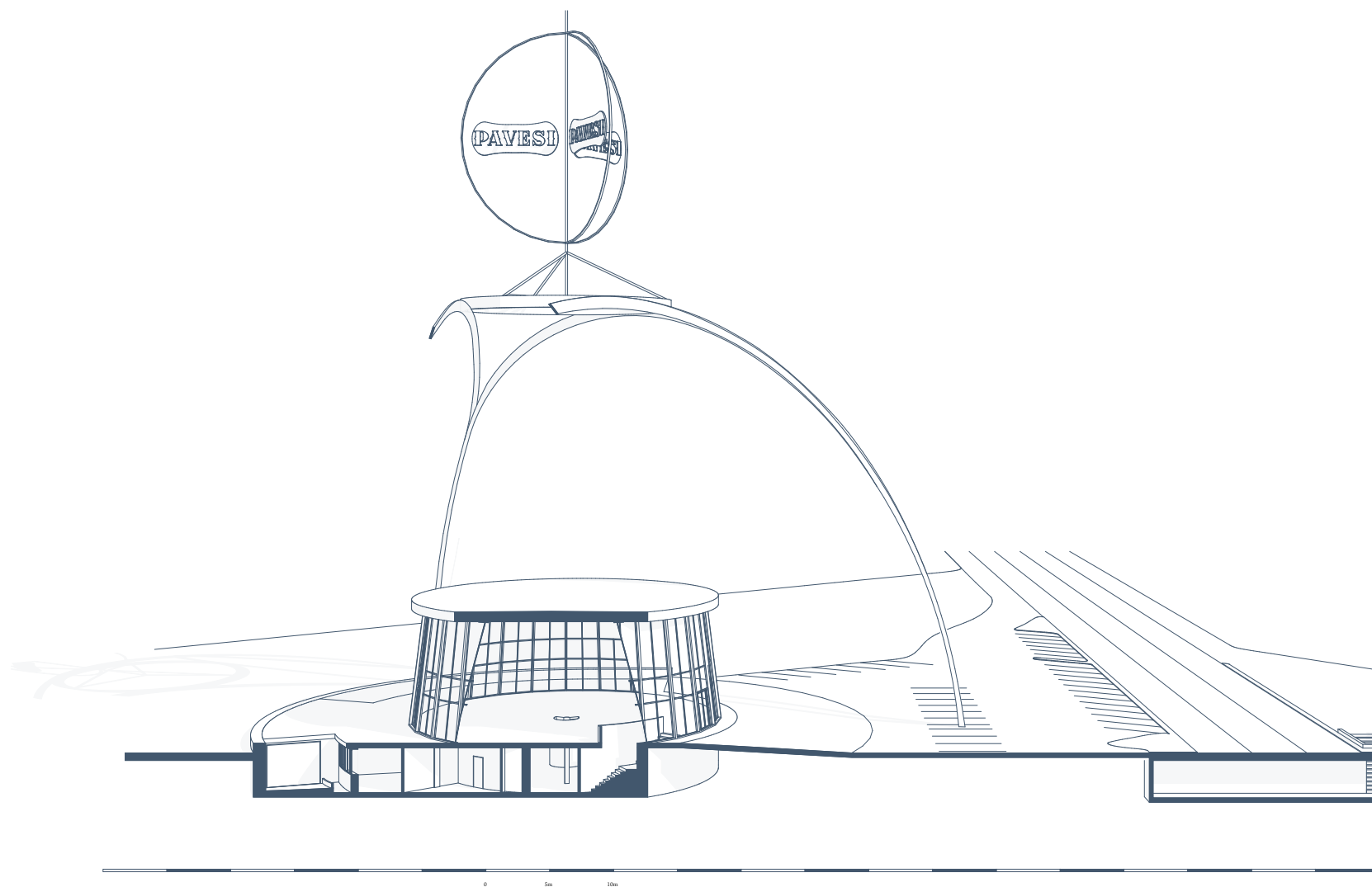
pianta piano interrato -3,30m



pianta piano terra







luce agli ambienti, rendendo, inoltre, evidenti le proporzioni gigantesche dell'impianto anche da lontano.

La facciata, così disposta, delinea uno spazio che interpreta i criteri di quella sperimentazione iniziata con gli allestimenti fieristici e con i negozi, per cui l'oggetto della comunicazione non è più il prodotto, bensì lo stesso punto vendita, inteso nella sua dimensione di assoluta modernità e, allo stesso tempo, quale luogo dell'identità del marchio.

L'impianto planimetrico, si propone, infatti, di dare risalto all'industria alimentare quale mezzo per celebrare i nuovi stili di vita legati alla mobilità di massa, e sottolineare una contraria e parallela perdita di interesse per i modelli basati sull'autoproduzione domestica.¹²⁰

«I servizi, a Ronco Scrivia e a Lainate, sono raccolti in un'unica scala, con la cucina bene in vista, sotto gli occhi stessi del cliente. I cibi sono serviti al banco, o negli appositi boxes con divani e tavoli fissi e mobili; il lavaggio delle stoviglie e l'eliminazione dei rifiuti opportunamente celati, sono accessibili soltanto al cliente curioso o pignolo che se ne volesse deliberatamente informare.»¹²¹

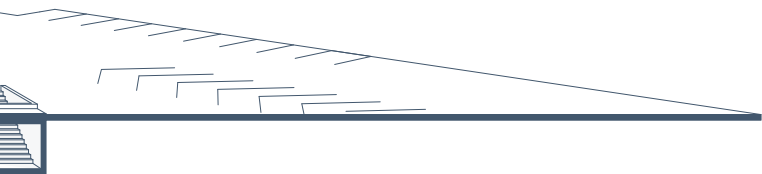
Non è un caso, quindi, che nell'organizzazione funzionale di molteplici dei suoi padiglioni laterali, Bianchetti predilige un impianto a due livelli, lasciando nel piano seminterrato i depositi e i servizi per gli utenti e il personale ed esponendo, invece, nel volume unico fuori terra – a Lainate leggermente rialzato rispetto al piano di campagna – lo spazio dedicato al ristoro, con al centro il bancone del bar e della tavola calda e i tavoli disposti a raggera lungo il perimetro.

L'attenzione del progettista è, quindi, rivolta alla creazione di un ambiente interno ricco e fortemente artificiale, in cui il contrasto figurativo con la naturalità del contesto è determinato dall'opulenza e dalla cura dei dettagli che lo rendono uno spazio inedito e allo stesso tempo accattivante perché paragonabile a un salone da ballo decorato da uno sfarzoso lampadario. Inoltre, come spesso è successo nella definizione degli interni dei suoi più celebri negozi milanesi¹²², Bianchetti utilizza la ricca illuminazione artificiale

¹²⁰ Cfr. Bassi, Alberto. *Food design in Italia: progetto e comunicazione del prodotto alimentare*. Milano: Electa architettura, 2015, pagg. 32-45.

¹²¹ Bianchetti, Angelo. «Le oasi dell'autostrada»... op. cit., pag. 96.

¹²² Nel punto vendita Lagomarsino in Galleria Vittorio Emanuele a Milano del 1942, Bianchetti e Pea mostrano un'attenzione per il dettaglio e una raffinatezza che meritano di essere osservate con cura. Il negozio si presenta come un ambiente stretto e lungo, in cui il fondo dello spazio, delimitato da una parete curva, accentua il senso di profondità. La vetrina è uno degli elementi più interessanti e studiati del negozio. Essa è costituita da una lastra in cristallo senza contorni



2.3. ARCHITETTURA E COMUNICAZIONE



Dettaglio del bancone centrale con l'imponente lampadario. Autogrill Pavese Giovi a Ronco Scrivia. 1959. Archivio Barilla, Fondo Pavese.

Vista notturna. Autogrill Pavese Villoresi a Lainate. 1958.

alle pagine successive:

Angelo Bianchetti. Bozzetto Autogrill Pavese Villoresi a Lainate. 1958. Archivio Barilla, Fondo Pavese.

Autogrill Pavese Villoresi a Lainate. Fotografia tratta da *La pubblicità. Bollettino mensile della Federazione italiana pubblicità ed associazioni aderenti*, n. 10 (ottobre 1959). Numero relativo al 9° Premio Nazionale della Pubblicità, per cui Bianchetti ha ricevuto la medaglia d'oro.

per amplificare la trasparenza della facciata, trasformando anche gli spazi interni dell'autogrill nel palcoscenico di un teatro sul quale inscenare uno spettacolo, considerando la strada come platea, e gli automobilisti come pubblico.

«[...] un'aura luminosa li trasfigura, li allontana mentre nello stesso tempo li offre illusoriamente: se la vetrina impedisce di prendere o di toccare, essa autorizza contemporaneamente un'orgia dello sguardo. Essa traccia i contorni di uno spazio magico – quello del lusso, magnificato dal prestigio dell'inaccessibilità.»¹²³

Accogliendo la vulnerabile identità del viaggiatore, a cui si offre un'oasi¹²⁴ di consumo nel deserto autostradale, Bianchetti si affida ad una fastosità che ha lo scopo di dare corpo ad un tempo futuro poeticamente inteso come migliore del presente.

«Oggi una sosta felice domani un lieto ricordo.»¹²⁵

metallici a vista, che grazie alla luce artificiale rende il negozio vetrina di sé stesso consentendo la visibilità totale dell'allestimento dall'esterno. L'attenzione ai dettagli, l'uso di materiali di valore come anche lo studio di dispositivi che creano effetti sorprendenti e illusori dimostrano come l'approccio progettuale di Bianchetti e Pea fosse caratterizzato da tendenze sperimentali e moderne.

¹²³ Fauconnet, François, Brigitte Fitoussi, e Karin Leopold, a c. di. *Les boutiques à Paris: vitrines d'architectures*. Parigi: Éditions du Pavillon de l'Arsenal: Picard, 1997, pag. 44.

¹²⁴ Il termine *oasi* viene usato dallo stesso Bianchetti nel titolo del suo celebre articolo su *Quattroruote*. Cfr. Bianchetti, Angelo. «Le oasi dell'autostrada». *Quattroruote*, n. 1 (gennaio 1960), pag. 90-98.

¹²⁵ La frase compare su alcune inserzioni pubblicitarie Motta, tratte da alcune riviste del settore del 1962.



L'autogrill diventa così il *medium* di se stesso e concorre con i suoi contorni – attraverso l'uso di materiali evanescenti, la creazione di atmosfere, prospettive e punti di vista – alla rappresentazione di un paesaggio di totale modernità. Come anticipato, è l'economia *futurista* a muovere queste *visioni*, incoraggiando un'*accelerazione del mondo* verso una direzione ancora di là da venire¹²⁶. Per la loro natura di architetture istantanee¹²⁷, infatti, le stazioni di Bianchetti e l'impianto di Lainate, si offrono alla vista o al tempo di una sosta, come la manifestazione tangibile di un miraggio, ovvero come un'opportunità per vivere *un momento del futuro*, sentendosi parte di un modello sociale in costruzione che trova in questa modernità una promessa di riscatto. Restano lontane la *staticità* e l'*inamovibilità* dei paesaggi naturali e urbani, quali fondali al dinamismo del nuovo modo di guadagnare e abitare il territorio.

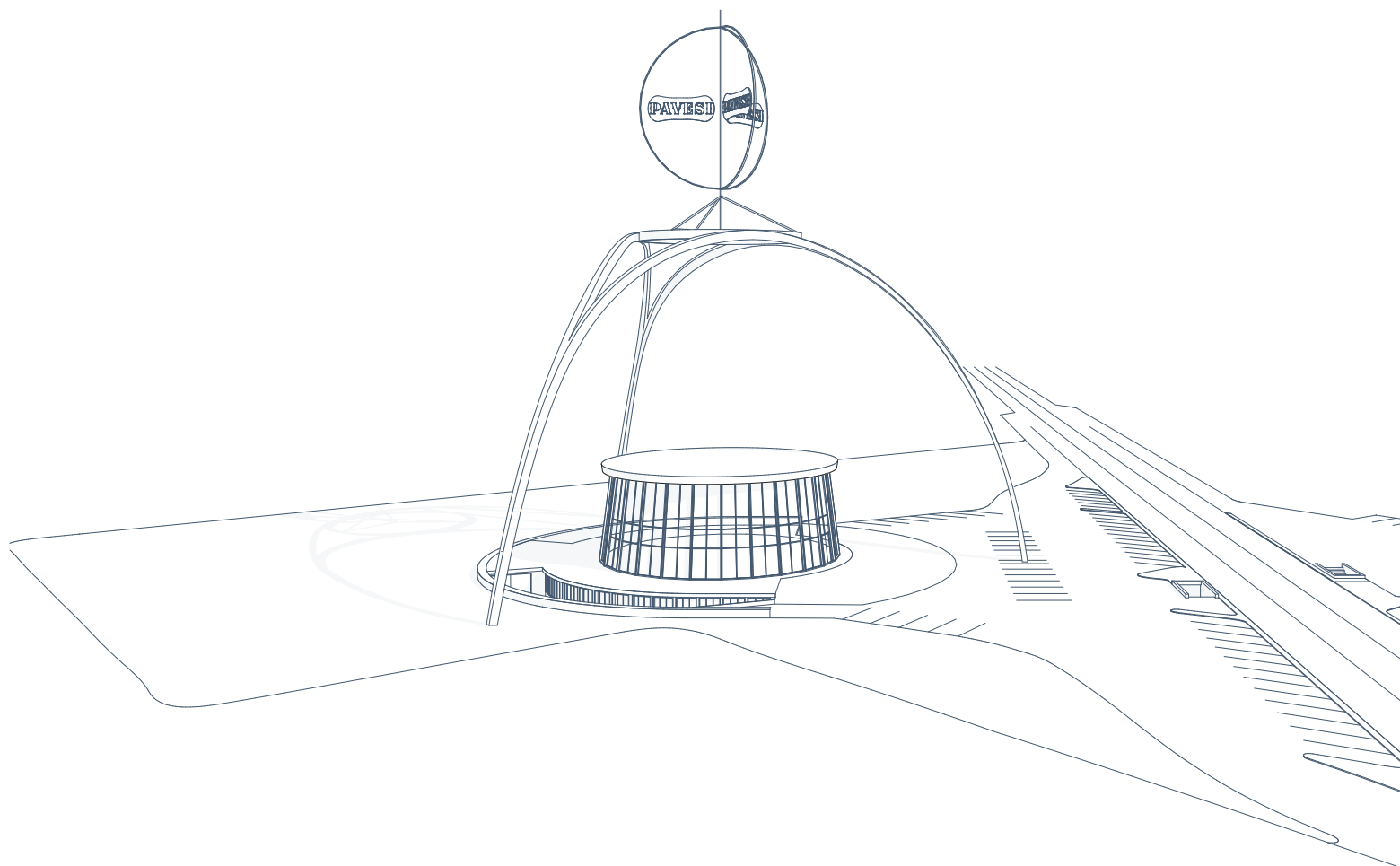
Anche se con linguaggi formali e costruttivi diversi, tutte le parti di questi edifici appaiono complementari nella realizzazione di questo intento. Se, infatti, negli interni la dimensione spettacolare viene risolta da Bianchetti

¹²⁶ Cfr. Biraghi, Marco. «Dal punto di vista dell'architettura. Il Novecento delle infrastrutture». In Albrecht, Benno, Marco Biraghi, e Alberto Ferlenga, a c. di. *L'architettura del mondo: infrastrutture, mobilità, nuovi paesaggi*. Bologna: Compositori, 2012, pag. 60.

¹²⁷ L'aggettivo «*instant*», tradotto letteralmente in «*istantaneo*» fa riferimento alla teoria dell'*Instant City* del gruppo Archigram, cioè alla costruzione di strutture effimere e spettacolari, che abbiano «l'intensità di una città, ma non la sua dimensione e la sua stabilità», che siano cioè capaci di rivitalizzare il panorama urbano e «scuotere dal sonno la provincia [...] inducendo la gente a fare, a guardare, ad entrare in comunicazione con quanto avviene a Londra o in altre metropoli». da Zevi, Bruno. «Archigram Beat. Inventano l'Instant City». *Cronache di Architettura XIV*, n. 768 (1970), pag. 318.







Prospettiva. Elaborazione grafica dell'Autogrill Pavese Villoresi a Lainate.

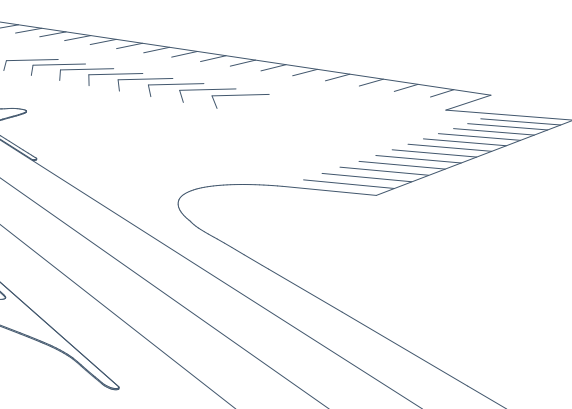
attraverso una sovraesposizione di segni, giochi cromatici ricercati e ricchezza materica delle superfici, al contrario, i volumi si fanno all'esterno netti ed immediati.

A Lainate, l'architetto scolpisce, con la giustapposizione di tre archi in lamiera di ferro, un padiglione alto in chiave 51 metri e largo al suolo 30 metri che si sovrappone all'edificio circolare di ristoro e culmina nell'anello in lamiera collocato sulla sommità che, a sua volta, con i suoi 15 metri di diametro, oltre a irrigidire il sistema dei tre archi, sostiene – grazie anche ad un gruppo di tiranti in acciaio che si aprono in diverse direzioni – l'installazione pubblicitaria con il grande logotipo¹²⁸.

«Si è cercato nei limiti del possibile, tenuto conto delle caratteristiche del paesaggio e della natura dei luoghi, di dare evidenza a questi complessi, allo scopo di permetterne la visione a grande distanza che alla velocità media di una vettura corrisponde a pochi secondi. Evidenza sia diurna che notturna, in modo che l'automobilista ne possa essere informato in tempo utile per decidere l'ingresso in area senza creare un ostacolo alla circolazione. Quindi fabbricati ed impianti portati vicino al nastro autostradale, grandi insegne e messa in evidenza dei servizi offerti al pubblico.»¹²⁹

L'impianto, semplice nel suo disegno complessivo, come anche nella sua matrice geometrica, dichiara il suo profilo da lontano, misurandosi con i tempi e i ritmi della strada extraurbana, stagliandosi come un vero e proprio oggetto fuori-scala. La plasticità e l'exasperazione formale ottenuta con la dimensione e con le luci che ne descrivono la figura durante la notte, contribuiscono alla creazione di un disegno il cui impatto visivo rimane tutt'ora insuperato.

L'edificio-icona campeggia nel piazzale dell'area di servizio, si presta alla lettura dal parabrezza grazie all'orientamento del padiglione che rispetta la doppia direzione di marcia e si propone ancora oggi come un efficace riferimento visivo. Esso non comunica secondo i canoni classici dell'architettura, ma secondo le tecniche del messaggio pubblicitario e dell'esposizione fieristica, diventando un mezzo per orientarsi nel territorio e soprattutto nel mercato.



¹²⁸ Cfr. Greco, Laura. *Architetture autostradali in Italia...* op. cit., pag. 66.

¹²⁹ Bianchetti, Angelo. «L'acciaio nelle aree di servizio autostradali, autogrill e stazioni di servizio». *Acciaio, L'acciaio nell'edilizia alberghiera, negli impianti sportivi, turistici e culturali. Relazioni e interventi al Convegno UISAA organizzato al 6° SAIE. Bologna 16 ottobre 1970*, supplemento, n. 1 (1971), pag. 49.



Dettaglio dell'impalcato metallico del padiglione. Autogrill Pavese Villoresi a Lainate. 1958. Archivio privato Jan Jacopo Bianchetti.

Autogrill Pavese Villoresi a Lainate. Fotografia d'epoca. Archivio privato Jan Jacopo Bianchetti.

Si potrebbe affermare, in definitiva, che Bianchetti, con il progetto di Lainate, sia riuscito a fissare nuove leggi di visibilità e di leggibilità per gli elementi posti lungo l'autostrada, dando sempre più valore ad una modalità di composizione che affianca al disegno planimetrico un controllo globale degli spazi e delle loro forme tridimensionali attraverso la prospettiva. Il punto di vista *dalla strada* diventa, cioè, fondamentale per verificare le deformazioni che gli edifici subiscono sul piano percettivo a causa della velocità, rafforzando, ancora una volta, la loro innegabile tendenza a far diventare l'architettura più importante dei prodotti che essa contiene.

«Forma forte, facilmente memorizzabile, legata alla visione in corsa; «forma» prima ancora che struttura o sistema esecutivo; forma sistematicamente ripetuta e costante da luogo a luogo, non ampliabile ma completabile entro di sé; forma basata su uno schema compositivo a trama semplice e chiara per consentirne una immediata lettura. In altre parole: forma impostata e risolta come un problema di industrial design più che di composizione architettonica, ma articolata nei suoi dettagli con precisi criteri di consequenzialità spaziale ed evidente leggibilità dei percorsi e delle funzioni.»¹³⁰

Più precisamente, per dirla come Costantino Dardi nel suo saggio sullo *Spazio della macchina e paesaggio dell'industria*¹³¹, la «nuova norma» compositiva

¹³⁰ Boaga, Giorgio, Gianfranco De Angelis, e Giuseppe Francia, a c. di. *Aree di sosta e di servizio in Italia...* op. cit., pag. 42.

¹³¹ Cfr. Dardi, Costantino. «Spazio della macchina e paesaggio dell'industria». In id. *Architetture in forma di parole*. A cura di Michele Costanzo. Quodlibet studio. Città e paesaggio. Macerata: Quodlibet, 2009, pagg. 43-57.



va alla ricerca di un'*antiforma*, ovvero di un'espressione esplicita di tutti i «motivati gradi di estraneità e di opposizione» tra gli elementi di questo nuovo paesaggio, caricando emblematicamente le sue figure e i suoi dettagli di un valore polemico.

«Le antiforme nello spazio dovranno quindi contemplare una raffinatissima cultura del paesaggio e contemporaneamente uno scontro di materiali, oggetti, prodotti, tecnologie in termini di colore, luce, vibrazioni, aggregazioni, giacitura, disposizioni, etc. che restituiscano integralmente la natura ed i caratteri del processo.»[...] Una nuova figuratività fondata sull'accumulo potrà allora ricercare nuovi inediti rapporti tra l'esistente ed il nuovo, tra campagne e paesaggi costruiti con lenta stratificazione e nuovi impianti tecnologici liberamente distribuiti nello spazio; tra le maglie urbane delle cento città storiche, le loro mura, il loro colore, la loro antica concrezione, i loro volumi, di argilla e di terra e la cultura del ferro, dei metalli, del fuoco, della trasparenza, delle strutture aeree. Tra di esse non c'è contraddizione ma soltanto profonda opposizione: da risolvere progettualmente.»¹³²

¹³² Ivi, pag. 57.

2.4. Architettura e format

Angelo Bianchetti - Pavese - Montepulciano

«Le autostrade [...] fanno vedere paesaggi, a volte quasi aerei, molto diversi da quelli che può cogliere il viaggiatore che percorre le strade statali o provinciali. Con esse si è passati dal film intimista ai grandi orizzonti del western.»¹³³

L'autostrada, come si è detto, è di per sé interessante come apparato visuale e sistema percettivo. Al contrario, più spesso, rimane celato il suo ruolo di oggetto della visione e, in parallelo, quello della stazione di servizio come dispositivo grazie al quale farlo.

Se durante tutti gli anni '50 si assiste all'organizzazione lungo i margini autostradali di ardite pensiline rampanti in calcestruzzo armato o ingegnose sculture metalliche arrampicate al cielo nel tentativo di esibirsi al traffico veicolare in arrivo, l'estetica del progresso e la volontà di osservare il Paese che cresce sotto l'impulso della mobilità, fa sì che, con l'inizio del decennio successivo, si impongano sul paesaggio autostradale le strutture a ponte, fissando un momento fondamentale nell'evoluzione formale e funzionale della tipologia della stazione di servizio.

«Orientate ai vostri sforzi, e d'ingegno e finanziari, verso questa nuova forma di amichevole colloquio con il vostro mercato. [...] C'è campo per nuove infinite

alle pagine successive:

Autogrill Pavese a Montepulciano. Fotografia d'epoca. Archivio Barilla, Fondo Pavese.

¹³³ Augé, Marc. *Nonluoghi: introduzione a una antropologia della surmodernità*. Milano: Elèuthera, 2009, pag. 85.







applicazioni. Oggi l'uomo si muove sulle strade sempre di più, sempre più freneticamente, sempre più pericolosamente; fornitegli i mezzi per rendergli meno disagiato il suo viaggiare, servitelo sul suo cammino; sono certo che vi mostrerà la sua riconoscenza.»¹³⁴

Autogrill Pavesi a Fiorenzuola d'Arda, vista dall'autostrada. 1959. Fotografia d'epoca. Archivio privato Jan Jacopo Bianchetti.

L'occasione era ghiotta: il processo di motorizzazione era ormai compiuto e, soprattutto sulle autostrade maggiormente trafficate, sembrava necessaria una soluzione che riuscisse a guadagnare facilmente entrambi i sensi di marcia e, nello stesso tempo, a segnalare la sua presenza da lontano lasciando libera l'area di sosta ai parcheggi e agli impianti di rifornimento.

«Un ristorante a forma di ponte costruito in ferro e cristallo e gettato senza pilastri intermedi attraverso l'Autostrada del Sole: questi i dati tecnici del più moderno autogrill d'Europa, costruito a Fiorenzuola d'Arda, a metà strada fra Milano e Bologna. L'Onorevole Luigi Scalfaro, sottosegretario agli Interni inaugura insieme al Cavaliere del Lavoro, Mario Pavesi, questa che è, in fondo, una tappa nell'umanizzazione della più veloce strada l'Italia. Il suo Autogrill è il necessario punto d'approdo per chi ama viaggiare senza portarsi da casa i panini al prosciutto. Fino ad ora il primo tratto dell'Autostrada del Sole poteva presentare le incognite

¹³⁴ Estratto dalle dichiarazioni dell'Ing. Cova, riportate in «Impianti di segnaletica e pubblicità presentati al giudizio di esperti e giornalisti». *Autostrade: rivista di tecnica e di informazioni autostradali*. Pubblicazione mensile della Soc. Concessioni e costruzioni autostrade, n. 3 (1961).

gastronomiche più impensate. Oggi, uno spuntino all'insegna della buona cucina farà trascurare la media anche all'automobilista più forsennato. Come una piccola nave sospesa sul fiume del traffico, l'Autogrill è pronto a prendervi a bordo, quando scatta l'ora dell'appetito.»¹³⁵

La combinazione, con il ribaltamento delle gerarchie spaziali, appare subito vincente e dal 1959, dopo l'esordio a Fiorenzuola d'Arda del primo Autogrill a ponte¹³⁶ di tutta Europa, in meno di quindici anni vengono realizzati una dozzina di edifici a marchio Pavese e Motta¹³⁷.

Le due aziende coinvolte, con i rispettivi architetti di riferimento, si impegnano subito in un'indagine sulle possibilità figurative offerte dal tema e definiscono le loro rispettive varianti formali, proponendo strutture che tutt'ora, irrompono con geometrie, materiali e colori nello skyline dell'autostrada, offrendosi come architetture spettacolarizzate e allo stesso spettacolarizzanti.

La dimensione estetica attorno a cui si è costruita l'esperienza italiana, ha contribuito a esaltarne l'originalità rispetto ai modelli americani e a decretarne l'importanza, dal punto di vista della storia dell'architettura, quale apporto fondamentale al processo di invenzione della tipologia.

Uno sguardo globale su tutti gli interventi nazionali, infatti, lascia facilmente intuire la volontà, da parte dei protagonisti di queste vicende, di superare gli aspetti meramente funzionali dell'autogrill, in favore della ricerca di un organismo architettonico capace di eleggersi a catalizzatore di

¹³⁵ *Autogrill Pavese*. Settimana Incom, Caleidoscopio, CIAC Compagnia Italiana Attualità Cinematografiche / C1194, 29 dicembre 1959.

¹³⁶ Situato tra Parma e Piacenza, il progetto di Fiorenzuola è stato ideato da Bianchetti sul modello dei ristoranti americani, come risposta alle esigenze crescenti di spazi e servizi per la sosta. Portato a completa realizzazione nei soli ultimi quattro mesi del 1959, l'impianto si compone del grande volume trasparente della galleria del ristorante, sospeso sui due corpi laterali che chiudono tra loro l'Autostrada del Sole, di cui si sfruttano per la prima volta le potenzialità estetiche, riservando ai clienti che consumano lì il loro pasto, uno spettacolo inedito. L'edificio appariva nella prospettiva del paesaggio agrario italiano del Dopoguerra come un elemento unitario isolato e ben identificabile, successivamente indebolito dal progressivo ampliamento dei corpi laterali con il *tourist market* e le altre strutture di servizio, via via sempre più preminenti alla strategia commerciale e l'eliminazione delle grandi scale a sbalzo metalliche, che conferivano un aspetto dinamico alla percorrenza dei visitatori.

¹³⁷ Tra il 1959 e il 1972, dopo il cantiere di Fiorenzuola d'Arda, vengono realizzati per Pavese: l'Autogrill a Novara, sull'A4 (1962), quello di Sebino nei pressi di Brescia, sull'A4 (1962), di Serravalle Pistoiese, sull'A11 (1962), di Frascati, sull'A1 (1963), di Chianti, nei pressi di Firenze, sull'A1 (1964), di Dorno sull'A7 (1964), di Feronia sull'A1 (1964), di Montepulciano sull'A1 (1967), di Soave, nei pressi di Verona, sull'A4 (1969) di Alfaterna, vicino Nocera sull'A3 (1971) e di Brembo-Osio sull'A4 (1972). Motta ne realizza solo due: quello di Cantagallo, sull'A1 (1961) e quello di Limena sull'A4 (1967).

flussi in nome di una qualità che aggiunge alla *più americana* tra le esperienze il valore del *made in Italy*.

Questa attenzione, tradotta in una precisa e meticolosa definizione dell'organizzazione spaziale e funzionale dei servizi, è, infatti, già chiara nel racconto che lo stesso Bianchetti fa dalle pagine di *Quattroruote*¹³⁸ dell'originale *grand tour* compiuto, insieme a Mario Pavesi, lungo le autostrade statunitensi e tedesche, per approfondire direttamente le esperienze dei bar-ristoranti *Howard Johnson* e dei *grills* della Standard Motor Oil e confrontarle con quelle del nostro Paese.

«Milioni di automobilisti americani che corrono per i loro affari lungo le splendide autostrade degli Stati Uniti, si fermano ai posti di ristoro quando hanno sete o appetito. Noi, invece, questa volta viaggiamo proprio per poterci fermare ai posti di ristoro.

[...]

Possiamo sentirci soddisfatti. Se non teniamo conto dei sessantasei posti di ristoro delle autostrade tedesche, che sono comuni birrerie e hanno soltanto il merito «automobilistico» di essere distribuiti lungo quella splendida rete di traffico, noi italiani siamo senz'altro i primi in Europa che ci siamo posti organicamente il problema. Dopo i tre successivi ampliamenti, il padiglione di Novara, lungo la vecchia autostrada Milano-Torino è senz'altro paragonabile a un Howard Johnson. I servizi di ristorante, tavola calda, vendita di generi di conforto soddisferebbero il più severo ispettore della «catena» H.J.

[...]

Ma non commetteremo l'errore d'installare in questi edifici funzionalissimi comuni ristoranti, magari con degustazione di appetitose specialità locali. Tagliatelle, fettuccine, agnolotti, lambrusco, complicati intingoli, il turista potrà facilmente trovare sostando nelle regioni attraversate. Lungo l'autostrada, invece, s'impongono diete e servizi pensati in ragione delle alte velocità e delle numerose ore al volante: cibi leggeri, nutrienti, sani e genuini, pronti a ogni momento del giorno della notte. E conterà molto poter disporre di personale esperto e cortesissimo, di impianti ben regolati per il riscaldamento o la refrigerazione, di numerose cabine telefoniche per evitare le fastidiose code. E poi agili servizi

¹³⁸ Bianchetti, Angelo. «Le oasi dell'autostrada»... op. cit., pagg. 90-98.



Fotografia del viaggio in America di Mario Pavesi e Angelo Bianchetti (entrambi sulla destra). 1959 ca. Archivio Barilla, Fondo Pavesi.

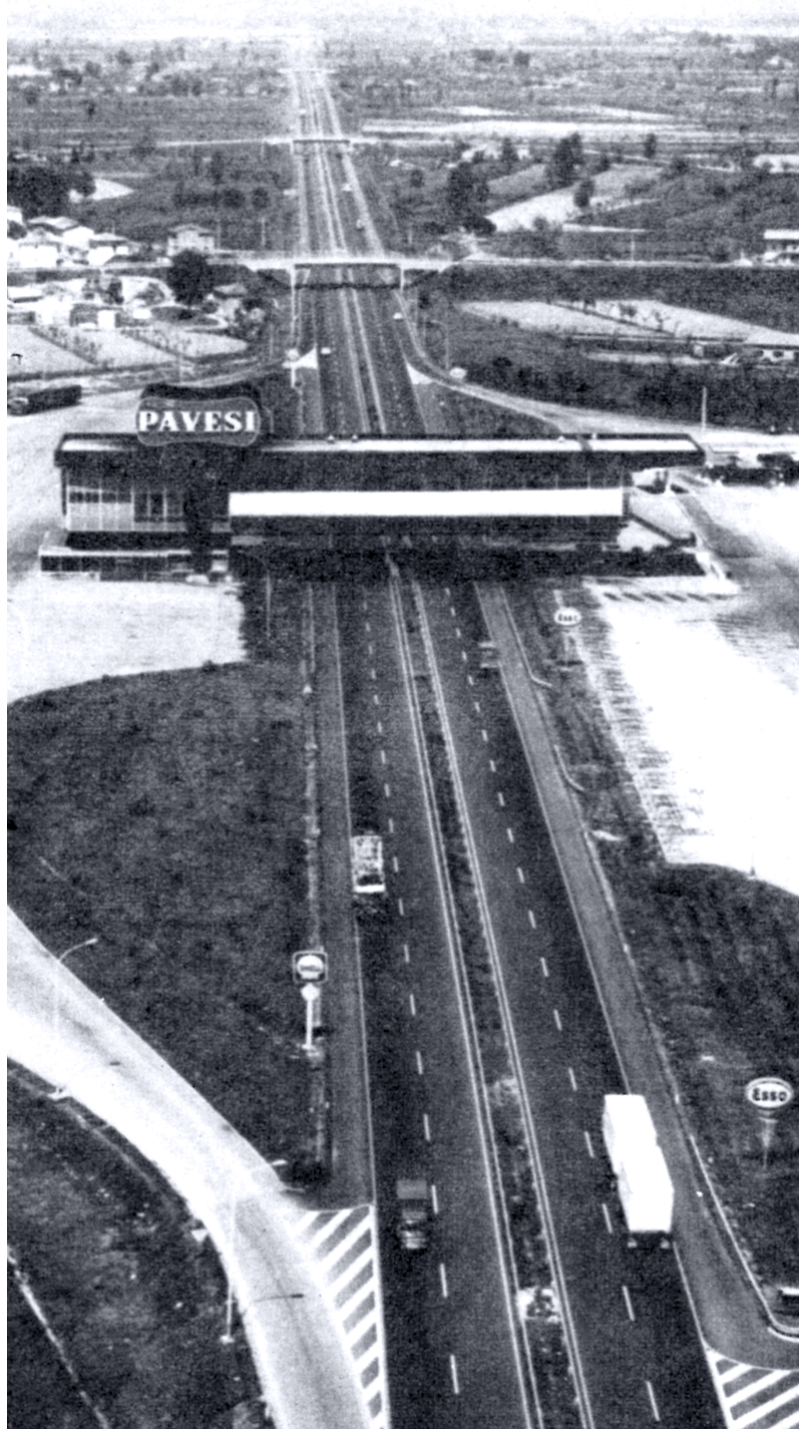
d'informazione, distributori di sigarette, edicole ben fornite di giornali e riviste, toilettes inappuntabili che si possano raggiungere senza far molte domande. In generale, l'esperienza finora raccolta nei posti di ristoro, che già funzionano lungo le vecchie autostrade italiane, è rassicurante.»¹³⁹

Prescindendo completamente da qualsiasi rapporto con il contesto attraversato dalla strada, il ponte raggiunge, quindi, una solida autonomia programmatica e si costituisce come un oggetto funzionalmente concluso. Con il suo linguaggio, sceglie, invece, di misurarsi con la dimensione dell'infrastruttura, concorrendo, con tutti gli elementi della composizione all'organizzazione di un'immagine ad essa coerente.

L'edificio-cavalcavia, inoltre, sovrasta il traffico, lo rende visibile dal piano aereo. L'automobilista, salito sul ponte, diventa spettatore della sua stessa velocità e trova, quindi, un punto di vista inedito sul paesaggio della mobilità, offerto, come in uno schermo televisivo, da una prospettiva determinante per la comprensibilità del suo insieme.

Le componenti fondamentali dell'impianto, inquadrano e organizzano il panorama percepito della strada, aprono lo sguardo verso di essa e, come una terrazza panoramica, ne esaltano l'immagine.

¹³⁹ *Ivi*, pagg. 90, 95, 96.



Autogrill Pavese a Montepulciano, vista a volo d'uccello. Da Boaga, Giorgio, Gianfranco De Angelis, e Giuseppe Francia, a c. di. Aree di sosta e di servizio in Italia... op. cit., pag. 174.

Dettaglio del tavolo del ristorante affacciato sull'autostrada. Autogrill Pavese a Montepulciano. Archivio Barilla, Fondo Pavese.

alle pagine successive:

Angelo Bianchetti. Bozzetto Autogrill Pavese a Montepulciano. 1967. Archivio privato Jan Jacopo Bianchetti.



Inesplorate nelle soluzioni a padiglione, le potenzialità insite nella fruizione di questi edifici insistono sulla dimensione dell'autogrill quale architettura *dell'infrastruttura* e giustificano come scelta compositiva, la loro continuità rispetto all'essenza – non solo estetica, ma soprattutto ontologica – dell'autostrada, le cui azioni peculiari sono il *fluire*¹⁴⁰ e il *trascorrere*¹⁴¹.

Il ponte, in questo senso, esplicita la sua idea del *passare*, attraverso l'applicazione di un *layout*, con cui, al pari di un qualsiasi tratto autostradale, trascina il suo avventore da un punto a un altro della costruzione, secondo un percorso obbligato in cui la giustapposizione ragionata di sequenze, elementi, quinte e fondali che si sviluppano lungo tutti gli ambienti, fa del pasto *con vista* il suo momento culminante.

L'impianto di Montepulciano, a ragione, può essere considerato uno degli esempi più riusciti dell'espressione di questa *liturgia*. Completato nel 1967 sul tratto autostradale Firenze-Roma, l'autogrill è una delle ultime realizzazioni a marchio Pavese e perciò sintetizza, in una soluzione

¹⁴⁰ *fluire* v. intr. [dal lat. *fluere*, con mutamento di coniug.]. Scorrere, detto di liquido, o, meno spesso, di aeriformi. Il Vocabolario Treccani. <http://www.treccani.it/>

¹⁴¹ *trascorrere* (letter. ant. *transcórre*) v. tr. e intr. [dal lat. *transcurrere*, comp. di *trans-* «trans-» e *currere* «correre»] (coniug. come *correre*). [...] v.intr. a. letter. Passare, andare oltre. [...] b. fig., letter. Dello sguardo, volgersi ad altro oggetto. Il Vocabolario Treccani. <http://www.treccani.it/>





ARCHITETTO
DOTT. A. BIANCHETTI
 MILANO (145)
 VIA GERRARZI, 14 - TEL. 044.458

piuttosto originale e unica, l'esperienza consolidata dall'architetto nell'applicazione dei principi di questa tipologia.

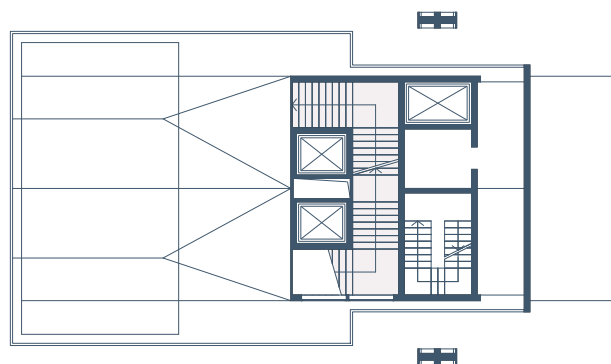
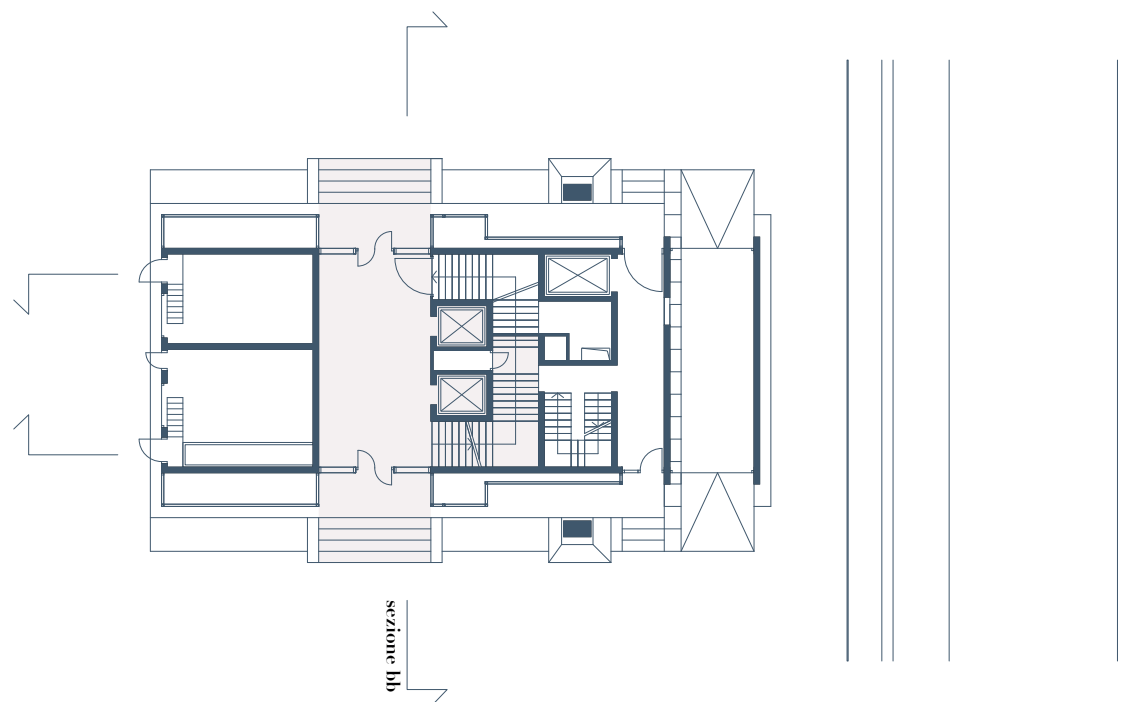
Qui, Bianchetti, riesce nell'intento di sviluppare il consueto programma funzionale degli autogrill Pavesi – con il ristorante, il bar e il *tourist market* – in una composizione fortemente comunicativa, che fa della celebrazione del marchio, il *fil rouge* di un vero e proprio meccanismo rituale.

L'impianto, caratterizzato da un disegno asimmetrico, si presenta come un unico grande volume a cavallo della carreggiata, sospeso a due portali zoppi in acciaio cor-ten che, oltre a costruire un delicato e ingegnoso equilibrio strutturale, definiscono emblematicamente l'immagine della facciata. Con una lunghezza complessiva di 80 metri, le due travi costituiscono, infatti, anche il coronamento dell'edificio, caratterizzandolo anche dal punto di vista cromatico grazie al colore bruno-rosso del cor-ten, che richiama le tonalità del frangisole e dell'imponente logotipo Pavesi di colore rosso vivo. Il corpo del ponte, chiuso da un sistema di facciate continue, con tamponamenti vetrati e opachi in laminato, si mostra già nel celebre bozzetto di Bianchetti come un oggetto sopraggiunto dal futuro. Con la sua trasparenza risponde al duplice scopo di mantenere il contatto tra l'interno, dove l'automobilista consuma il suo pasto e l'esterno, dove scorre il traffico autostradale, e di costituirsi quale elemento di attrattiva pubblicitaria nelle ore notturne con l'illuminazione che lo rende visibile, insieme all'insegna, anche da notevole distanza.

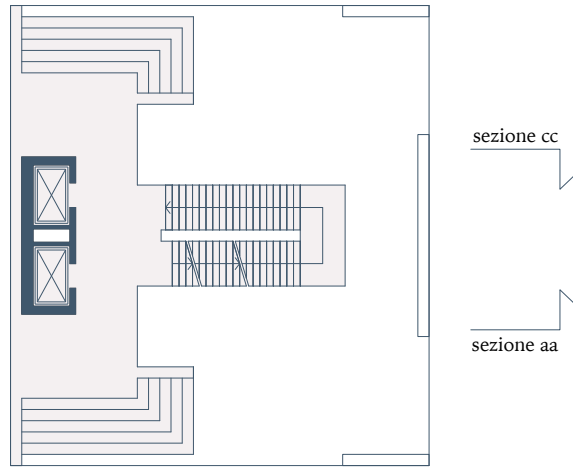
Pur «colossale come un transatlantico»¹⁴² per le sue dimensioni, il corpo del ponte conserva il senso di sospensione e di leggerezza, anche grazie all'esilità dei collegamenti verticali, che lo stesso fungono da appoggi e definiscono la grande campata centrale di 48 metri. Al piano del piazzale sono sistemati, da una parte, una modesta hall di ingresso – che ospita, insieme al corpo scala e agli ascensori, gli impianti di condizionamento e la centrale termica – e sul lato opposto, un corpo ascensori e una leggera scala esterna panoramica, che chiude la testata del volume e suggerisce un ulteriore punto di vista sulla strada.

Tutti i sistemi di risalita rintracciano, al primo piano ponte – posto ad una quota di 7,30 metri – uno spazio di connessione longitudinale che segue la facciata sud offrendo una prima prospettiva centrale sulle auto in corsa prima di aprirsi sullo spazio *di servizio* vero e proprio, con il bar e l'area della vendita.

¹⁴² Bianchetti, Angelo. «Le oasi dell'autostrada»... op. cit., pag. 95.

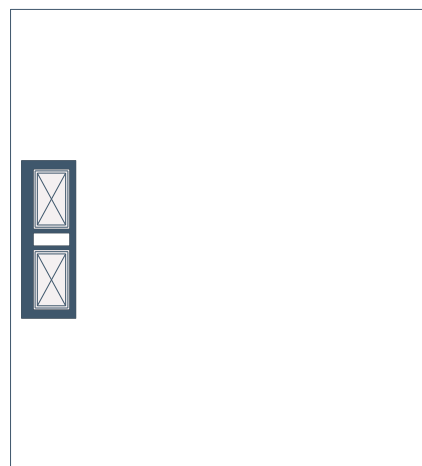


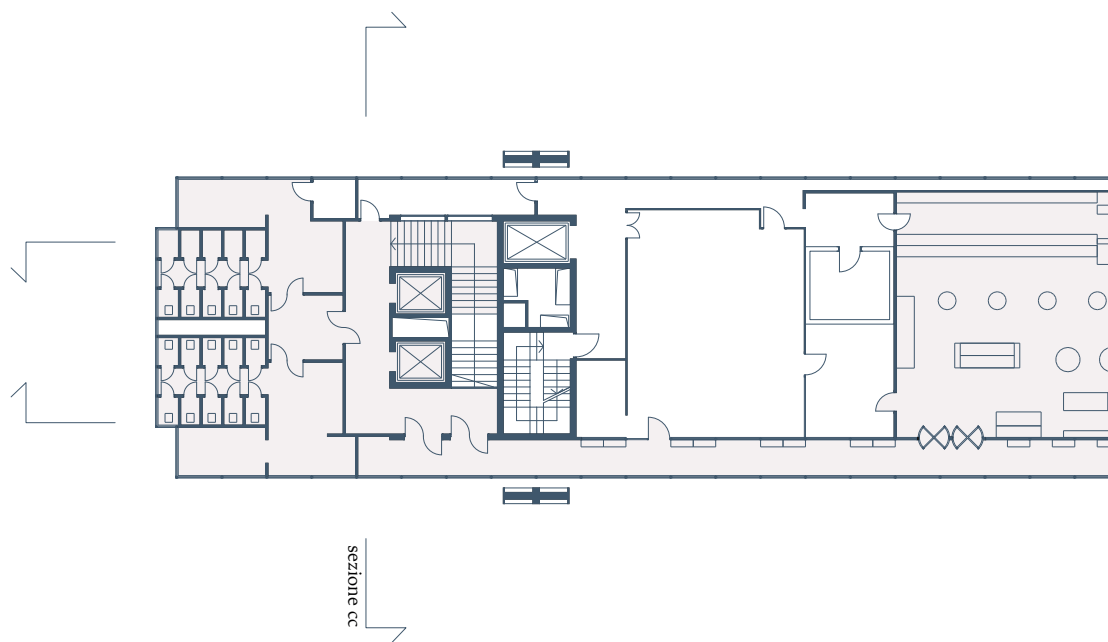
Pianta piano terra e pianta copertura hall.
Autogrill Pavese a Montepulciano. 1967.



pianta piano terra
ingressi-hall

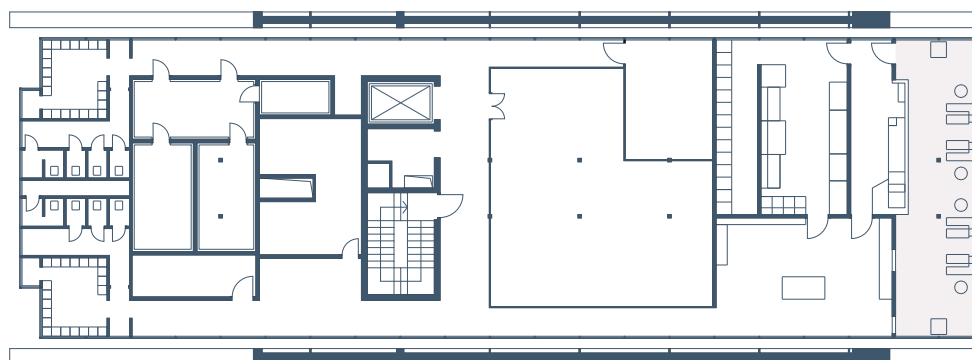
pianta copertura hall



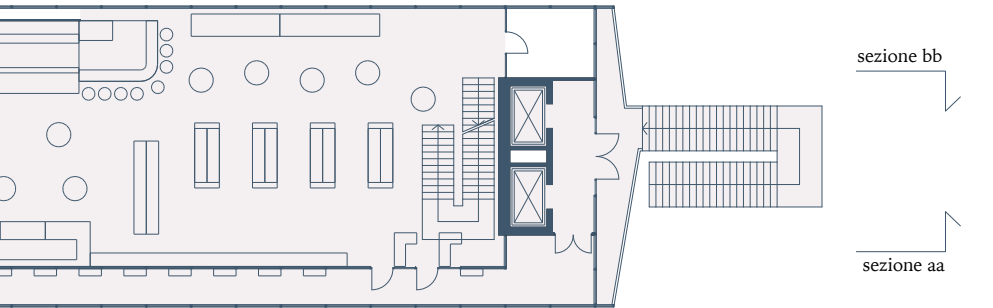


0

5

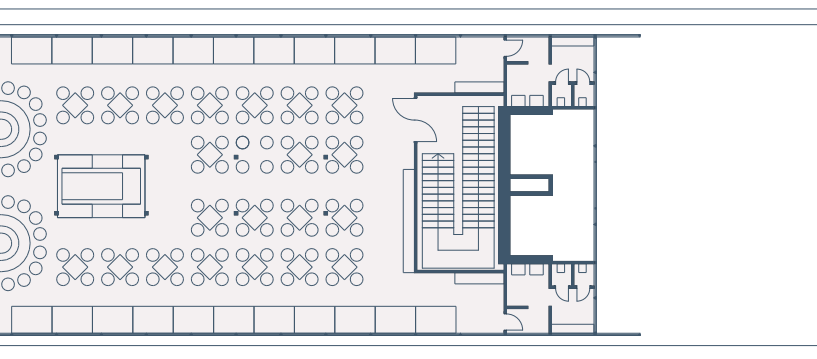


Pianta magazzini e pianta piano grill.
Autogrill Pavese a Montepulciano. 1967. Sono evidenziate le parti relative al pubblico.



pianta magazzini
+11,70 m

pianta piano grill
+7,32 m



Dall'ingresso alla sala, che è unico e predeterminato, si ha l'immediata percezione dell'intero sistema: si è totalmente immersi nel mondo del marchio, in un luogo omogeneo ma sovrastimolante, finalizzato a fornire quella che oggi definiremmo una *shopping experience*¹⁴³. Il bancone del bar, le sedute, le scaffalature, fino alle casse: tutto è ordinato secondo un ritmo e una direzione precisa, in una successione che è più simile ad una scansia continua ricca di prodotti confezionati.

In fondo, con la precisione di un gesto che vuole distogliere l'attenzione rispetto all'uscita e invogliare il consumatore alla prosecuzione dell'*itinerario*, si trova, poi, un corpo scala lasciato a vista, che conduce al livello superiore verso il ristorante, dove viene servito *il menù dell'automobilista*¹⁴⁴.

Insieme alle cucine e ai magazzini, lo spazio della mensa occupa tutto il piano – posto alla quota di 11,70 metri – e si dilata con i tavoli cercando le facciate vetrate, al fine di offrire al consumatore una relazione diretta con il traffico veicolare sottostante.

Il connubio tra il disegno dello spazio e quello del prodotto raggiunge qui il livello più alto: il consumo di un pasto confezionato, che fornisce l'immediata ed effimera soddisfazione, si combina a una originale esperienza architettonica, grazie alla quale contemplare il Paese che cresce e scorgere le proprie «magnifiche sorti e progressive»¹⁴⁵, producendo una traccia mnemonica indelebile.

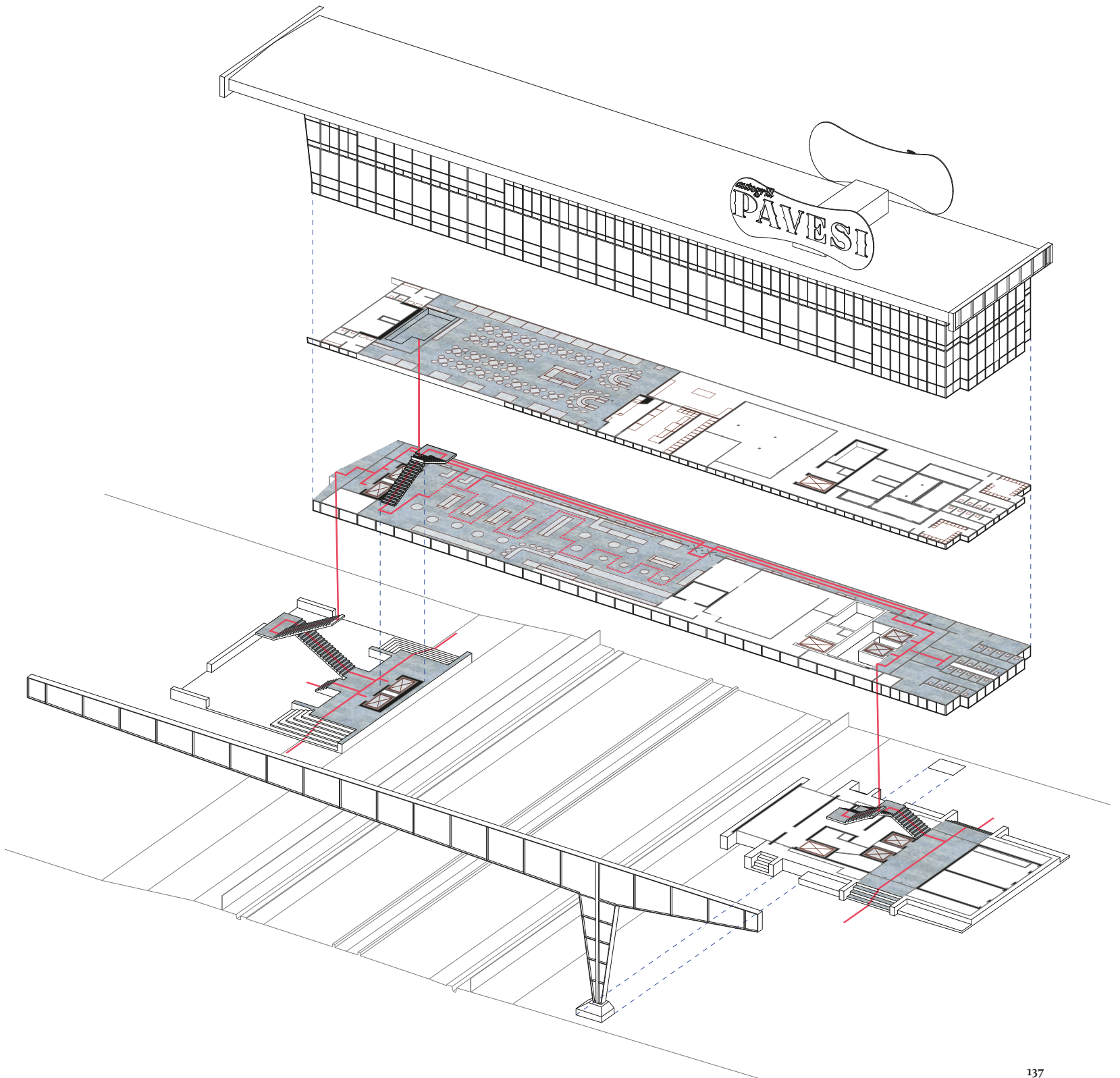
L'edificio, può essere letto, quindi, attraverso una vera e propria *promenade*, ovvero secondo un preciso percorso coercitivo di distribuzione, che lega tutti gli elementi dell'assistenza al viaggiatore a criteri di consequenzialità spaziale. Rifacendosi alle tecniche di gestione dello spazio che la cultura del giardino ha elaborato in Europa a partire dal Rinascimento con l'obiettivo di suscitare emozione e sorpresa attraverso la visione cinematografica, l'autogrill diventa una macchina spazio-visuale, articolata in un processo lineare, ripetitivo e automatizzato, con percorsi predeterminati e tendenzialmente

Esplosio assometrico con l'indicazione del layout e dei percorsi degli utenti. Elaborazione grafica dell'Autogrill Pavesi a Montepulciano.

¹⁴³ Cfr. Morone, Alfonso. «La ristorazione autostradale italiana nel dopoguerra: progetto e comunicazione tra spazi del consumo e cibo industriale». *AIS/Design. Storia e Ricerche*, n. 5 speciale expo (2014).

¹⁴⁴ Nel '59 il pranzo tipo offre a 750 lire: consommé, roastbeef, pollo alla griglia con patate, chips, burro, formaggio e cracker Soda Pavesi e dolce con Pavesini. Cfr. Colafranceschi, Simone. *Autogrill... op. cit.*, pag. 22.

¹⁴⁵ Verso estratto da *La Ginestra* di Giacomo Leopardi, scritta nella primavera del 1836 e pubblicata postuma nell'edizione dei *Canti* nel 1845. L'espressione è ripresa da Cerri, Susanna. «Architettura di comunicazione.* Cavalli alati, cani a sei zampe e gatti selvatici lungo il "bordo stradale"». *Firenze architettura*, n. 1 (2017), pag. 145.



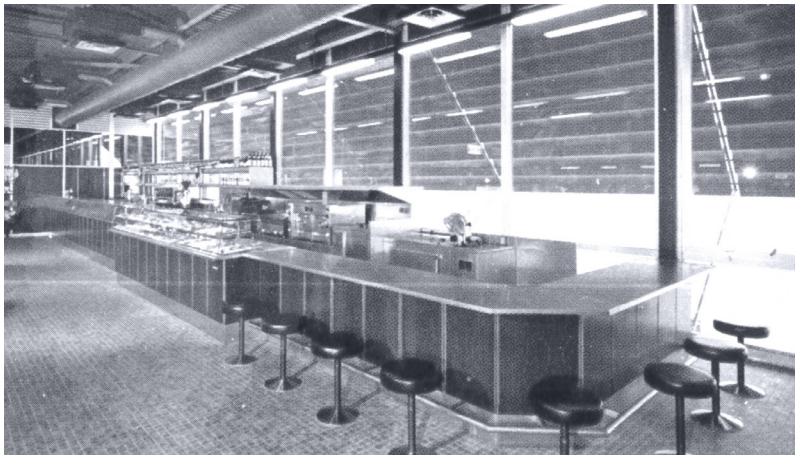
2.4. ARCHITETTURA E FORMAT



Particolare della scala esterna. Autogrill Pavesi a Montepulciano. Fotografia di Vincenzo Barilari.

Dettaglio dello snack-bar. Autogrill Pavesi a Montepulciano. Da Aloi, Giampiero. *Ristoranti*. Milano: Hoepli, 1972.

Vista del ristorante con in primo piano uno dei banchi della tavola calda. Autogrill Pavesi a Montepulciano.



unidirezionali che trascinano il fruitore in un flusso deciso e incorporato. Si entra e si esce da luoghi unici e prescritti, lo sguardo è attirato da precise prospettive e tutte le operazioni possibili vengono concentrate riducendo al minimo la presenza di personale e quindi anche di variazioni¹⁴⁶.

L'organizzazione planivolumetrica dell'autogrill, giocando con le sue sequenze, quindi, si costruisce su questa forma rigorosa – ma invisibile – di controllo, secondo, cioè, i termini di un dispositivo che verrà definitivamente assorbito dalla tipologia nel corso degli anni '60, fino a permanere, come un *format*, svuotato del suo significato visivo e percettivo, ancora oggi.

Bianchetti qui, non applica semplicemente un procedimento, gli si deve riconoscere il merito di aver proposto una forma per lo spazio delle merci che è riuscita nell'intento di concretizzare, attraverso il commercio dei prodotti industriali, la congiunzione tra le arti e il gusto popolare.

«Tuttavia, il senso pubblicitario di cui nessun negozio può andare privo, esige per ogni soluzione caratteristiche formali ben definite e singolari, atte ad esercitare sul compratore un'opera insistente, e non molesta, di persuasione che meglio s'addica alla mentalità media del compratore che frequenterà il negozio.»¹⁴⁷

Pur esprimendosi per principi, a Montepulciano – e in tutti i suoi interventi – Bianchetti fa dominare l'aspetto spettacolare del commercio, risolvendolo nel doppio registro dell'edificio in rapporto all'infrastruttura e del consumatore in relazione alla stanza e fa propri alcuni temi che erano già stati fondamentali, negli anni '30, nelle ricerche condotte da Mendelsohn¹⁴⁸ sul negozio¹⁴⁹.

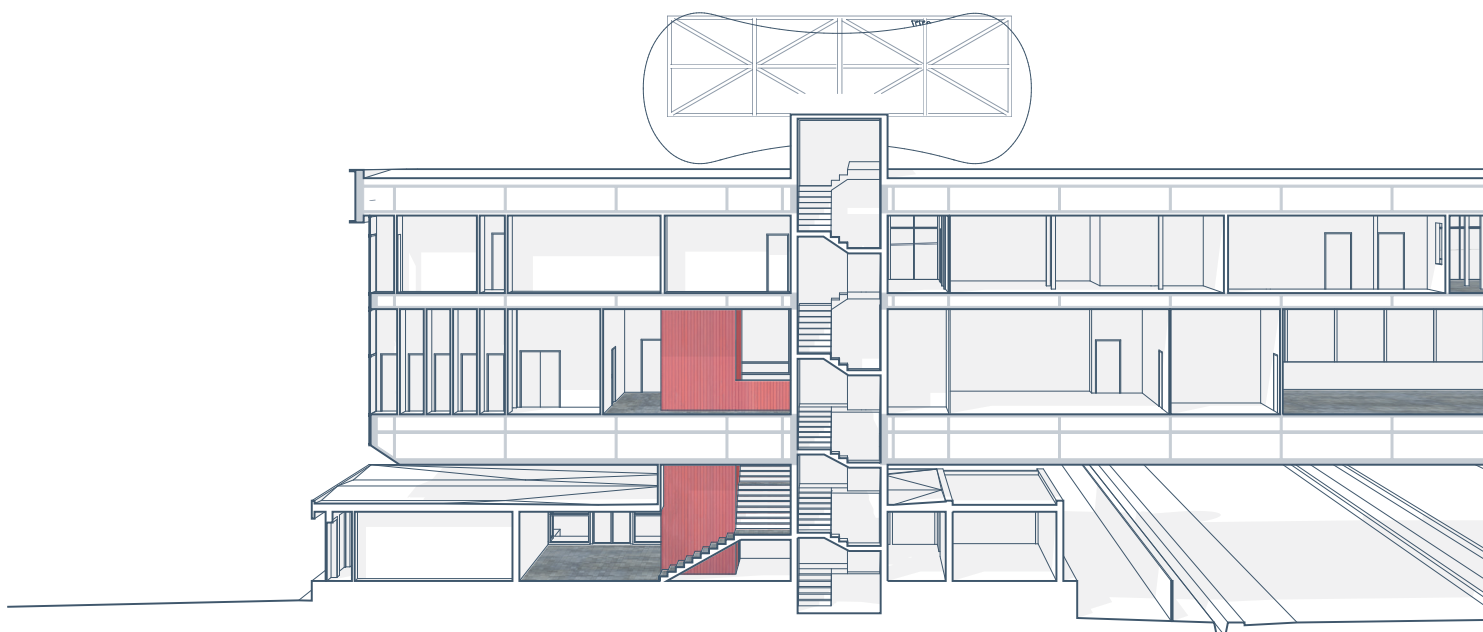
«Lo scopo di ogni negozio è la merce. [...] Quindi la merce è il fattore principale e ogni accorgimento commerciale ed architettonico deve avere come scopo la sua esaltazione. In particolare l'edificio [...] deve essere elaborato in funzione delle necessità commerciali in ogni fase della progettazione e della realizzazione. Luce e circolazione sono gli elementi in base ai quali verificare la qualità. La luce,

¹⁴⁶ Sull'evoluzione del *layout* cfr. Secondulfo, Domenico. «Bottega e ipermercato...» op. cit.

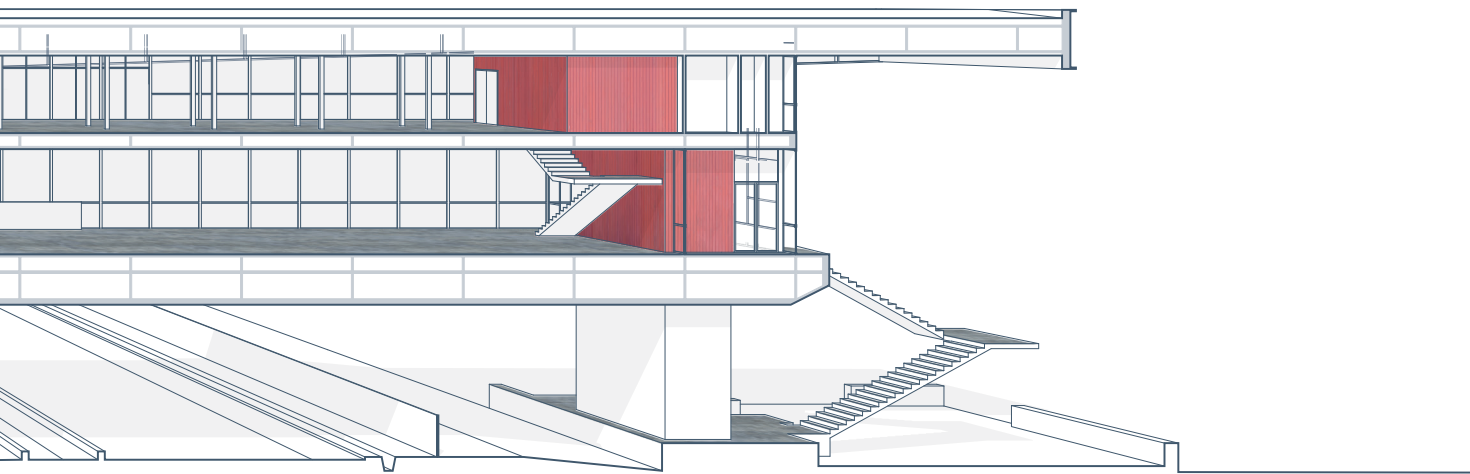
¹⁴⁷ Bianchetti, Angelo, e Cesare Pea. *Il negozio...* op. cit., pag. 11.

¹⁴⁸ A partire dal 1926, Mendelsohn realizza gli straordinari grandi magazzini per la società Schocken a Norimberga (1926), Stoccarda (1927), Chemnitz (1929), i grandi magazzini Cohen & Epstein a Duisburg (1927) e il grande magazzino Petersdoff a Breslavia (1928). Questa serie di interventi lo portano a essere stimato uno dei maggiori esperti di architetture e spazi commerciali, tanto da essere insignito dalla rivista *Moderne Bauformen*, di un premio come creatore «della forma moderna del grande magazzino».

¹⁴⁹ Cfr. Scodeller, Dario. *Negozi: l'architetto nello spazio della merce*. Milano: Electa, 2007, pag. 97



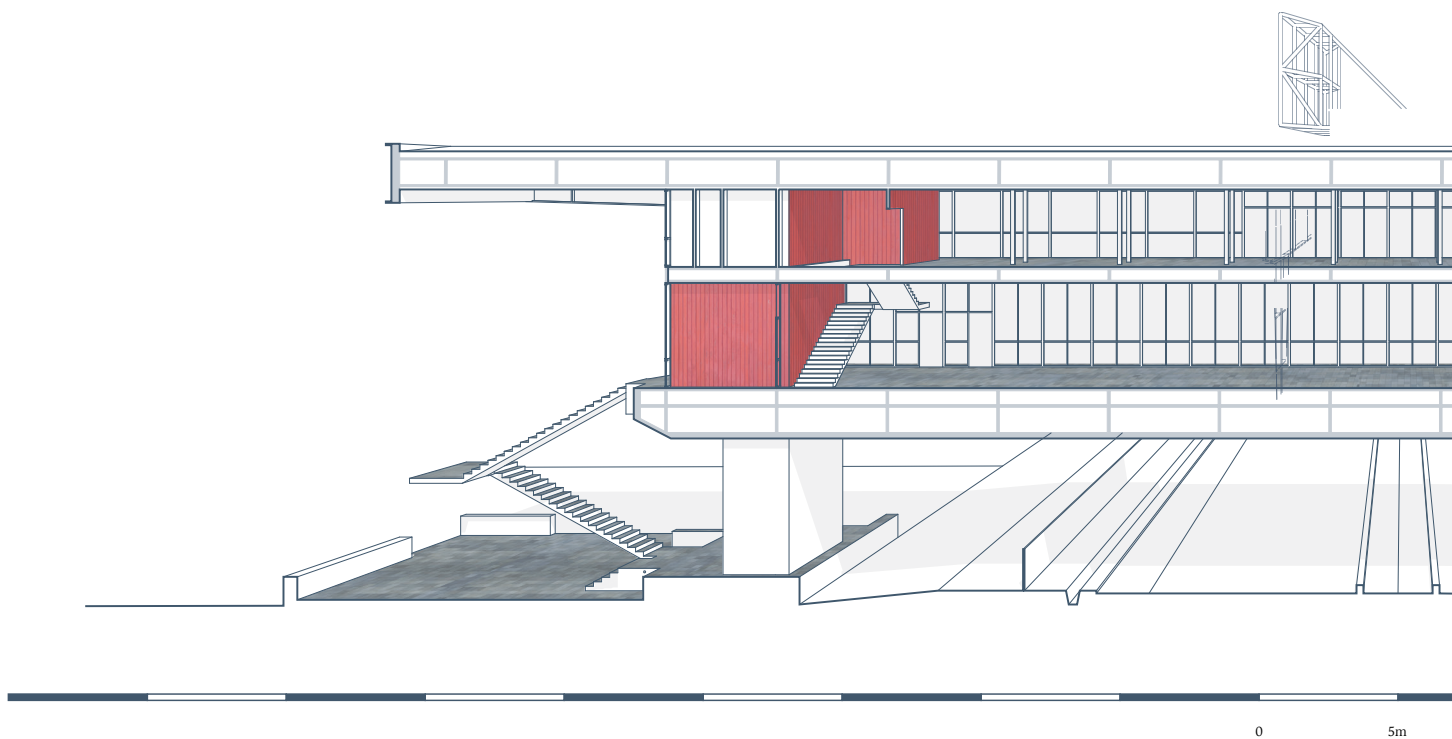
Sezione prospettica aa.
Autogrill Pavese a Montepulciano, 1967. Sono evidenziate le parti relative al pubblico.



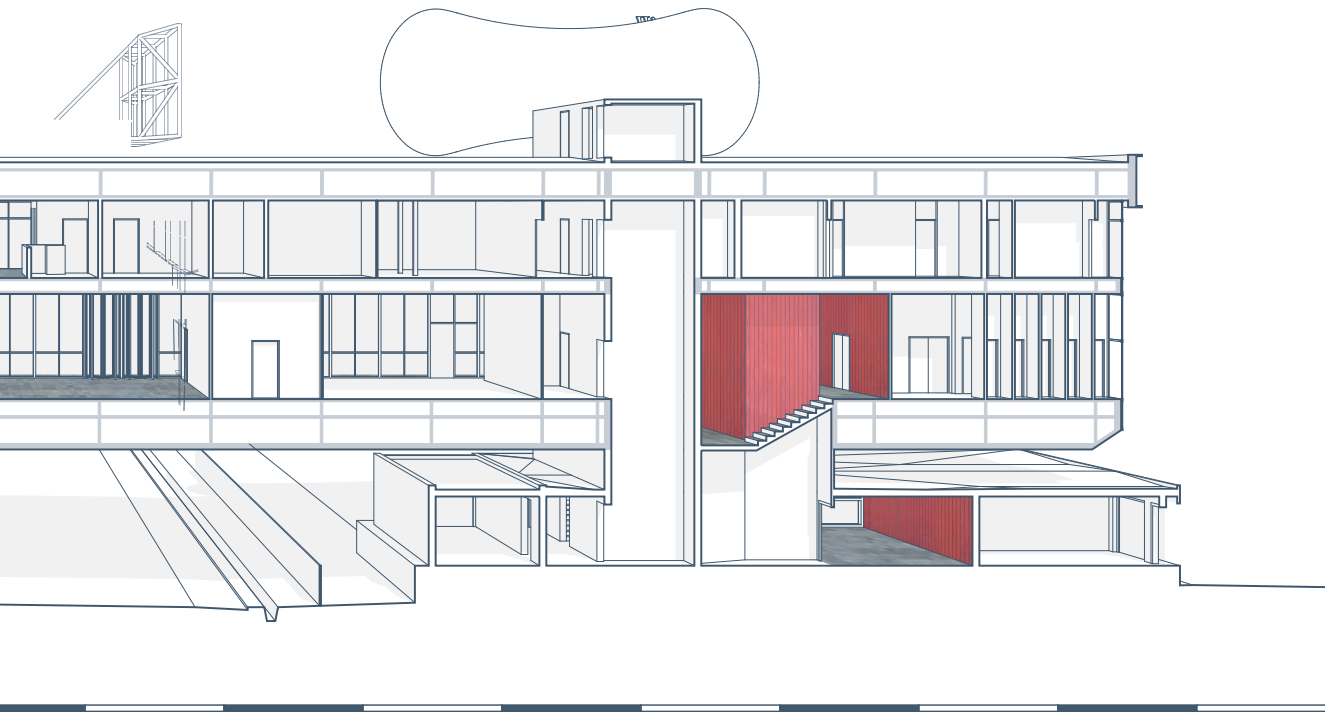
5m

10m

2.4. ARCHITETTURA E FORMAT



Sezione prospettica bb.
Autogrill Pavese a Montepulciano, 1967. Sono evidenziate le parti relative al pubblico.



10m

L'AUTOGRILL PAVESI PIÙ ARDITO DEL MONDO

IN ACCIAIO COR-TEN



AUTOGRILL PAVESI DI MONTEPULCIANO

Autostrada del Sole - tratto Roma-Firenze - Km. 395 da Milano e Km. 158 da Roma

AUTOGRILL PAVESI, la piú grande catena europea
di posti di ristoro sulle Autostrade:
gli AUTOGRILL PAVESI sono a disposizione
degli automobilisti in 76 aree di servizio.

autogrill

PAVESI

la sosta consigliata

Inserzione pubblicitaria su rivista d'epoca. 1967.

ossia una sufficiente illuminazione naturale dei saloni di vendita e della merce tramite finestre e cortili, e un'illuminazione artificiale che inviti all'acquisto. La circolazione, ossia sale di vendita coerenti, una chiara sistemazione della merce esposta, un'adeguata disposizione di scale e ascensori, ingressi e uscite di facile accesso. In poche parole: facilità di orientamento per l'acquirente.»¹⁵⁰

Bianchetti, presumibilmente a conoscenza di questi studi, sembra aver assorbito la lezione dell'architetto tedesco.

«Lo studio della circolazione deve essere particolarmente accurato quando lo spazio a disposizione sia limitato. Le funzioni di visita ai prodotti, visita che inizia all'esterno mediante la vetrina, di informazione, di scelta, le trattative, l'acquisto, l'imballaggio ed il pagamento debbono potersi svolgere, in virtù della disposizione planimetrica, agevolmente, senza che il venditore od il cliente vengano disturbati o distratti. In alcune città degli S. U. d'America sono stati creati grandi negozi, di generi alimentari specialmente, a carattere molto eclettico: tengono un po' della drogheria, del pizzicagnolo, della farmacia, del negozio di primizie, destinati ad un pubblico numeroso (si potrebbero chiamare negozi di massa) specialmente composti di massaie. Questi locali, vastissimi e rifornitissimi, hanno una disposizione di scaffali e dei banchi studiata con molta razionalità in modo che vi si possa svolgere un traffico obbligato per tutto lo svolgimento del negozio. Il movimento di compratori viene convogliato da parapetti che sono disposti in guisa da determinare una pista continua ed obbligata che lambisce scaffali e banchi di vendita ed avente inizio all'ingresso e fine all'uscita dove è posta la cassa, o le casse.»¹⁵¹

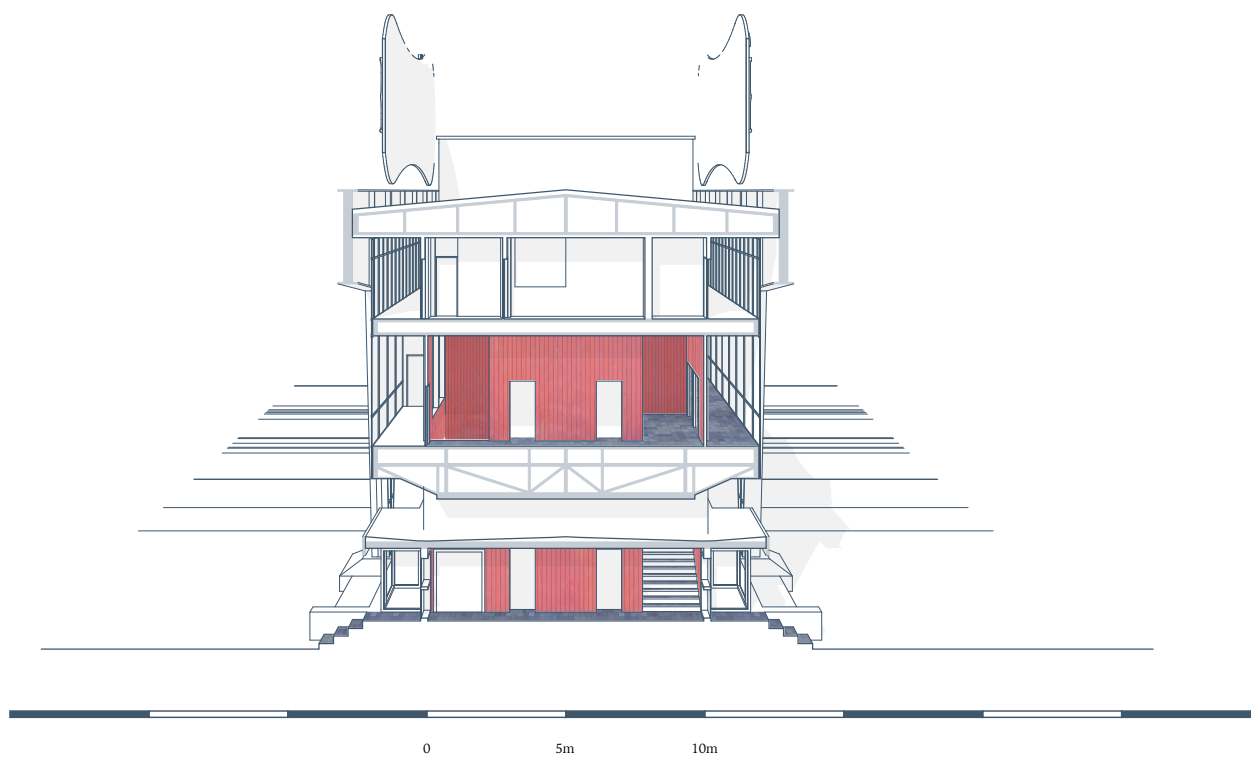
Non deve sorprendere, data l'insistenza sull'aspetto della circolazione, incontrare all'interno dell'autogrill cartelli con frecce, divieti e obblighi, presi a prestito dalla segnaletica stradale e imposti come elementi chiari, immediati e leggibili per gestire i flussi e le direzioni da rispettare lungo la *promenade*.

Tutto concorre alla definizione di un'immagine di grande coerenza espressiva rispetto al paesaggio della strada. Anche l'espressionismo strutturale che caratterizza gli elementi costruttivi – all'interno e all'esterno – della stazione di Montepulciano segna la definitiva apertura verso l'infrastruttura, esprimendo la fiducia in un meccanicismo che le avanguardie avevano portato in primo piano nei decenni precedenti.

¹⁵⁰ Mendelsohn, Erich. «Das neuzeitliche Geschäftshaus, 1929». In Stephan, Regina, a c. di. *Erich Mendelsohn: 1887-1953*. Milano: Electa, 2004.

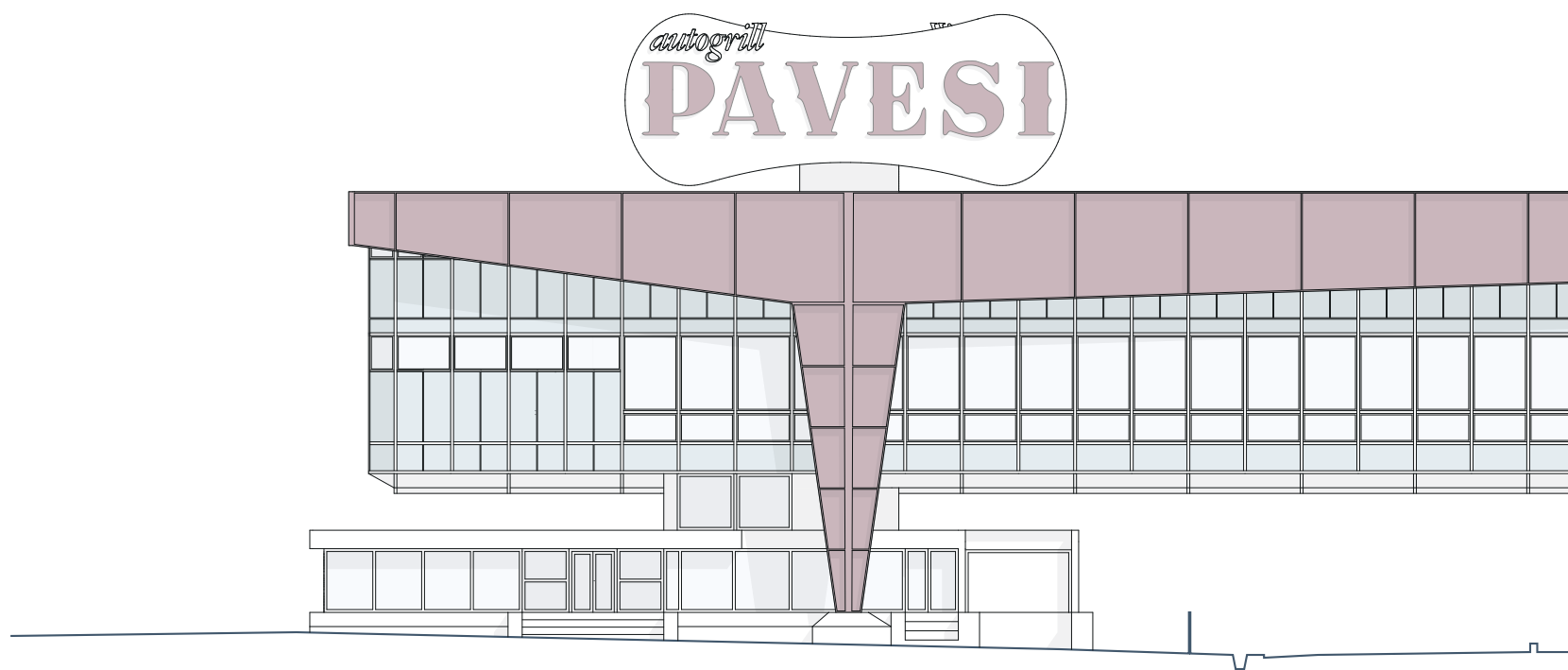
¹⁵¹ Bianchetti, Angelo, e Cesare Pea. *Il negozio...* op. cit., pag. 13.

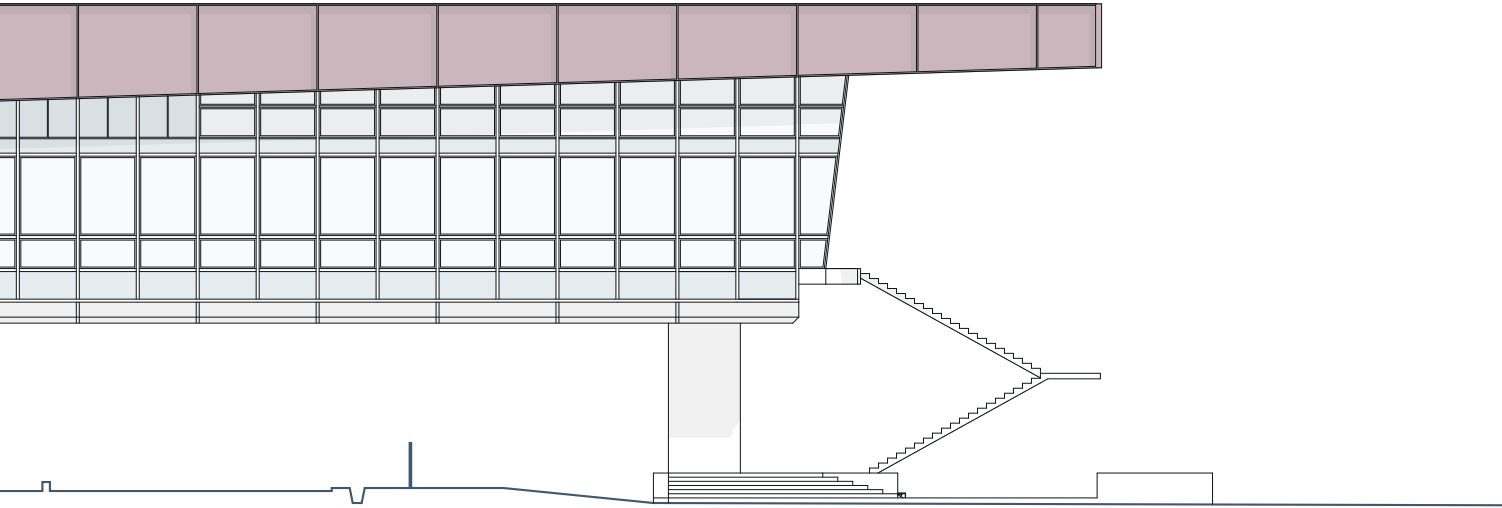




Particolare della testata del ponte con la scala esterna. Autogrill Pavese a Montepulciano. 1967. Archivio Barilla, Fondo Pavese.

Sezione prospettica cc. Autogrill Pavese a Montepulciano. 1967. Sono evidenziate le parti relative al pubblico.





2.4. ARCHITETTURA E FORMAT



Viste degli interni con, in evidenza, la struttura e gli impianti lasciati a vista. Autogrill Pavesi a Montepulciano. 1967. Archivio Barilla, Fondo Pavesi.

alla pagina successiva:

Vista dall'autostrada. Autogrill Pavesi a Montepulciano. 1967. Archivio Barilla, Fondo Pavesi.

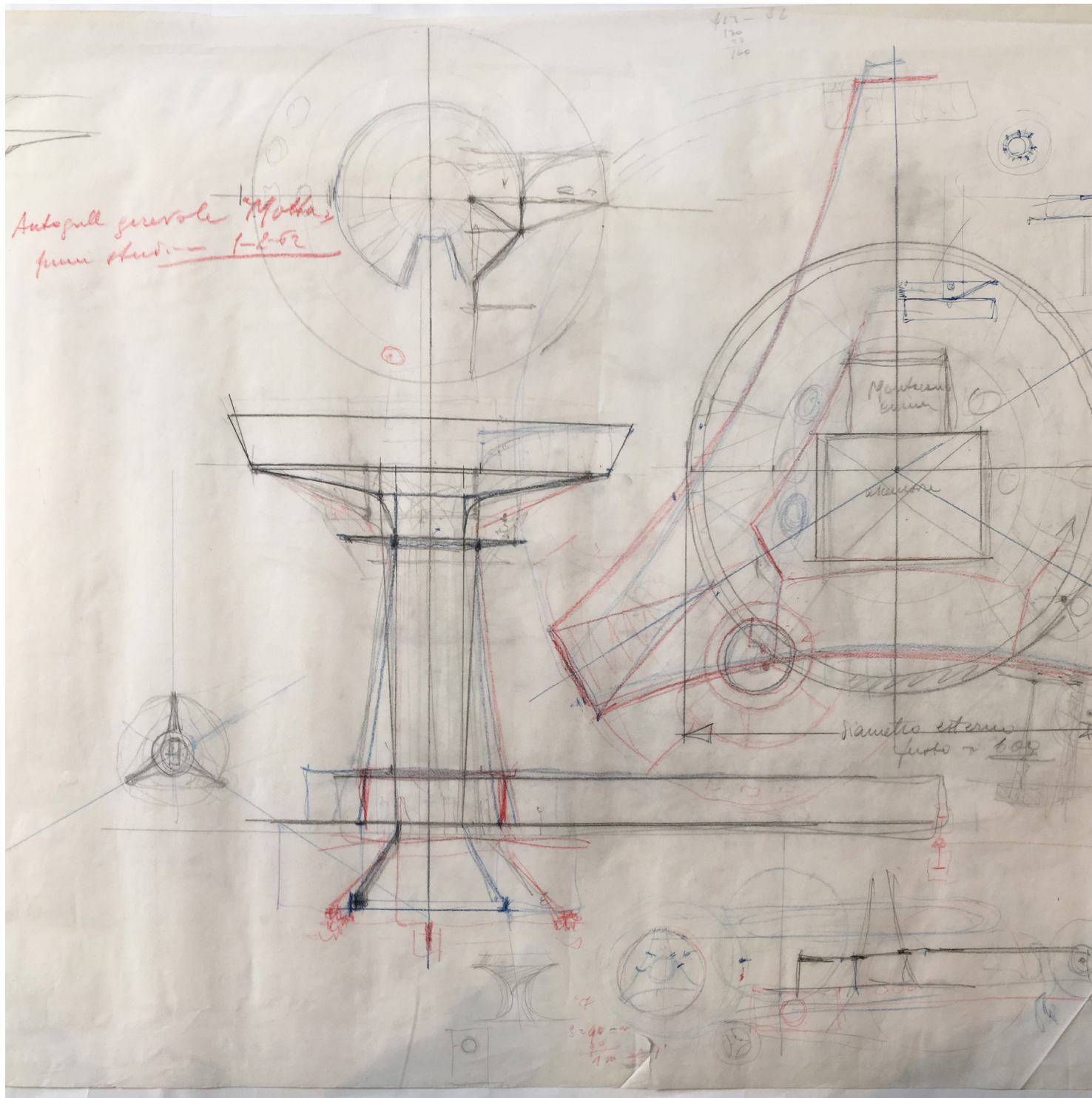


«Ho voluto realizzare una costruzione di tipo «aperto» e, credo, con questo materiale, in modo onesto e funzionale. Tutte le strutture sono a vista, come gli impianti che corredano l'edificio: aria condizionata, impianti elettrici, ecc. ecc. in modo che il pubblico possa rendersi conto della complessità di un edificio di tal genere e della sua funzionalità. Sono pure a vista i solai in lamiera nervata e dove non è stato usato acciaio COR-TEN (all'interno) si è usata una verniciatura con colori di tono violento (rosso, nero, bleu) che distinguono strutture, solai, impianti, canalizzazioni varie.»¹⁵²

Qui, l'opulenza del *collage* di stili e materiali che ha distinto le realizzazioni dei primi anni '60, viene sostituita da controventi lasciati a vista all'intradosso dell'impalcato in lamiera e a reti impiantistiche variamente colorate, che fissano la grammatica di una nuova estetica degli interni, significativamente ammiccante al mondo della tecnica¹⁵³.

¹⁵² Bianchetti, Angelo. «L'acciaio nelle aree di servizio autostradali, autogrill e stazioni di servizio»... op. cit., pag. 49.

¹⁵³ Cfr. Greco, Laura. *Architetture autostradali in Italia...* op. cit., pagg. 139-141.



Pier Luigi Nervi. Disegno di studio per Mottagrill girevole. Centro Studi e Archivio della Comunicazione CSAC di Parma, Fondo Pier Luigi Nervi.

Al linguaggio tecnologico della carpenteria metallica, corrisponde, a Limena, l'espressività della struttura in calcestruzzo armato del Mottagrill di Melchiorre Bega¹⁵⁴ e Pier Luigi Nervi¹⁵⁵, che segna il punto più alto dell'interpretazione di un sistema tecnologico nella composizione di un *ponte* autostradale.

Completato nel 1967 nel tratto a nord di Padova sull'autostrada Serenissima, l'edificio si sviluppa sulla scia di un programma di architetture che l'industria dolciaria milanese mette a punto dal 1959, come risposta alla fortunata esperienza Pavesi. A partire dall'incarico per il Mottagrill «Somaglia ovest» (1959) e per il ponte di Cantagallo (1961) – «Cantagallo

¹⁵⁴ Nato nel Bolognese nel 1898, matura il suo interesse per l'architettura e il design nella bottega del padre, dal quale apprende le più disparate applicazioni della lavorazione artistica del legno, dall'intaglio all'intarsio. Conseguita la laurea nel 1919 all'Accademia di Belle Arti di Bologna, continua anche a esercitare le sue doti di arredatore, sia all'interno dell'azienda di famiglia, che con interventi per ville, bar e caffè, così come anche nel campo navale, mantenendo viva un'attitudine al progetto, immune da storicismi e tesa alla ricerca di forme nuove. Noto in ambito milanese, colpisce per la qualità e l'eleganza dei suoi progetti Gio Ponti, che gli lascia il testimone della direzione di *Domus* dal 1941 al 1944. Prima insieme a Pagano, Ulrich e Bontempelli, poi da solo porta avanti il lavoro con risultati più che soddisfacenti, intavolando un vivace dialogo tra architettura, decorazione e arti. Trasferitosi stabilmente a Milano, nel dopoguerra la sua produzione architettonica si adegua ai principi dell'*International Style*, incasellando uno dietro l'altro una serie di progetti importanti sia in Italia che all'estero: il palazzo di Piazza Ravegnana a Bologna (1954), la Torre Galfa a Milano (1958), gli uffici Stipel a Milano (1964), la sede della casa editrice Springer a Berlino (1966), grattacielo SIP a Genova (1969), Palazzo dei congressi a Bologna (1975). Sono gli anni della ricostruzione e, poi, del *boom*, e Bega, che è tra i protagonisti, si trova impegnato ad una scala più domestica, come anche ai grandi progetti di grattacieli o palazzi per uffici, senza tralasciare mai la dimensione degli allestimenti. Dagli anni '60 si trova, inoltre, impegnato in numerosissimi lavori tra sistemazioni interne ed edifici veri propri, nell'ambito di una collaborazione con l'Ente Autonomo Fiera Internazionale di Milano, per il quale Bega lavorerà fino alla sua morte, avvenuta nel 1976.

¹⁵⁵ Tra i maggiori artefici di architetture strutturali nel panorama internazionale del Novecento, Pier Luigi Nervi, classe 1891, è l'emblema di un'eccezionale coniugazione fra arte e scienza del costruire. Laureato in Ingegneria civile a Bologna, inizia a svolgere la propria carriera professionale affiancando una ricerca incessante sulla nuova tecnica del calcestruzzo armato, che rinnoverà il suo modo di costruire e la sua stessa idea di progetto negli anni a venire. Fonda la sua impresa Nervi e Nebbiosi (poi Nervi e Bortoli, e successivamente Studio Nervi) e inizia a distinguersi nella critica architettonica con le prime opere imponenti tra cui lo stadio di Firenze e una serie di hangar per l'Aviazione italiana, costruiti tra il 1935 e il 1940. In tali opere Nervi persegue un raffinatissimo risultato formale, dedicando al tempo stesso un'attenzione particolare alle considerazioni di carattere economico, inducendolo ad adottare tecniche innovative e a sperimentare la prefabbricazione. Nel dopoguerra firma alcune delle opere più straordinarie per edifici industriali e civili, come il grattacielo Pirelli di Milano e l'aula delle udienze in Vaticano, per strutture espositive e impianti sportivi in occasione delle Olimpiadi di Roma del 1960. A partire dagli anni '50 diviene il progettista italiano più noto in campo internazionale realizzando opere di grande prestigio sia in Europa (la sede dell'Unesco a Parigi con Bernard Zehrfuss e Marcel Breuer), che in America (il terminal autobus di New York, la cattedrale di St. Mary a San Francisco, il grattacielo della Borsa a Montreal, l'ambasciata d'Italia a Brasilia, ecc.), e in Australia, grazie ad alcune soluzioni tecnico-strutturali che raggiungono risultati di straordinaria eleganza e divengono icone di un nuovo modo di fare architettura. Muore nel 1979 a Roma.

City», il più grande d'Europa¹⁵⁶ – a cui seguono altri padiglioni laterali¹⁵⁷, Melchiorre Bega è l'architetto di riferimento. L'azienda ha già stretto con lui un legame profondo per i progetti di alcuni negozi urbani e per lo studio di grandi Padiglioni fieristici, in occasione dei quali l'«architetto-artista»¹⁵⁸ ha dimostrato un lavoro vivace e instancabile di ricerca in grado di condensare tanto le tematiche della modernità, quanto le tensioni di un'architettura a servizio dell'uomo.

In verità, ricerche d'archivio svelano anche un coinvolgimento parallelo di Pier Luigi Nervi, il quale, già dal 1962, si trova impegnato nel disegno di un padiglione autostradale girevole¹⁵⁹ e di un'avveniristica soluzione a ponte per Villarboit¹⁶⁰, dei quali, purtroppo, non si arriverà mai alla realizzazione. Il cantiere di Limena si propone, quindi, come un ingegnoso dispositivo formale, definito dal lavoro condiviso di due progettisti, provenienti da contesti culturali e professionali differenti che trovano nella multidisciplinarietà e nell'integrazione delle rispettive competenze specialistiche, attraverso le forme del progetto, il punto di forza della loro soluzione.

¹⁵⁶ Cfr. «Cantagallo-city». *Nazione Sera*, Firenze, 10 dicembre 1962

¹⁵⁷ Le realizzazioni su progetto di Bega contano anche il Mottagrill Tre Pini di Teano Est (1964), quello di Badia al Pino (1964), quello di Villarboit (1966) e di Bevano (1967).

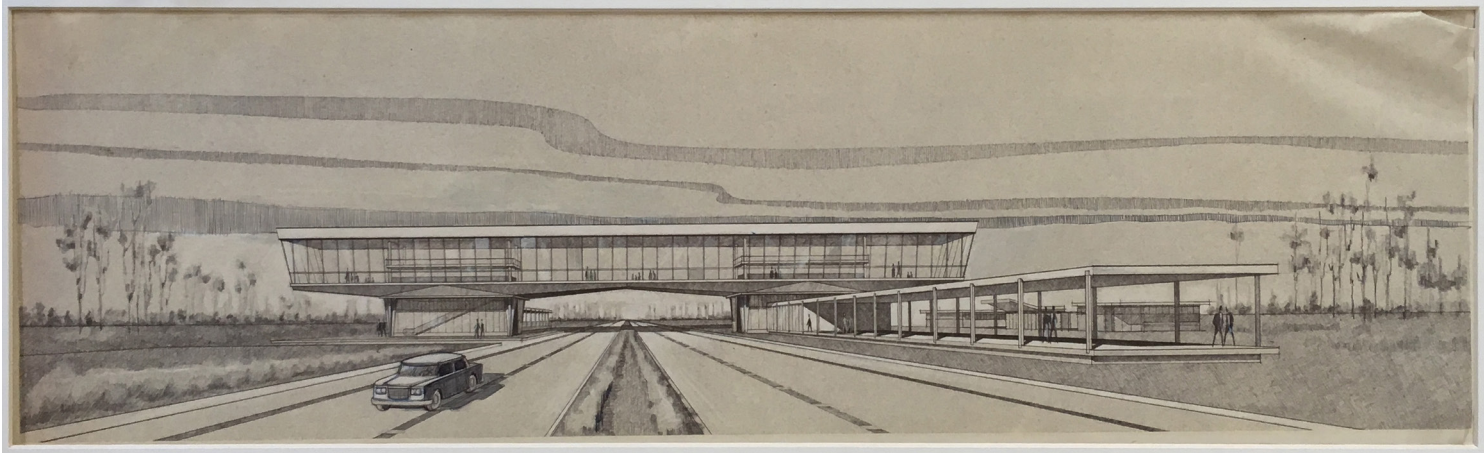
¹⁵⁸ Così viene definito da Giancarlo Palanti in relazione alle vicende legate alla direzione di *Domus*. Cfr. Palanti, Giancarlo. «Notizie biografiche». In Albini, Franco, Giancarlo Palanti, e Anna Castelli, a c. di. *Giuseppe Pagano Pogatschnig: architetture e scritti*. Milano: Editoriale Domus, 1947.

¹⁵⁹ I disegni del 1962 riguardano una piattaforma panoramica circolare e girevole destinata alla sala del ristorante, sistemata su un pilone ad una altezza di circa 20 metri, dove sono ospitati i collegamenti verticali. L'intuizione di Nervi prorompe nel quadro italiano con tratti di evidente originalità. Nervi, infatti, in questa fase, non sembra riferirsi al panorama consolidato delle architetture autostradali, che appare diviso tra la configurazione di padiglioni laterali e di edifici a ponte; semmai tenta di trasferire sulla strada la propria esperienza, quasi auspicando per sé una posizione autonoma dalle logiche del programma aziendale di Motta.

Infatti, il ristorante girevole, di cui Nervi formulò diverse ipotesi, suggerisce corrispondenze con gli studi sulla piattaforma panoramica e l'edificio rotante che lo avevano impegnato durante il cantiere della palazzina girevole a pianta circolare dei primi anni '30 e che confluirono nel ristorante *Pier* a Castelfusano del 1965.

¹⁶⁰ Destinato all'area di Greggio sull'autostrada Torino-Milano, il progetto di Nervi per il Mottagrill di Villarboit, si avvicina definitivamente all'impianto consolidato delle strutture a ponte italiane, trovando una sua continuità formale con Mottagrill di Cantagallo. Nei disegni la firma originale del progettista si riconosce nella struttura portante in calcestruzzo armato caratterizzata da un sofisticato sistema di otto pilastri, il cui profilo viene raccordato in un volume cruciforme, sagomato in altezza a seconda delle sollecitazioni a cui è soggetto.

Una sequenza di note tecniche e un disegno si riferiscono, poi, ad una seconda ipotesi progettuale, in cui Nervi anticipa la soluzione di Limena, impostando tutta la struttura su due travi parete in calcestruzzo armato, forate da aperture poligonali per illuminare la sala del ristorante.



Pier Luigi Nervi. Bozzetto Mottagrill di Villarboit. Centro Studi e Archivio della Comunicazione CSAC di Parma, Fondo Pier Luigi Nervi.

alle pagine successive:

Pier Luigi Nervi. Bozzetto Mottagrill di Limena. Centro Archivi di Architettura MAXXI, Fondo Pier Luigi Nervi.

«Ma più importante di una qualunque meditazione di linee e volumi è che una meditazione razionale, anche più serrata di quanto in quel gusto si esprimeva, sia penetrata nell'opera di Bega, in un calcolo dei materiali, in una sperimentazione dei sistemi costruttivi, in un addestramento delle elaborazioni continuamente rivolti allo stesso risultato, collaboranti alla stessa formazione. Qui le officine servono lo stesso disegno e i magazzini, le stesse officine. Tutto v'è legato in una stretta funzione, lo stesso taglio, lo stesso legno, nello stesso gusto. [...] Ormai tutti dovrebbero aver capito che il problema dell'arte non può essere più estraneo ai metodi della produzione e che macchina e industria non sono i nemici dell'arte se ne devono essere gli strumenti d'attuazione. [...] Bega ci pare importante proprio perché ha capito questo punto della vita ed ha accettato la concretezza della nuova responsabilità.»¹⁶¹

I due, la cui collaborazione, iniziata nel 1965, avrà un timido seguito per una prima versione del Mottagrill di Bevano, si scoprono accomunati dal metodo, dal porre, cioè, il disegno del dettaglio al centro della ricerca progettuale, tanto nella minuziosa e raffinata costruzione di oggetti, quanto nella perizia dell'invenzione di forme strutturali.

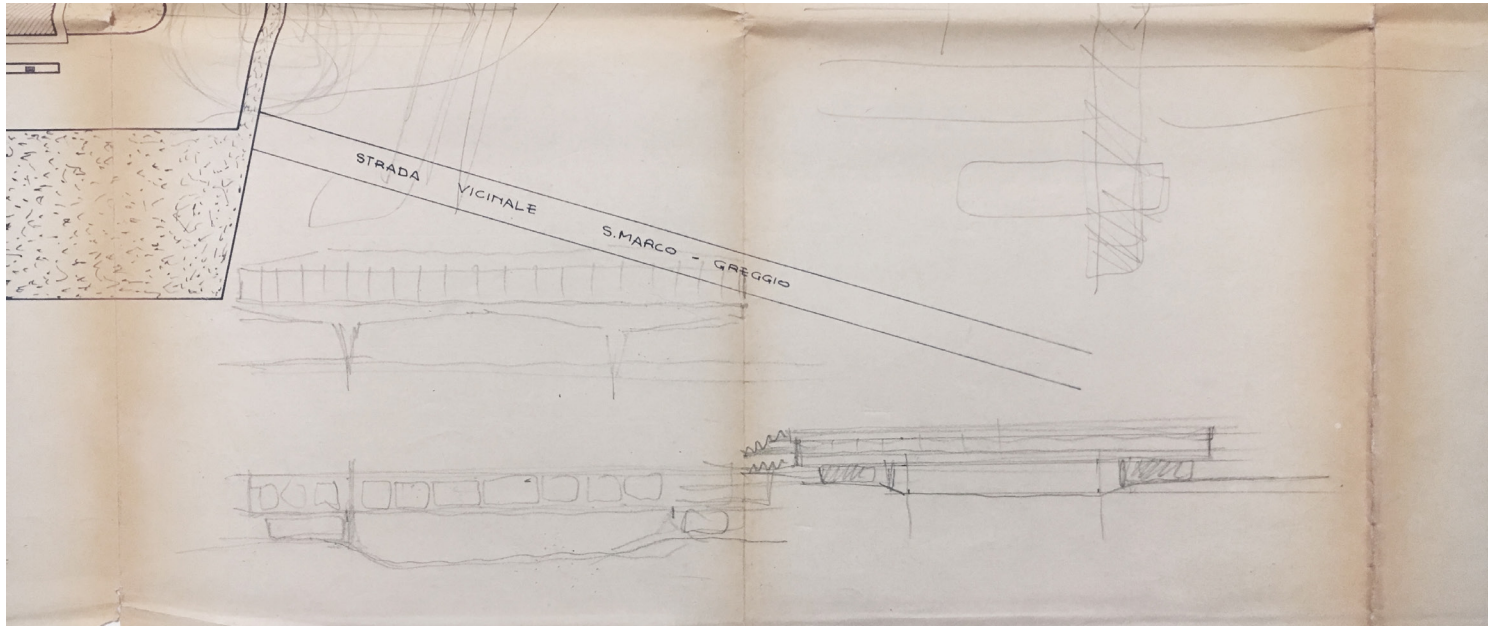
Con questi presupposti, la grande produzione di disegni tecnici, particolari, prospettive e schizzi di studio¹⁶², elaborata negli anni del cantiere di Limena,

¹⁶¹ Giolli, Raffaello. «L'opera di Melchiorre Bega». *Casabella: rivista di architettura e di tecnica*, n. 119 (novembre 1937), pagg. 6-9.

¹⁶² I disegni relativi al progetto, divisi tra il Centro Studi e Archivio della Comunicazione CSAC di Parma e il Centro archivi MAXXI architettura a Roma, fanno parte del Fondo Nervi. Sebbene i documenti d'archivio riportino sempre il suo nome a testimonianza di una collaborazione documentata anche attraverso la corrispondenza epistolare, non sono stati rinvenuti elaborati autografi del solo Bega.







rivela le evoluzioni di un progetto che può essere eletto a emblema di una sensibilità estetica fortemente condizionata dall'espressività delle masse e delle superfici disegnate plasticamente dal calcestruzzo armato¹⁶³.

Ed è proprio nella concezione dell'apparecchio costruttivo, nella sua sorprendente e rigorosa corrispondenza tra funzione strutturale e forma architettonica che si incardina tutto il disegno del celebre Mottagrill.

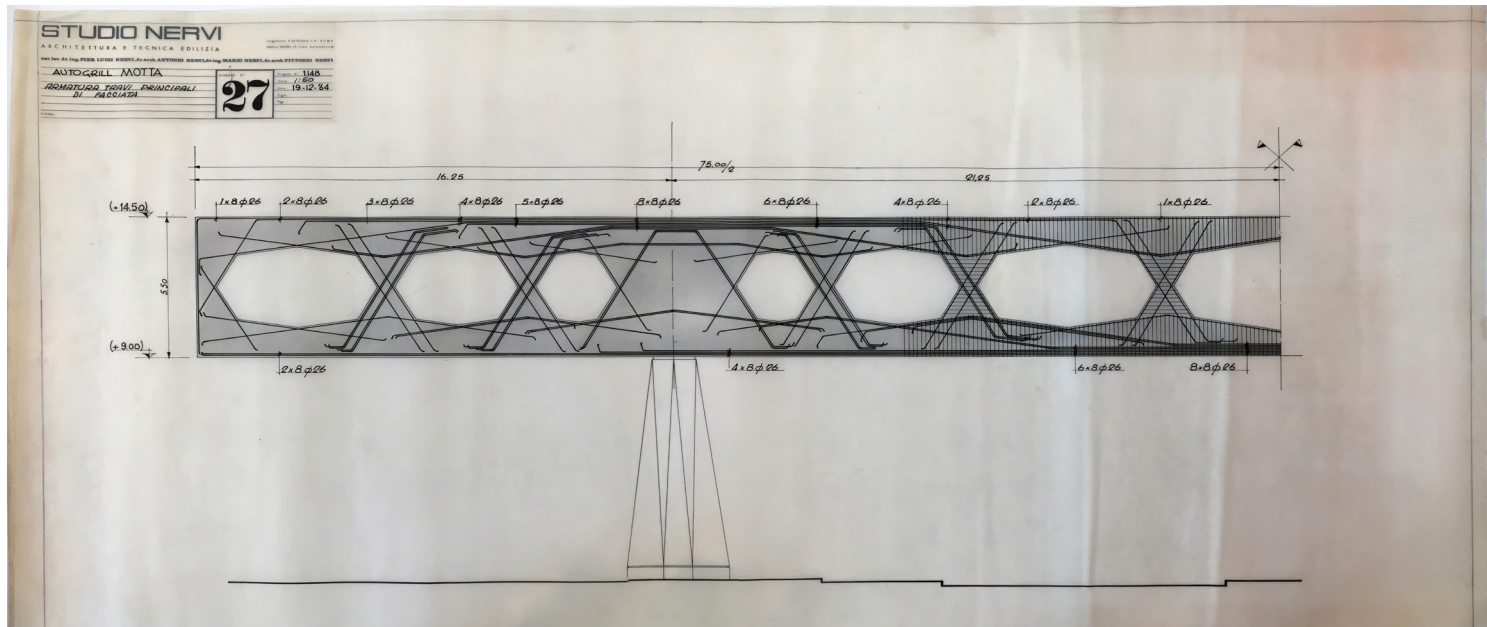
Con una configurazione che riprende gli ultimi studi di Nervi sul progetto di Villarboit¹⁶⁴, l'edificio si connota per le gigantesche travi-parete in calcestruzzo armato lasciato a vista, lunghe 75 metri e alte circa 5,50 metri, che costituiscono i fronti del volume principale e sono forate, in base all'analisi delle tensioni, da tredici aperture poligonali che illuminano gli interni dell'autogrill, definendone anche il profilo iconico.

Melchiorre Bega e Pier Luigi Nervi. Schizzi di studio, dalla planimetria per il progetto di raddoppio sistemazione area di servizio di Villarboit (Greggio). 20 dicembre 1961. Centro Archivi di Architettura MAXXI, Fondo Pier Luigi Nervi.

Pier Luigi Nervi. Armatura travi principali di facciata, Mottagrill di Limena. 19 dicembre 1964. Centro Studi e Archivio della Comunicazione CSAC di Parma, Fondo Pier Luigi Nervi.

¹⁶³ Cfr. Greco, Laura. «Limena. Architetture autostradali di Pier Luigi Nervi. Il Mottagrill e altri progetti». In Bianchino, Gloria, e Dario Costi, a c. di. *Cantiere Nervi. La costruzione di un'identità: storie, geografie, paralleli*. Quaderni dello CSAC. Milano: Skira, 2012.

¹⁶⁴ Il riferimento è ad alcune note descrittive delle soluzioni tecnico strutturali e ad un disegno della ditta Curtisa di Bologna del 10 novembre 1964, che documentano lo studio delle aperture poligonali nelle travi parete di una seconda ipotesi progettuale per il Mottagrill di Greggio. In un altro disegno planimetrico del primo impianto di Villarboit, datato 20 dicembre 1961, si riconosce tra alcuni disegni di studio della facciata fatti a matita, una soluzione con tredici aperture quadrangolari.

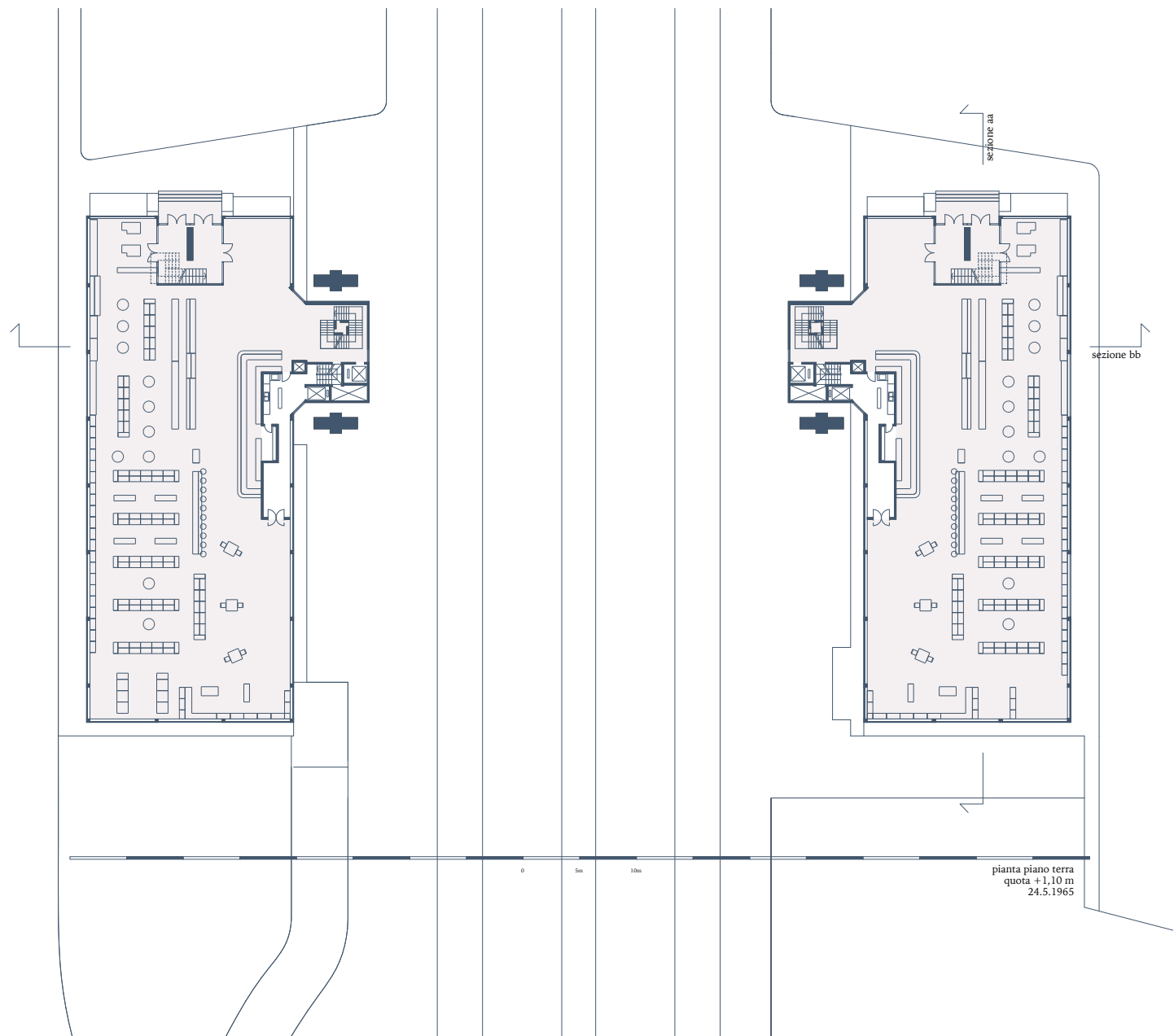


Come di consueto, il piano del ponte – posto a una quota di 9 metri sul piano stradale – è il luogo dedicato alla mensa: vi si trova il ristorante e il self-service, con i tavoli distribuiti lungo le facciate principali e nella parte centrale dell'invaso ed i locali di servizio, con le cucine, organizzati in corrispondenza delle testate cieche. Ancora una volta i progettisti scelgono di far coincidere il pasto con il punto d'arrivo di un movimento ascensionale, e quasi catartico, che attraversa tutti i livelli dell'impianto, a partire dai corpi laterali accessibili dalle rispettive aree di sosta, dove comincia e prende corpo la vera e propria *liturgia*.

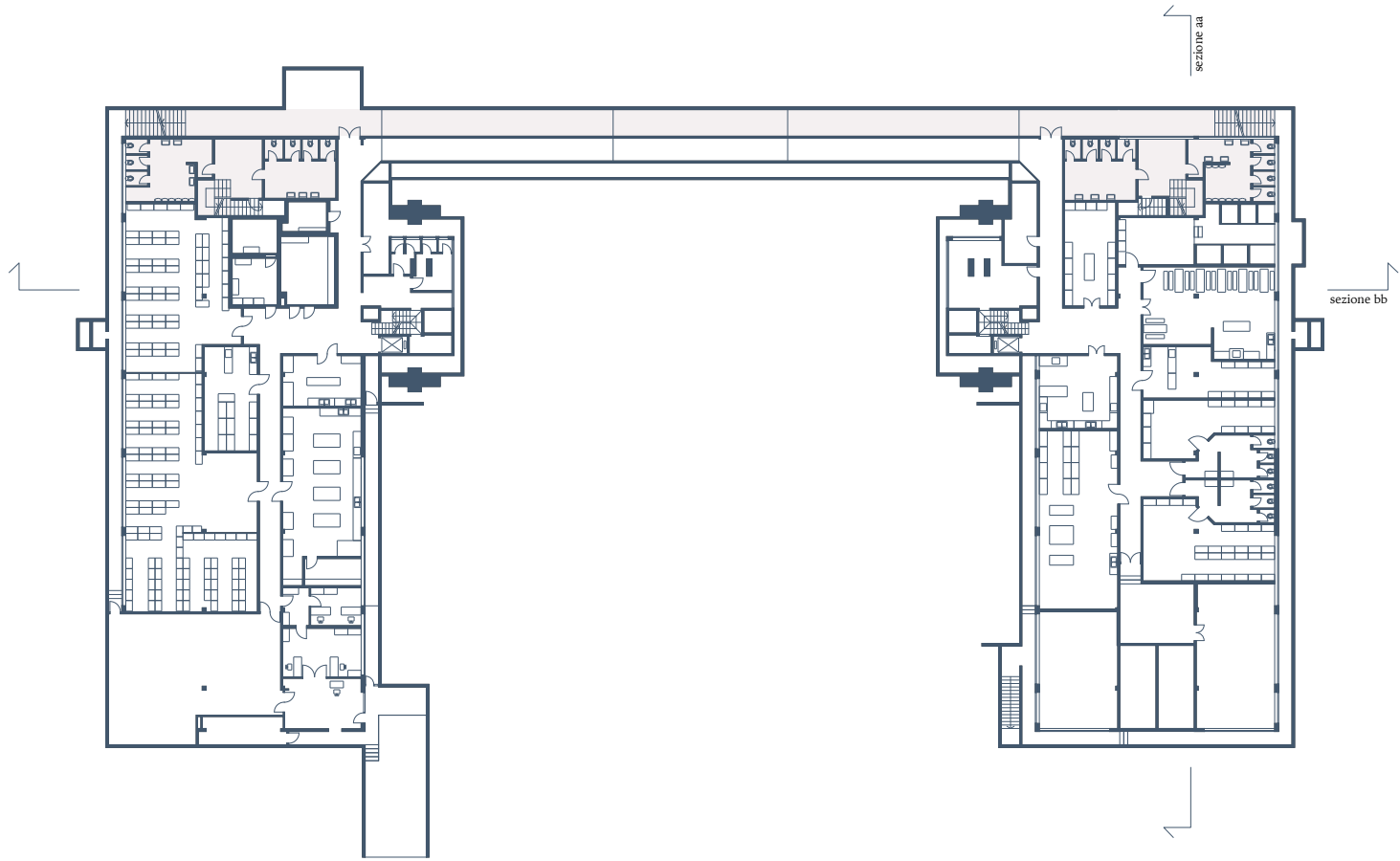
A differenza delle realizzazioni Pavesi, per cui Bianchetti ha scelto di disegnare in modo leggero e contenuto lo sviluppo degli elementi laterali, i Mottagrill si connotano, infatti, per basamenti più articolati, disposti su due o tre livelli dove, oltre ai vani di connessione verticale, si trovano alcuni servizi di accoglienza rapida al viaggiatore.

Nel progetto di Limena, questa differenza trova un equilibrio definitivo: i corpi laterali, speculari nella loro posizione e organizzazione, assumono una loro dignità all'interno del disegno planimetrico, ricoprendo a tutti gli effetti un ruolo fondamentale nell'efficienza funzionale ed estetica dell'impianto.

2.4. ARCHITETTURA E FORMAT

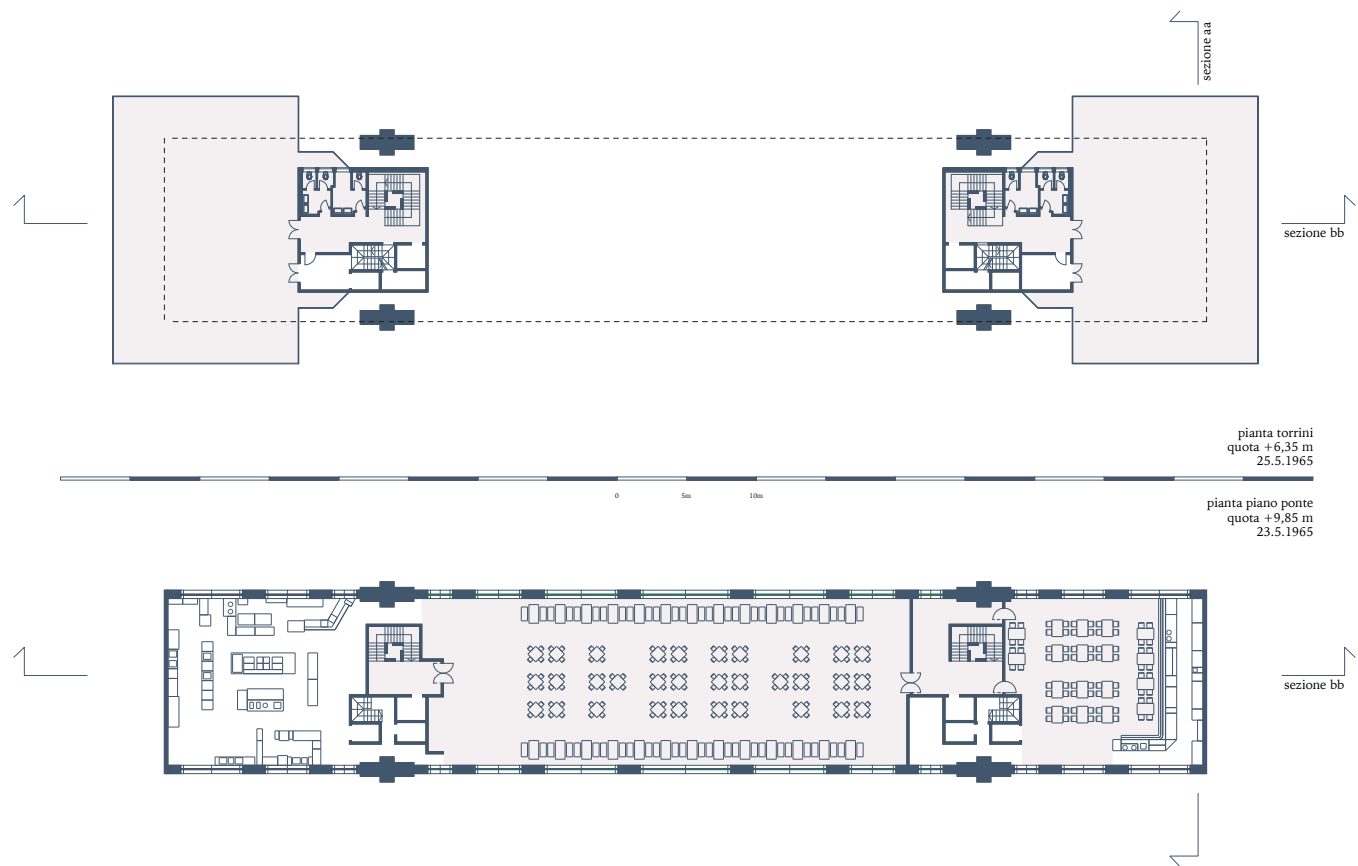


Pianta piano terra e pianta piano interrato. Mottagrill di Limena. 1967. Sono evidenziate le parti relative al pubblico.



pianta piano interrato
quota -2.30 m
28.5.1965

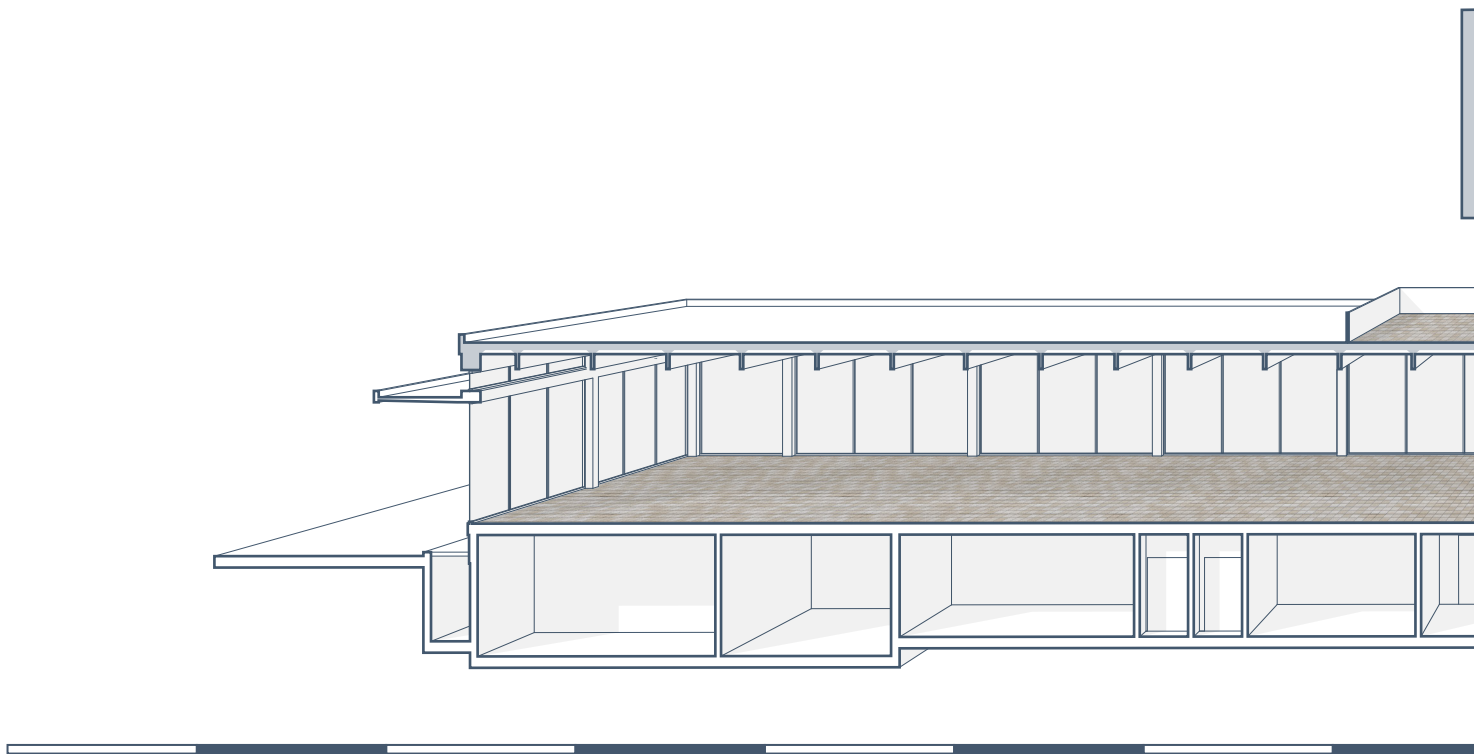
2.4. ARCHITETTURA E FORMAT



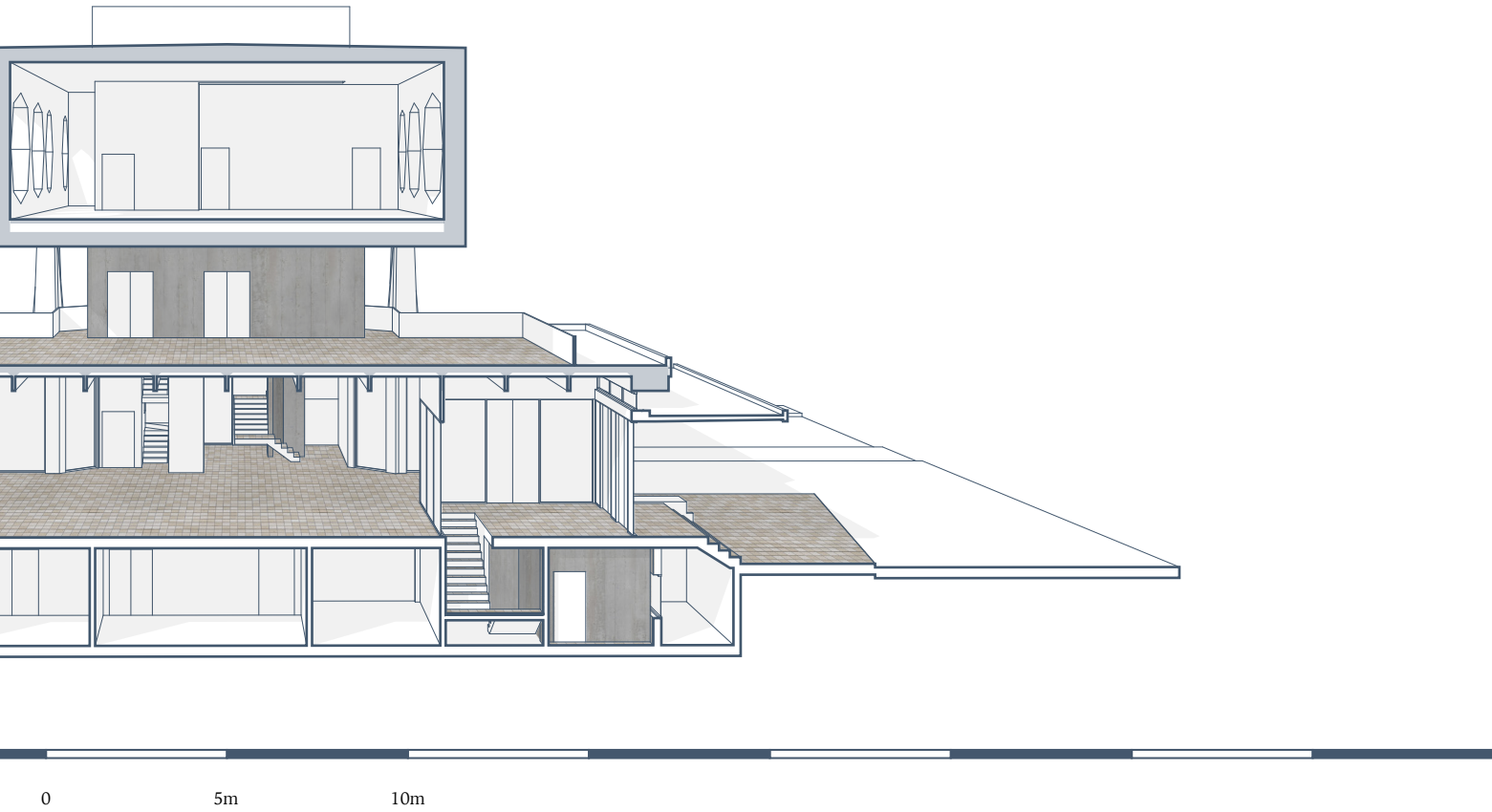
Pianta torrini e pianta piano ponte. Mottagrill di Limena. 1967. Sono evidenziate le parti relative al pubblico.

Mottagrill di Limena. 1967. Foto d'epoca. Centro Archivi di Architettura MAXXI, Fondo Pier Luigi Nervi.



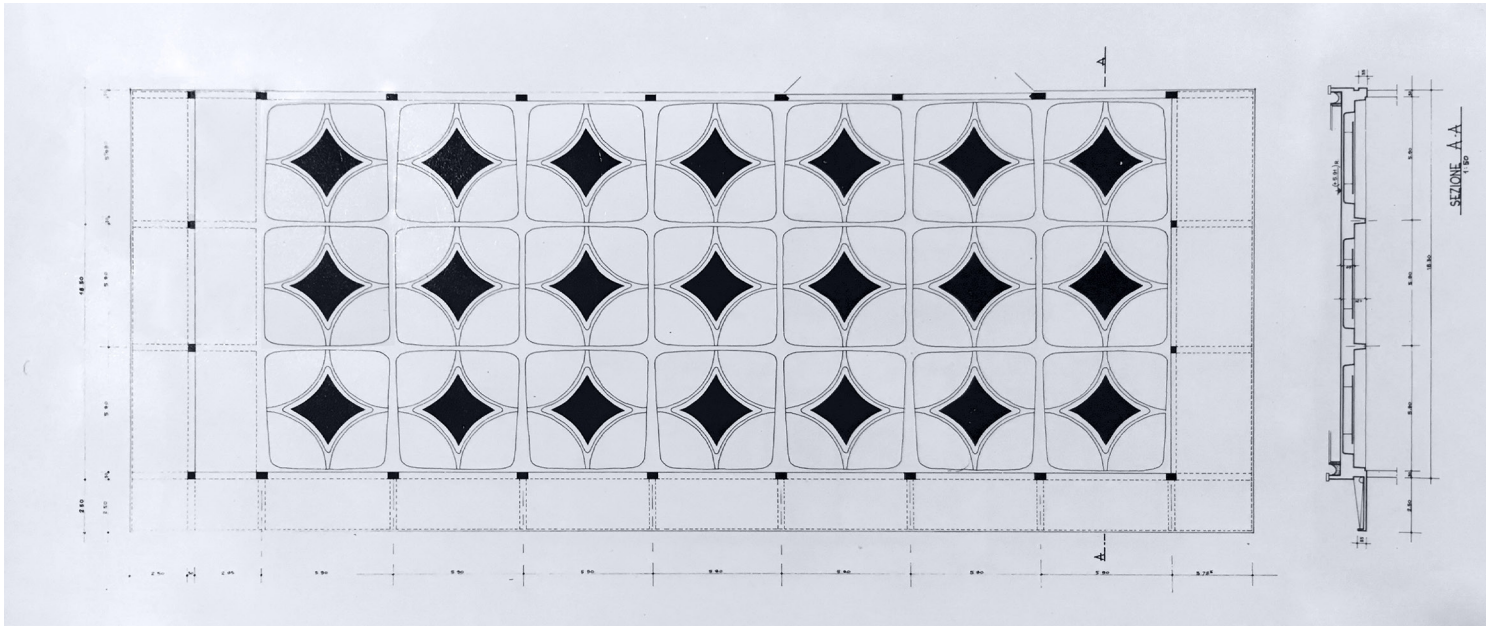


Sezione prospettica aa. Mottagrill di Limena. 1967. Sono evidenziate le parti relative al pubblico.



2.4. ARCHITETTURA E FORMAT





Scorci sul piano del bar e sullo spazio del *tourist market* al piano terra con, in evidenza, il particolare dell'intradosso del solaio, Mottagrill di Limena. Da Aloj, Giampiero. *Ristoranti*. op. cit. pag. 97.

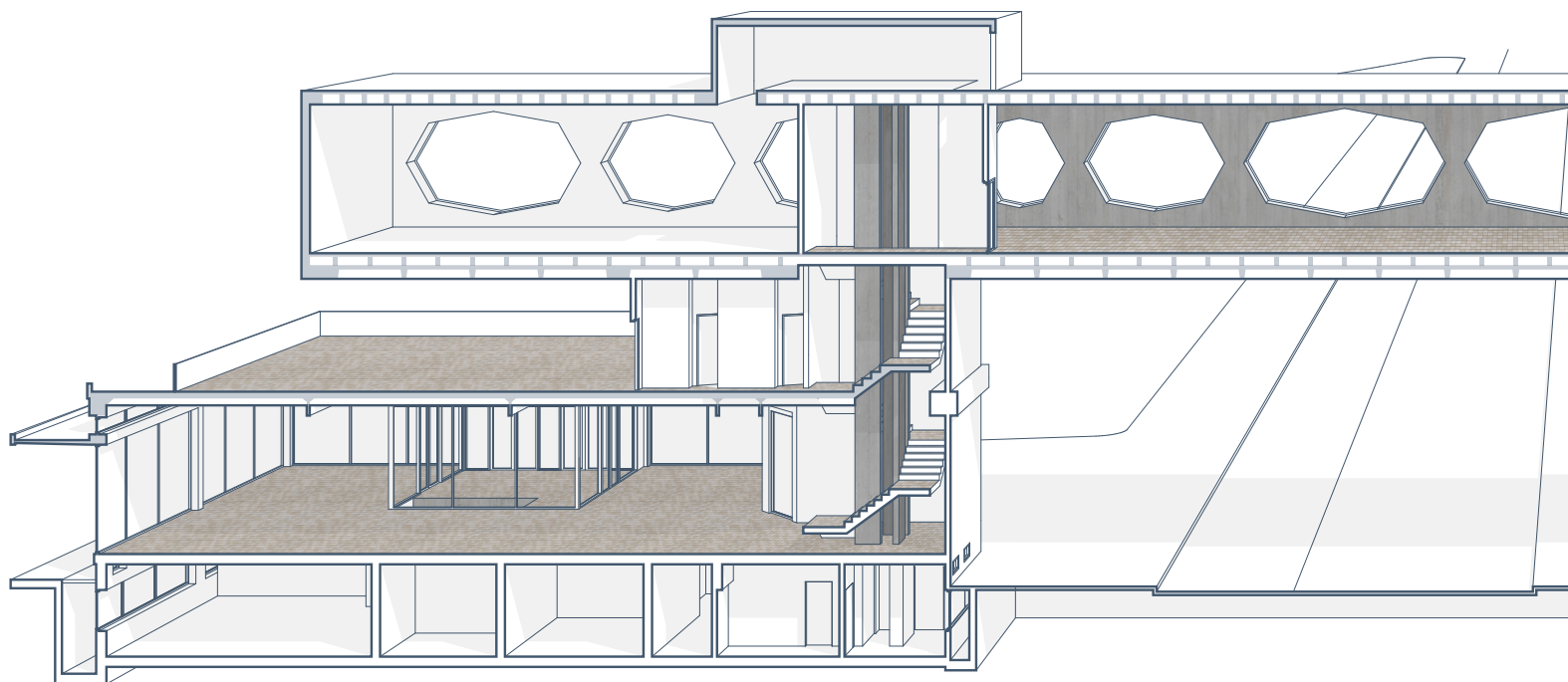
Pier Luigi Nervi. Disegno e sezione del solaio di copertura dei corpi laterali, Mottagrill di Limena. Centro Archivi di Architettura MAXXI, Fondo Pier Luigi Nervi.

Sollevati dalla quota della area di servizio di circa 1 metro, ciascuno dei due elementi, si propone come un volume unico, scandito all'esterno da un ritmo di tamponamenti opachi e vetrati che lasciano intuire una loro corrispondenza con il sistema costruttivo delle coperture. Nervi, coniugando i principî della lavorazione in opera con l'espressività degli elementi strutturali, mette a punto un procedimento costruttivo modulare, il cui risultato all'intradosso del solaio è un reticolo a maglia quadrata con le nervature curvilinee, che oltre a esprimere la questione costruttiva, partecipa alla qualità dello spazio architettonico¹⁶⁵.

Studiata al fine di organizzare la circolazione degli utenti secondo un flusso anulare, la distribuzione planimetrica delle funzioni di questi ambienti segue la logica del *layout* utilizzata negli altri ponti, per cui ciascuno dei due ingressi, aperti specularmente sulla facciata orientale dell'impianto, conduce alla zona del bar e della pasticceria verso gli altri servizi complementari distribuiti su tutta la lunghezza del volume e, attraverso le porte contrapposte, obbliga, all'ormai abituale passaggio nello spazio di vendita, tra le scansie del *tourist market*, prima di conquistare le casse e l'uscita.

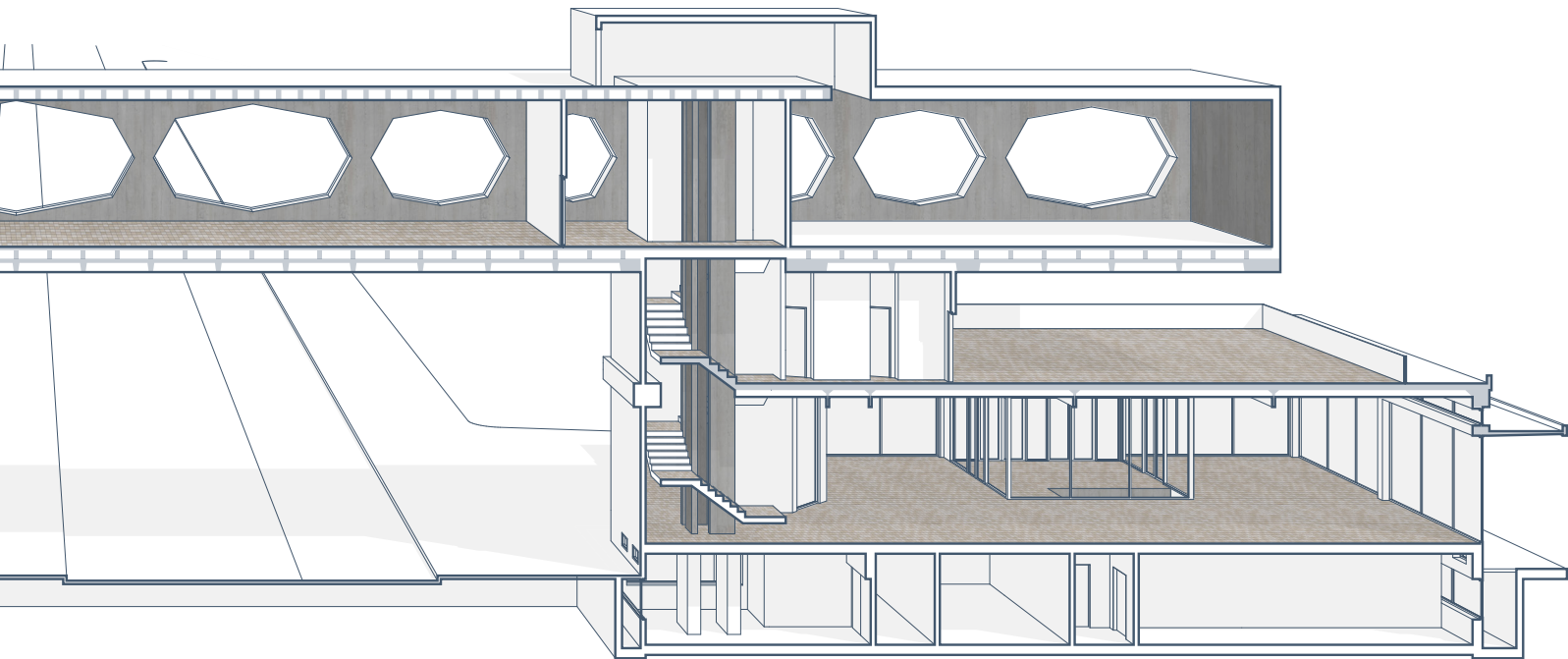
¹⁶⁵ Cfr. Greco, Laura. *Architetture autostradali in Italia...* op. cit., pagg. 128-132.

2.4. ARCHITETTURA E FORMAT



0

Sezione prospettica bb. Mottagrill di Limena. 1967. Sono evidenziate le parti relative al pubblico.



5m

10m

2.4. ARCHITETTURA E FORMAT



Viste d'insieme del ristorante e dell'area del self-service. Da Aloï, Giampiero.
Ristoranti. op. cit. pag. 100.

Seguendo questo paradigma, anche gli spazi di connessione verticale rispondono all'esigenza di continuità spaziale e visiva e confermano, con l'attenzione posta al loro disegno, la centralità del cliente-automobilista. Sistemati tra le coppie dei grandi piloni sagomati, gli ascensori e le scale sono organizzati in modo da separare l'accessibilità del personale – che da qui ha accesso agli ampi seminterrati con i locali di servizio – dal flusso degli utenti, che invece raggiungono il livello ammezzato, con le ampie terrazze esterne ricavate sulla copertura dei corpi laterali e, infine, il piano del ponte, dove prende forma l'idea inedita del *panorama della mobilità*.

L'architettura, ancora una volta, diventa parte attiva di una coreografia che obbliga una fruizione dello spazio a stretto contatto con il mondo delle merci, organizzando una *performance spaziale* che nega completamente la relazione con il contesto territoriale e affida il suo apice ad un pasto consumato «sopra i ponti»¹⁶⁶.

Con la medesima organizzazione tipologica e *format* commerciale delle precedenti realizzazioni *a ponte*, i due progettisti riescono, quindi, nell'intento di realizzare un dispositivo formale di grande originalità, spettacolare e sorprendente nella sua immagine, la cui configurazione è frutto di una precisa volontà narrativa. Attraverso un apparato linguistico che si sforza di affiancare teoria e sperimentazione concreta dell'architettura, i due definiscono un racconto progettuale volto alla rappresentazione del gusto e della cultura nuovi, dando loro una possibile figurazione.

Come aveva sottolineato Bega, a proposito del progetto per un negozio urbano:

*«Quando si rifà un negozio, oggi non ci si limita a rinnovare la decorazione, ma se ne riforma invece l'ambiente, il tono, la struttura. I vani esistenti sono solo pretesto all'architetto per la creazione di un nuovissimo organismo – pratico – estetico.»*¹⁶⁷

E ancora:

*«Oggidi possiamo affermare che esista una vera architettura del negozio, con le sue regole, i suoi canoni, che sono i seguenti:
Peculiarità di richiamo propagandistico.
Istintività degli accessi.»*

¹⁶⁶ La locuzione è ripresa dal titolo di un articolo sul fenomeno degli autogrill a ponte. Cfr. Cortobertaldo, Alessandro. «Quando si mangiava sopra i ponti». *Modo: mensile di informazione sul design*, n. 18 (aprile 1979), pagg. 39-47.

¹⁶⁷ Bega, Melchiorre. «Negozzi». *Domus: architettura e arredamento dell'abitazione moderna in città e in campagna*, n. 170 (febbraio 1942), pag. 77.

*Offerta visuale della merce con la più grande chiarezza ed immediatezza.
Comodità per il pubblico e per gli impiegati, accurato studio funzionale dei
«percorsi» di cose e persone.
Facilità di un controllo “panoramico” di direzione e di cassa.
Cura dei servizi tecnici e sanitari.
Coerenza e chiarezza di stile.
Alta dignità d’arte e di esecuzione.
Impiego della collaborazione di pittori e scultori di valore.
Perfezione d’impianti tecnici (illuminazione, aereazione, riscaldamento,
sicurezza).
Spregiudicatezza nei mezzi di scaffalatura.
È così che si venuto delineando il negozio moderno nella sua forte
caratterizzazione odierna.
È così che alcuni esercizi si sono avvicinati – nel loro carattere – al salotto; ed
altri – invece – alla «mostra»»¹⁶⁸*

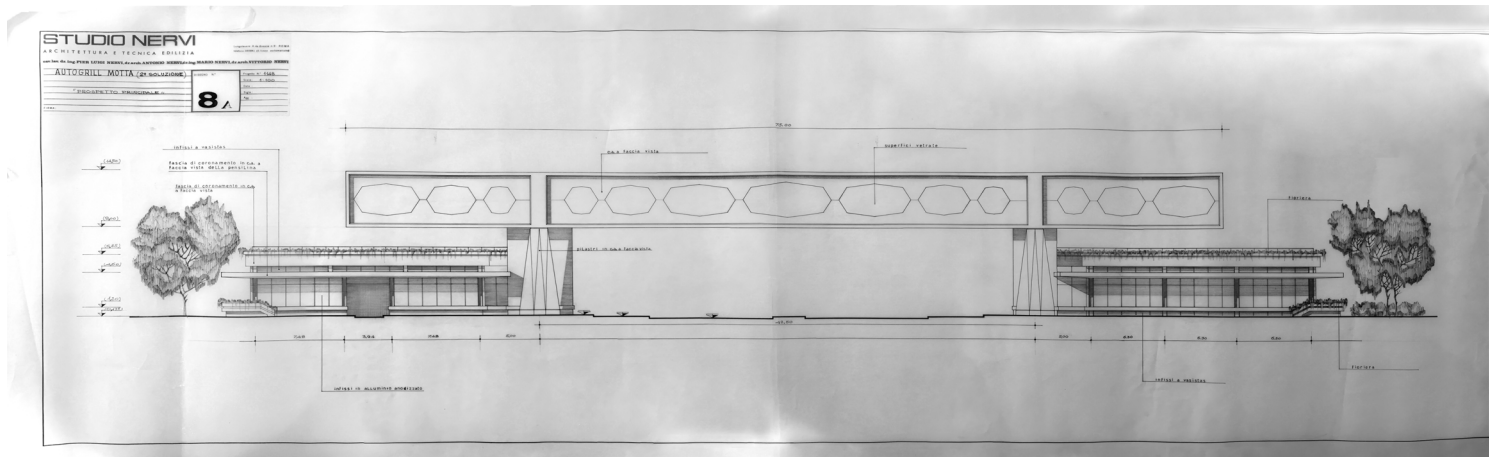
Ed è proprio sui caratteri della «mostra» che è incentrata una lezione di Franco Albini ai suoi studenti di Venezia, in cui è possibile rintracciare l’origine della relazione che lega indiscutibilmente gli spazi della sosta alle esperienze compiute dai loro artefici nel campo delle installazioni fieristiche.

«La mostra ha affinità con lo spettacolo, anche in questo linguaggio visuale; e come lo spettacolo necessita di un tema chiaro, definito, conchiuso, e di un ordinamento che ne proporzioni le parti, le congegni e le concluda, come la regia le azioni di una commedia. [...] È talvolta fondamentale per il successo e per l’interesse della mostra staccare il visitatore dalla realtà esterna e introdurlo in un ambiente di atmosfera particolare, che lo aiuti a concentrare l’attenzione sulle opere esposte e ne acutizzi la sensibilità senza causargli fatica. Occorre che l’invenzione espositiva attiri nel suo gioco il visitatore; occorre che susciti attorno alle opere l’atmosfera più adatta a valorizzarle, senza tuttavia mai sopraffarle. L’architettura deve farsi mediatrice tra il pubblico e le opere esposte.»¹⁶⁹

E, a Limena, la potente matericità dei volumi porta all’estremo quel senso di atmosfera, citato da Albini. La caratterizzazione estetica del calcestruzzo crea una condizione di sospensione tale per cui è facile riconoscere nel

¹⁶⁸ Ivi, pag. 78-82.

¹⁶⁹ Albini, Franco. «Le mie esperienze di architetto nelle esposizioni in Italia e all’estero. Lezione per l’inaugurazione dell’anno accademico 1954-55 all’Istituto Universitario di Architettura di Venezia». *Casabella: rivista mensile di architettura e tecnica*, n. 730 (febbraio 2005), 9-10.



Pier Luigi Nervi. Autogrill "Motta". Prospetto principale. Centro Archivi di Architettura MAXXI, Fondo Pier Luigi Nervi.

Mottagrill tanto un prodotto delle grandi trasformazioni in atto, quanto, allo stesso tempo, un rifugio da esse.

«L'opera di Bega è una specie di colpo di stato, a quel modo che lo giudicava Mazzini, il colpo di bacchetta magica con cui un linguaggio nato da una rivoluzione vien assunto a gergo aulico. [...] L'opera di Bega interessa anche il suo gusto perché ha condotto il mondo più provinciale al più clamoroso confiteor, sbarazzando la strada da ogni pregiudiziale classica, a favore dell'esperanto di chiunque.

Ma ci par anche più interessante per quel suo metodo d'attuazione, in cui l'artista si assume la responsabilità dei suoi mezzi tecnici e in cui l'industriale crede all'esigenza dei mezzi espressivi dell'artista esemplare rilegamento di forze costruttive.»¹⁷⁰

Aldilà del loro fascino, la ricostruzione di queste vicende è la testimonianza di una tensione collettiva che ha concentrato le sue energie e le sue capacità per colmare rapidamente il divario fra un passato *provinciale* e il mito americano di una nazione produttiva ed evoluta. Una ricerca che si è rivelata in grado di agire col mezzo dell'architettura per risolvere, in termini originali, le dinamiche connesse alla nuova mobilità.

¹⁷⁰ Giolli, Raffaello. «L'opera di Melchiorre Bega»... op. cit., pag. 9.

3. le oasi dell'autostrada

Un nuovo pellegrinaggio

«Due giornate di viaggio allontanano l'uomo (specie l'uomo giovane le cui radici sono ancora poco abbarbicate alla vita) dal mondo di tutti i giorni, da quelli che egli considerava doveri, interessi, affanni, previsioni. [...] Lo spazio che rotando e fuggendo si dipana tra lui e la sua residenza sviluppa forze che di solito si credono riservate al tempo [...] Come quest'ultimo, esso genera oblio, ma lo fa staccando la persona dai suoi rapporti e trasportando l'uomo in uno stato di libertà originaria... anzi, trasforma in un baleno persino il pedante borghese in una specie di vagabondo. Il tempo, si dice, è oblio; ma anche l'aria delle lontananze è un filtro dello stesso genere, e se anche dovesse agire meno a fondo, in compenso lo fa con maggiore rapidità.»¹⁷¹

Collocare le architetture di servizio all'interno delle logiche dell'immagine aziendale, delle strategie localizzative e delle sperimentazioni sul *layout* di distribuzione delle merci e degli individui, non può prescindere dall'esplicitarne il significato sociale e culturale.

Nel momento particolare della Ricostruzione, l'autogrill porta il testimone di uno strutturale cambiamento degli stili di vita prevalenti, diventa il segno di una trasformazione in atto che investe le forme della mobilità, tanto da essere capace di eleggersi a catalizzatore di una maniera di abitare lo spazio ed il tempo fuori dall'ordinario.

alle pagine successive:

Stazione di servizio Agip Ponte della Libertà in Corso Francia, Roma. 1959.
Fotografia d'epoca. Archivio Storico Eni.

171 Mann, Thomas. *La montagna incantata*. Milano: Dall'Oglio, 1991, pag. 8.





Queste architetture, infatti, dirompono nella sequenza codificata e definita dei comportamenti e distinguono l'uomo moderno – l'automobilista – nel suo spostamento nel territorio.

Se l'America tende a considerare l'auto in modo puramente funzionale, in Italia, come nella maggior parte dei Paesi europei, la motorizzazione offre la manifestazione più emblematica del miracolo del dopoguerra¹⁷².

*«Oggi la benzina è rincarata
è l'estate del quarantasei
un litro vale un chilo d'insalata,
ma chi ci rinuncia?
A piedi chi va?
L'auto: che comodità!
[...]
Sulla Topolino amaranto
si va ch'è un incanto
nel quarantasei...
Bionda, non guardar dal finestrino
che c'è un paesaggio che non va:
è appena finito il temporale e sei case su dieci sono andate giù;
meglio che tu apri la capotte
e con i tuoi occhioni guardi in su
beviti sto cielo azzurro e alto
che sembra di smalto
e corre con noi.
Sulla Topolino amaranto...»¹⁷³*

Ma non è solo l'automobile in sé ad essere importante, essa, infatti, si lega con un rapporto simbolico a un orizzonte di valori e di possibili esperienze al di là di quelli offerti dalla dimensione urbana.

«Non esistono più le soste in mezzo al deserto. Accanto alle pompe di distribuzione sono sorte stanze luminose, ambienti dotati delle più moderne attrezzature, vere e proprie residenze aperte a tutte le ore, con tutti i climi. Sono strutture agili, snelle, fanno pensare ad una stagione felice, ai traffici che si popolano di nuove insegne, di nuove case per gli uomini.»¹⁷⁴

¹⁷² Cfr. Dorflès, Gillo. *Simbolo, comunicazione, consumo*. Milano: Einaudi, 1962, pagg. 212-14.

¹⁷³ Conte, Paolo. *La Topolino amaranto*. Da Paolo Conte. RCA italiana, 1975.

¹⁷⁴ Parrella, Michele. «Stazioni di servizio. Crocevia della vita moderna». *Il Gatto Selvatico* A. II, n. 6 (giugno 1956), pag. 13.



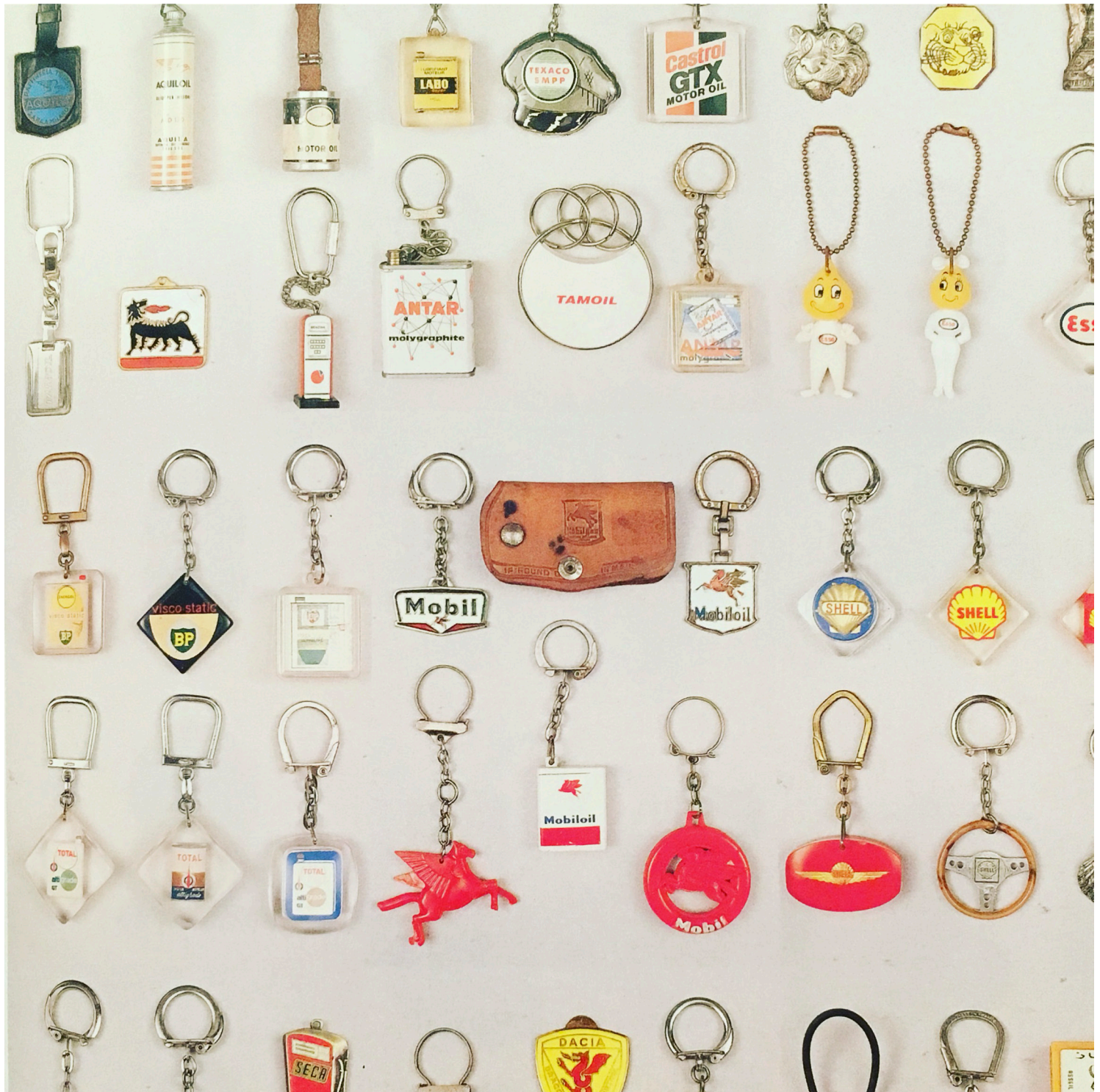
Esterni del ristorante del Motel Agip di via Aurelia, Roma. Archivio Storico Eni.

L'autostrada, per prima, veicola l'idea di libertà, di viaggio e di movimento, si nega e nega la dimensione rurale del territorio e contribuisce a formare nuove aspirazioni e abitudini secondo un'evoluzione dell'idea di *tempo libero* che si lega al consumo obbligato di «certi beni acquistati in certi luoghi»¹⁷⁵.

«Nowhere in Europe is the new prosperity more spectacularly evident, afloat and ashore, than in Italy. [...] Now Italy produces luxuries for home consumption and imports them as well. In Milan [...] alone, 350,000 citizens have passports; 10 million radio sets and 1.6 million television sets help Italians spend their leisure time when they are not at the theatre, the movies or a football game. Usually they ride to their entertainment, often pausing to enjoy the allurements of an «autogrill», or roadside restaurant. The establishment brightening the night, one of 13 in Italy, offers lunch or dinner for \$1.20, a bar and a wide variety of objects for sale including exclusive American bags at a little more than \$2 each. The Pavesi Biscuits & Cookie Co., which operates the grills, staffs the pocketbooks, picnic baskets and beach bags that it displays with Pavesi products, some of them

175 L'acquisto e il consumo di una serie di prodotti confezionati è l'elemento portante di una civiltà emergente basata sui consumi di massa. «La logica dell'integrazione sociale contribuiva a fare del consumo una sorta di scelta obbligata: ma di consumo di certi beni acquistati in certi luoghi.» da Papadia, Elena. *La Rinascente. L'identità italiana*. Bologna: Il mulino, 2005, pag. 85.

3. LE OASI DELL'AUTOSTRADA



Portachiavi. Da Grassi, Decio, e Guido Fisogni, a c. di. Benzina. Milano: Electa, 1994, pag. 211

imported, others homemade, but all of them silently eloquent reminders of Italy's new standards of life and living.»¹⁷⁶

Se il Treno del Sole aveva accompagnato le migrazioni dal sud al nord del Paese, l'Autostrada del Sole è la rappresentazione della mobilità *tout court*, per cui la sosta non è più legata solo alle necessità al viaggio, ma diventa l'occasione per vivere «un'atmosfera di festa, di benessere, di stimolazioni polisensuali: ricorda il clima gioioso, ma solo nel periodo natalizio, dei grandi magazzini urbani»¹⁷⁷.

«Allora l'autogrill è il luogo della libertà, il luogo lontano da casa per tutti, l'altrove di ognuno, il luogo in mezzo al nulla, dove il coraggio si trova più facilmente che da qualsiasi altra parte.»¹⁷⁸

E ancora:

«Distributori Supercortemaggiore con pennoni gialli sventolanti e bandierine dure di plastica, cani a sei zampe da tutte le parti, neon lampeggiante Alemagna. Vaste prospettive dell'Autostrada del Sole da tutte le parti, con ponti viadotti, Pavesini, raccordi, svincoli, cartelli di coupons. Macchine che passano velocissime. Anche camion: tutto uno sfrecciare. Rimorchi, polizia stradale, famiglie euforiche, lettori del "Giorno" e del "Tempo", turisti esteri in shorts. [...] Ristorante Motta, a cavallo dell'autostrada. Trionfo di cristalli, riflessi. Topi Gigi, alluminio, finto mogano e palissandro, pacchetti lussuosamente confezionati di Krek e biscotti e zamponi ornati di emblemi di segnaletica stradale, molto abbondanti anche sulle porte d'entrata e d'uscita. [...] Una straordinaria folla domenicale invade tutto un Pavesini battendo la testa contro i cartelli col segnale del senso vietato, e compra qualsiasi cosa – carrettate di pacchetti luccicanti con animali di pezza, borse di vimini, caschi marziani e da go-kart, anfore etrusche, secchielli fosforescenti, orsetti col miagolio, coccodrilli da appendere al cruscotto e al lunotto, fiori di plastica per la festa dei cuginetti. [...] regali meravigliosi e assurdi per tutti, collane, stivali, portaritratti, panettoni... stelline di marcassite per Rina, per Tatiana, per Lola, per Lilla, per Lalla e per Lulli, perfino per Paolo...»¹⁷⁹

¹⁷⁶ «Italian Luxury for Export and Those at Home, Too». *Life International*, 26 settembre 1960.

¹⁷⁷ Fabris, Giampaolo. *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno. Impresa, comunicazione, mercato*. Milano: F. Angeli, 2003, pag. 368.

¹⁷⁸ Piccolo, Francesco. «Tempo di percorrenza troppo lungo... op. cit., pag. 33.

¹⁷⁹ Arbasino, Alberto. *La bella di Lodi*. Gli Adelphi 215. Milano: Adelphi, 2002, pagg. 93, 101, 112-113, 121.



William Turner. *Pioggia, vapore e velocità*. 1844. Olio su tela, 91 cm x 122 cm. Londra, National Gallery.

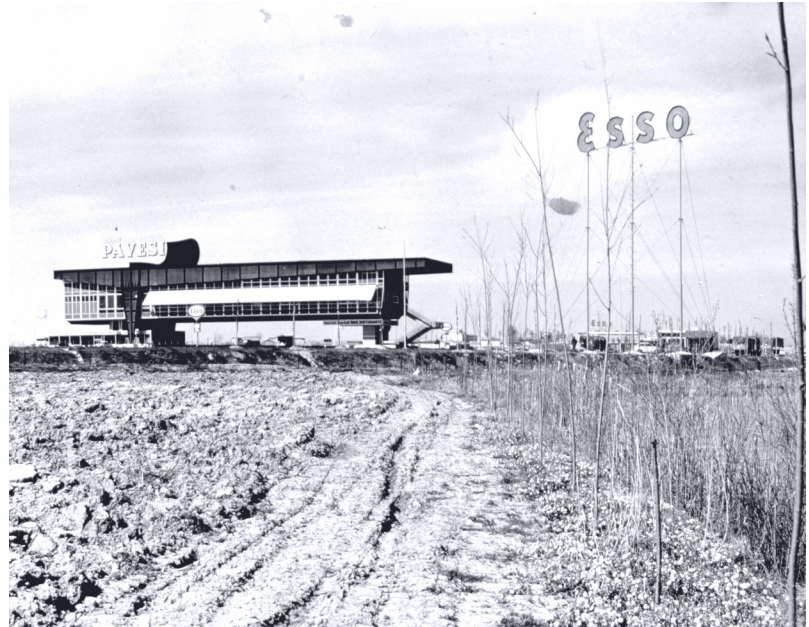
Autogrill Pavese a Montepulciano. Fotografia d'epoca. Archivio Barilla, Fondo Pavese.

La ricchezza, l'opulenza e la dimensione *fuori scala* della stazione di servizio crea nel paesaggio rurale un impatto visivo notevole, tale per cui l'automobilista di passaggio è indotto a riconoscere in questi manufatti una tappa obbligata.

Come in un adattamento contemporaneo del dipinto *Pioggia, vapore e velocità*¹⁸⁰ di William Turner, l'immagine che si crea è quella di una modernità – in Turner rappresentata dal treno a vapore – che si misura e non indugia nel suo avanzare, neppure contro le forze della natura.

Per quanto, infatti, si inserisca in un territorio sconosciuto e non addomesticato, l'isola del moderno autogrill si propone come un'interfaccia tra due mondi in profonda antitesi: quello dinamico dei passeggeri, dei turisti e della mobilità, e quello statico, più lento, scandito nei tempi e nelle forme dalla dimensione agricola e si sovrappone al territorio con un'autonomia che ne determina, in qualche modo, la fortuna.

¹⁸⁰ Il pittore inglese pone l'accento sulla tensione causata dall'avanzare del treno utilizzando pennellate più fitte e decise, che ne suggeriscono la velocità, a cui contrappone, invece, la nube vaga del fiume londinese e della pioggia incessante. Turner, William. *Pioggia, vapore e velocità*. 1844. Olio su tela, 91 cm x 122 cm. Londra, National Gallery.



«Il suo fascino era proprio questa modernità senza compromessi, senza un passato, in Italia onnipresente, ma qui clamorosamente assente, quasi che si potesse rinnovare l'Italia senza fare i conti con essa.»¹⁸¹

Interpretando le parole di Ralph Rugoff a proposito di Las Vegas, si può dire che il vuoto che circonda la stazione di servizio «fornisce una barriera profilattica contro la realtà»¹⁸² e produce una rigida forma di isolamento dalla vita quotidiana che contribuisce a proiettare il consumatore in una dimensione moderna ma quasi irreali.

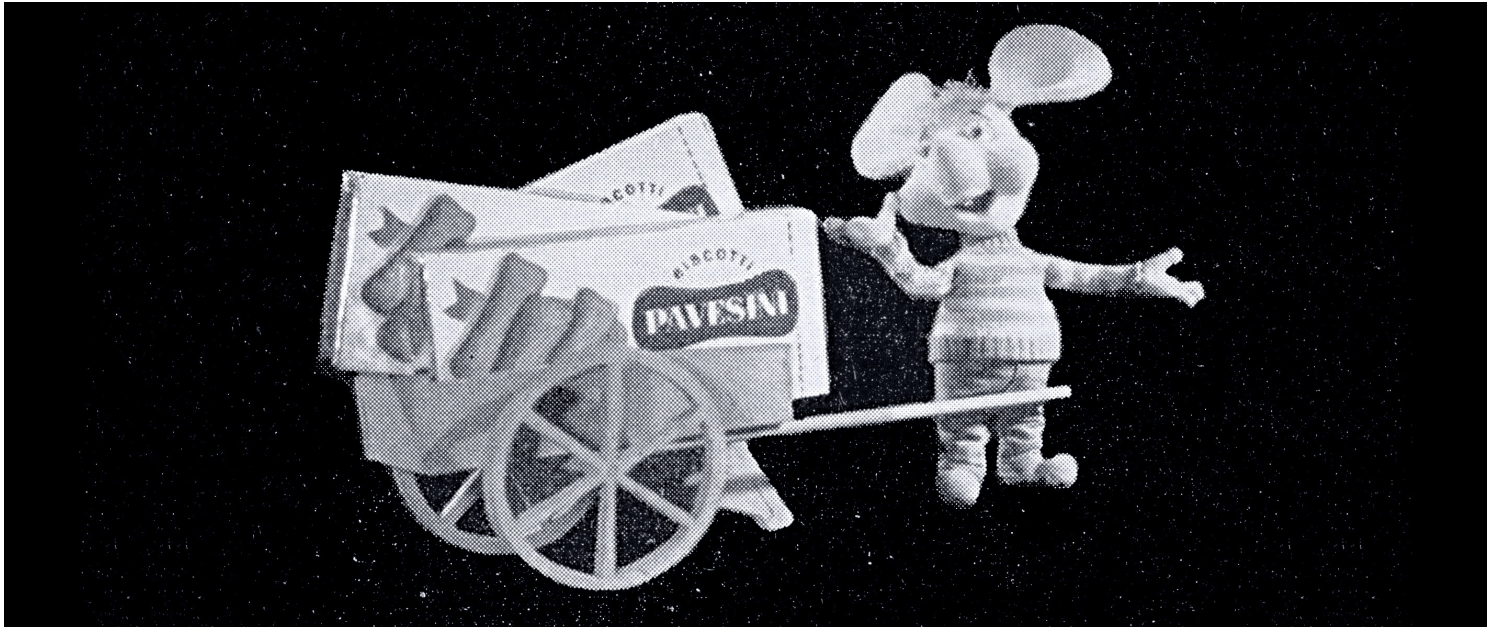
«A nessuno era sfuggita l'importanza del fenomeno economico che stava per nascere. [...] Una grande via moderna è anche, dentro il suo recinto, una specie di piccola continua città, una striscia di attività che non hanno soste.»¹⁸³

Insieme all'autogrill e all'autostrada, è la televisione a veicolare l'idea di una nuova *stagione felice* e a predisporre definitivamente il Paese a una nuova civiltà dei consumi.

¹⁸¹ Menduni, Enrico. *L'autostrada del Sole*. Bologna: Il Mulino, 1999, pag. 86.

¹⁸² Rugoff, Ralph. «Shopping mall with social ambitions». *Financial Times (Weekend section)*, 6 marzo 1999, pag. 6. In Codeluppi, Vanni. *Lo spettacolo della merce...* op. cit., pag. 110.

¹⁸³ Costa, Arturo. «Autostrade in cantiere». *Esso* a. XI, n. 2 (aprile 1958), pagg. 18-21.



«Italia boom! Sconvolta, trasformata, ipnotizzata dal benessere e dai suoi miti.
Quelli prestati dall'America come Arcadia e come favole.»¹⁸⁴

Fotogramma da *Carosello*. Dal 1963 protagonista dei *Caroselli* di Pavesini è Topo Gigio di Maria Perego, che conclude ogni sua avventura cantando «Ho comprato i Pavesini e son contento, ho comprato Pavesini e me ne vanto».

Il *Carosello* – i cui tempi riflettono, non a caso, quelli della stagione più florida della ristorazione autostradale¹⁸⁵ – incentiva una traduzione tutta italiana dell'*americanizzazione del quotidiano*¹⁸⁶. I suoi *spot*, infatti, sono il risultato del compromesso tra il modello americano, l'egemonia politica della Democrazia Cristiana e la presa che la morale cattolica esercitava sulla società: «un simbolo della via italiana al consumismo»¹⁸⁷ per cui l'influenza d'oltreoceano, risulta più mediata che diretta. Storielle brevi, racconti e scenette comiche, anziché promuovere l'acquisto di beni di consumo¹⁸⁸, hanno introdotto nell'ambiente familiare scenari proposti come veri,

¹⁸⁴ Bocca, Giorgio. *La scoperta dell'Italia*. Libri del tempo Laterza. Bari: Laterza, 1963, pag. 7.

¹⁸⁵ Il *Carosello* è andato in onda dal 3 febbraio 1957 al 1° gennaio 1977.

¹⁸⁶ La locuzione riprende la traduzione italiana del titolo del saggio «The Americanization of Daily Life: Television and Consumerism in Italy in the 1950s». Da Gundle, Stephen. «L'americanizzazione del quotidiano: televisione e consumismo nell'Italia degli anni cinquanta». *Quaderni storici* 62, a. XXI, n. 2 (2 agosto 1986).

¹⁸⁷ Colafranceschi, Simone. *Autogrill: una storia italiana...* op. cit., pagg. 24-25.

¹⁸⁸ In ciascuno *spot* di *Carosello* della durata di 110 secondi ciascuno, un prodotto poteva essere menzionato all'inizio e negli ultimi cinque secondi di chiusura. Cfr. Gorgolini, Luca. *L'Italia in movimento: storia sociale degli anni Cinquanta*. Milan, Italy: Mondadori, 2013, pag. 87.

possibili e allettanti, rivoluzionando non tanto gli acquisti, quanto i bisogni degli italiani.

Le strategie pubblicitarie investono sul ribaltamento del rapporto tra necessità e superfluo e posizionano il rifornimento di benzina come indotto del consumo voluttuario e non come bene primario¹⁸⁹. Si origina qui il passaggio dai *needs* ai *wants*, per cui la soddisfazione di bisogni materiali, quantitativi, fisici e tangibili perde la sua importanza rispetto all'appagamento effimero delle smanie dettate dai media. Di conseguenza anche «il luogo del bisogno si trasforma in un luogo del desiderio»¹⁹⁰.

Per primo è il pasto – consumato guardando il traffico che scorre – a perdere la sua connotazione fisiologica a vantaggio di quella culturale e a diventare il simulacro di uno *status* socioeconomico¹⁹¹.

Decretando la definitiva affermazione del settore dolciario e della ristorazione organizzata nella loro dimensione industriale, infatti, anche le consuetudini alimentari si modellano sulla scorta degli slogan televisivi ed evocano l'evasione dal quotidiano, il lusso e l'America: si fanno testimoni, cioè, di una crescita miracolosa, anche se in parte fittizia¹⁹².

I beni, e il loro consumo, assumono precisi significati simbolici e culturali e svolgono nel Paese una funzione di innovazione e di modernizzazione.

Recuperando l'eredità ricevuta dalle forme di commercio ottocentesche, che con i *passage* e i *negozi di novità* aveva alimentato le aspirazioni della nuova borghesia, anche l'autogrill suggerisce, con la spettacolarizzazione di se stessa, una condizione di progresso e benessere.

«La tecnica del colpo d'occhio è uno degli strumenti principali di questo spettacolo, per annullare progressivamente la volontà dello spettatore, per atrofizzare le sue capacità individuali di riflessione, e costringerlo alla sua funzione sociale di pubblico. L'immagine, la disposizione temporale spaziale di questa, il suo ritmo e colore, cancellano la coscienza sociale dell'individuo: esso si dimentica della propria

¹⁸⁹ Cfr. Abruzzese, Alberto. «Estreme sopravvivenze del moderno». *Gomorra: territori e culture della metropoli. Quadrimestrale di architettura urbanistica arte antropologia sociologia* 1, n. 1 (febbraio 1998), pagg. 11-15.

¹⁹⁰ *Ivi*, pag. 11.

¹⁹¹ Cfr. Colafranceschi, Simone. *Autogrill: una storia italiana...* op. cit., pag.45.

¹⁹² Nel 1951, oltre il 20% delle famiglie italiane e in miseria o indigente; le automobili sono meno di una ogni cento abitanti. Vi è un contrasto stridente tra la realtà del Paese e il nuovo stile di vita proposto dal modello televisivo.

condizione, del proprio ruolo politico. Si dimentica cioè dei caratteri fondamentali della propria classe.»¹⁹³

Se l'Ottocento aveva visto succedere alla parola del mercante pittori e artisti della Scuola delle Belle Arti impegnati nella spettacolarizzazione delle vetrine e degli allestimenti, l'autogrill – come si è visto – si genera anch'esso da un'intersezione di saperi e *parla*, come la merce che contiene, attraverso la commistione di industria, commercio, arte e architettura.

Per questa sua funzione comunicativa, la stazione di servizio rientra nella categoria di edifici che Vanni Codeluppi definisce *supermerci*¹⁹⁴, ovvero particolari architetture collettive, nate con la Rivoluzione Industriale e principalmente adibite al consumo, che assorbono dalle merci che contengono, il ruolo autopromozionale con cui sono in grado di attirare notevoli flussi di persone.

Come ci spiega l'autore del neologismo, si tratta di luoghi il cui fascino risiede negli aspetti paradossali¹⁹⁵ che caratterizzano il loro immaginario. Le *supermerci* sono collocate, infatti, tra le *eterotopie* di Foucault¹⁹⁶ – a metà tra spazi effettivi e utopie irreali – e trovano in questa loro duplice identità

¹⁹³ Abruzzese, Alberto. *Forme estetiche e società di massa: arte e pubblico nell'età del capitalismo*. 3. ed. Venezia: Marsilio, 1992, pag. 80.

¹⁹⁴ Cfr. Codeluppi, Vanni. *Lo spettacolo della merce...* op. cit., pagg. 5-33.

¹⁹⁵ Secondo Codeluppi, la contraddizione espressa dalle *supermerci* può essere rintracciata in alcuni aspetti che caratterizzano la loro natura di luoghi ibridi. Essendo «direttamente discendenti dalla cultura industriale della produzione in serie e dalla sua logica tendente all'accumulo», questi luoghi corrono il rischio di non essere più attrattivi perché regolati dalla logica della ripetizione costante e sempre uguale. Necessitano, quindi, dell'introduzione di piccole innovazioni, di «variazioni in grado di suscitare l'effetto sorpresa [...] e di consentire un'esperienza sorprendente e spettacolare». Per questo motivo possono essere viste come architetture estremamente sovrastimolanti, in cui però ogni sollecitazione è sottoposta ad una forma rigorosa di controllo: si riesce a conciliarvi cioè «la nascita nel consumatore del desiderio, ma anche l'incanalamento di esso in precisi atti d'acquisto». Per lo stesso motivo la concentrazione delle scelte di consumo, rende omogenea e limitata una distribuzione che invece si mostra come estesa e globalizzata. La *supermerce* è quindi uno spazio «apparentemente aperto sul mondo, ma in realtà chiuso e autosufficiente». Proprietà di un privato viene costantemente controllata da un servizio di sorveglianza, sebbene sembri essere «liberamente frequentabile da chiunque». Cfr. Cfr. Codeluppi, Vanni. *Lo spettacolo della merce...* op. cit., pagg. 24-34.

¹⁹⁶ Il termine medico assume un significato nuovo quando Foucault lo utilizza nelle due conferenze radiofoniche *Les utopies réelles ou «lieux et autres lieux»* del 1966 e la conferenza parigina del 1967 per definire il concetto di *spazi altri*, degli spazi di sottrazione in cui è possibile sviluppare un'esperienza alternativa del reale. Da sempre presenti nella storia della civiltà, le *eterotopie* sono infatti realtà spazio-temporali a sé stanti, dotate di regole proprie e prive di riferimenti geografici definiti; l'entrarvi implica un rito di passaggio, il risiedervi necessita l'accettazione di regole comportamentali precise. Cfr. Foucault, Michel. *Spazi altri: i luoghi delle eterotopie*. A cura di Salvo Vaccaro. Milano; Udine: Mimesis Edizioni, 2011.

la capacità di sorprendere e coinvolgere, riuscendo a costituire, così, una forma d'identità collettiva dove ci si riconosce e ci si relaziona.

Grazie alla sua capacità di legarsi alle diverse dimensioni della sfera sociale – individuale, familiare, collettiva – prende corpo una dimensione della stazione di servizio che, in nome dell'ideologia del consumo, avvicina la sua realtà spaziale a quella di uno spazio pubblico: diventa, cioè, espressione di modelli culturali e strumento di socializzazione.

Quando non corrisponde alla meta, l'autogrill resta una tappa obbligata per gli automobilisti che sceglievano di evadere dalla tradizionale quotidianità e partecipare al rito moderno delle vacanze di massa o dei fine settimana fuori città.

«Ma tutto questo non è da sottovalutare, o da snobbare: il consumo, in questo caso, è espressione di un sentimento serio e direi quasi civile (il quasi vale soprattutto per caramelle e biscotti che si sciolgono sui tappetini), di una felicità che prescinde dalle questioni private, dallo stato delle cose della propria vita lasciata al punto di partenza. Il Toblerone può davvero essere una risposta – minuscola ma simbolica – alle tribolazioni quotidiane, un modo ingegnoso per allontanarle ancora di più. Comprare la pergamena o le tavole con i proverbi spiritosi, per quanto possa apparire stupido, è un modo di esprimere la felicità, in questo preciso momento, di essere vivi, vivi, vivi, in mezzo a un'autostrada, in un punto (almeno metaforicamente) equidistante tra la propria vita quotidiana e il tentativo di riscatto della vacanza, ma nel giorno della partenza e non del ritorno – quindi in allontanamento dalla vita quotidiana e in avvicinamento alla vacanza. E qual è il modo di farla cominciare prima, la vacanza? Comportarsi già come se si fosse in vacanza: concedersi un cornetto in più, le caramelle, i biscotti al cioccolato se dopo ci viene fame in macchina, una bibita, un regalo per i bambini, un dvd in offerta.»¹⁹⁷

Il consumatore, infatti, si costruisce delle paradossali identità temporanee legate allo svago e «si affeziona ai nuovi luoghi del consumo, di cui impara conoscere i percorsi, gli spazi e gli ambienti di ritrovo»¹⁹⁸.

«La gamma dei nostri «fornitori» abituali si è arricchita di un nuovo elemento, anzi, di un nuovo personaggio: il benzinaio, colui che vende carburanti e lubrificanti. Accanto al tabaccaio di fiducia, al droghiere, al farmacista e al fornaio, si è inserita la tuta azzurra dell'uomo che quasi ogni giorno ci vende le solite «mille lire di

¹⁹⁷ Piccolo, Francesco. «Tempo di percorrenza troppo lungo». In *L'Italia spensierata*, Roma/Bari: Laterza, 2007, pag. 32.

¹⁹⁸ Codeluppi, Vanni. *Lo spettacolo della merce...* op. cit., pag. 7.

Pieghevole per concorso a premi Pavese. 1969. Archivio Barilla, Fondo Pavese.

alla pagina successiva:

Cartoline pubblicitarie Autogrill Pavese di Fiorenzuola d'Arda, Mottagrill di Cantagallo e di Limena, Autogrill Pavese a Sebino, Frascati, Novara, Dorno, Feronia, Soave e Brembo. Archivio Barilla, Fondo Pavese.

GRANDE CONCORSO autogrill PAVESI

REGOLAMENTO E PREMI

La manifestazione a premi ha inizio il 1° ottobre 1969 e si conclude il 31 ottobre 1970. Si svolge presso Autogrill Pavese nei punti vendita di vendita e servizi motoristi. Sono escluse le partecipazioni estere ed i premi. I premi consistono in: 1. 1.000.000 con arredamento per ufficio di prestigio, 2. 1.000.000 con arredamento per ufficio di prestigio, 3. 1.000.000 con arredamento per ufficio di prestigio, 4. 1.000.000 con arredamento per ufficio di prestigio, 5. 1.000.000 con arredamento per ufficio di prestigio, 6. 1.000.000 con arredamento per ufficio di prestigio, 7. 1.000.000 con arredamento per ufficio di prestigio, 8. 1.000.000 con arredamento per ufficio di prestigio, 9. 1.000.000 con arredamento per ufficio di prestigio, 10. 1.000.000 con arredamento per ufficio di prestigio.

PREMI

1. per tutte le tessere caricate entro il 31.10.1969
 2. per tutte le tessere caricate entro il 31.12.1969
 3. per tutte le tessere caricate entro il 31.03.1970
 4. per tutte le tessere caricate entro il 31.06.1970
 5. per tutte le tessere caricate entro il 31.09.1970
 6. per tutte le tessere caricate entro il 31.12.1970
 7. per tutte le tessere caricate entro il 31.03.1971
 8. per tutte le tessere caricate entro il 31.06.1971
 9. per tutte le tessere caricate entro il 31.09.1971
 10. per tutte le tessere caricate entro il 31.12.1971

PREMI AUTOMOBILI PAVESI

1. Autogrill Sebino
 2. Autogrill Cantagallo
 3. Autogrill Limena
 4. Autogrill Sebino
 5. Autogrill Frascati
 6. Autogrill Novara
 7. Autogrill Dorno
 8. Autogrill Feronia
 9. Autogrill Soave
 10. Autogrill Brembo

Sosta premiata

GRANDE CONCORSO autogrill PAVESI

normale», che filtrano attraverso il carburatore della nostra utilitaria, con la stessa rapidità con la quale finiscono i biglietti da diecimila appena cambiati. [...] Siamo diventati «clienti» di un venditore; direi clienti dell'uomo piuttosto che del luogo nel quale sorge la sua «azienda».»¹⁹⁹

Le aziende coinvolte cavalcano questa affezione con l'introduzione di strategie pubblicitarie che risuonano con i loro slogan e premiano, attraverso carte fedeltà e concorsi a punti, i buoni piloti, riconoscendone la lealtà nella distribuzione di portachiavi, mappe gratuite e gadget di ogni tipo.

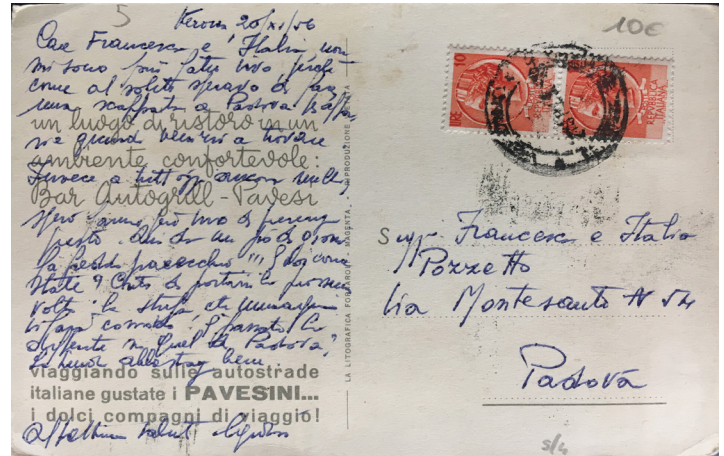
«C'è in questo un filone molto consistente del nostro istinto a stabilire legami di «fiducia», a ribadire dire ogni giorno gesti abitudini, tanto da farli diventare consuetudine. Questo è vero: ma c'è anche qualcosa di diverso che vale la pena di analizzare, perché quel periodico rifornimento di combustibile è assunto al ruolo di necessità e di «ritualità» della vita moderna, anzi contemporanea.»²⁰⁰

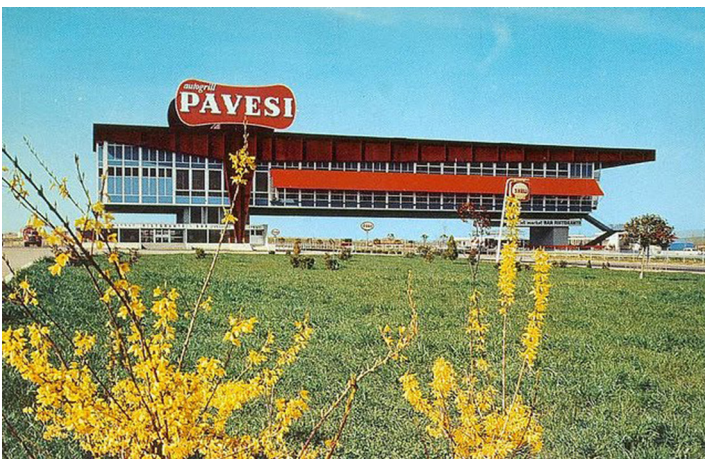
Oggetti di ogni sorta e cartoline promozionali che ritraggono le sagome degli autogrill, assicurano a ogni avventore la possibilità di comunicare la propria adesione a questo rito moderno. Non deve sorprendere che tra queste ultime, nel retro di una che riporta l'immagine dell'Autogrill Pavese Chianti si possa leggere «saluti da Firenze», considerando il ristorante autostradale al pari della città d'arte. Molte altre mandano «saluti con i Pavesini» da

¹⁹⁹ Berti, Francesco. «I segreti del "benzinaio"». *Il Gatto Selvatico*, n. 3 (marzo 1956), pag. 10.

²⁰⁰ *Ibidem*.

3. LE OASI DELL'AUTOSTRADA







Fotogramma da Risi, Dino. *Una giornata decisiva*. In Risi, Dino, Luigi Filippo D'Amico, e Franco Rossi. *I complessi*. 102 min, B/N, Commedia, 1965

ogni dove, sottolineando l'efficacia di alcune strategie reclamistiche, che vengono assorbite dal linguaggio moderno²⁰¹.

«Una stazione di benzina è in realtà solo un tubo da qui esce benzina e se fosse veramente così occuperebbe poco spazio e non avrebbero alcun interesse visivo. Ma così, come sono fatte, le stazioni di benzina, diventeranno realmente monumenti alla vendita [...] stanno diventando altari ai beni di consumo, insomma quello che una volta era competenza della chiesa o qualcosa del genere: l'apoteosi dei santi e così via è diventata l'apoteosi dei prodotti.»²⁰²

Anche l'acquisto di *peluche* e *souvenir* rientra nel meccanismo del *pellegrinaggio*. Implacabile, il circuito che costringe l'automobilista al passaggio obbligato tra le scansie del *tourist market*, davanti ad ogni genere di bene di consumo, è fonte inesauribile di sollecitazioni e desideri e stimola l'acquisto compulsivo.

«C'era il rombo continuo della macchina in moto, che portava dentro i clienti, li ammassava nei vari reparti, li stordiva con mille mercanzie, per poi gettarli alle casse. Tutto questo, regolato, organizzato con la precisione di un meccanismo: una folla di donne spinta dalla forza e dalla logica di un ingranaggio.»²⁰³

Come le *signore* del grande magazzino descritto da Zola, nemmeno Nino Manfredi nei panni di Quirino Raganelli, potrà sottrarsi all'*ingranaggio*

²⁰¹ Cfr. Colafranceschi, Simone. *Autogrill: una storia italiana...* op. cit., pagg.49-50.

²⁰² La citazione è tratta da un'intervista a Roy Lichtenstein riportata in Leoni, Fulvio. «Interferenze progettuali o progetto?» *Gomorra: territori e culture della metropoli. Quadrimestrale di architettura urbanistica arte antropologia sociologia* 1, n. 1 (febbraio 1998), pag. 16.

²⁰³ Zola, Émile. *Al paradiso delle signore*. Milano: Rizzoli, 2000, introduzione.

dell'Autogrill Pavese di Frascati: nell'episodio *Una giornata decisiva*²⁰⁴, diretto da Dino Risi per il film *I complessi*, un impiegato semplice e goffo, spinto da una forte simpatia per Gabriella si troverà, durante la gita aziendale a cui partecipa, a recitare agli occhi dei suoi colleghi il copione già scritto del consumatore moderno e cedere all'acquisto di un costoso *peluche*, rendendosi così partecipe del nuovo modello sociale in costruzione.

Nel tentativo di trasfigurare i caratteri puramente funzionali del consumo, la dimensione del *place - product - packaging*, dirompe, quindi, anche nelle letture cinematografiche. Il cinema, la letteratura, la musica e tutti gli altri linguaggi espressivi hanno reso visibile le trasformazioni in corso, generando reazioni opposte, dove le nuove *architetture dell'intrattenimento*²⁰⁵ diventano ora lo sfondo per i nuovi stili di vita pieni di promesse e possibilità, ora oggetto di un'acre critica e sinonimo delle potenziali implicazioni negative generate dalle trasformazioni in atto nel Paese.

La vivacità con cui, nella *Domenica d'agosto*²⁰⁶ di Luciano Emmer, «nel breve spazio di un giorno fatto per dimenticare, per godere, per riposare, la vita tesse le sue trame distribuendo gioia, dolore, amore, speranza»²⁰⁷ e concede

²⁰⁴ Risi, Dino. *Una giornata decisiva*. In Risi, Dino, Luigi Filippo D'Amico, e Franco Rossi. *I complessi*. 102 min, B/N, Commedia, 1965.

²⁰⁵ La locuzione viene usata da Wim Wenders durante un'intervista con Hans Kollhoff per esplicitare un paragone che vede certa architettura, come alcune fette dell'industria del cinema, trascurare le proprie ragioni d'essere, in virtù dell'ottenimento di un consenso maggiore da parte del pubblico. «L'elemento caratterizzante mi pare la dipendenza di entrambe le arti dal denaro, e il fatto che entrambe si pongano interrogativi centrali, ad esempio quello del 'come vivere'. Il cinema, in questo caso, offre risposte differenti dall'architettura, la quale ovviamente pone la questione con molta più concretezza e lungimiranza. Negli edifici si abita realmente, il cinema invece si interroga soltanto, alle volte offre anche qualche risposta, ma l'architettura assieme alla domanda cerca già la risposta, e quando è in grado di fornirla, è una risposta che dura un'intera esistenza. [...] tuttavia in entrambi i casi ci viene posta la medesima domanda "Come dobbiamo vivere?" Prima di realizzare un film o di trasformare una città, ci si interroga in modo identico. L'industria del divertimento invece non si interroga mai. [...] L'architettura, se non si pone a monte la domanda del 'come vivere', quanto più la rimuove, tanto più ne risulterà schiava. Quindi, come potrebbe configurarsi un'architettura di intrattenimento, analogamente all'industria dell'intrattenimento? Con la volontà di soddisfare i gusti del suo pubblico suscitando le minori resistenze possibili, con l'intenzione costante di aumentare il fatturato e realizzare i massimi profitti. Nel cinema accade così per film di questo tipo: scatta sempre l'alibi di fare solo e proprio ciò che la gente vuole. Credo che l'architettura di intrattenimento lavori con gli stessi trucchi di Hollywood.» In «*Trovatemi una città per vivere. Intervista di Hans Kollhoff*» in Wenders, Wim. *Atto di vedere. The Act of Seeing*. Milano: Ubulibri, 2002, pagg. 94-95.

²⁰⁶ Emmer, Luciano. *Domenica d'agosto*. 88 min, B/N, Commedia, 1950.

²⁰⁷ «Nel breve spazio di un giorno fatto per dimenticare, per godere, per riposare, la vita tesse le sue trame distribuendo gioia, dolore, amore, speranza. Domenica d'agosto: cinque storie, cinque partenze per nuovi traguardi. Una rassegna dell'umanità con il suo bene e il suo male. Una finestra sul mondo. Un film di vera vita.» Il testo è tratto dal *trailer* ufficiale del film che accompagnava la sua promozione.



all'uomo, libero di spostarsi con la propria auto la possibilità di partecipare ai nuovi riti dello svago e del tempo libero, si trasforma, in impotenza apocalittica nella visione di Marco Ferreri, che ne *Il seme dell'uomo*²⁰⁸, trova nel pasto consumato dai protagonisti sul ponte dell'autogrill di Feronia, il punto di contatto tra le opulenze del consumismo e gli scenari deserti e drammatici causati da una misteriosa epidemia che sta decimando la popolazione.

Anche ne *Il sorpasso*²⁰⁹, la tensione continua tra due mondi opposti, impersonata già dai protagonisti – Bruno Cortona, nullafacente noncurante delle regole del codice stradale e delle convenzioni sociali e Roberto Mariani, studente modello rimasto in città per preparare un esame universitario – accompagna tutta la vicenda del film catturando la dualità di un Paese che si proietta verso il futuro rinnegando le proprie radici.

«Non bevi, non fumi, non sai nemmeno guidare la macchina...ma come campi, eh?
Che te godi tu della vita?»²¹⁰

²⁰⁸ Ferreri, Marco. *Il seme dell'uomo*. 113 min, colore, Fantascienza, drammatico. Polifilm, 1969.

²⁰⁹ Risi, Dino. *Il sorpasso*. 108 min, B/N, Commedia, drammatico. INCEI Film, 1962.

²¹⁰ La frase viene pronunciata da Bruno quando incontra il giovane Roberto, e fa chiaramente riferimento al culto dell'automobile che la civiltà dei consumi aggiunge agli altri, più consueti, luoghi comuni legati ad uno stile di vita gaudente.

Fotogramma da Ferreri, Marco. *Il seme dell'uomo*. 113 min, colore, Fantascienza, drammatico. Polifilm, 1969.

Fotogramma da Risi, Dino. *Il sorpasso*. 108 min, B/N, Commedia, drammatico. INCEI Film, 1962.



Il viaggio spericolato dei due protagonisti attraverso l'Italia del *boom* economico a bordo della Lancia «Aurelia decappottabile e supercompressa» trova, infatti, il suo drammatico epilogo in una curva presa troppo velocemente, evocando così la fine di un sogno che si infrange nel miraggio di una svolta o nella ritrovata consapevolezza delle proprie capacità.

Il disincanto di Dino Risi e di parte dell'opinione collettiva nei confronti dei nuovi consumi sembra misurarsi, nella pellicola, con i fasti di una modernità spinta al limite, per cui la speranza di poter spegnere la sete di Bruno in una stazione di servizio – con la benzina, con le sigarette, l'aperitivo o l'attenzione della cassiera – si traduce nella frustrazione del giovane Roberto che rimane imprigionato nella toilette.

Più diretta ed esplicita è ne *Il Pollo Ruspante*²¹¹ l'accusa di Gregoretti verso la dimensione omologante dell'autogrill e della nuova società dei consumi che si va prefigurando.

L'intero episodio presenta l'edificio come l'emblema di un mercato per cui il consumatore può essere paragonato ad un pollo in batteria.

²¹¹ Gregoretti, Ugo. *Il pollo ruspante*. In Rossellini, Roberto, Jean-Luc Godard, Pier Paolo Pasolini, e Ugo Gregoretti. *Ro.Go.Pa.G.* 110 min, B/N e a colori, Commedia, drammatico. Cineriz, 1963.

«Ma chi gliel'avrà data la laurea a quell'ingegnere che ha fatto 'sta roba qua... Ti fanno girare tutto il palazzo avanti e indietro per dopo entrare da quella porta lì... Robe da matti...»²¹²

Cercando di recuperare la libertà del suo progenitore ruspante, infatti, il protagonista, impersonato da Tognazzi, decide di opporsi al sistema coercitivo che regola l'organizzazione spaziale degli interni, come anche alla fastidiosa standardizzazione del pasto, ma dovrà rinunciare alle sue resistenze e capitolare, incentivato dalla sua famiglia manipolata anch'essa dalla pubblicità, di fronte alla tentazione di acquistare una grande quantità di merci inutili.

Nel frattempo il professor Pizzorno, illustra a un consesso di commercianti le tecniche più moderne per incrementare le vendite attraverso la scoperta dell'io segreto del consumatore medio:

«Chi è il consumatore medio? è l'italiano del miracolo economico che in pochi anni ha raddoppiato il suo reddito ed ha superato le tradizionali remore psicologiche del risparmio, stimolato dagli incentivi più evidenti: l'esempio, l'emulazione, la pubblicità, le facilitazioni d'acquisto. [...] Lor signori dovranno perciò studiare sempre nuove campagne di richiamo per far nascere nuovi desideri, nuovi bisogni e provocare qualcosa come uno stato di scontentezza sistematica nei consumatori. [...] Si è scoperto che l'assenza della persona fisica, dell'intermediario, cioè del commesso, eliminando la necessità di fare una scelta preventiva e di rivolgere la richiesta, produce nel consumatore una concezione di liberazione e di felicità emotiva che permette agli impulsi dell'inconscio di affiorare senza inibizioni e di tradursi in acquisti il più delle volte superflui, o addirittura inutili, salvo riacquistare coscienza al momento della verifica alla cassa. Ma ormai, è troppo tardi. [...] bisognerà sempre tener presente che ormai il consumatore si condiziona da sé stesso e quella spinta competitiva che siamo riusciti ad imprimere alla società del suo tempo, ormai fa parte della sua natura, del suo io e lo stimola a raggiungere sempre nuovi traguardi.»²¹³

Sul viaggio del ritorno, raggiunti da un'epifania di valori ritrovati e sogni smascherati i protagonisti moriranno in un banale incidente stradale, evocando, ancora una volta, l'inafferrabilità di un sistema che non può essere più controllato.

²¹² *Ibidem.*

²¹³ *Ibidem.*

Come un chiodo si pianta saldamente
sotto le giunture della pietra così
il peccato s'introduce segretamente
nella vendita e nelle compere.

Bibbia
Ecclesiaste XXVII, 2



Fotogrammi da Gregoretti, Ugo. *Il pollo ruspante*. In Rossellini, Roberto, Jean-Luc Godard, Pier Paolo Pasolini, e Ugo Gregoretti. *Ro.Go.Pa.G.* 110 min, B/N e a colori, Commedia, drammatico. Cineriz, 1963.

« - “Quanti anni saranno che non piangi più? Cinque, sei... Non me lo ricordo neanche... una volta piangevi per niente. Il bello è che attaccavi la caragnera anche a me.” - “Una volta era meglio di adesso.” - “Forse, e per questo piangevamo. Alla gente può sembrare il contrario, eppure è così. Non mi dai del sadico se ti dico una cosa? Mi fa piacere che piangi.

[...]

Maledetto Topo Gigio.”²¹⁴

214 *Ibidem.*

4. to fill or not to fill?

architettura e infrastruttura. riflessione sui luoghi intermedi

«Degli americani potrà essere ragionevolmente imitata la tendenza alla più rigorosa organizzazione. L'obiettivo è di contemperare il massimo di semplicità con il massimo di qualità. Ci sono caratteristiche nazionali alle quali soltanto il tempo potrà rimediare: il bisogno, per esempio, di scegliere la bibita dopo una piccola discussione, o magari un battibecco, col cameriere; il voluminoso armamentario di bottiglie bottigliette sigillate che pretendiamo di vederci stappate sotto gli occhi (nei posti di ristoro americani si semplifica con le "spine"). In genere una evidente ritrosia ad accettare lo standard, sovente inteso come un'umiliazione. Gli architetti e gli organizzatori non mancheranno di tenerne conto. Sanno che l'unica maniera per cambiare il mondo è incominciare ad accettarlo com'è.»²¹⁵

Gli architetti *lo sanno* – scrive Bianchetti – e anche lui, in questo caso, sembra riconoscere la potenza della realtà a cui può dare forma e le responsabilità che ne conseguono. Con la stessa lucidità, le parole dell'architetto danno voce anche alla consapevolezza che il processo di invenzione della stazione di servizio – in quanto progetto di architettura – ha il dovere di sintetizzare un certo modo di percepire e ordinare la realtà con una certa condizione naturale o artificiale e che con-formarne un'immagine *di qualità*, presuppone averne compreso le dinamiche e le relazioni che essa intrattiene con il suo contesto, nel senso più ampio del termine.

²¹⁵ Bianchetti, Angelo. «Le oasi dell'autostrada»... op. cit., pag. 96.

Se è vero, quindi, che l'ambizione di questi architetti è proporre condizioni di viaggio «quasi americane»²¹⁶ come premessa – e promessa – di un'*American way of life*, è necessario sottolineare anche il loro tentativo di interpretazione dei modelli importati oltreoceano secondo le istanze del Paese e le «caratteristiche nazionali». Uno sforzo, espresso in quel «quasi», grazie a cui le sperimentazioni sulla stazione di servizio hanno preservato ciascuna le proprie specificità, le individualità e la loro natura di *luoghi antropologici* e cioè, come li definisce Marc Augé, luoghi in cui la comunicazione, la condivisione degli spazi e la loro interpretazione costituiscono una *cosmologia* basata sull'identificazione, la relazione e la storia²¹⁷.

Com'è noto, però nelle discussioni di Augé all'autogrill, in quanto prodotto della «*surmodernità*»²¹⁸, emblema di un mondo promesso all'individualità, al provvisorio e all'effimero, viene negata tale definizione. In verità, secondo il geografo, tutto «lo spazio del viaggiatore [è] l'archetipo del *nonluogo*»²¹⁹, designando con l'ormai diffuso e abusato neologismo la dimensione in cui il rapporto del viandante con lo spazio e i suoi luoghi, si sviluppa sulla scorta del prefisso *trans-* e qualificando l'esperienza del viaggio come una pratica superficiale che mette «l'individuo [...] alla prova come spettatore senza che la natura dello spettacolo lo interessi veramente»²²⁰.

Ma se è vero che il panorama a cui Augé fa riferimento appare mutato rispetto alle vicende fin qui raccontate, bisogna specificare anche che il termine *nonluogo* – per quanto seducente – può rivelarsi mistificatorio: esso ci dispensa dal riconoscere i luoghi della mobilità come parte, per quanto conflittuale e alienata, del processo di produzione e riproduzione del sistema-territorio, rendendoli ancor più indipendenti e impermeabili da forme possibili di appropriazione creativa e oppositiva.

216 Ivi, pag. 90.

217 Per una trattazione esaustiva sulla definizione di *luogo antropologico*. Cfr. Augé, Marc. *Nonluoghi...* op. cit., pagg. 53-74.

218 Con il termine *surmodernité* Augé intende una fase suprema della modernità identificata dall'exasperazione di quell'accelerazione che aveva caratterizzato già la modernità stessa. Nella traduzione italiana – come spiegano gli autori – il prefisso francese *sur-* non è usato per suggerire un periodo che segue e supera la modernità in senso temporale, quanto piuttosto, una dimensione dotata di leggi proprie che quasi stravolge il corso della storia. Si pensi alla pittura surrealista in cui la logica lineare non trova applicazione né continuità.

219 Augé, Marc. *Nonluoghi...* op. cit., pag. 81.

220 Ivi, pag. 80.

È noto, che lo spostamento, da paradigma della scoperta, è divenuto nel tempo un *medium* senza messaggio: limiti giuridici e barriere fisiche e visuali che delimitano lo spazio dell'infrastruttura si sono consolidate, si hanno continue tentazioni ad accorciare tempi e spazi del movimento attraverso i territori e come effetto di questa contrazione spazio-temporale, abbiamo raggiunto il completo distacco della strada dal contesto che essa stessa attraversa. Per dirla come Roland Barthes, è mutato l'«*ideorritmo*»²²¹ con cui pratichiamo lo spazio, perché se il viaggio «può rappresentare pagine letterarie, *topoi* artistici e paesaggi cinematografici, può anche essere espressione estrema di chi, come George Clooney in un noto film, [... continua] a viaggiare senz'altro fine che spostarsi»²²².

Ciò che cambia, quindi, nel corso di questa storia non è tanto il catalogo dei dispositivi formali, spaziali o economici impiegati entro le diverse visioni, quanto il loro senso ed utilizzo, la loro composizione e l'importanza che, sia sul piano funzionale, sia su quello simbolico, viene loro assegnata.

La crisi petrolifera del 1973 fissa il momento preciso di questo cambiamento. La fiducia nell'idea di modernizzazione e nei suoi simboli viene meno, l'automobile e i consumi iniziano ad essere visti come elementi di una modernità effimera e priva di futuro e al rincaro del prezzo della benzina e agli aumenti dei pedaggi autostradali, con la sensibile contrazione del numero di clienti che ne consegue, si aggiunge la drastica diminuzione del flusso turistico. La cultura della strada, che aveva raccontato di clacson, motori rombanti e gite domenicali con il pranzo in autogrill, cambia volto e contro il «logorio della vita moderna»²²³ inizia a emergere quella dimensione *slow*, che condurrà alla riscoperta e alla valorizzazione del patrimonio culturale agricolo ed enogastronomico tradizionale locale.

²²¹ Il termine, preso a prestito dai monaci del Monte Athos, viene utilizzato da Barthes all'interno dei corsi che tiene nel 1977 al Collège de France sul tema del *Come vivere insieme*. Quello che lui definiva *idiorythmie* [dal gr. ἴδιος «particolare, privato, proprio» e ῥυθμός] indicava un'utopia, ovvero la perfetta conciliazione del proprio ritmo personale con il ritmo della vita collettiva. E gli asceti dell'Athos, che vivevano ognuno per proprio conto ma partecipavano ai riti del monastero, ne erano un celestiale esempio.

²²² Il riferimento è al film *Tra le nuvole* di Jason Reitman del 2009 in cui un uomo trascorre la maggior parte del proprio tempo in trasferte di lavoro, agognando il prestigioso traguardo delle dieci milioni di miglia. Da Olmo, Carlo. «Conoscere, riconoscere e il disagio della scoperta». *Firenze architettura*, n. 1 (2017), pag. 7.

²²³ L'espressione è presa a prestito da una famosa serie di spot televisivi della fine degli anni '60 (1966 ca.) in cui si pubblicizzava l'amaro *Cynar*. Queste scenette pubblicitarie sono entrate subito nell'immaginario collettivo italiano, accomunate dalla scena finale in cui Ernesto Calindri, intento a sorseggiare l'amaro in mezzo al traffico automobilistico, conclude recitando il celeberrimo slogan.

Con una significativa simultaneità rispetto alle polemiche che accompagnano l'introduzione delle trasmissioni televisive a colori, anche per l'autogrill è la fine di un'epoca.

Come all'esordio, altrettanto velocemente essa si svuota dei significati per i quali si è sviluppata e svilisce, assoggettata alla progressiva dequalificazione dei consumi e al conseguente interesse verso prodotti a basso costo, rimanendo un *oggetto* senza qualità e, quindi, senza alcuna dignità architettonica.

Il progressivo ridimensionamento delle scelte operate dalle aziende, infatti, coinvolge presto anche il settore della produzione architettonica: non si è trattato solo di una riduzione quantitativa, piuttosto di una totale sottomissione a un modello di sviluppo che predilige i criteri di modularità e scomponibilità degli elementi funzionali e spaziali alla vivacità della ricerca progettuale e costruttiva autoriale. Così, le strategie mutate sotto questi impulsi, dagli anni '70 in poi, hanno risolto la questione delle architetture per la sosta collocando in cima agli obiettivi l'economia di costruzione e di gestione e puntando, quindi, su disposizioni standardizzate, producibili e replicabili in serie.

La tipizzazione lascia il posto all'omologazione e testimonia anche un radicale cambiamento della struttura organizzativa interna alle aziende. Come già accennato per le vicende di Eni, agli anni delle collaborazioni più intense e feconde, segue l'austerità della stagione del *miracolo scippato*: la progettazione dei luoghi di vendita torna ad essere gradualmente prerogativa esclusiva dell'industria stessa e progettisti e figure professionali esterne vengono escluse²²⁴ dal processo di costruzione dell'immagine aziendale. Si incentiva una sperimentazione sempre più attenta alle leggi della produzione²²⁵, marginalizzando, di fatto, il ruolo della riflessione

²²⁴ Si sottraggono a questa tendenza alcune collaborazioni ormai consolidate, come quella con Bacigalupo e Ratti che lavoreranno ai palazzi per uffici di Metanopoli e ad alcuni Motel fino al 1980, e vicende più brevi e spesso complesse, come quelle relative ai concorsi per il Motel Agip a Settebagni del 1968, che ha visto vincitore Mario Ridolfi con la torre dei ristoranti – rimasta irrealizzata a causa di vincoli burocratici del comune di Roma – e quello per il nuovo prototipo Agip di stazione di servizio modulare, da cui prende forma *Kaaba*, il grande cubo bianco di Costantino Dardi che trova realizzazione solamente a Mestre-Bazzera (1971) e a Verona-Affi (1972). Ancorato ad una logica concorsuale rivolta a progettisti esterni all'azienda, è anche il progetto di Vittorio De Feo del 1970, la cui geometria plastica e fluida risponde alle esigenze comunicative richieste dalla Esso.

²²⁵ Agip, per prima, avanza gradualmente verso la completa industrializzazione della costruzione architettonica. Le difficoltà legate all'ampliamento delle stazioni esistenti e all'artigianalità delle realizzazioni insieme alle possibilità offerte dal Nuovo Pignone che entra a far parte del Gruppo Eni, conducono ad un processo di revisione dei tipi di Bacciocchi. Dal



Autogrill in stato di abbandono nei pressi di Iglesias, Sardegna. Fotografia di Giangavino Contini. 2017.

artistica all'interno del processo di definizione dei parametri su cui tale produzione avrebbe potuto costruirsi.

Allo stesso tempo, esaurita la forza visionaria e il rigore teorico dei primi protagonisti *illuminati*, anche la nuova generazione di intellettuali diviene più critica nei confronti di queste strategie industriali. Il mutato clima politico, il cambiamento degli stessi metodi pubblicitari aziendali incentrati adesso sul mercato di massa e soprattutto i mutamenti in atto nella società dei consumi, producono un decisivo allontanamento tra le *due culture*²²⁶.

Già nei primi anni '50, anticipando con una certa preoccupazione un destino che si sarebbe concretizzato diffusamente nella critica architettonica alla postmodernità, Rolf Vahlefeld e Friedrich Jacques, paventano il pericolo

'59, con il modello omonimo, l'azienda dà inizio a questa trasformazione, introducendo subito un'impostazione planimetrica lineare, componibile e scomponibile e quindi più aggregabile; poi, con il modello del '61, compie il passo definitivo verso la fase di produzione seriale mostrando più evidenti variazioni nell'impianto costruttivo e strutturale – staccando definitivamente la pensilina aggettante dal volume principale della stazione, in favore di un elemento completamente autonomo dal punto di vista funzionale e statico. Fino ai modelli 64, 65 e 66, i cui caratteri architettonici sono affidati ad un abaco di componenti edilizie prefabbricate e assemblabili a secco. Cfr. Greco, Laura. *Architetture autostradali in Italia...* op. cit., pagg. 154-155.

²²⁶ Il riferimento è alla tesi di Snow che trova nella contrapposizione tra la sfera intellettuale e quella scientifica due "culture" contrapposte che non comunicano e si guardano con reciproca diffidenza: incomprendimento, soprattutto, e qualche volta ostilità e disprezzo. Cfr. Snow, Charles P. *Le due culture*. Milano: Feltrinelli, 1964.

4. TO FILL OR NOT TO FILL?



Gas Station UE4. Fotografia di Filip Blom. 2017.

Untitled, Richmond, Virginia. Fotografia di Jacob Holdt. 1974.

Suburbia, Chicago, Illinois. Fotografia di Thomas Dziak. 2019.

che le stazioni di servizio, per quanto ritenute necessarie, diventino oggetto di disprezzo – «*regarded as a necessary evil*» – e non godano di una adeguata «*architecture consideration*». Essi sembrano intuire che la tendenza a standardizzare le architetture per la mobilità – «*to be built as a standard design*» – possa condurre a considerarle alla stregua di «*road furniture*»²²⁷ senza che vi sia ragionamento alcuno sulla loro natura di edifici e alla loro scala di organismi complessi. Si consolida un'immagine della stazione di servizio non più fondata su parametri di natura spaziale: l'*architettura* lascia prevalere il *prodotto*, diventando un interno senza esterno, dove entrambi gli ambiti appaiono come identità separate, concepite e fruite secondo circostanze diverse. La narrazione precisa grazie al quale lo spazio dell'autogrill aveva definito la liturgia dei consumi, svanisce e l'organizzazione degli spazi interni si trasforma diventando espressione della mera esigenza di contenere un numero sempre maggiore di merci.

L'illimitata estensione del metodo che non aveva posto distanze tra *place*, *product*, e *packaging*, ma le faceva reagire tra loro esplorandone le diverse interferenze, si contrae separando architettura, ingegneria, disegno industriale e paesaggio, come modelli ideologici contrapposti che generano sottoculture estetiche in reciproca guerra.

La riconoscibilità della stazione di servizio si affida ad attributi effimeri, a decorazioni stereotipate e nient'affatto identitarie – né dell'azienda, né della tipologia – le cui regole seguono i dettami delle mode e del mercato; la sua ubicazione è scandita da mere distanze chilometriche e produce l'assenza di una qualsiasi relazione con il contesto e, ancor meno, l'applicazione del *layout* o del *format* riesce a rendere accogliente la dimensione umana degli interni. La scala intermedia è invece definitivamente perduta.

Mantenendo unicamente un carattere di incertezza, la stazione di servizio si fa *precaria* e tanto più le sue tecniche di costruzione ne permettono una rimodellazione rapida, quanto più essa si slega dal suo contesto e dall'essere *architettura*.

Di conseguenza, la strada e l'unificazione dei suoi caratteri con la conseguente obliterazione delle sue specificità, esprime una tendenza alla

²²⁷ Vahlefeld, Rolf. *Garagen- und Tankstellenbau: Anlage, Bau, Ausstattung. Handbuecher zur Bau- und Raumgestaltung*. Monaco: Callwey, 1953, pagg. 1, 3, 4. In Caccia, Susanna. *Architettura in movimento...* op. cit., pag. 86.

commonplaceness e più esattamente al concetto di *placelessness* secondo la definizione data negli anni '70 dal geografo canadese Edward Relph²²⁸.

Relph denuncia un generale indebolimento dei *luoghi*, per cui la loro sostituzione – sia per gli individui che nella cultura – con spazi anonimi e intercambiabili²²⁹ è da imputare a un'accettazione acritica dei valori di massa o della tecnica, in funzione di una preoccupazione maggiore per un'efficienza fine a se stessa. Si tratta, cioè, di un processo per cui l'esperienza genuina della complessa identità dei luoghi viene mediata e distorta attraverso convenzioni stereotipate e una serie di mode sociali e intellettuali alquanto arbitrarie su come dovrebbe essere quell'esperienza²³⁰.

«Soprattutto ci sembra che siano proprio le tecniche (come tecniche di progetto orientato produttivisticamente) ad avere oggi notevolmente impoverito la ricca articolazione di tipi e di soluzioni che aveva caratterizzato lo sforzo di adattamento ai casi durante il secolo diciannovesimo. Ciò è anche dovuto non tanto all'assenza degli studi di impatto ambientale quanto al fatto che tali studi sono sovente considerati solo come un grimaldello necessario per aprire le porte di una spedita realizzazione del manufatto, invece che considerare il manufatto (quando ciò sia possibile) in quanto elemento per la costruzione di una nuova, più alta qualità ambientale dello stesso paesaggio.»²³¹

Non più *tipi speciali*, configurazioni iconiche ed esasperate, o *antiforme*²³² intese quali *gestalt* del nuovo spazio della macchina, dichiaratamente ed esplicitamente in contrasto con il tradizionale paesaggio domestico. «I motivati gradi di straniamento e opposizione»²³³ vengono annullati in uno spazio isotropo, il cui limite più evidente è quello di banalizzare ogni tentativo di mediazione e risoluzione progettuale.

228 Relph con il termine *placelessness* intende "a weakening of the identity of places to the point where they not only look alike, but feel alike and offer the same bland possibilities for experience" Cfr. Relph, Edward. *Place and placelessness. Research in planning and design*. Londra: Pion, 1976, pag. 90.

229 *Ivi*, pag. 143.

230 *Ivi*, pag. 64.

231 Gregotti, Vittorio. «L'architettura della strada». *Casabella: rivista mensile di architettura e tecnica*, n. 537 (agosto 1987), pag. 2.

232 Cfr. Dardi, Costantino. «Spazio della macchina e paesaggio dell'industria. 1979». In Dardi, Costantino. *Architetture in forma di parole*. A cura di Michele Costanzo. Quodlibet studio. Città del paesaggio. Macerata: Quodlibet, 2009, pagg. 43-58.

233 *Ivi*, pag. 56.



The Decorated Shed, Da Corte, Alex. 2019. Padiglione Centrale della Biennale d'Arte di Venezia 2019, "May Yuo Live in Interesting Times" (curata da Ralph Rugoff). Fotografia dell'autrice.

Un fenomeno ancora meglio esplicitato nel 1993 da George Ritzer come «*macdonaldizzazione della società*»²³⁴, per cui la standardizzazione della produzione – di merci e di architetture che le contengono – data da una combinazione limitata di poche componenti *essenziali* e connessa a una forte prevedibilità nei confronti della qualità, dei tempi di produzione e delle modalità di fruizione, produce un'*esperienza* omologata. La complessità dei luoghi viene appiattita, i prodotti razionalizzati e adeguati alle esigenze di massa con il fine di renderli accettabili a un pubblico più vasto e indifferenziato e di provocare una progressiva anestetizzazione del gusto del consumatore, che perde così ogni capacità di riconoscere il valore estetico degli spazi e delle merci.

I valori di questo consumo e dei processi di massificazione non sono materia di discussione in questa sede, tuttavia ciò che più interessa sottolineare ai fini della ricerca è l'impatto complessivo di queste forze sul progetto, che si manifesta attraverso l'evaporazione dei significati che ha pervaso questo tipo di architetture, costringendole a rimanere sempre ai margini dell'oblio e dell'imbarazzo soprattutto nella critica specializzata. Anche la storia dell'architettura sembra averle ignorate per lo stesso motivo, vanificando

²³⁴ Cfr. Ritzer, George. *La religione dei consumi: cattedrali, pellegrinaggi e riti dell'iperconsumismo*. Incontri. Bologna: Il Mulino, 2000.

i risultati virtuosi di quell'intricato legame tra architettura, trasformazione del paesaggio e definizione dell'immagine di un prodotto su cui questi luoghi hanno fissato agli inizi il loro valore.

«Ad ogni modo, la maggioranza dei critici ha sempre snobbato l'iconologia perpetuata nell'arte popolare commerciale, nell'araldica persuasiva che pervade il nostro ambiente, dalle pagine pubblicitarie del «New Yorker» ai supercartelloni di Houston. E la loro teoria della "degradazione" dell'architettura simbolica nell'eclettismo ottocentesco li ha resi ciechi di fronte al valore dell'architettura figurativa che si trova lungo le highway. Quelli che riconoscono questo eclettismo del «bordo stradale» lo denigrano, in quanto ostenta sia cliché di dieci anni fa sia lo stile del secolo scorso. E perché no? Oggi il tempo corre in fretta.»²³⁵

Il pensiero di Venturi, Scott Brown e Izenour, così come quello di Banham nel definire le *quattro ecologie* di Los Angeles, com'è noto, ha rappresentato il momento più alto dell'affermazione e della celebrazione dell'ordinarietà della strada. Più precisamente, ciò che si *impara da Las Vegas* non è l'apoteosi del *pop* o del *kitsch*, o la transitorietà o la precarietà dell'architettura. Piuttosto, emerge un monito rispetto a una società che si affranca sempre più dalla disciplina e dall'opera dell'architetto. Malgrado le già discusse differenze con le circostanze americane e le forti specificità che le due città raccontano, è fondamentale tenere a mente il contributo che questa cultura ha offerto nel proporre il punto di vista dell'infrastruttura per analizzare e comprendere la costruzione del territorio²³⁶. Un punto di osservazione in movimento, che fa della strada un *fatto architettonico* e insieme ad essa, gli edifici che si articolano ai suoi bordi diventano a tutti gli effetti materiali della città.

«Le freeways non snaturano dunque la città o il paesaggio, lo attraversano e lo articolano in varie direzioni senza alterare il carattere desertico di questa metropoli, e rispondono idealmente al solo piacere profondo, che è quello di circolare.»²³⁷

Una provocazione, quella di questi autori, che ha lasciato un'eredità culturale incalcolabile, influenzando mondi letterari, espressioni artistiche, cinematografiche e musicali, oltre che il filone architettonico della

²³⁵ Venturi, Robert. *Imparare da Las Vegas: il simbolismo dimenticato della forma architettonica*. A cura di Manuel Orazi. Tradotto da Maurizio Sabini. Macerata: Quodlibet, 2010, pag. 29.

²³⁶ Cfr. Rossi, Ugo. «Imparare dalla strada. Autopia vs distopia». *Firenze architettura*, n. 1 (2017), pagg. 154-61.

²³⁷ Baudrillard, Jean. *L'America*. Milano: Feltrinelli, 1988, pag. 47.





postmodernità. Tuttavia, spesse volte, il loro pensiero critico rimane per molti versi inascoltato e così, mentre l'immaginario collettivo consolida la contrapposizione tra paesaggio agricolo, o urbano, e paesaggio infrastrutturale, le modificazioni indotte dalle opere stradali, spesso sovrapposte al territorio, restano dissonanti e aliene, alimentando l'idea che lo sviluppo associato alla realizzazione di nuove infrastrutture, sia colpevole della distruzione dell'ambiente. Un disinvestimento emotivo e culturale che priva di ogni valore intrinseco i luoghi della mobilità, trasformandoli in distanza da percorrere o in parti di territorio da dominare. Presentata alla nascita come simbolo di libertà e di benessere, l'autostrada, per prima, ha disatteso le sue promesse: appare congestionata dal traffico, inquinata e attaccata a un'etica individualista poco attenta all'interesse collettivo²³⁸. La visione settoriale con cui sono stati disegnati i suoi tracciati, e le ripercussioni sulla loro progettazione morfologica e normativa, hanno portato a trattare il territorio e la città come temi solo interferenti e non intercorrelati alla strada, causando una netta separazione fisica e semantica di questi diversi paesaggi che sovente, appare ancora oggi, inviolabile. Il pagamento del pedaggio, i recinti e le barriere imposte dal codice della strada entro i quali l'infrastruttura si confina, nondimeno l'accettazione di regole più o meno implicite e convenzioni d'uso ormai consolidate: tutto questo annulla il carattere democratico fondativo della strada intesa come spazio pubblico, opponendosi a quel «fluidificarsi e mescolarsi delle idee, all'annullarsi di ogni riconoscibile identità, di ogni differenza tra progetti alternativi»²³⁹.

«Allontanata dalla città, di cui aveva dimenticato persino la esistenza fisica passandone a grande distanza, [...] l'autostrada lasciò alla città quello che della città era proprio e peculiare in termini di vita comunitaria ma finì con il portare con sé i servizi, cioè quello che nella città era sorto come causa ed effetto insieme del definirsi della strada attraverso il territorio.»²⁴⁰

Il risultato è che il sistema della mobilità, costruito sulla base della contraddizione e della conflittualità, viene visto come un ambito concluso: una vera e propria *enclave*, in cui convive allo stesso tempo l'idea positiva

²³⁸ Cfr. Menduni, Enrico. *L'autostrada del Sole...* op. cit., pag. 122.

²³⁹ Secchi, Bernardo. «Lo spessore della strada». *Casabella «Sulla strada/About roads»*, n. 553-554 (1999), pag. 41.

²⁴⁰ Boaga, Giorgio, Gianfranco De Angelis, e Giuseppe Francia, a c. di. *Aree di sosta e di servizio in Italia...* op. cit., pag. 14.



Rambla de Sants, Barcellona. Fotografia di Goula Sardà, Adrià. 2016.

della comunità – di automobilisti – e quella negativa dell’isolamento – dalla città.

Ma l’infrastruttura – e gli architetti lo *sanno* – per definizione sta alla base della riflessione sulla costruzione dell’ambiente umano. È perciò difficile continuare a pensarla quale elemento subordinato al solo flusso automobilistico, o, peggio, come un sistema funzionale ed economico completamente avulso dalla realtà.

«Non vi è, credo, bisogno di scomodare né la storia dell’architettura antica, né le tesi di William Morris che sostengono che tutto ciò che di fisico esiste nell’ambiente costruito appartiene al dominio dell’architettura, per rivendicare alla nostra disciplina un compito importante nell’area del disegno e della realizzazione della strada extraurbana, nella sua autonomia in quanto manufatto, come nell’importanza del disegno del suo tracciato, sia come costituzione del punto di vista sul paesaggio, sia come componente dello stesso.»²⁴¹

Nell’impossibilità di continuare a pensare a un’architettura della provincia felice, dove ogni *enclave* presenta caratteri e problemi slegati da quelli delle altre, bisogna tornare a riflettere su quell’aspetto poco indagato nella contemporaneità, che guarda alla strada come *habitat*, tanto più che i fenomeni indotti dalla trasformazione in senso metropolitano delle nostre città sono sempre più dirimenti.

Anche nella storia dell’architettura ferroviaria, pur con la consapevolezza delle differenze che la distinguono da quella stradale, i fenomeni urbani

²⁴¹ Gregotti, Vittorio. «L’architettura della strada»... op. cit., pag. 2.

ad essa connessi hanno spinto amministrazioni pubbliche e attori privati a riportare l'attenzione sullo spazio della stazione, dopo un periodo connotato principalmente da realizzazioni basate sull'applicazione di una standardizzazione esecutiva – opera sistematica e continuativa di appositi uffici amministrativi. I grandi snodi ferroviari sono tornati a essere oggetto di concorsi di architettura aperti a professionisti e studi prestigiosi, rivendicando quindi la necessità di un loro progetto. Questa trasformazione ci racconta di esperienze in cui la ritrovata volontà di celebrare le stazioni ferroviarie come grandi architetture contemporanee, si è posta da subito l'obiettivo di rintracciare l'identità del luogo che esse rappresentano e che – come ben racconta il loro etimo²⁴² – si trova sospesa tra il viaggio e il riposo, all'incrocio della logica dei trasporti e di quella della città. Alcune nuove stazioni *d'autore*²⁴³ sono tornate a dare corpo ad una realtà che interpreta queste ambiguità in maniera profonda, risolvendo quella condizione di irriducibile complessità alla scala della progettazione architettonica. È così che sull'*atopia* prodotta dall'omologazione del linguaggio aziendale, torna a imporsi il luogo complesso, dove intervengono non solo le esigenze della mobilità ferroviaria, ma anche le reti e i flussi legati alle varie tecnologie dei trasporti e allo sviluppo della città.

«[...] si innalza il livello di responsabilità e di professionalità nei confronti di un tema complesso che costringe a confrontarsi con opere di forte identità, con le relazioni che intercorrono tra paesaggio urbano e opera monumentale, tra il tessuto socio economico di una città e la localizzazione di un "contenitore" dalla forte connotazione multirelazionale e multifunzionale.»²⁴⁴

In questa prospettiva, anche lungo le autostrade, si renderà sempre più necessario riunire – a seconda dei contesti e con pesi diversi – la componente delle reti infrastrutturali con quella territoriale locale del progetto. Appare,

²⁴² *stazióne* s. f. (ant. m.: cfr. *stazzone*) dal lat. *statio -onis* «modo di stare; fermata, dimora, riposo», der. di *stare* «stare, stare fermo, stare ritto». Il Vocabolario Treccani. <http://www.treccani.it/>

²⁴³ Si fa riferimento ai progetti nazionali per le stazioni di Roma Tiburtina di Paolo Desideri (2011), di Torino Porta Susa del gruppo Arep (2013), di Reggio Emilia di Santiago Calatrava (2013), di Napoli Afragola di Zaha Hadid (2003-2017) e di Matera firmata da Boeri (2018), come anche a quelli in ambito europeo, tra cui la stazione Lisbona Oriente (1998) e quella di Liegi (2009) di Santiago Calatrava, quella a Rotterdam dello studio MVSA Architects (2014), quella di Nørreport a Copenaghen di Gottlieb Paludan Architects (2015), la stazione di Sants (Barcelona) con il progetto di Sergi Godia e Ana Molino (2016) e quella di Delft dei Mecanoo (2017).

²⁴⁴ De Vito, Carlo. «La stazione Tiburtina e la Roma del futuro». *Roma Stazione Tiburtina allegato a Area: rivista bimestrale di architettura*, n. 76 (ottobre 2004), pag. 8.

4. TO FILL OR NOT TO FILL?



Parcheggi della stazione di servizio Agip di Roma in via Aurelia. Fotografia di Federico Patellani. 1959. Archivio Storico Eni.

cioè, ancora più forte l'urgenza di tornare ad adeguare gli strumenti della progettazione infrastrutturale ai salti di scala sincronici e al carattere molteplice delle questioni poste in essere dalla mobilità, ritrovando all'interno delle discussioni sull'architettura la capacità ordinatrice e di relazione che le è propria, affrontando in maniera critica le tematiche che da sempre accompagnano la storia lo sviluppo delle reti di trasporto. Velocità e lentezza, accessibilità e prossimità, globale e locale sono alcune delle molteplici dicotomie con cui si devono misurare i progetti delle infrastrutture e ribaltare la logica tradizionale, che in queste opposizioni trova un limite, sembra essere una scelta obbligata.

«Se oggi si pensa di fermarsi lungo l'autostrada solo per le necessità dell'automobile e della persona (ristoro, Motel, toilette, acquisto di generi di conforto), domani si potrà pensare anche a progettare aree che costituiscano, al di fuori delle città, già oltremodo congestionate dal traffico, luogo di incontri commerciali, culturali, convegni, congressi, mercati, supermercati, mostre, esposizioni, ecc. ecc. che abbiano a disposizione grandi spazi senza preoccupazione di parcheggio e che offrano tutti quei servizi che nel le città bisogna reperire disseminati in tanti posti diversi.

Se andiamo oltre, possiamo prevedere nelle vicinanze delle grandi città, luoghi di sosta per più giorni, che offrano luoghi di svago, impianti sportivi, luoghi di convegno, centri di assistenza turistica, rappresentanze commerciali ed industriali, con collegamento alle città stesse a mezzo di trasporti collettivi (metrò, autolinee, elicotteri, ecc. ecc.).

Possiamo inoltre prevedere anche lo sviluppo del trasporto merci, nazionale ed internazionale che attraverso la rete autostradale si sviluppa velocemente e trova un «terminal» con i relativi magazzini di smistamento nelle aree stesse, in collegamento con i vicini centri abitati.»²⁴⁵

La riflessione, lucidamente anticipata da Bianchetti nel 1970 che ha coinvolto, dagli anni '90, altre figure isolate tra paesaggisti, architetti e urbanisti, ha cercato di trovare un equilibrio tra le esigenze dettate dallo sviluppo economico e urbano e la tutela della qualità della vita nei territori interessati.

Superata la convinzione per cui la strada veloce è solamente un tunnel specializzato per il trasporto di persone e merci, questi casi virtuosi indagano le ricadute dell'architettura infrastrutturale rispetto all'organizzazione

²⁴⁵ Bianchetti, Angelo. «L'acciaio nelle aree di servizio autostradali, autogrill e stazioni di servizio»... op. cit., pag. 53.

della città e del territorio, secondo gerarchie in grado di dare vita a nuove relazioni, sia fisiche che percettive.

Focalizzando l'attenzione sul ruolo dell'infrastruttura come strumento di conoscenza del paesaggio e riportando la strada a relazionarsi con i contesti territoriali-paesistici in cui si inserisce, alcuni progetti virtuosi di aree di sosta e di servizio, sono riusciti a restituirle il suo spessore semantico, recuperando quel rapporto osmotico con i luoghi che attraversa e il ruolo di asse fondativo di un sistema più ampio di spazi condivisi e relazioni.

In questi esempi, il nastro d'asfalto si articola, si trasforma, si inspessisce e organizza lo spazio che lo ospita, dando una risposta alle molteplici esigenze di chi, in più modi, lo abita.

«L'autostrada non attraversa i territori, ma conduce attraverso i luoghi superando i confini nazionali, proiettandosi nella dimensione sensibile della scoperta, oltre l'orizzonte. Nuovi luoghi, nuove identità e simboli appaiono a coloro che viaggiano lungo le autostrade e ugualmente a quanti abitano nei luoghi attraversati; affiorano così nuove occasioni di recupero e di valorizzazione dell'esistente.»²⁴⁶

Il potenziale latente della stazione di servizio, che spesso sfugge ad amministratori, progettisti e fruitori, risiede proprio nel suo ruolo di interfaccia tra territorio e infrastruttura, ovvero nello stare a cavallo tra due realtà che si confrontano fisicamente, ma che negli usi rimangono indipendenti e confinate all'interno dei loro recinti.

Fatte salve le istanze di sicurezza dei tracciati, questi progetti scardinano i limiti normativi e con il fine di costituire un motore di relazioni, fanno della stazione di servizio un vero e proprio *luogo intermedio*²⁴⁷.

«Le aree di sosta devono diventare spazi di transizione che guidano il visitatore ad esplorare l'interno del paese [...] Oggi l'autostrada ha aggiunto al suo ruolo di transito, essendo divenuta parte di una rete, un ruolo culturale, quello di offrire l'immagine del nostro Paese.»²⁴⁸

In queste riflessioni l'infrastruttura unisce, quindi, alla funzione di collegamento di due punti, quella di attraversamento di uno spazio.

²⁴⁶ Lassus, Bernard. «Lectio Magistralis: Jardins, paysages, territoires». Ècole d'architecture de Paris La Villette, primi anni '90.

²⁴⁷ Cfr. Venturi Ferriolo, Massimo. *Paesaggi rivelati: passeggiare con Bernard Lassus*. Milano: Guerini e Associati, 2006, pag. 182.

²⁴⁸ Lassus, Bernard. Convegno Internazionale «L'architettura delle strade». Auditorium Parco della Musica, Roma, 2003.

Puntando, cioè, al recupero della definizione del *viaggio* come occasione per comunicare e raccontare luoghi, l'attenzione torna a focalizzarsi sui margini della strada, sugli edifici di servizio e sulle fasce di rispetto, ovvero sulle sue *facciate*, impiegate come quinte prospettiche, in grado di definire e allargare i limiti giuridici e amministrativi verso vere e proprie *stanze* a cielo aperto. Progettare *ai margini*, quindi, non significa occuparsi delle soglie di un tracciato chiuso, bensì dei nodi di un sistema connettivo, che si apre, lungo la sua linea, verso altri spazi pubblici – urbani e suburbani – circostanti, incrementandone la qualità e il valore.

All'indifferenza – se non opposizione – per i contesti attraversati che ha accompagnato le realizzazioni fino agli anni '80, questi progetti sostituiscono un'attenzione strategica e consapevole per il territorio, grazie a cui si supera il tecnicismo ingegneristico che caratterizza il progetto della strada e le logiche della *fascia di rispetto* e si mettono in gioco soluzioni sempre specifiche in grado di dilatarsi e interagire con le forme del territorio contemporaneo.

Interfaccia tra *orizzontalità* e *verticalità*²⁴⁹ del movimento, l'area di sosta si traduce, così, in una potenziale risorsa per l'autostrada e per i territori attraversati, sia come occasione di affaccio temporaneo per il riposo e l'esplorazione *lenta* del paesaggio da parte dei viaggiatori delle grandi arterie viarie, ma anche come punto di partenza per lo svago e il tempo libero dei suoi abitanti: una «*port paysage*»²⁵⁰, come la definisce Bernard Lassus.

Il paesaggista francese, impegnato negli anni '90 nella realizzazione dell'*Aire de repos* di Nîmes-Caissargues e di Crazannes, rilegge la funzionalità dell'infrastruttura alla luce dell'essenza del viaggio e dell'esperienza specifica dei territori interessati e reinventa la categoria degli spazi aperti *di servizio*, giocando con le naturali – o inventando – qualità estetiche e culturali del paesaggio.

Lassus si serve di tutti i materiali del progetto per tornare a organizzare il campo visivo dell'automobilista e a inventare una sequenza di immagini,

²⁴⁹ Secondo Lassus, *orizzontale* e *verticale* sono due maniere con cui può essere percepito il paesaggio: più velocemente e distaccata la prima, tattile e diretta quella verticale, che invece penetra nella profondità dei luoghi. Cfr. Lassus, Bernard. «La rete autostradale e i nuovi valori paesaggistici». *Trasporti & cultura. I trasporti come espressione dell'uomo e della società: storia, architettura, relazioni col territorio, psicologia*, n. 6 La strada come architettura (agosto 2003), pag. 8.

²⁵⁰ Lassus, Bernard. «Une pente paysagère: l'aire de Nîmes Caissargues». *Mappemonde*, n.1 (1992), pag. 9.

riferimenti, segnali e mete che lo preparano alla sosta e lo inducono ad avvicinarsi a quei luoghi solamente intuiti durante il suo moto.

La dimensione visiva dell'esplorazione, che recupera i temi dell'autostrada quale «luogo con un'apertura di campo estesa, una sorta di belvedere in movimento»²⁵¹, si combina, quindi, a una scoperta «*tattile e concreta*»²⁵² del territorio, con itinerari tematici alternativi – «*itinéraires de découverte*»²⁵³ – che si snodano dall'area di sosta, facilitano l'accesso dalle regioni circostanti e fanno da supporto a declinazioni più lente del viaggio.

La volontà di stabilire una relazione tra la linearità dell'infrastruttura e la complessità dell'ambiente circostante è sicuramente il cardine su cui si costruisce il progetto nei pressi di Nîmes-Caissargues.

Impegnato nella sua realizzazione tra il 1989 e il 1992, Lassus tenta di ricucire, attraverso la rimodellazione delle sequenze fisiche e visive che caratterizzano il percorso automobilistico, le trame di un territorio profondamente segnato nel suo assetto morfologico e topografico dagli scavi per la costruzione dell'autostrada A54.

Puntando, come i protagonisti degli anni gloriosi, sulla centralità dell'immagine cinematica come dispositivo fondamentale del progetto, il paesaggista insiste nel recuperare, attraverso i movimenti del suolo, una quota sufficiente ed esplicitare un rapporto visuale con l'antico centro della città. Tale riconnessione viene sollecitata da un nuovo *boulevard* alberato – lungo quasi settecento metri e posto obliquamente rispetto al tracciato autostradale – che è in grado di costituirsi come segno visibile e riconoscibile per gli automobilisti, anche grazie alla presenza delle colonne del vecchio teatro di Nîmes che annunciano il territorio che si sta attraversando.

Con l'obiettivo di superare «l'approccio del colpo d'occhio sul paesaggio, tipico dell'autostrada, per arrivare al contatto fisico con il territorio»²⁵⁴, il programma funzionale dell'impianto prevede, oltre alla presenza dei due

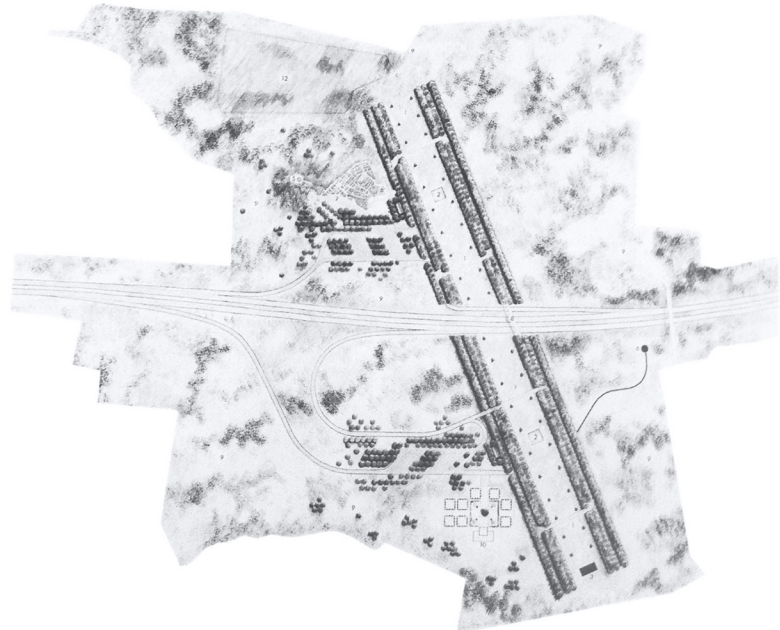
251 «L'autoroute a plus à voir avec un belvédère, c'est-à-dire le lieu d'un voir élargi, mais un belvédère mobile.» trad. dell'autrice. Lassus, Bernard. «Découvrir, s'arrêter». In Lassus, Bernard, Christian Leyrit, e Michel Tournier, a c. di. *Autoroute et paysages*. Paris: Les Editions du Demi-Cercle, 1994, pag. 43.

252 Lassus, Bernard. «La rete autostradale e i nuovi valori paesaggistici»... op. cit., pag. 8.

253 Cfr. France. Service d'études sur les transports, les routes et leurs aménagements, a c. di. *Politique 1% paysage & développement. Les itinéraires de découverte: guide méthodologique*. Bagnaux: SETRA, 2003.

254 *Ivi*, pag. 112.

Planimetria dell' Aire de Carrier de Nîmes-Caissargues, A54, Nîmes, Francia. Progetto di Bernard Lassus, 1989-1992. Da Lassus, Bernard. «A landscape approach: Constituting and taming heterogeneity». *Ekistics*, vol. 61, n. 364/365 (gennaio-aprile 1994), pagg. 80-89.



belvedere che offrono punti di vista preferenziali verso la città, giochi d'acqua per bambini e un piccolo museo che ospita gli oggetti archeologici rinvenuti durante gli scavi.

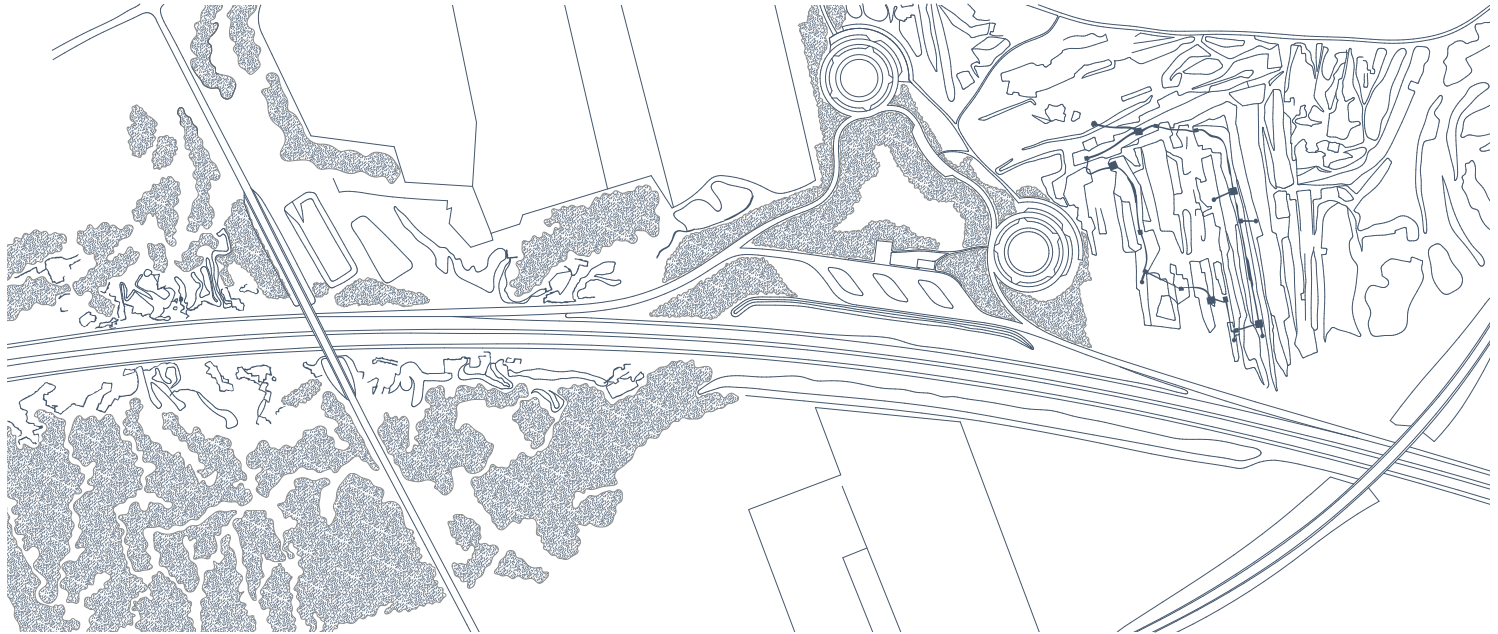
Il lungo *tapis vert*, che taglia trasversalmente l'autostrada e che da essa ne è interrotto, ricorda i grandi assi dei giardini francesi e si fissa nel territorio secondo una scala che torna a bilanciare quella dell'infrastruttura, riuscendo ad avvicinare, tra loro, le due aree di riposo poste lungo i rispettivi sensi di marcia²⁵⁵ e a proporle come un unico giardino extraurbano per la città di Nîmes, dove riposarsi e contemporaneamente fare esperienza del mondo circostante.

«Ho saputo con piacere che vi si è svolto recentemente un congresso di epigrafia, che gli sposi vi posano per le foto ricordo e che, come mi hanno confermato i tassisti, alcuni abitanti di Nîmes entrano discretamente nel giardino dalle strade secondarie.»

Oggi gli abitanti di Nîmes usano davvero l'area di sosta come verde pubblico urbano, dove si recano più volte alla settimana per riposarsi.»²⁵⁶

²⁵⁵ Cfr. Lassus, Bernard. «La rete autostradale e i nuovi valori paesaggistici»... op. cit., pag. 12.

²⁵⁶ Lassus, Bernard. «Autostrade e paesaggio». In Ponticelli, Loredana, e Cesare Micheletti, a c. di. *Nuove infrastrutture per nuovi paesaggi*. Milano: Skira, 2003, pag. 113.



Il risultato è un luogo *ibrido*, che nella contaminazione di attività, velocità e paesaggi, trova un'attrattiva che riesce a coinvolgere tanto i viaggiatori occasionali, quanto gli abitanti del luogo, incentivando entrambi all'esplorazione fisica e alla consapevolezza storica di una realtà locale altrimenti invisibile dal parabrezza dell'auto.

Lassus rinuncia alle soluzioni standardizzate realizzando un esercizio del progetto che rispetta l'unicità dei luoghi e fa della riscoperta e della valorizzazione dei segni e dei processi specifici sedimentati nel territorio, il punto centrale della sua «*stratégie de l'arrêt*»²⁵⁷.

Più di tutti, l'esempio di Crazannes²⁵⁸ dimostra come la *messa in scena del territorio come palinsesto*²⁵⁹ sia per il progetto uno strumento che consente di

Planimetria Aire de Carrier de Crazannes, A837, Crazannes, Francia. Progetto di Bernard Lassus, 1993-98.

Bernard Lassus. Disegno di studio del margine stradale, area di sosta di Crazannes. Da Bagliani, Francesca, a c. di. *Paesaggio: un'esperienza multiculturale: scritti di Bernard Lassus*. Roma: Edizioni Kappa, 2010.

²⁵⁷ Lassus, Bernard. «Decouvrir, s'arreter»... op. cit., pag. 43.

²⁵⁸ Crazannes è un piccolo centro abitato sulla parte centrale della costa atlantica francese, famoso per le cave di pietra bianca la cui estrazione e lavorazione l'hanno resa nota anche fuori dall'Europa. Le cave coltivate a cielo aperto oggi sono caratterizzate da una particolare vegetazione spontanea che, nel corso dei secoli, ha favorito lo sviluppo di un habitat che ospita specie rare della fauna francese. www.coeurdesaintonge.fr.

²⁵⁹ Il riferimento è all'accezione del termine data da Corboz secondo cui il territorio è il risultato di un lavoro incessante di stratificazione e riscrittura da parte di processi naturali e di interventi umani. Cfr. Corboz, André. «Il territorio come palinsesto». In id. *Ordine sparso: saggi sull'arte, il metodo, la città e il territorio*. A cura di Paola Viganò e Bernardo Secchi. Milano: Franco Angeli, 1998.



arrivare a una fondamentale conoscenza del luogo, di coglierne le singolarità e le qualità sensibili e di mostrare, di conseguenza, non solo ciò che si vede, ma anche ciò che sta oltre l'orizzonte.

La realizzazione dell'area di riposo, avvenuta fra il 1993 e il 1997, è, infatti, il risultato di un lungo processo progettuale, che ha tentato di mettere a sistema e contaminare il tratto autostradale dell'A837 con l'antico paesaggio delle cave di pietra bianca emerso durante gli scavi per la sede stradale.

Lassus, con l'obiettivo di renderne evidente la presenza e rafforzarne il valore ecologico e culturale, organizza e incorpora le formazioni rocciose in un vero e proprio dispositivo ottico-percettivo, per cui i grandi blocchi lapidei, i varchi e le aperture, disposti ai margini dell'infrastruttura per 2,5 km, catturano lo sguardo dell'automobilista e risvegliano in lui la curiosità di approfondirne la natura.

Evocando la presenza di un luogo celato dietro i margini della carreggiata, tagli profondi si alternano ai pieni delle rocce, in una successione di stanze vicine e lontane aperte secondo una direzione perpendicolare a quella di marcia.

«Il complesso è formato da profonde fenditure parallele nel terreno, di profondità variabile, collegate tra loro a intervalli regolari da "sale" sotterranee. In questo

intrico di corridoi ombrosi crescono molti alberi e numerosi scolopendri che creano un ambiente romantico, degno sfondo a Paul et Virginie, a un film di Spielberg o alle incisioni di Hubert Robert.»²⁶⁰

Le quinte trasversali permettono una percezione incisiva e una riconoscibilità immediata, riportano alla memoria immagini pittoresche, ma non sono altro che dispositivi per arrivare a mostrare ciò che non è visibile²⁶¹.

La ricerca di Lassus tende, infatti, all'organizzazione di un'area di sosta dalla quale il viaggiatore inizia un percorso di scoperta dei luoghi che altrimenti attraverserebbe con indifferenza.

Lo spazio del riposo, descritto da due ambienti circolari di coltre erbosa disegnati da leggere pergole metalliche, si snoda in un itinerario che trasforma la vasta area delle cave di Crazannes in un museo a cielo aperto, accessibile tanto al viaggiatore quanto al residente del luogo.

Il percorso, dal piccolo centro visitatori si sviluppa attraverso una passerella in legno collocata leggermente al di sopra del suolo e dilatata in diversi punti panoramici per consentire agli ospiti di fermarsi ad osservare e, grazie alla definizione di lunghe prospettive, cogliere l'insieme delle cave e la complessità del loro paesaggio.

Sebbene Lassus operi in una porzione di spazio delimitata, ponendo «in evidenza il luogo attraverso una selezione dei suoi paesaggi»²⁶², egli tende a fare riferimento a una scala più vasta di quella locale dell'infrastruttura²⁶³.

Queste sue esplorazioni progettuali e teoriche, si inseriscono, infatti, con tono provocatorio, in una riflessione sui paesaggi autostradali, che in Francia ha portato all'introduzione, dal 1989, dell'1% *Paysage et Développement*: una vera e propria politica secondo cui la riconciliazione dell'infrastruttura con i suoi contesti costituisce parte integrante del progetto autostradale e non una procedura *ex post*.

La finalità non è solo quella di contestualizzare gli interventi autostradali, piuttosto farne elementi di recupero e di sviluppo territoriale in grado di valorizzare le potenzialità locali, passando da una visione settoriale, a

²⁶⁰ Lassus, Bernard. «Autostrade e paesaggio»... op. cit., pag. 114.

²⁶¹ Cfr. Morelli, Emanuela. *Disegnare linee nel paesaggio: metodologie di progettazione paesistica delle grandi infrastrutture viarie*. Firenze university press, 2005, pag. 229.

²⁶² Lassus, Bernard. «Autostrade A.837 A.83 A.54: aree di sosta A.28 A.85: tracciati france 1989 - 1997». In Maffioletti, Serena, e Stefano Rocchetto, a c. di. *Infrastrutture e paesaggi contemporanei*. Padova: Il poligrafo, 2002, pag. 96.

²⁶³ Cfr. *Ivi*, pag. 228.

una visione integrata, per cui le componenti infrastrutturali interagiscono con quelle insediative, economiche e socioculturali, consentendo di riconnettere, rintracciare e risignificare le caratterizzazioni del luogo. L'applicazione di questa strategia implica, quindi, la necessità di coinvolgere nei progetti attori e professionalità eterogenee, al fine di ripristinare quell'intreccio di saperi e poteri che ha costituito il valore aggiunto dell'esperienza italiana durante la Ricostruzione e offrire una competenza diversa, capace di opporsi alla deriva omologante che sembra prevalere. Di fronte a questo scenario di concreta complessità, la crisi dell'approccio contemporaneo appare definitiva e strutturale, perché dettata dalla sua inadeguatezza più ancora che dalla sua banalità.

«Sicurezza e velocità, raggi di curvatura, guard-rail e new jersey, intersezioni, livellette e caratteristiche dei manti di copertura, inquinamenti acustico, luminoso e delle falde fino allo smaltimento dei terreni di scavo, tutto concorre alla definizione di procedure il cui espletamento come adempimento diventa l'unico obiettivo, tralasciando le relazioni problematiche fra tracciato, manufatto e contesto storico-geografico, senza interrogarsi sulle valenze progettuali complesse delle sezioni trasversali e longitudinali.»²⁶⁴

Lavorare nella complessità di questi luoghi vuol dire oggi governare non solo la forma, i linguaggi e i significati ad essa connessi, ma anche considerare il modo in cui essi saranno fruiti nel futuro più prossimo: immaginarne cioè i *tempi* oltre che i *luoghi*.

La stazione di servizio – e l'architettura che le rappresenta – ha il compito, infatti, di interpretare allo stesso tempo la *velocità* e la *lentezza*, articolando ritmi e scale diverse in un sistema capace di accogliere le esigenze di ogni viaggiatore. Dalla loro integrazione deriva la loro efficacia sul territorio, la capacità di attivarne energie latenti e potenzialità che nessuno vuole vedere. L'offerta di servizi legati al rifornimento delle vetture elettriche o ibride che negli anni più recenti stanno affiancando i carburanti tradizionali, ha dilatato comprensibilmente la durata del rifornimento, rendendo così indispensabile un ragionamento sul ventaglio di possibilità che si aprono con i nuovi *tempi*²⁶⁵ della sosta. Non si tratta, quindi, solo di inserire

²⁶⁴ Magnani, Carlo. «Infrastrutture e progetto del paesaggio». In Albrecht, Benno, Marco Biraghi, e Alberto Ferlenga, a c. di. *L'architettura del mondo: infrastrutture, mobilità, nuovi paesaggi*. Bologna: Compositori, 2012, pag. 225.

²⁶⁵ Tra le tecnologie in uso sulle autostrade, le colonnine di ricarica elettrica ad alta potenza (Fast DC) permettono di riacquistare il 100% della batteria in non meno di 30-40 minuti. Tuttavia

4. TO FILL OR NOT TO FILL?



Foto zenitale, Northala Fields, A40, Northolt, Inghilterra. Progetto dei FoRM Associates, 2008.

nuove strutture tecniche innovative e sistemi alternativi ad energia zero, bensì considerare l'incremento delle variabili come un'occasione per alterare il tradizionale *format* dell'intervallo, trasformandone, di fatto, concettualmente la strategia del progetto e invitandolo ad adeguarsi alle questioni della lentezza e della mobilità dolce.

In questo panorama, il più recente progetto dei FoRM Associates per il *Northala Fields* rappresenta un modello. Inaugurato nel 2008, il parco, con un'estensione di circa 100 ettari, lambisce l'autostrada A40 che viaggia verso Londra e si connota per quattro colline artificiali che si dispongono lungo il tracciato autostradale, configurandosi come un incentivo alla pausa per diverse tipologie di *homo viator*.

I quattro coni, alti tra i 15 e i 25 metri, annunciano la loro presenza da lontano e sono, contemporaneamente, un riferimento per gli automobilisti, che qui sono stimolati a scoprire forme meno convenzionali di sosta e un'occasione per gli abitanti del distretto di Ealing, che li hanno assorbiti, in varie forme, nelle loro funzioni sociali e culturali.

Costruite con le macerie ottenute dalla demolizione delle Torri Gemelle dello stadio di Wembley e dal materiale di scavo del Terminal 5 di Heathrow, le colline artificiali dominano la prospettiva autostradale e appaiono giocose e funzionali allo stesso tempo: oltre a creare una difesa acustica e visiva dal traffico automobilistico, fungono da punti panoramici, consentendo un collegamento visivo senza precedenti con i territori a est di Londra, vengono scalate per fare attività sportiva, o discese con lo slittino quando sono ricoperte di neve e come i più noti rilievi sacri, diventano un sito di preghiera e contemplazione. Ha preso forma, cioè, un luogo simbolico, ma ben articolato dal punto di vista ambientale, funzionale ed ecologico, che riesce a intercettare le esigenze più disparate.

I progettisti hanno messo a punto un disegno che ricuce, con nuove masse boscate e specchi d'acqua artificiali, il sistema ambientale esistente, accogliendo una serie di funzioni ricreative e sportive che assecondano attività didattiche e programmi di formazione ambientale o di educazione al benessere e al movimento.

Si può quindi parlare di un vero e proprio ecosistema, che a partire dai nuovi usi collettivi del tempo libero e dai comportamenti sociali che si stanno affermando nelle aree di valore naturalistico, agisce in maniera transcalare,

lo standard affermatosi in Europa con sistemi a 22 kW, richiede 1-2 ore di tempo per un "pieno".

mettendo in rete itinerari da percorrere lentamente o da vivere durante una sosta più salutare e sostenibile²⁶⁶.

«Abbiamo cercato di trovare una soluzione che non sopraffacesse la dimensione urbana. Ero affascinato dalla creazione di un paesaggio che si confrontava con una scala lì inesistente. [Ma] con l'obiettivo di incentivare le persone al movimento, sono riuscito a fare sì che le persone scalassero le colline e si muovessero intorno. Lo spazio è abbastanza grande da provocare quel desiderio.»²⁶⁷

A Northala Fields il circuito della «città stanziale della residenzialità» si fonde alla «città nomade della mobilità»²⁶⁸ confrontandosi in un progetto capace di traguardare i confini dei contesti in cui si colloca.

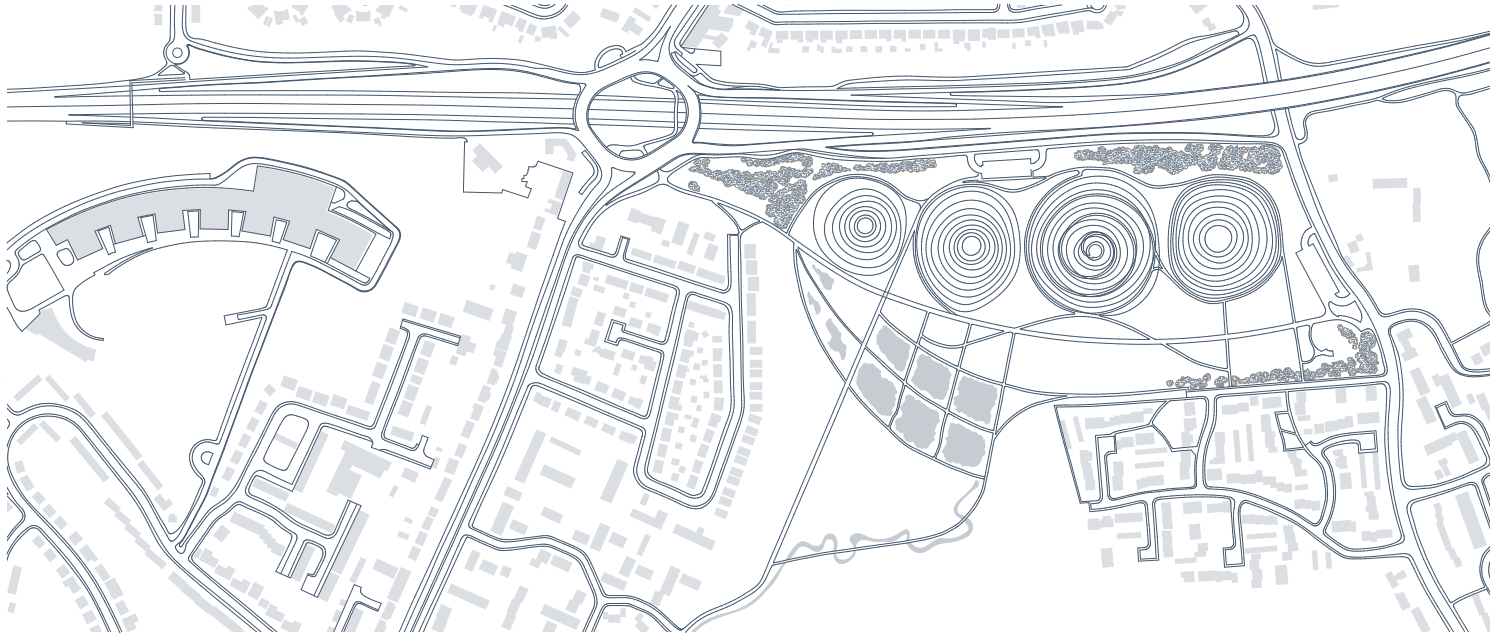
L'integrazione²⁶⁹, la contaminazione e l'ibridazione che connotano il disegno del parco e suggeriscono le possibili *modalità d'uso*, non sono

266 Cfr. Matteini, Tessa. «Play-highway. Northala Fields». *Architettura del paesaggio: notiziario AIAPP*, n. 22 (giugno 2010), pagg. 66-69.

267 «We were trying to find a resolution that doesn't overwhelm the urban rim. I was fascinated about creating a landscape in a city on a scale that doesn't exist. I had this idea of propelling people into movement and that is what happens here – they get up onto the mounds and move around. It's big enough to have that effect.» trad. dell'autrice. Le parole di Peter Fink sono riportate in Coulthard, Tim. «Northala fields forever». *Landscape Architecture* 99, n. 5 (maggio 2009), pag. 96.

268 Magnani, Carlo. «Per una genealogia delle tecniche di progetto». *Casabella: rivista mensile di architettura e tecnica*, n. 739-740 (dicembre 2005), pag. 60.

269 Venosa, Matteo. «Voce "Integrare" del Lessico». In Isola, Aimaro, a c. di. *INFRA manuale: forme insediative e infrastrutture*. Venezia: Marsilio, 2002. pag. 298. «[...] Integrare è un concetto vago e sfuggente. I suoi significati sono difficilmente inscrivibili all'interno di specifici campi disciplinari anche perché il termine è spesso applicato alle più diverse situazioni e, soprattutto, per sostenere le più svariate tesi. [...] Integrare è una parola chiave che identifica un nuovo corso culturale ed operativo in cui programmi, azioni e strategie di intervento, che attengono ai diversi settori della pubblica amministrazione, ricerca obiettivi coordinati per affrontare in modo più efficace la complessità dei problemi determinati dai nuovi scenari territoriali. Integrare indica, in altri termini, la strada di un rinnovamento dei sistemi e dei processi di pianificazione in cui gli approcci dialogici e cooperativi riscattano le attitudini specialistiche e settoriali. L'esperienza di affermare una visione integrata dei problemi non è, tuttavia, causale. Al contrario, la nuova prospettiva tracciata dall'integrazione può leggersi anche come l'esito di una rinnovata consapevolezza nei confronti della natura dei fenomeni territoriali e dei loro processi evolutivi. Il confronto con altri campi disciplinari ha arricchito l'analisi urbana di nuove categorie interpretative, ad esempio quella della "complessità", della "interazione", della "organizzazione e struttura" del sistema urbano. Si è inteso come alcune strategie di intervento, su sistemi a forte valore ambientale, non possono che perseguire finalità e obiettivi coordinati resi necessari dalla complessità degli ecosistemi in gioco e dalla "particolare densità delle catene interattive che si determinano tra utilizzazioni antropiche e cicli naturali". La necessità di promuovere integrazione è particolarmente sentita nel campo delle politiche dei trasporti. Per Zambrini: "un sistema di trasporto efficiente assume valore solamente in quanto funzionale a determinati obiettivi di governo del territorio e di sviluppo socio-economico. In questa ottica un piano dei trasporti dovrebbe essere [...] integrato con il piano territoriale di risanamento acustico prima di non esaurire autoreferenzialmente il concetto di integrazione al suo interno". La difficoltà consiste,

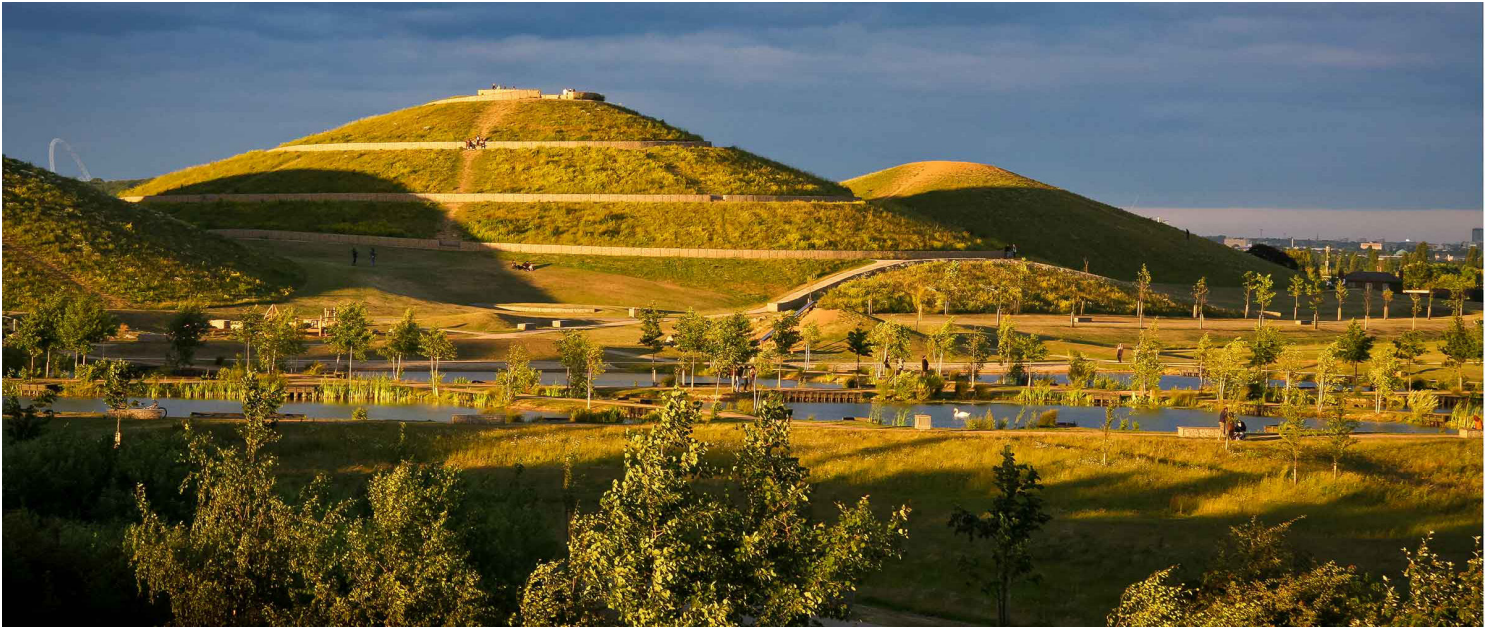


Planimetria, Northala Fields, A40, Northolt, Inghilterra. Progetto dei FoRM Associates, 2008.

declinate esclusivamente in chiave morfologica e funzionale, ma investono anche la sfera metodologica e progettuale nell'ambito di un più generale ripensamento della maniera di coniugare infrastrutture e qualità estetica, interventi e paesaggio.

La riuscita del progetto, al livello degli usi e del consenso collettivo, ha richiesto, infatti – non per buona prassi ma come vero e proprio strumento di lavoro – un intenso processo di consultazione pubblica durato due anni, insieme a un'interazione continua tra le diverse competenze e tra i diversi

tuttavia, nel riuscire a coordinare i differenti punti di vista, a mettere insieme i contributi tecnici e scientifici recati dai diversi specialisti e a dare efficacia ad una strategia di integrazione. Tale difficoltà traduce nella pratica la problematica intrinseca del concetto d'*integrazione* che, come categoria, esprime un'interrelazione, vive un'irriducibile natura conflittuale. *Integrare*, infatti, è un atto di sintesi tra l'individualità degli elementi che compongono un sistema e l'insieme sinottico della loro coesione. Tra l'"unità" e la "diversità" vi è, quindi, complementarità ma anche un ineludibile antagonismo. [...]. La relazione che lega il concetto di "*integrazione*" a quello di "unità" aiuta a sottolineare quelle proprietà del termine legate alla sua capacità di connettere, di saldare e di legare fra loro parti ed elementi. *Integrare* allude al coordinamento della attività dei vari livelli di organizzazione di un organismo al fine di consentirgli la capacità di autoregolazione nei confronti di un ambiente esterno. [...]. *L'integrare* si configura, quindi, come strategia complessa: unisce, coordina, raggruppa e crea corrispondenze ma, nello stesso tempo, separa, identifica, progetta la distanza tra gli oggetti per renderne più leggibili le singole identità. Nello scarto tra il mantenimento dell'unità e il recupero dell'integrità si apre lo spazio del progetto che assume la centralità del conflitto tra unità e diversità. [...]. *L'integrazione* non può realizzarsi, quindi, al di fuori di una volontà trasformatrice: di un atto progettuale che verifica di volta in volta i modi in cui gli oggetti, i saperi e le strategie stanno insieme, dialogano per *integrarsi*.»



livelli istituzionali, che supera i limiti di un dialogo interrotto troppo spesso sui rispettivi limiti amministrativi.

Distaccandosi anche dalla convenzionale nozione britannica di *parco*, il progetto dei FoRM può essere considerato il banco di prova di un modello di sosta che torna a svilupparsi, nel suo complesso, sotto il segno qualificante dell'architettura, dell'ambiente, del paesaggio, intese, come in molti progetti *novecenteschi*, quali parti integranti e specifiche del suo essere. Appare, infatti, quanto più necessario, tornare a guardare al Novecento delle infrastrutture come un magazzino di pratiche utili e non solo come un catalogo di progetti singolari.

L'interesse per l'enorme quantità di esperienze progettuali concepite durante il trentennio della Ricostruzione e per le realizzazioni migliori più recenti, esprimendo di volta in volta un punto di vista diverso sul progetto dell'architettura, apre lo sguardo verso nuovi possibili scenari di intervento su città e territorio. Sembra opportuno restituire a queste sperimentazioni il valore di esempi, transcendendo il loro esito formale e cogliendone piuttosto le metodologie, i processi che essi mettono o tentano di mettere in campo, le riflessioni avviate – e non del tutto percorse – come anche i propositi disattesi.

Northala Fields, A40, Northolt, Inghilterra. Progetto dei FoRM Associates, 2008.

Dando per assunto che, nel binomio naturale che scandisce i ritmi del viandante, al *cammino* corrisponde sempre il *fermarsi*, è quanto mai opportuno riflettere su nuove strategie della sosta, accettando – come esortava Bianchetti – *in primis* il cambiamento dei significati della mobilità. In virtù di una sempre maggiore rapidità delle connessioni, lo spazio del moto si fa sempre più tecnocratico, richiudendo l'uomo-automobilista – a sua volta protetto dal telaio dell'abitacolo – in un flusso di eventi tumultuoso, in cui l'intervallo è legato più una seccatura di un'esigenza che all'opportunità di una sosta. Invece che lasciar definitivamente soccombere gli *intervalli perduti*²⁷⁰ nella frenesia di questi ritmi veloci e delle distanze sempre più contratte e astratte, appare necessario costruire forme della sosta coerenti alle esigenze concrete del suo pubblico, avanzando l'ipotesi che essa non sia soltanto legata a un luogo specifico sull'autostrada. Se è vero che «la modernità è al transitorio, il fuggitivo, il contingente, la metà dell'arte, di cui l'altra metà è l'eterno e l'immutabile»²⁷¹, è pensabile che la stazione di servizio – nell'atto costitutivo delle sue forme – si nutra di entrambi con il fine di elaborare un vocabolario di ritmi e geometrie che afferma la straordinarietà dell'ordinario.

Dopo la fase di moltiplicazione e industrializzazione, l'area di servizio va organizzata come una soluzione al passaggio tra urbano ed extraurbano, un *luogo intermedio*, organicamente concepito, in cui elementi spaziali e funzionali vanno declinati e tra loro relazionati per essere le porte di accesso a quel paesaggio che fino ad ora ci si è sempre lasciati dietro le spalle. Non solo disegno di edifici, giardini, o piazzali, ma una nuova cultura progettuale in cui l'intreccio di opere infrastrutturali, sviluppi insediativi e di configurazioni ambientali e paesaggistiche sia capace di rimettere in valore gli spazi dell'attraversamento rispetto a territori che, a loro volta, sono chiamati a interagire attivamente con la presenza delle reti, tanto più che il loro rapporto con l'urbanizzazione ha raggiunto una maggiore vicinanza.

270 Gillo Dorfles parla di *intervallo perduto* riferendosi alla perdita, nella società contemporanea, della pausa che si interpone lungo lo sviluppo o fruizione di un'opera, ovvero del «diastema, [...] qualcosa che separa due eventi, due oggetti, due note nel caso della musica) [...]. Quell'aspetto di separazione, di pausa, di interruzione, capace di evidenziare determinati elementi che è stato sempre presente in maniera spontanea lungo il corso delle diverse età.» Dorfles, Gillo. *L'intervallo perduto*. Saggi. Torino: Einaudi, 1980, pag. XV.

271 Baudelaire, Charles. *Il pittore della vita moderna*. Fiori blu. Venezia: Marsilio, 2002, pag. 77.

4. TO FILL OR NOT TO FILL?



Autostrada A14. 2019. Fotografia dell'autrice.

Un progetto più complesso, espressione del linguaggio stimolante che queste attrezzature consentono, che vuole che l'infrastruttura passi nei luoghi, senza che vi sia la necessità di mimetizzarla, nasconderla e minimizzarla.

Come provocazione per l'affermazione di un nuovo paesaggio della mobilità, e di nuovi pellegrinaggi ad essa connessi, si richiede, allora, di tornare a parlare di architettura di *spazi*, piuttosto che di *comunicazione*, incentivando lo sviluppo, al suo interno, di nuovi comportamenti sociali e nuovi modelli di uso del tempo libero, che si riflettono anche indirettamente e inevitabilmente sul modo di utilizzare la città. C'è bisogno di andare oltre la concezione convenzionale dei nodi, come attrezzature specializzate e concluse, mentre occorre interpretare i fermenti della nuova spazialità associata alle odierne percorrenze, in luoghi condivisi che si fanno portatori delle esperienze, dei bisogni e dei sogni quotidiani dei suoi possibili fruitori. Si tratta, ancora una volta, di ascrivere lo sviluppo dell'architettura in tutti i suoi aspetti – compositivi, tecnologici, tipologici, distributivi e comunicativi – a un'azione sovrapersonale che rinunci alla ricerca dell'insolito, ma assuma il già dato – dalla storia e soprattutto dal contesto – come punto di partenza.

Parafrasando l'espressione che ci avverte che «*objects in the mirror are closer than they appear*»²⁷², si potrebbe concludere dicendo che malgrado l'infrastruttura cerchi in ogni modo di preservare la sua autonomia e la sua condizione di alterità, essa rimane un elemento irrinunciabile per lo sviluppo della città e che quest'ultima, a sua volta, è più vicina di quanto ci appaia dallo specchietto retrovisore. Così, la sosta, passando da una concezione *aspirazionale* e *atemporale* a una più *contestualizzata*, per cui l'architettura costituisce molto più che un semplice supporto alle prime necessità umane e al mero consumo voluttuario, deve tornare a essere considerata meritevole di idee e progetti che, abbracciando tempi, scale e saperi differenti, producano all'interno di luoghi speciali le condizioni per nuovi pellegrinaggi.

Non un'utopia, – né un'autopia – e nemmeno un'eterotopia, ma proprio un luogo unico.

²⁷² Frase obbligatoria sugli specchietti di auto e moto in diversi paesi, presente, perché mentre la convessità di questi specchi dà loro un utile campo di vista, gli oggetti appaiono più piccoli di quanto sono in realtà, facendoli sembrare più lontani di quanto realmente sono.

Intervista all'Ing. Ennio Ghellini Sargenti

16 Maggio 2017, Milano, via C. Ravizza 62/A

Le mie domande seguiranno il filo temporale, dalla sua collaborazione con lo studio Bacciocchi, al suo lavoro all'Eni, infine alcune considerazioni di carattere più generale. Parto proprio dalle interviste che l'Archivio Eni mia ha concesso di studiare. Ho letto che lei arriva nello studio dell'Arch. Bacciocchi, nel luglio del 1950. Mi piacerebbe che lei mi raccontasse di quel momento. Di come è nata questa occasione lavorativa, del suo ruolo all'interno dello studio, delle persone che lavoravano con lei e di come veniva organizzato il lavoro su un progetto.

Dunque, nel 1950 mi sono laureato, il 19 di maggio e il primo di luglio sono andato, raccomandato da mio fratello che era amico di Bacciocchi, nello studio di Bacciocchi. Dal primo di luglio. Tra l'altro, parentesi, una cosa abbastanza interessante, il 1 di agosto sono andati tutti in ferie e mi hanno lasciato solo, io non potevo andare in ferie perché ero appena stato assunto. Non assunto ufficialmente. Mi hanno lasciato solo in studio a progettare, a disegnare, più che progettare, le pietre del Mausoleo di Medea.

Quindi il suo primo incarico è stato quello?

Sì, dopo Bacciocchi era amico di Monsignor Bicchierai e Monsignor Pisoni che erano i big della curia e da lì lui ha avuto l'incarico di progettare delle chiese. Se non che Mattei era il presidente delle nuove 100 chiese di Milano ed è lì che è nata la questione Mattei-Bacciocchi. Mattei ha conosciuto Bacciocchi in quell'occasione lì.



Mario Bacciocchi, con l'ing. Ennio Ghellini e gli altri componenti dello studio.

Avevo letto che comunque Bacciocchi non fu assunto per le stazioni di servizio all'inizio. È così?

No, venne assunto sempre da Mattei, sempre per la Snam di S. Donato Milanese per le stazioni di decompressione della Snam.

Come si svolgeva il lavoro in studio? Consultavate libri? Avevate una biblioteca?

No, non c'era assolutamente niente. Questa era la composizione dello studio, nel 1951: l'architetto Bacciocchi, questo sono io e gli altri erano disegnatori: tutta gente molto in gamba. Questo qui soprattutto, in particolare, quello anziano (indica la foto), era quello che disegnava tutta la parte costruttiva, i particolari costruttivi.

Quindi non c'erano dei libri che consultavate. Cosa leggevate in quel periodo?

No, assolutamente no. L'architetto Bacciocchi passava il suo tempo, a parte le relazioni pubbliche – era molto in gamba con le relazioni pubbliche ed è lì che io decisi di non fare il professionista perché ho capito che bisognava avere un altro carattere – lui passava il suo tempo facendo dei disegni a china, molto belli, interni di fantasia di cattedrali enormi e robe di questo genere. Bellissimi. Purtroppo non ne ho portato via neanche uno. Erano splendidi.

Ricorda se avesse un taccuino?

No, non uno in particolare. Disegnava su fogli via via. Era il suo passatempo in un certo senso.

Mi pare di capire che Bacciocchi era già piuttosto conosciuto e affermato in area Milanese. Ho visto alcuni dei suoi progetti precedenti e mi sembra che, nonostante la sorprendente varietà di incarichi (residenze, scuole, chiese, quartieri, memoriali) alcune forme continuassero a ripetersi quasi ossessivamente. L'angolo smussato in primis. Sa dirmi da dove deriva? C'era qualche connessione con l'International Style?

Non mi risulta che ci sia una connessione con l'International Style.

Mi piacerebbe sapere se Bacciocchi fosse già interessato, in prima persona, al tema delle stazioni. Erano già molti gli architetti e gli ingegneri che in Europa e in America si stavano confrontando con il tema della stazione di servizio.

Assolutamente no, c'era Mattei che aveva preso in mano l'Agip, che volevano dismettere ecc., e ha deciso di rinnovare tutto e fare 10.000 stazioni di servizio di cui una buona parte le ho fatte io, diciamo come Ingegnere capo, Direttore tecnico dell'Agip.

Comunque a questo punto Mattei gli aveva dato l'incarico di fare qualcosa a S. Donato, gli uffici, alcuni uffici, perché Ratti e Bacigalupo hanno fatto il resto e fare queste piccole stazioni del metano. E da lì, poi Mattei gli ha detto che voleva rinnovare la rete stradale della benzina, uscì Supercortemaggiore, uscì la storia del cane e io ero presente quando lui ha indicato, quando ha scelto il progetto del cane a sei zampe.

Quindi il cane aveva già lei sei zampe nel disegno di Brogginì. Non fu – come si dice – Mattei ad aggiungerle?

No, non è stato Mattei. Era stato Brogginì a disegnarlo così. Io stesso ho chiesto a Mattei «ma perché sei zampe?» E lui mi rispose: «ecco vede, anche lei me lo chiede, così anche la gente si chiederà perché sei zampe e allora questo diventerà un simbolo». E così è stato. Mattei era una persona molto intelligente. Quindi Mattei disse a Bacciocchi «mi devi disegnare delle stazioni di servizio che siano diverse dallo standard», perché c'era già la Esso, la Mobil...ecc. e lì è nata la questione delle stazioni di servizio.

Leggendo una sua precedente intervista, dice che Mattei chiese un nuovo modello di stazione di servizio che fosse «un po' rivoluzionario sotto l'aspetto architettonico rispetto ai normali distributori»

Esatto, ma non c'erano connessioni con i precedenti. Non mi risulta che ci fossero precedenti, influenze.

Con il concorso pubblicato su Domus nel '52 per il logo Agip, si capisce già bene che l'obiettivo perseguito da Mattei era quello di dare dignità estetica all'identità del marchio. Uniformità, ripetibilità e riconoscibilità erano diventati il paradigma dell'azienda e garanzia di qualità. Ho pensato che questa soluzione riprendesse l'idea del sistema modulare del metanodotto, la cui ripetibilità aveva garantito a Mattei di creare il suo impero energetico. Tuttavia, lo stesso anno arriva l'incarico per i modelli di stazione.

I metanodotti sono stati fatti di notte, passando sotto le ferrovie di nascosto, se no non li avrebbero potuti fare. Non credo ci sia un nesso.

Nell'intervista del 1987 lei dice che in un primo momento aiutò Bacciocchi con degli schizzi? Mi racconta quali erano i vostri ragionamenti progettuali?

Non mi ricordo di ricerche fatte. L'unica ricerca che è stata fatta ad un certo punto, nel 1960, è stata quella per i motel. Andai in America con un certo architetto Lattuada. Siamo andati io e lui in California ospiti di una società che gestiva i motel per vedere come funzionavano. Per le stazioni assolutamente niente. Le stazioni sono nate in Piazza Belgioioso al n.1.

Sono nate lì. La forma delle stazioni è una pura invenzione di Bacciocchi, una firma. Poi la distribuzione interna invece quella era invece concordata con Agip.

Nemmeno la dimensione e la forma delle ali aggettanti della pensilina erano condizionate da fatti statici?

No, assolutamente. Solo un fatto estetico. Non c'erano problemi statici. Era proprio uno sfizio del Bacciocchi. Era un uomo simpaticissimo, molto cordiale. Questa è una foto dell'inaugurazione di una stazione di servizio in Brianza: io, Mattei e Bacciocchi.

Accorinti ha citato, nella conferenza presso l'Università Iuav, l'importanza che aveva per Bacciocchi l'uso del Clinker e del porfido. Mi direbbe qualcosa in più sull'uso di questi materiali?

Il clinker, lo faceva la ditta Piccinelli. Allora erano stati fatti diversi campioni e finalmente era stata trovata la soluzione. Quel rivestimento lì non è piatto, è tutto arzigogolato, diciamo così, è tutto in clinker. Comperavamo da queste ditte questa sorta di piastrelle, più o meno di questa dimensione (busta da lettera) ed avevano una forma ondulata.

Arriviamo quindi al settembre del '52, al suo lavoro per Agip. Sempre dalle sue parole, capisco che in un primo tempo si trattò soprattutto di fare da mediatore tra lo studio professionale di Bacciocchi e gli uffici di Roma.

Io sono arrivato a Roma e dovevo fare solo il postino, dovevo solo sottoporre i disegni a Mattei. Dal 1 settembre del '52, per un paio d'anni, io ogni settimana venivo a Milano, facevo avanti e indietro, sempre per la collaborazione di Bacciocchi.

Mi pare di aver capito che il suo ruolo di tramite tra gli uffici di Roma e Milano serviva per far approvare da Bacciocchi i disegni che voi a Roma facevate sulla base del catalogo.

È così, sì.

Le vorrei mostrare la prefazione al Catalogo ufficiale conservato in Archivio. Nella breve prefazione si parla della ricerca di «...una soluzione che armonizzi sempre con l'ambiente circostante senza turbarne le caratteristiche salienti...». Esiste poi, la trascrizione di un convegno senza data e relatore su "la modernità nell'architettura di Bacciocchi" dove si racconta meglio la sua volontà di armonia e integrazione con il paesaggio. In quali caratteristiche si esprimeva questo intento nella progettazione delle stazioni?

Questo discorso non può valere per le stazioni di servizio, perché

l'installazione delle stazioni avveniva così: i vari agenti sparsi in tutto il territorio proponeva certe posizioni e anche i terreni da acquistare e da Roma davamo il benestare per l'acquisto di questi terreni. Per cui Bacciocchi non poteva assolutamente sapere dove venivano messe queste stazioni, salvo per pochi casi come quello di S. Donato per esempio.

Oltre alla varietà di illustrazioni all'interno del catalogo, non ho trovato alcuna planimetria firmata dall'Architetto. L'applicazione del modello e quindi lo studio a grade scala delle planimetrie, era qualcosa di cui non si occupava l'architetto?

No, Bacciocchi non faceva planimetrie. Le facevamo noi a Roma. Così come queste prospettive (indica sempre il fascicolo), sono tutte fatte a Roma. Vede: c'è scritto Agip. I due architetti a Roma erano Sala e Lattuada e direi che Sala era il numero uno all'Agip, come architetto, allora.

Ancora Accorinti, nella relazione fatta al convegno Eniway, a Venezia, ci parla di 1547 stazioni costruite sulla base di 54 modelli...

...più tutti i chioschi metallici, che faceva la ditta Ima di Monza, sempre su questo stile. Eccoli, sono presenti nel catalogo: questi erano di metallo.

Quindi dicevamo 54 modelli, tra cui i 13 del catalogo e i casi eccezionali come la stazione di Piazzale Accursio.

La stazione di Piazzale Accursio adesso è stata comperata da Lapo Elkann e la sta trasformando in un bar. La struttura rimane la stessa, anche se questa è un extra rispetto alle stazioni. C'era già qualche cosa lì, una costruzione ed è su un angolo.

Infatti questa stazione è datata un anno prima rispetto al catalogo. Ciò significa che l'incarico del catalogo arriva dopo la progettazione di casi singolari?

Sì sì, era un incarico precedente, anche rispetto al mio arrivo nello studio Bacciocchi. Io non c'ho messo mani a questa qui.

Si legge poi di eccezioni quali il tipo montano, il tipo usato nelle piazze, come a Napoli, quello a due piani... quindi i 54 modelli si totalizzano con questi tipi particolari?

Sì, per esempio nel tipo montano, per esempio quelle dell'Alto Adige, c'era anche l'abitazione del gestore nel piano superiore, mentre nelle altre no.

1547 stazioni progettate secondo il paradigma Bacciocchiano, possiamo dire

così? Anche quelle all'estero? Vi occupavate anche di quelle, giusto?

Esatto. Sì, ogni tanto Mattei ci mandava a girare. Ho fatto tutta la Germania prima per esempio.

La progettazione di questi tipi speciali come e da chi erano stati gestiti?

Erano gestiti, i primi da Bacciocchi e poi dall'ufficio. Questa è tutta roba disegnata da noi sullo stile Bacciocchi. Alcune le vedeva, altre anche non le vedeva (mostra il catalogo di disegni).

Ho letto che si costruivano circa 200 stazioni di servizio all'anno.

Di più...c'è stato il periodo in cui ne avevano 300-400 in costruzione contemporaneamente in tutta Italia.

Quanto tempo passava dal progetto alla conclusione dei lavori?

Era una cosa abbastanza rapida. Noi facevamo il progetto, lo mandavamo alla sezione tecnica locale. La sezione tecnica lo appaltava, mandava a noi i risultati della gara. Io sottoponevo a Mattei la mia memoria, lui firmava e ripartiva. Succedeva tutto in pochissimo tempo, meno di un mese. Non c'era la burocrazia che c'è adesso. Poi con Mattei...le dirò che lui faceva i ministri, nominava lui i ministri. Pensando alla mia esperienza successiva, con Forlani, le dico che con Mattei a quei tempi lì, non c'erano ostacoli. Per attraversare il terrapieno delle ferrovie ci sarebbero voluti mesi, con il suo decisionismo...il suo pragmatismo invece... E andava nell'interesse nazionale e non nel suo, direi che lui è morto povero. Io conoscevo la moglie, aveva, viveva in una suite all'albergo Eden di Roma, in una traversa di Via Veneto. Io andavo sempre lì a parlare con lui e conoscevo bene anche la moglie, e non rimaneva appiccicato a niente. Lei sa che la prima pensilina del mondo precompressa è stata fatta a Roma, a Ponte Milvio? Forse esiste ancora. Un'enorme pensilina precompressa, che allora le pensiline precomprese non si sapeva nemmeno cosa fossero.

A proposito di ciò che è rimasto...delle stazioni di Bacciocchi ne è sopravvissuta una qua a Milano, una a Lecce, un'altra a Matera...furono quasi tutte rinnovate?

Sì, sono state tutte cambiate, già negli ultimi anni che io ero ad Agip, avevamo cambiato tutte le stazioni. Io mi ero ispirato al Padiglione dell'Austria per l'Esposizione Universale di Bruxelles del 1960, che era fatto con degli elementi di ferro esterni.

Mi sembra di capire che anche nel '56 con il cantiere dell'Autostrada del Sole, molte energie furono spese per la ricerca e l'acquisizione di vaste aree lungo il tracciato. E ci si impegnò molto anche per la progettazione delle stazioni. Quali furono i modelli usati in queste aree?

Furono usati all'inizio i modelli di Bacciocchi, man mano sostituiti con altri più grandi. Anche perché furono scelte e contrattate delle aree enormi, che nel giro di vent'anni si rivelarono anche insufficienti. Questo conferma la lungimiranza di Mattei.

Nello stesso anno, il 1956, il Nuovo Pignone entra a far parte del Gruppo Eni, cosa cambia, se cambia qualcosa nella progettazione? Ci furono influenze nella progettazione.

Assolutamente no. Il nuovo Pignone ha fatto alcuni chioschi di quelli in ferro di cui parlavamo prima. Lavorando sul modello di prima.

Mentre per il modello del '59 avevo letto di questo suo interesse per il Padiglione dell'Austria per l'Esposizione Universale di Bruxelles del 1960.

Sì, per il modello '59 mi ero ispirato a quel padiglione, infatti si vedono questi elementi in metallo esterni.

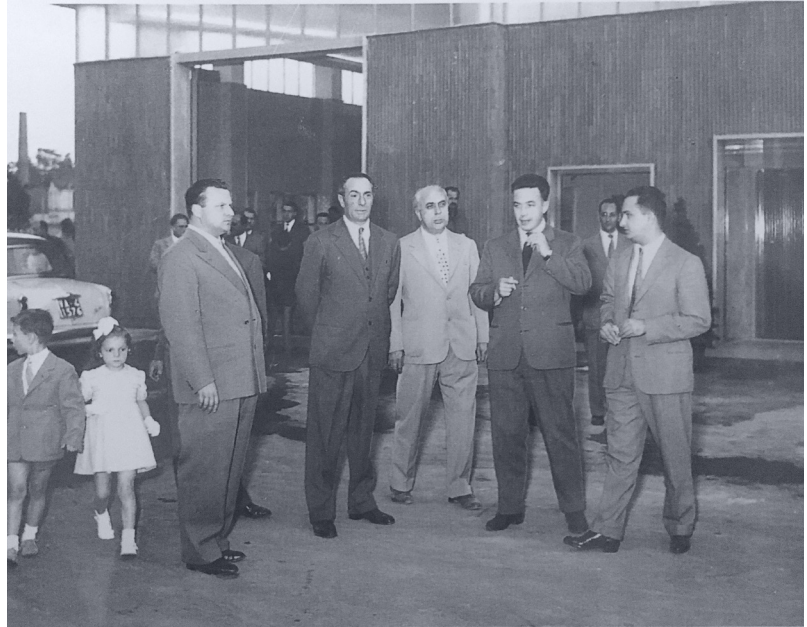
Mentre il modello '61, compie un successivo passo verso la completa industrializzazione del progetto architettonico. Fino ai modelli 64-65-66 i cui caratteri architettonici sono affidati ad un abaco di componenti edilizi assemblabili a secco. Cosa sa dirmi di questi modelli?

Il prototipo di Bacciocchi non era più consono perché non espandibile... io finì di lavorare per Eni nel '64 e questi modelli li ho visti anche io... dall'esterno. In particolare, io ho una casa a Fonteblanda di Grosseto. E lì a Fonteblanda c'era una stazione che avevo fatto io. Ad un certo punto ho visto che l'hanno demolita, è cambiata ed è diventata più o meno così (indica modello '61).

Anche i motel furono fondamentali per il successo della compagnia. So che nel 1960 compì un viaggio in America, dove la tipologia si era ormai consolidata dal punto di vista edilizio. Leggo anche che fu necessario modificare le idee di riferimento viste oltreoceano con i concetti italiani. Mi spiegherebbe come si articolò questo processo?

Sì, alla mentalità italiana. Lei conosce i motel americani: in Italia non erano centrati molto bene, con le stanze tutte in fila al pian terreno. Il primo motel è stato fatto a S. Donato da Bacciocchi, quello per camionisti, con un'architettura più montana. E poi viene ampliato da Ratti e Bacigalupo due anni dopo, con l'Hotel S. Barbara.

Mario Baccocchi, con Enrico Mattei e l'ing. Ennio Ghellini per l'inaugurazione di una stazione di servizio Agip.



Ho letto che anche per i motel esistevano i modelli '59 e '61. Era ancora il paradigma dell'uniformità e della riconoscibilità a governare i vostri ragionamenti? Perché si nota una forte varietà di progetti.

Non c'era un modello '59. Nel motel non c'erano modelli. È un'invenzione. Era ancora importante la riconoscibilità, ma non c'era un'uniformità richiesta. Alcuni li abbiamo progettati noi direttamente. Baccocchi ne avrà fatti un paio, poi Gellner ha progettato questo qui – che era una ristrutturazione di un edificio già esistente – e altri di altri architetti, per cui non c'era un'uniformità in quello. Adesso le dico come abbiamo conosciuto Gellner. Dunque, Mattei si era messo in mente di fare questo villaggio per i dipendenti in montagna. Lui aveva la casa ad Anterselva, dove andava a pescare. Perché lui diceva che quello era il suo lavoro, poi invece in ufficio era il suo divertimento. E allora una sera siamo andati a dormire nel suo albergo ad Anterselva, io e il direttore della sezione tecnica di Padova, da cui dipendeva quella zona. Lui ci aveva convocati perché ci disse «io voglio fare un villaggio. Andate a cercare nella zona». Allora io e quest'altro siamo andati prima a Merano, sotto segnalazione di un certo ing. Sciarda (?). A Merano su in alto, con la funivia, però era una giornata anche piovosa, e non ci era piaciuto. Allora siamo andati a Cortina e lì abbiamo chiesto chi fosse l'architetto più famoso di Cortina. E loro han detto «Gellner!». E quindi siamo andati da lui «toc toc, buongiorno. Senta noi avremmo questo problema». E da lì è nata la collaborazione. Siamo andati con lui a Borca di Cadore, a parlare con il sindaco. E il sindaco ci ha regalato i terreni all'Agip.

E lì abbiamo incominciato a costruire. L'architetto Gellner, di tutti gli architetti che ho conosciuto nella mia vita, è il più bravo. Era attento a tutti i particolari, chiodo per chiodo, vite per vite. Ed è quello che ha fatto il famoso pavimento. Era preciso, perfetto, lavorava con la testa proprio.

Per quanto riguarda Metanopoli poi...

Metanopoli è stato un potpourri di architetti diversi, da Nizzoli, per il Palazzo che è rimasto ancora il più bello di tutti. Era splendido, una grossa novità per l'Italia quel palazzo lì, tutto di vetro. Uno dei primi in acciaio e alluminio.

Sì, ricordo di aver letto delle finestre che erano apribili solo nell'ufficio di Mattei.

Sì, per la storia del condizionamento erano tutte fisse.

...mi sa raccontare qualcosa riguardo l'impianto urbanistico? Ho letto che venne seguito dall'architetto Bacciocchi insieme a Pietro Porcinai per la parte paesaggistica.

Sì, conosco Porcinai per fama, ma non conosco le vicende legate al piano urbanistico di Metanopoli.

La motorizzazione di massa, e ancora prima l'infrastrutturazione nazionale aveva significato la conquista del territorio, con un conseguente cambio di scala nelle possibilità di spostamento dell'uomo. L'auto diventa continuazione fisica della casa. E nello stesso tempo la casa fa spazio alla macchina. Basta pensare alla larghezza delle strade e dei garage volute da Mattei per il Villaggio Anic a Gela. Le stazioni di servizio, i RistorAgip, i Motel furono realmente – come diceva il Presidente – delle «nuove case per gli uomini». Non solo servizi, ma luoghi di svago, in cui trascorrere la domenica. Recentemente ho rivisto il film Il Sorpasso e tutto ciò che sto dicendo è ben rappresentato. Così come anche in alcune riviste o spot televisivi. Eravate consapevoli di questa rivoluzione?

Non ci pensavamo a tutto questo. Le posso dire che ci fu una grossa polemica per le stazioni di servizio, soprattutto sulle autostrade, perché Mattei pretendeva che i piazzali fossero enormi. E allora fu attaccato anche politicamente, con l'accusa di buttare via i soldi dello Stato per fare delle cose inutili. Vent'anni dopo erano già insufficienti, coi pullman, i tir, ma allora era stato attaccato per questa ragione, perché faceva i piazzali troppo grandi e lui diceva: «voi non sapete cosa sarà lo sviluppo delle auto in Italia, ecc...». E aveva ragione.

Trovo sorprendente come la modernità di questi manufatti, con tutto ciò che mette insieme, dai principi di comunicazione pubblicitaria, fino all'architettura del paesaggio, sia sfiorita e si sia omologata altrettanto velocemente. Non mi spiego

come la ricerca della familiarità degli spazi di ristoro si sia trasformata in banalità, producendo oggi contenitori sterili, privi di una ricerca formale e tecnica.

Era sfiorita perché non c'era più Mattei. Le faccio un esempio. Noi avevamo quell'insegna con il cane a sei zampe che era di lamiera smaltata. Noi eravamo obbligati ad andare in giro con un campione di giallo e confrontarlo ogni volta per vedere se era sempre uguale. E se non era uguale veniva fuori il pandemonio con la ditta che faceva questi cartelli. Mattei pretendeva che fosse assolutamente tutto ripetitivo e uniforme. Poi, le cose sono cambiate...

catalogo

Agip. Progetti tipo degli impianti stradali in Italia

Di seguito, riportate nel loro ordine, le tavole che compongono il catalogo *Agip. Progetti tipo degli impianti stradali in Italia*.

Gli elaborati contano tredici prototipi: sette modelli più minuti – dalla semplice pensilina (I) al chiosco piccolo (II-III), medio (IV-V) e grande (VI-VII) – tre modelli di stazione di rifornimento (VIII-IX-X) più grandi e implementati dalla sala di vendita e sala bar e dai servizi igienici per i clienti e tre modelli di stazione di servizio, completi di ingressi carrai per le sale lavaggio e ingrassaggio e officine.

Ognuno è descritto attraverso i disegni tecnici, una breve relazione e una prospettiva ad acquerello, con la quale l'architetto ha cercato di testimoniare, ogni volta, l'adeguatezza dei suoi progetti alle più disparate ambientazioni. Il materiale, esito finale del lavoro di Mario Baccocchi, pur essendo conservato presso l'Archivio Storico Eni nella sua interezza, non riporta alcuna datazione. Tuttavia, incrociando eventi e racconti come quello dell'ing. Ennio Ghellini, si può collocare questa stesura conclusiva nel 1952.



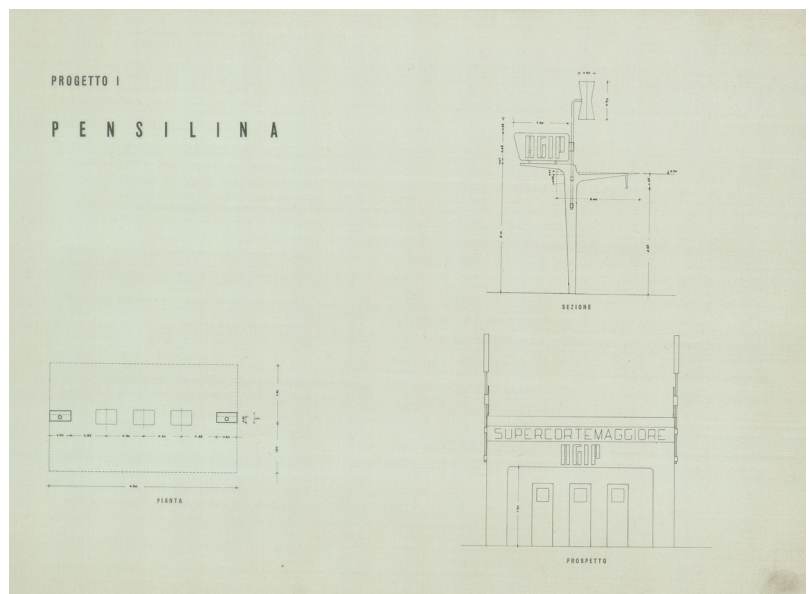
Il programma di potenziamento della rete di distribuzione stradale di carburanti e lubrificanti, predisposto dall'«AGIP», prevede la costruzione di numerosi centri di rifornimento lungo tutte le più importanti arterie del traffico.

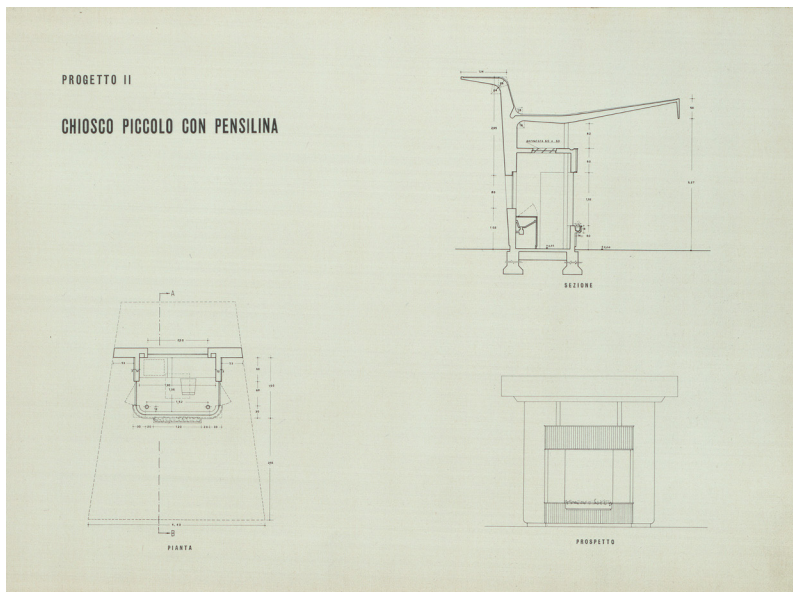
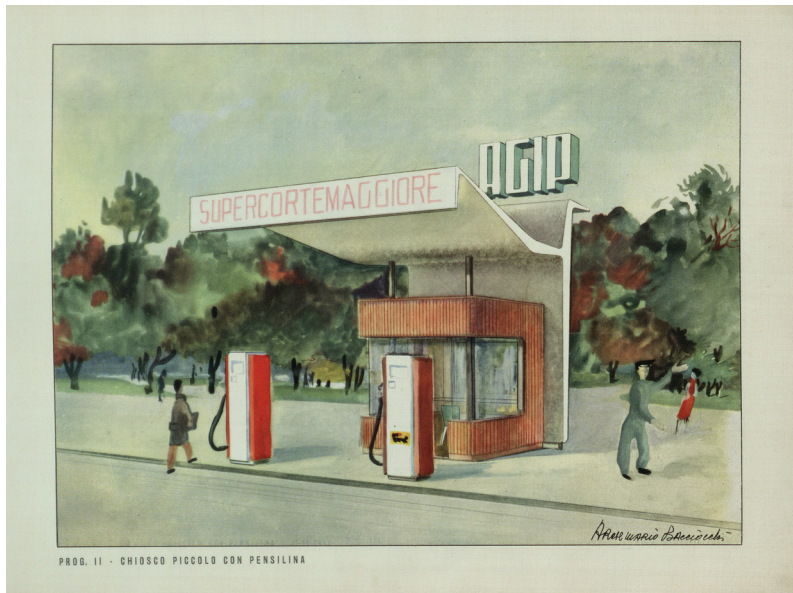
L'«AGIP», con l'attuazione del suo programma, intende mettere a disposizione dell'automobilismo, in continua espansione, un servizio sempre più completo e perfetto, impostato secondo criteri di assoluta modernità.

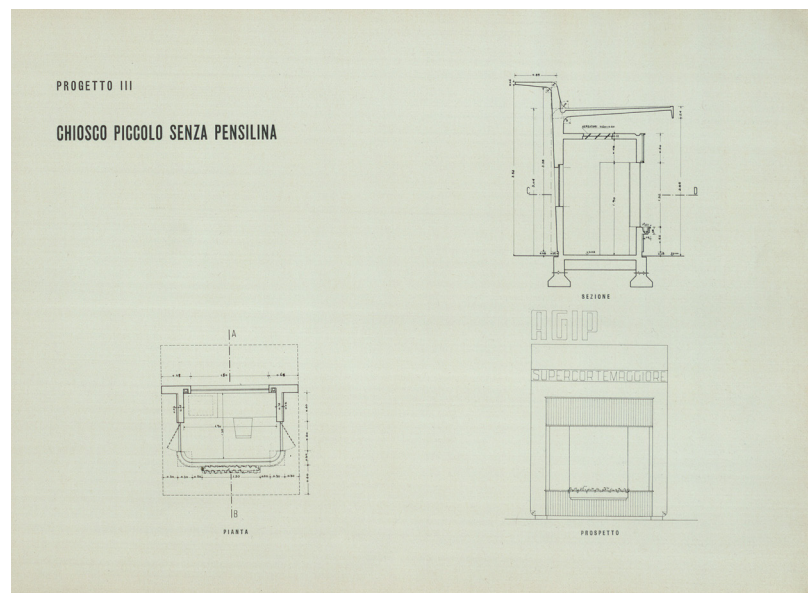
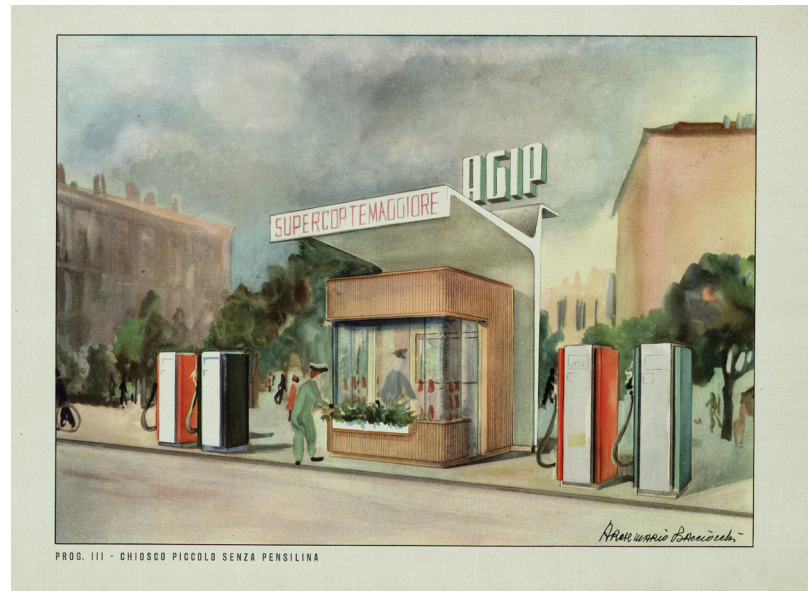
L'«AGIP» pertanto ha preordinato lo studio di alcuni tipi standardizzati di impianti, ecc., i quali uniscono all'efficienza ed alla razionalità, audacia di concezione ed eleganza di linee. Nello stesso tempo, la varietà dei progetti previsti permette di trovare sempre una soluzione che armonizzi con l'ambiente circostante, senza turbare le caratteristiche salienti. E' questo un aspetto che non va trascurato, perché purtroppo frequentemente avviene che una malintesa valutazione delle esigenze del progresso prevalga sulla necessità di conservare le bellezze paesistiche e l'estetica cittadina.

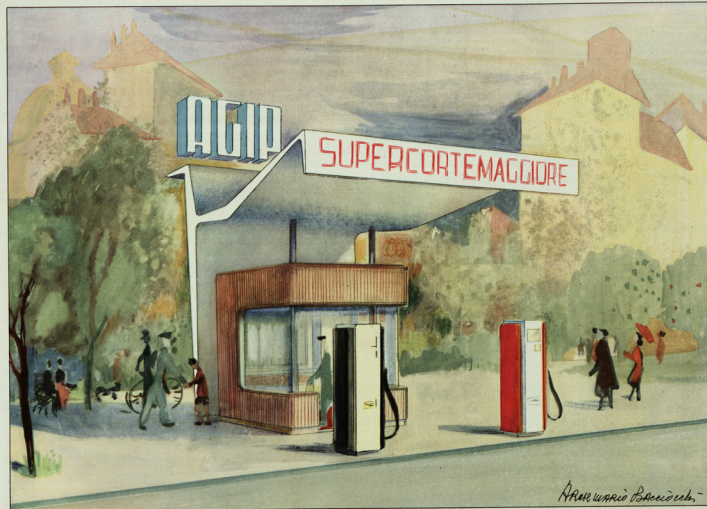
✕ I tipi di impianti illustrati in questo fascicolo sono tredici e si differenziano per le diverse dimensioni, in relazione all'importanza delle prestazioni e all'area disponibile. Sono tutti però caratterizzati da una gradevole linea comune che li distingue, anche a distanza, nei confronti delle stazioni delle altre società distributrici.

Ogni progetto comprende una veduta prospettica, tre tavole geometriche ed una descrizione dell'impianto.





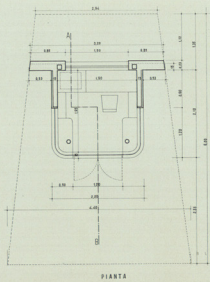




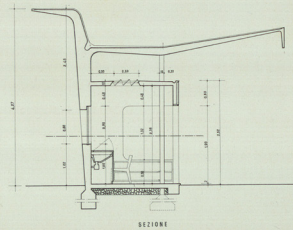
PROG. IV - CHIOSCO MEDIO CON PENSILINA

PROGETTO IV

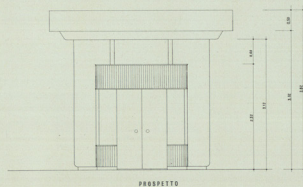
CHIOSCO MEDIO CON PENSILINA



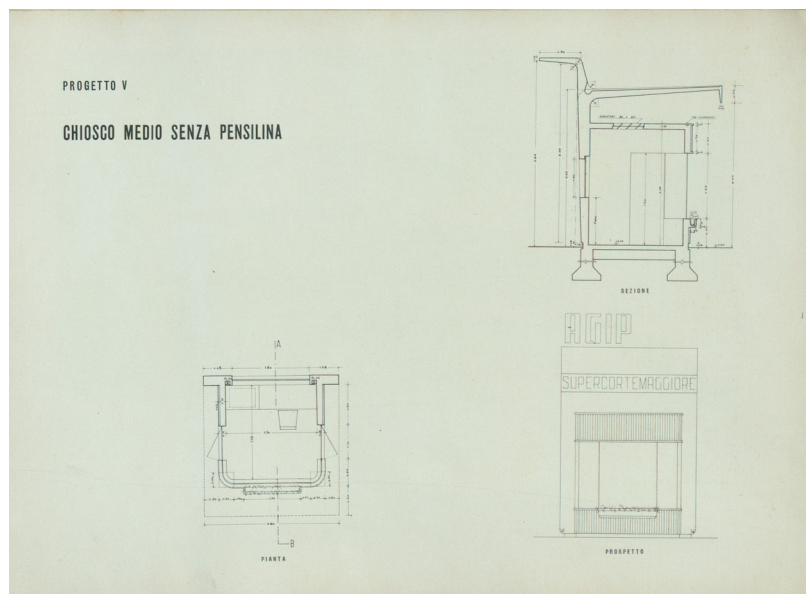
PIANTA

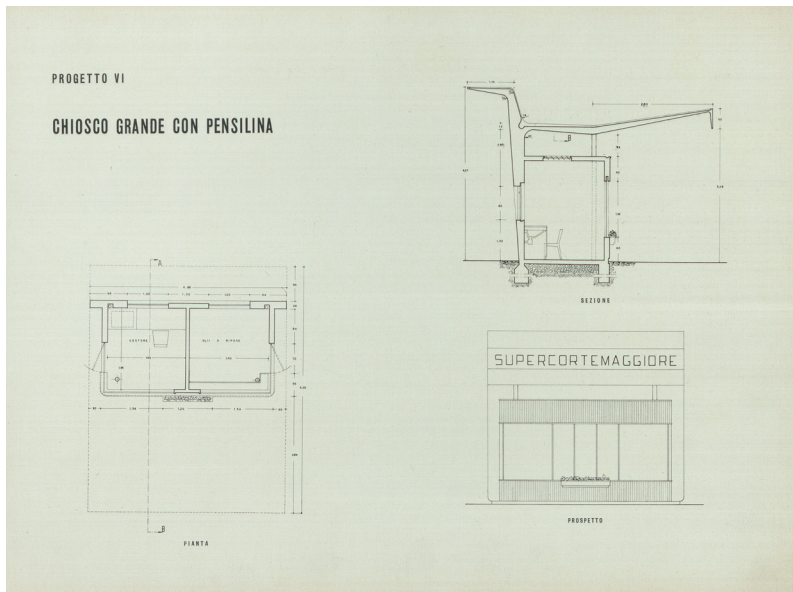
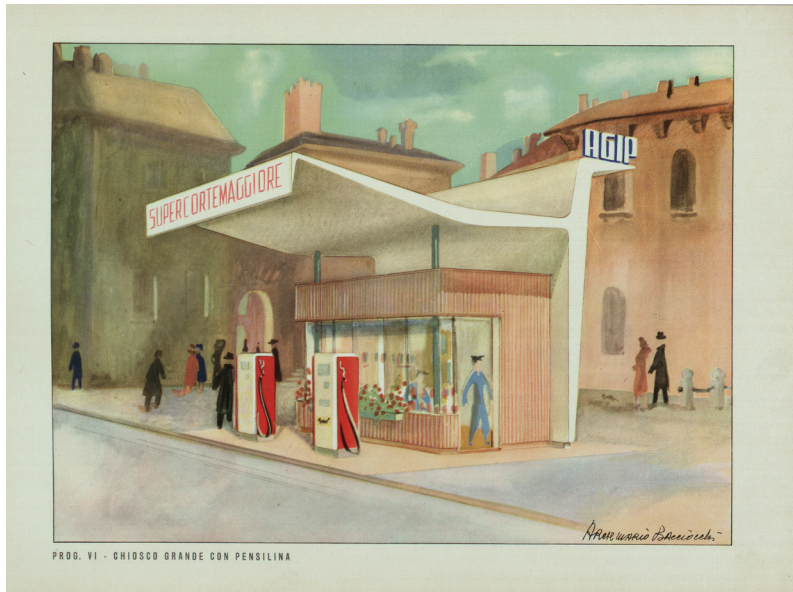


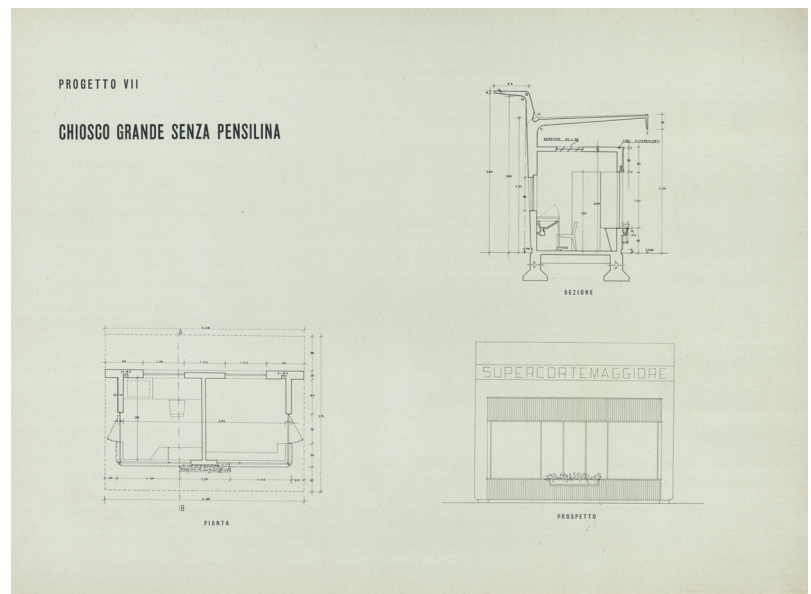
SEZIONE

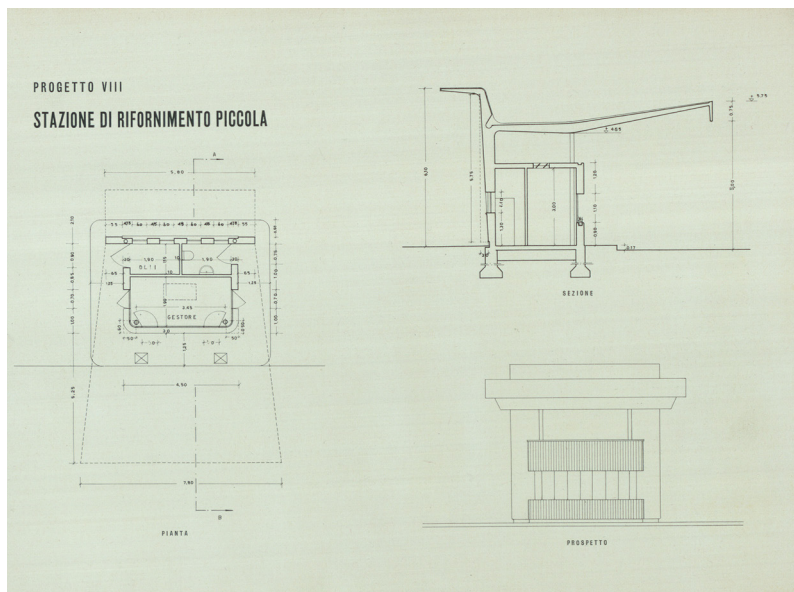


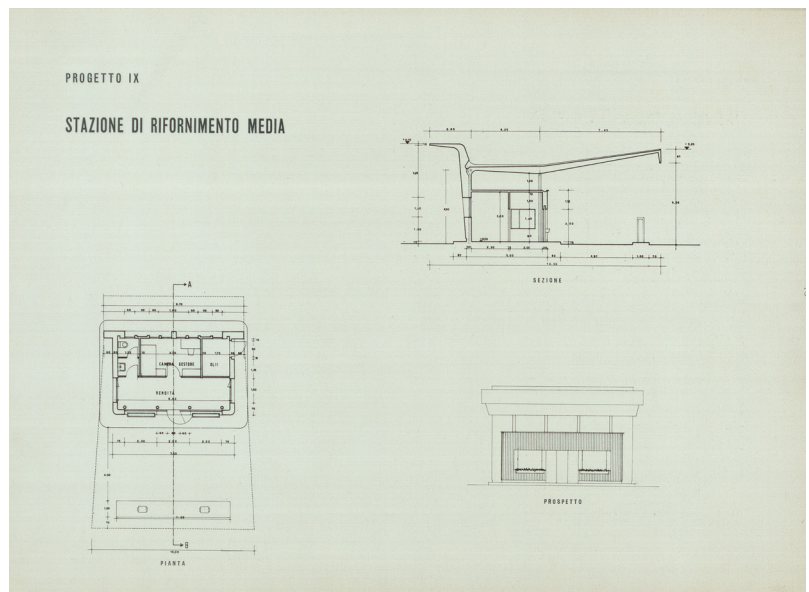
PROSPETTO

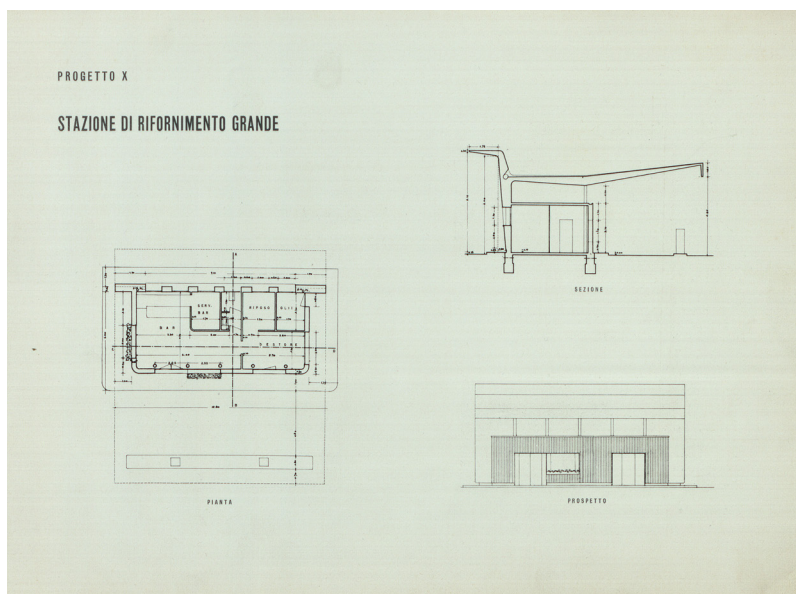


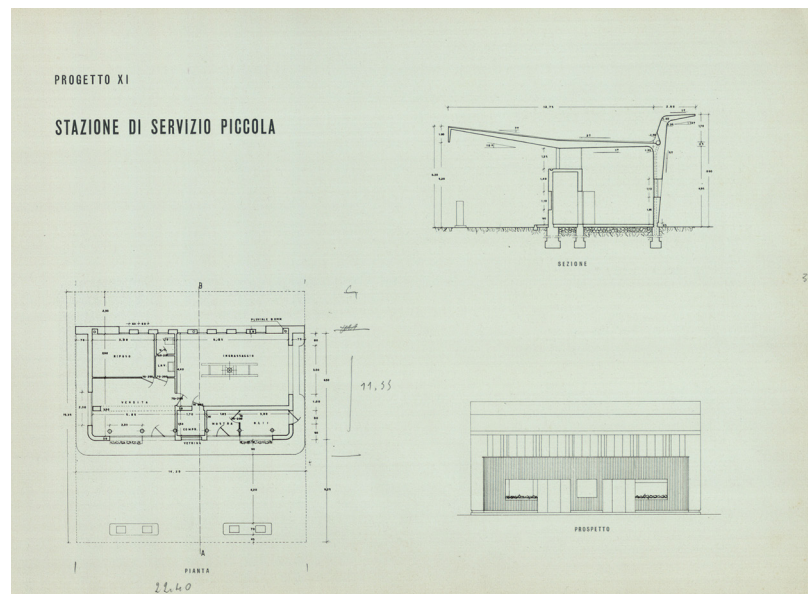


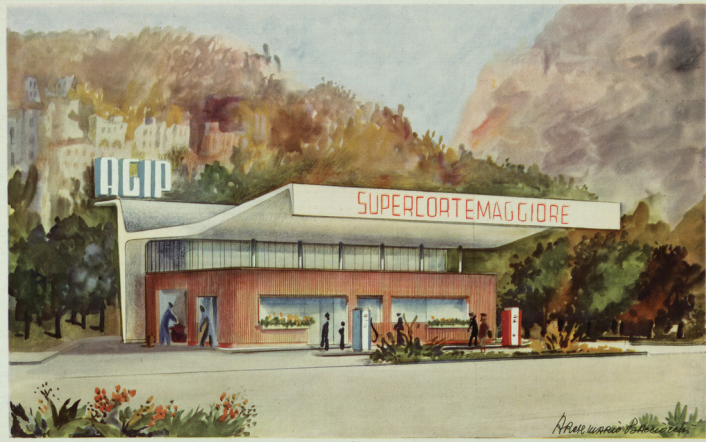






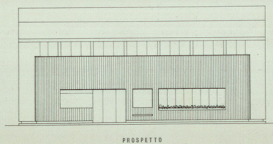
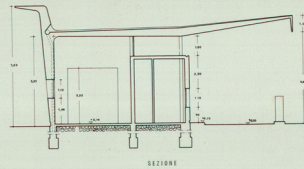
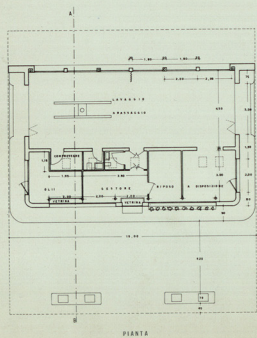


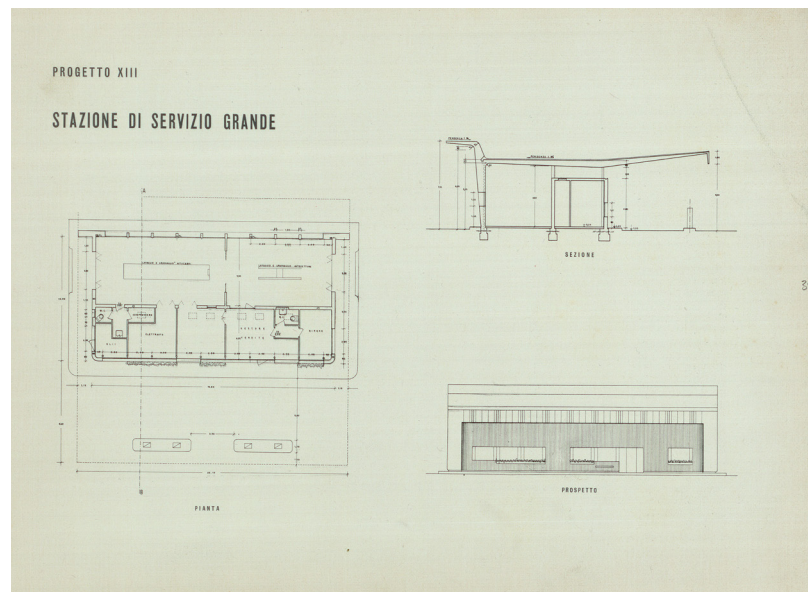




PROG. XII - STAZIONE DI SERVIZIO MEDIA

PROGETTO XII
STAZIONE DI SERVIZIO MEDIA





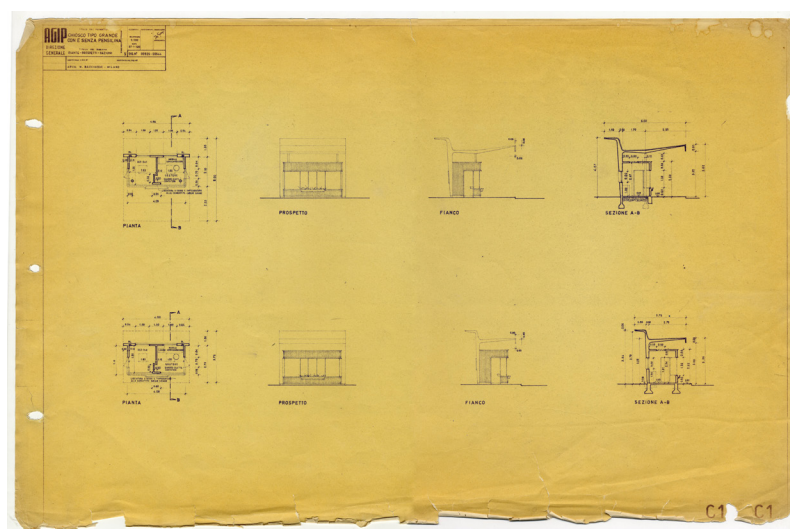
catalogo Agip

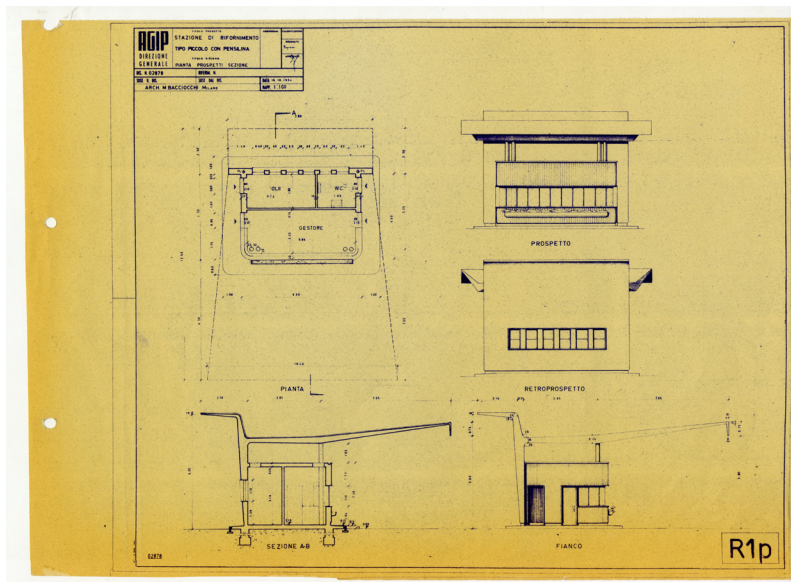
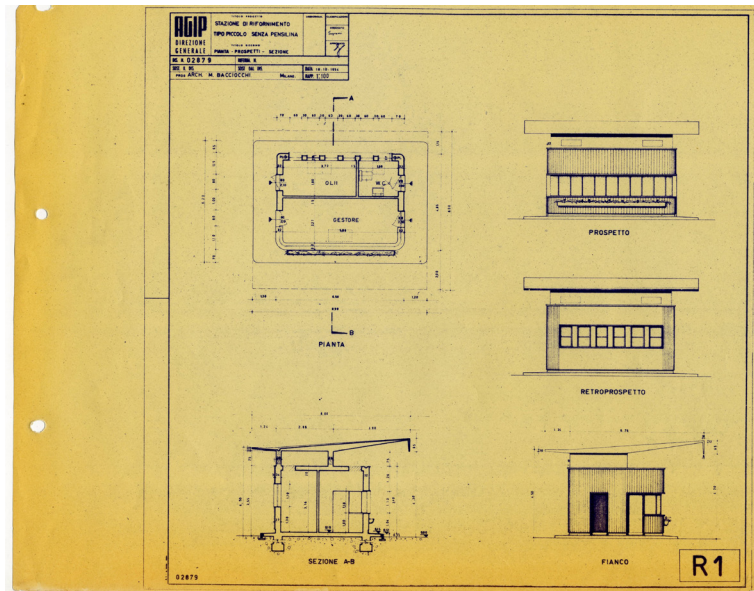
tipi speciali

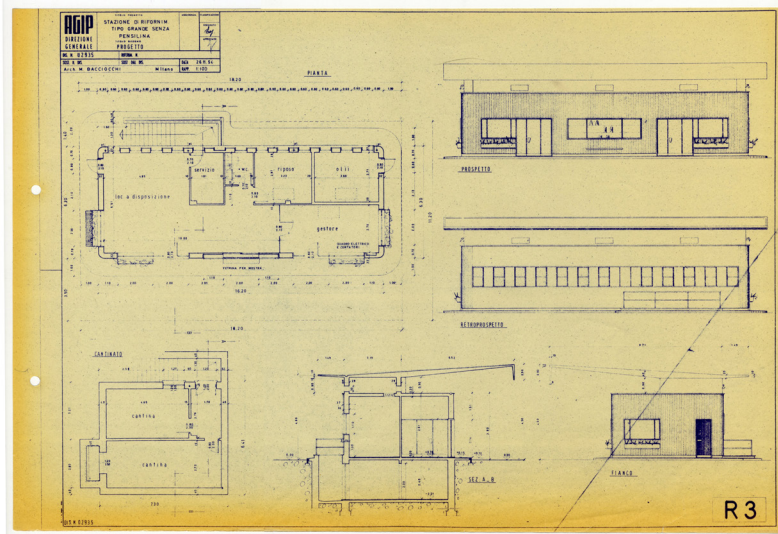
Il materiale di studio che segue, recentemente ritrovato e conservato presso l'Archivio Storico Eni, si pensa possa essere solo un estratto del tentativo da parte del Servizio Tecnico dell'Agip sotto la supervisione di Bacciocchi, di catalogare nuovamente i tredici progetti iniziali e le varianti rappresentate dai cosiddetti *tipi speciali*.

Le sigle riportate a margine dei disegni riprendono il catalogo originale Bacciocchiano secondo la scansione dei prototipi in chioschi, stazioni di rifornimento e di servizio, aggiungendo una sigla che indica via via l'aggiunta della pensilina, dell'alloggio per il gestore oppure la variazione dei volumi rispetto all'angolo o alla profondità dell'edificio.

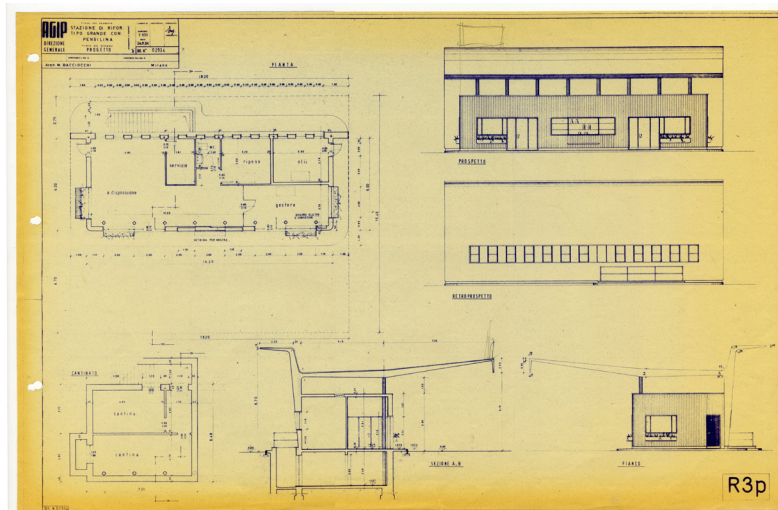
I disegni, tutti redatti dai disegnatori aziendali tra l'ottobre del 1954 e il gennaio dell'anno seguente, riportano quasi sempre il nome dell'architetto e la sigla che ne indica la sua approvazione, a testimonianza di un primo tentativo di assorbimento dei modelli, del metodo e della rappresentazione dal loro ideatore.



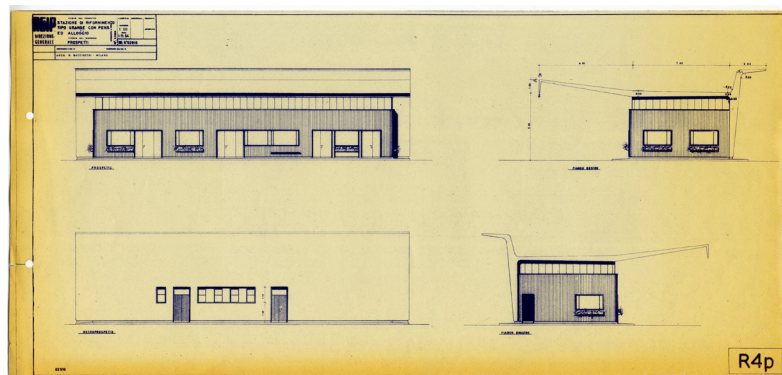
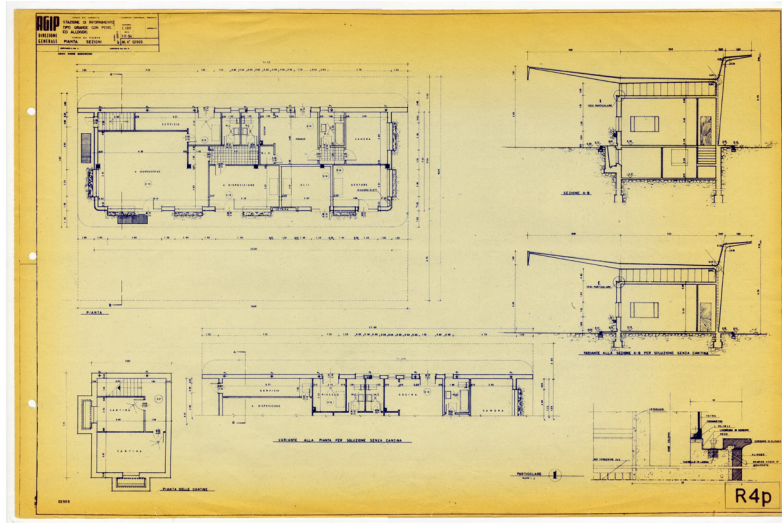


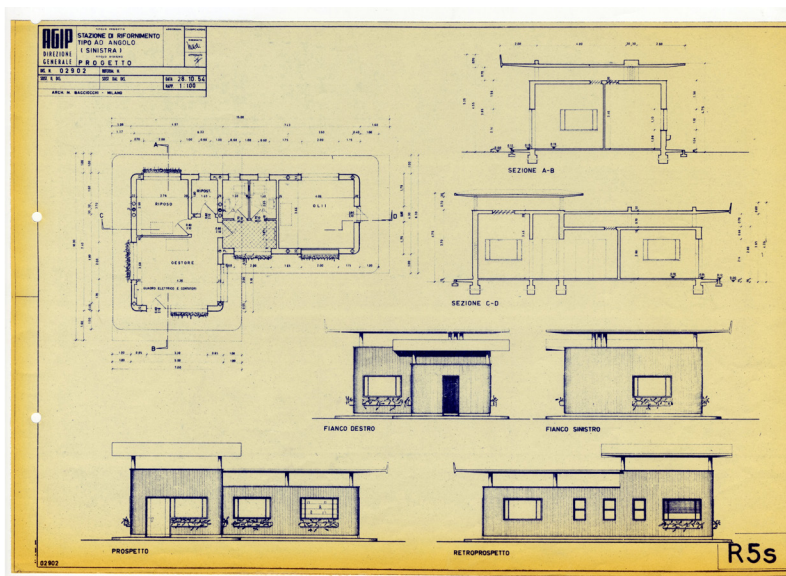
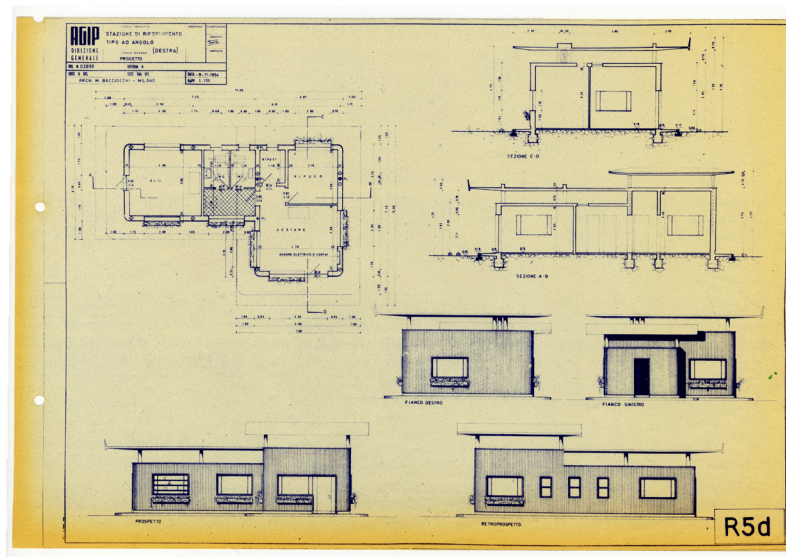


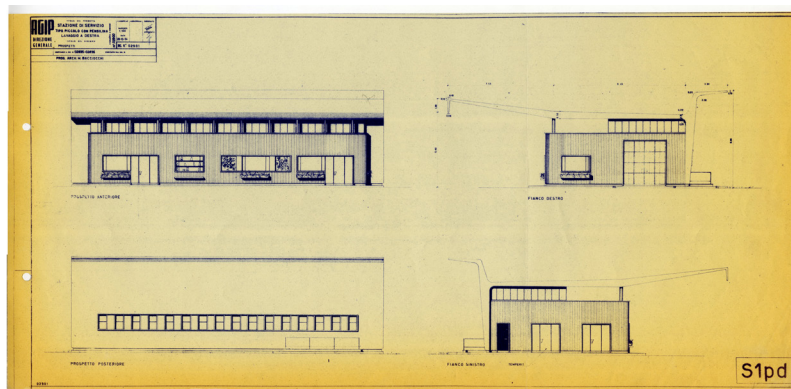
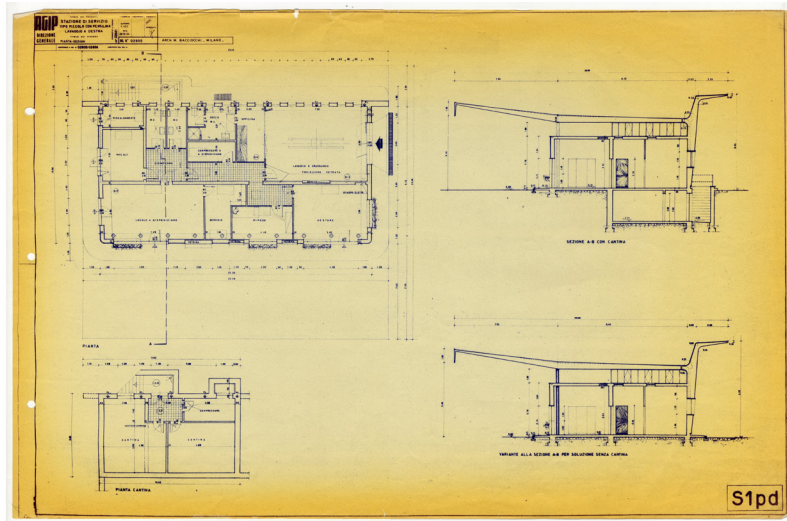
R3

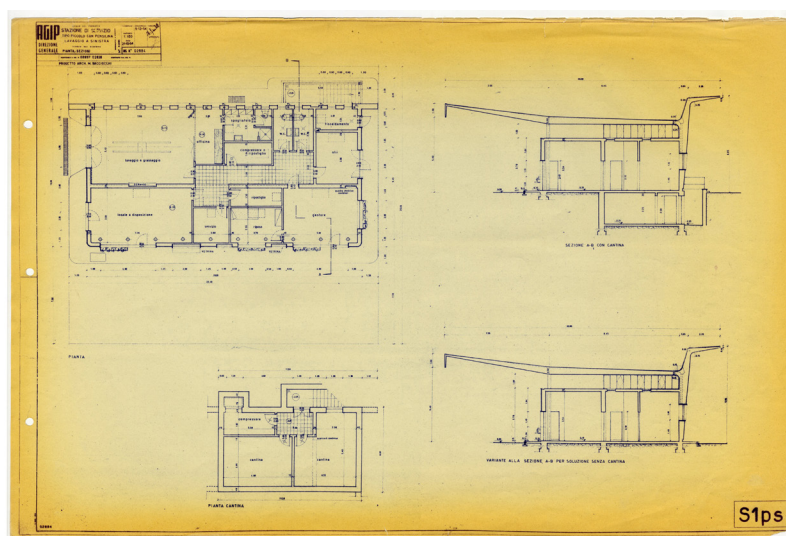
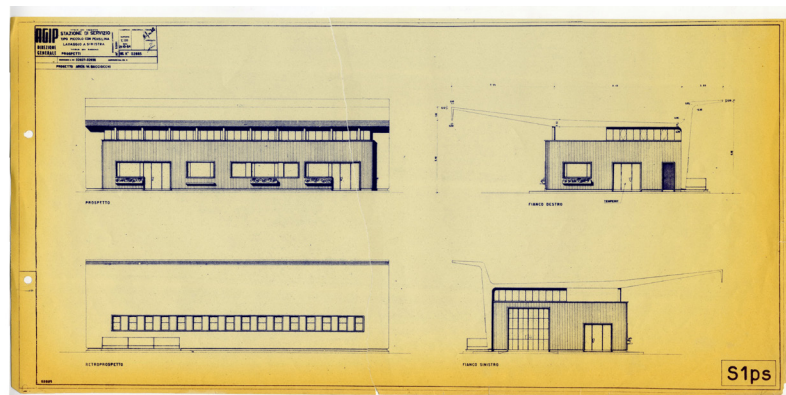


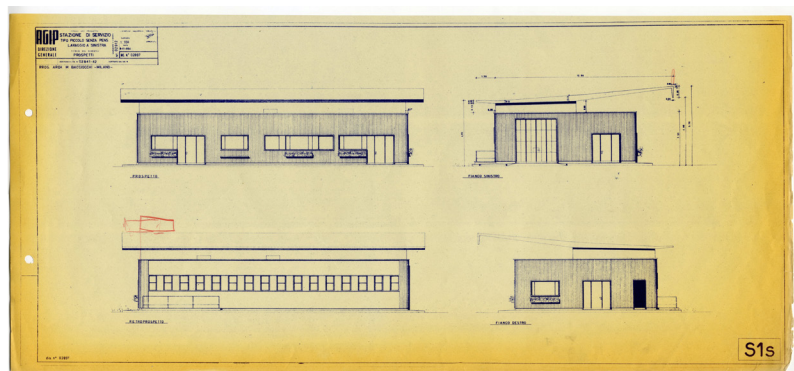
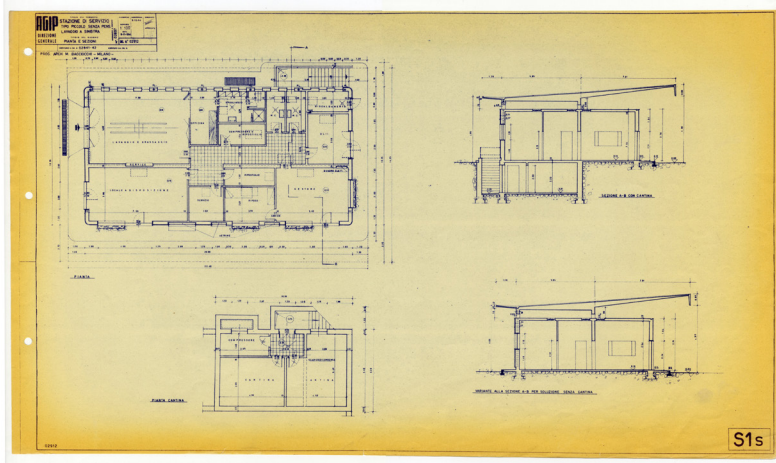
R3p

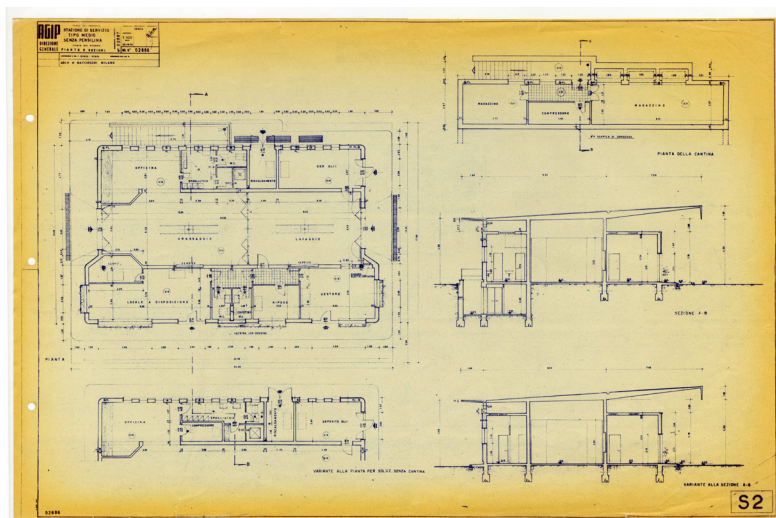
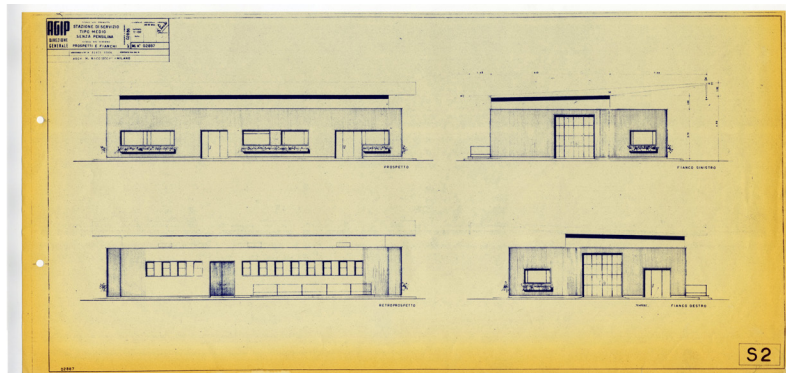


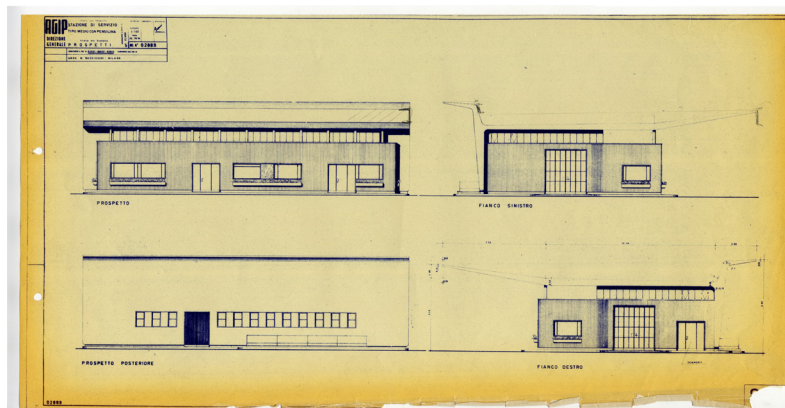
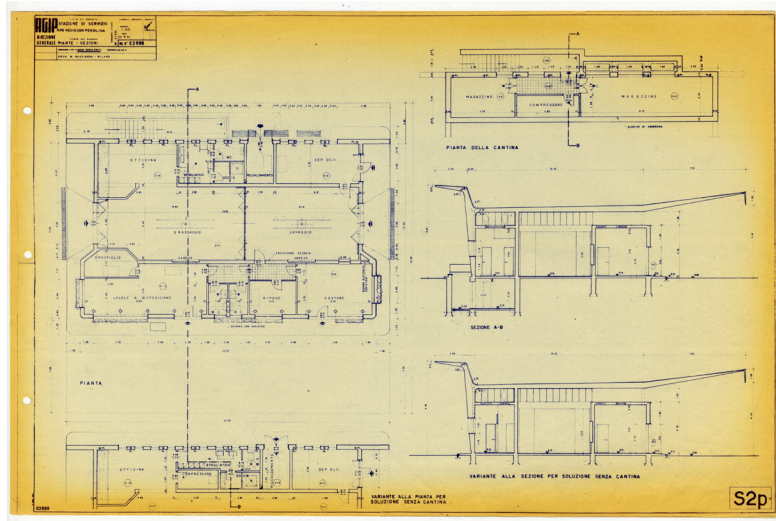


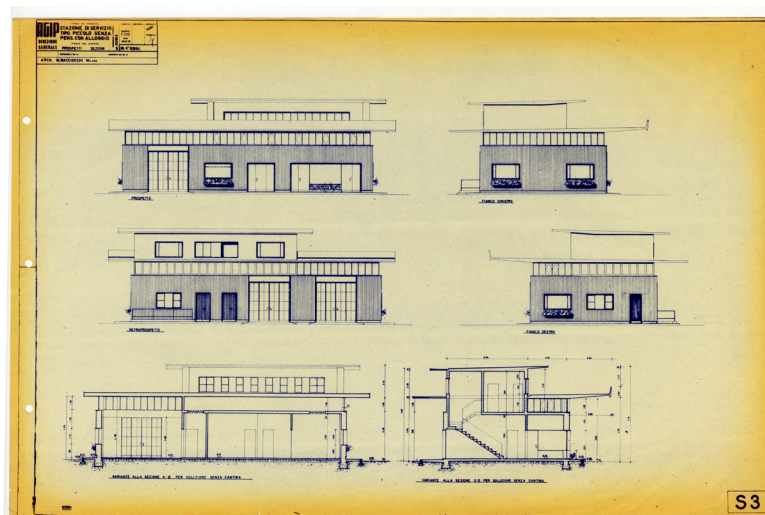
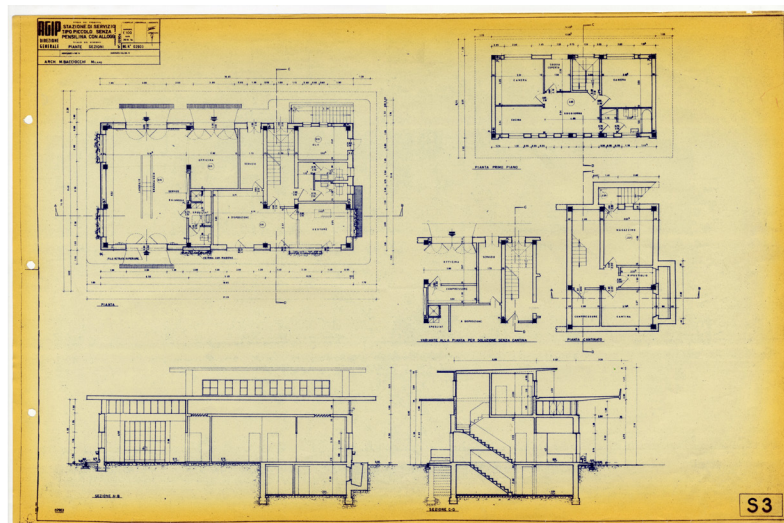


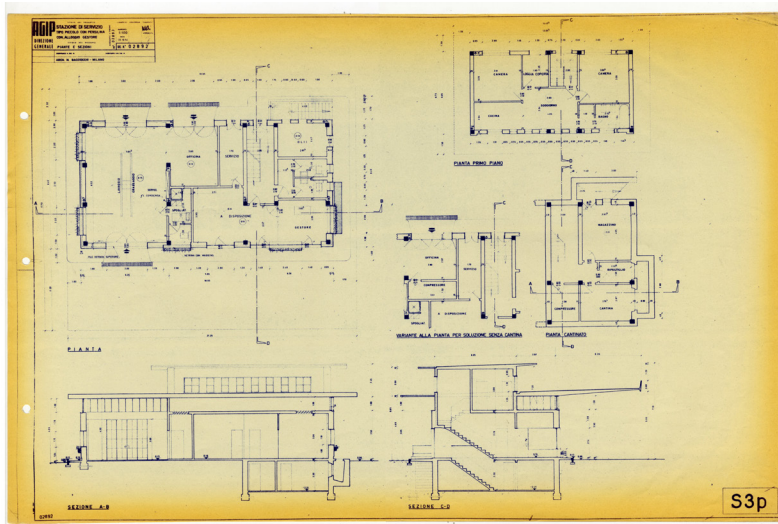
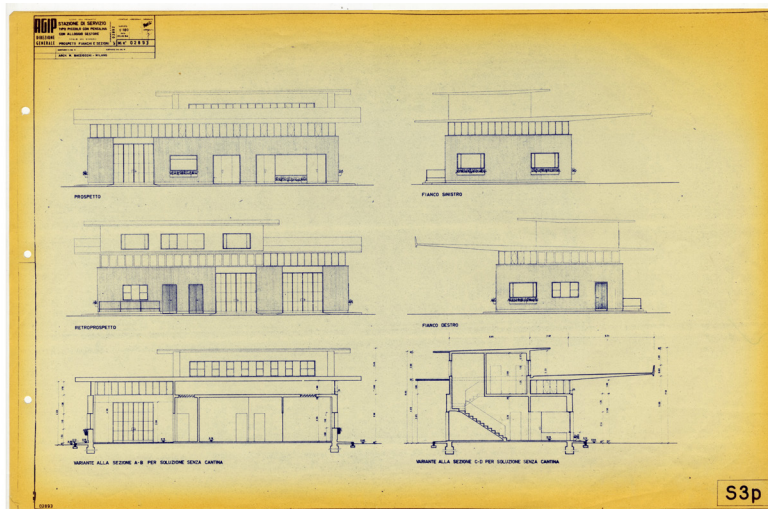


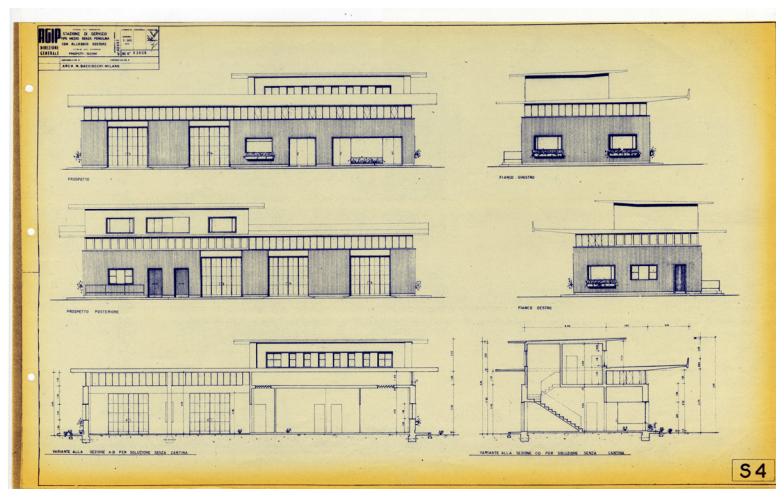
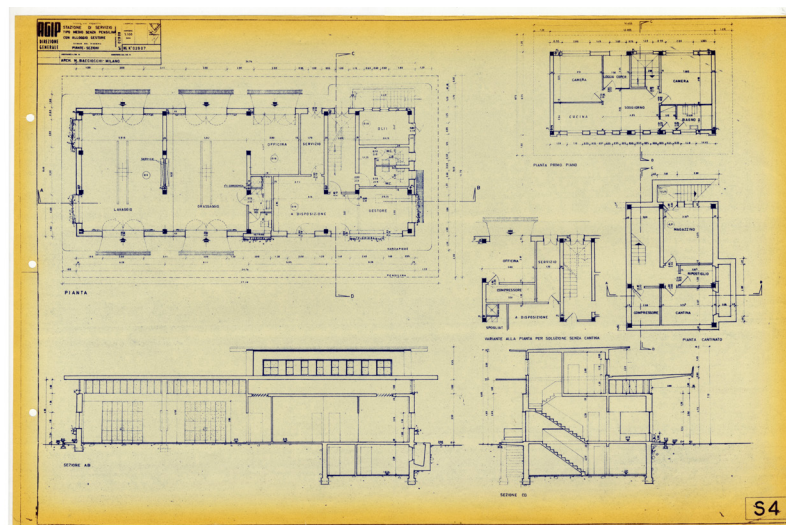


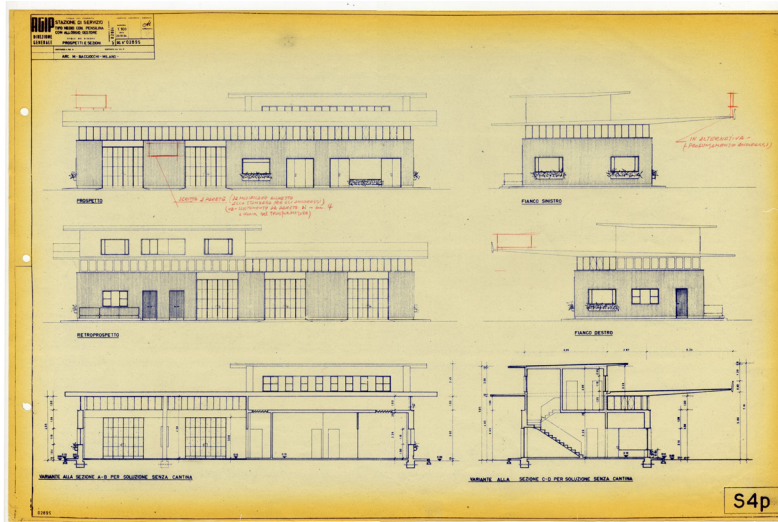
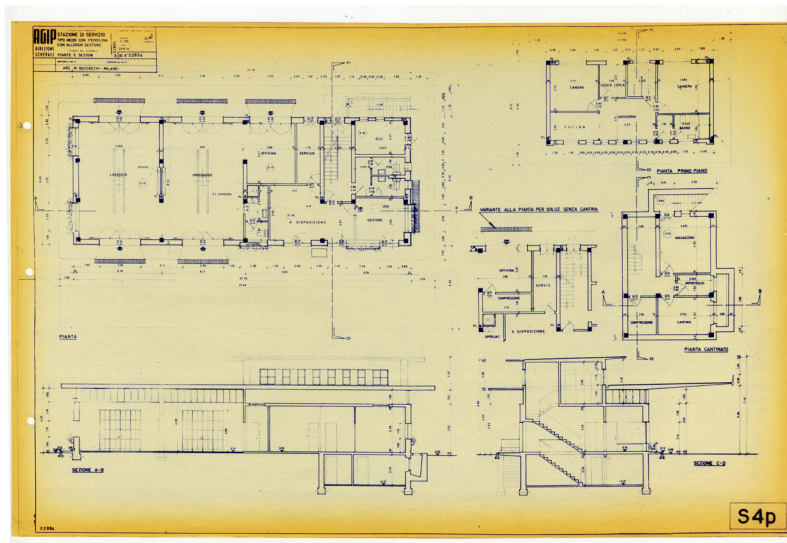


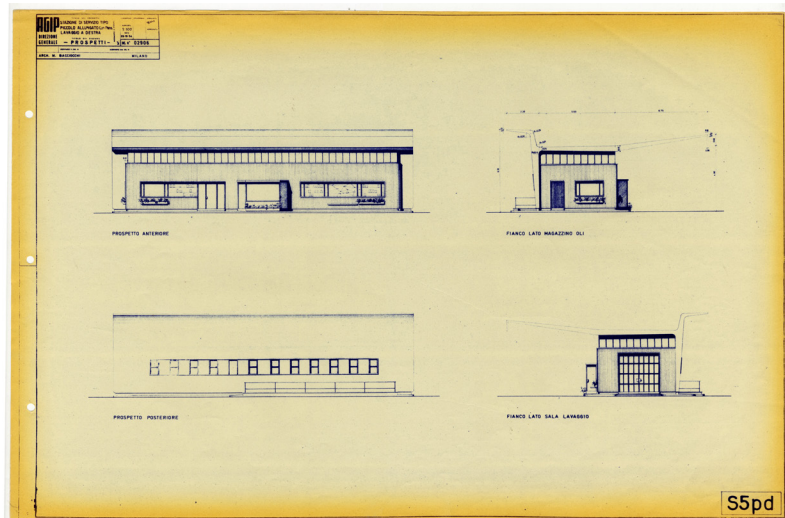
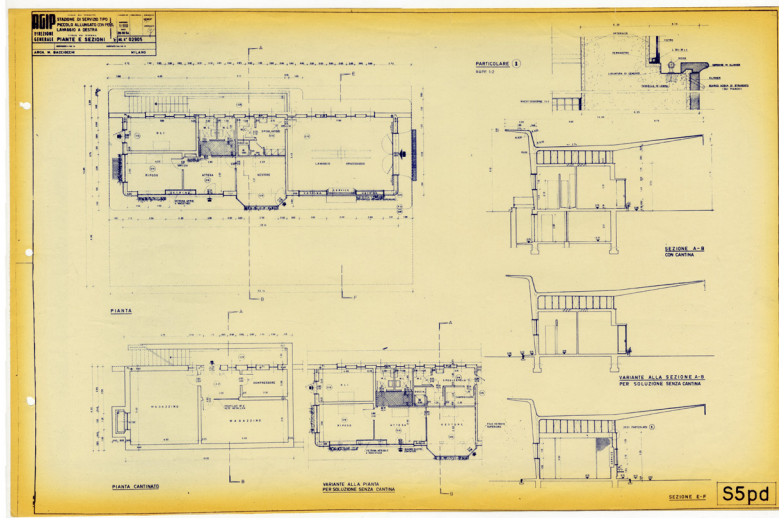


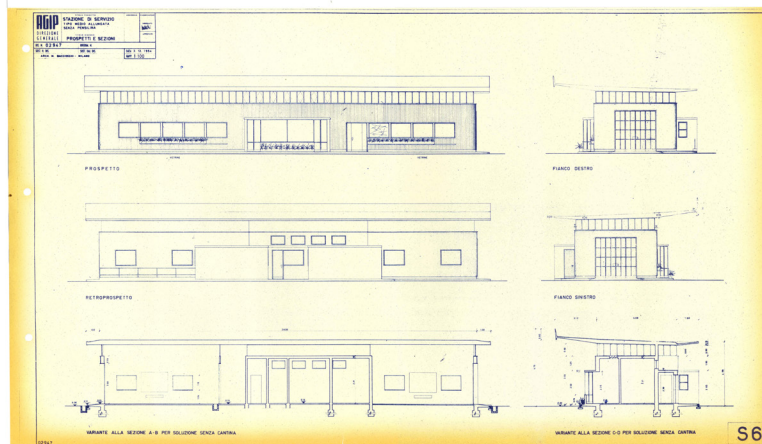
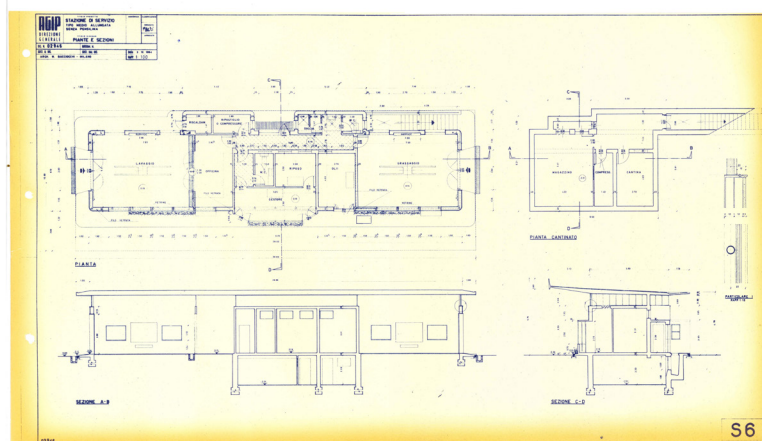


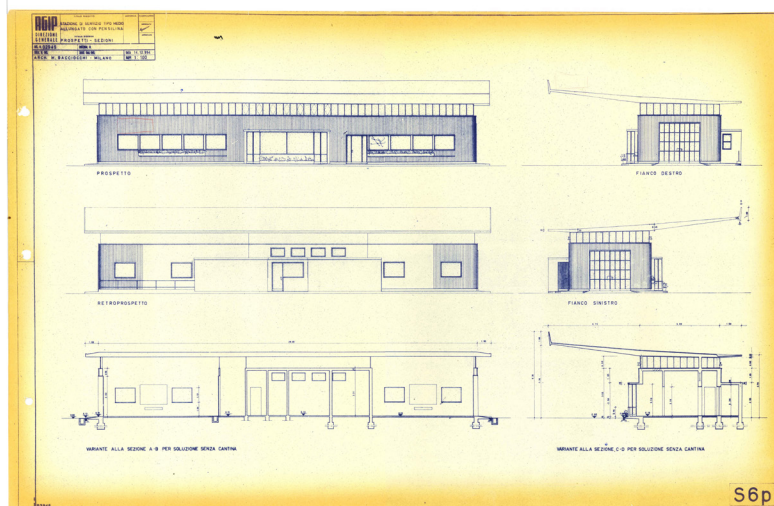
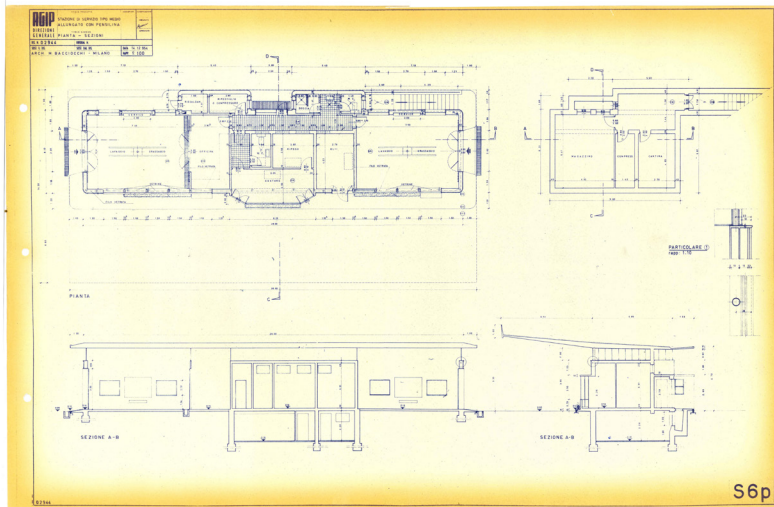


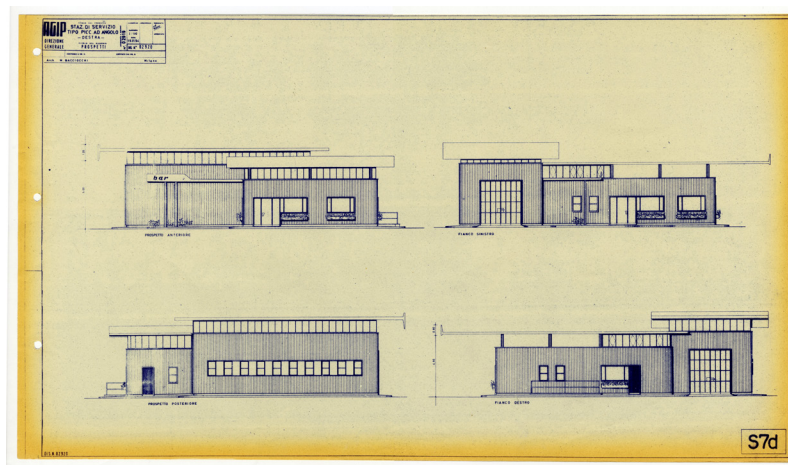
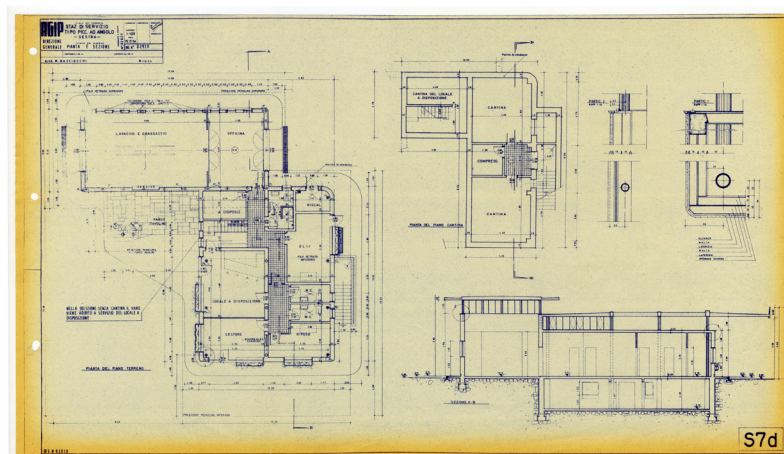


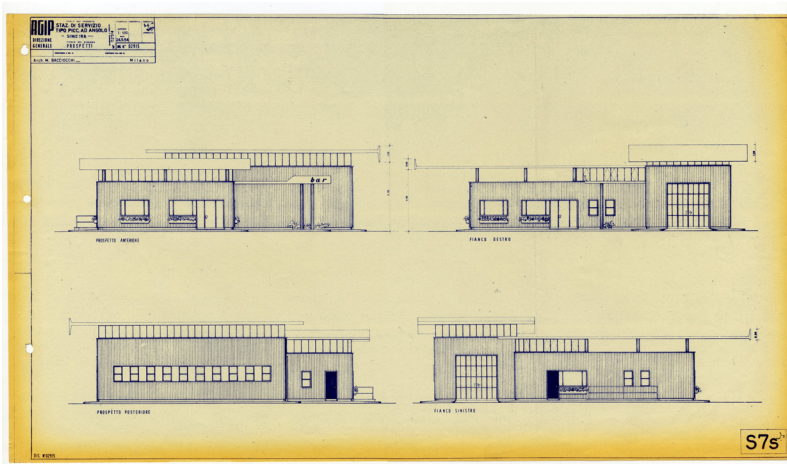
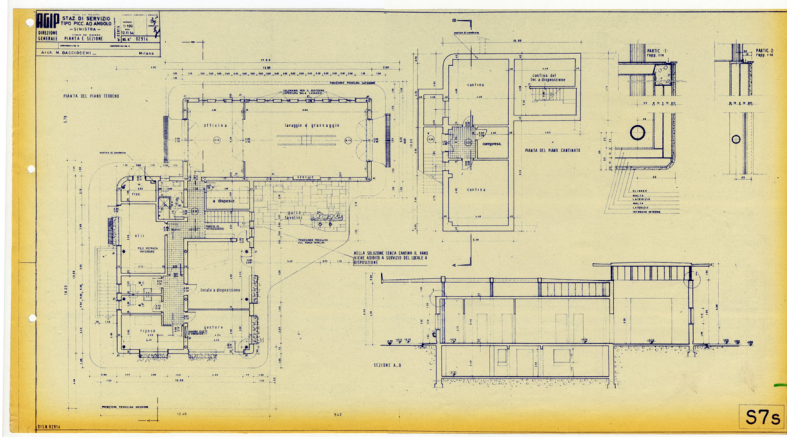


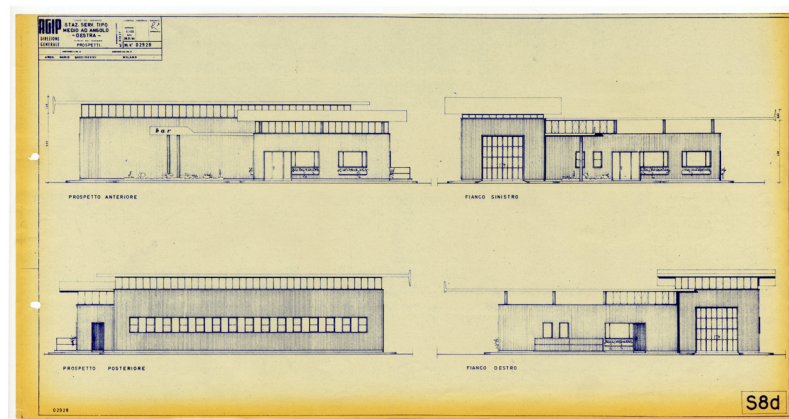
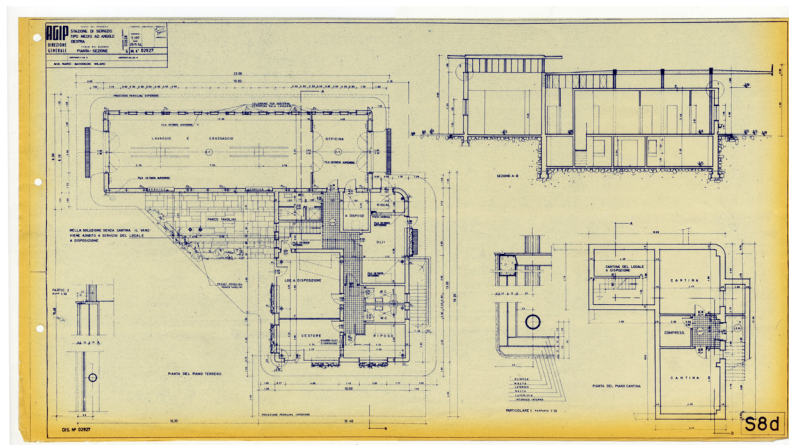


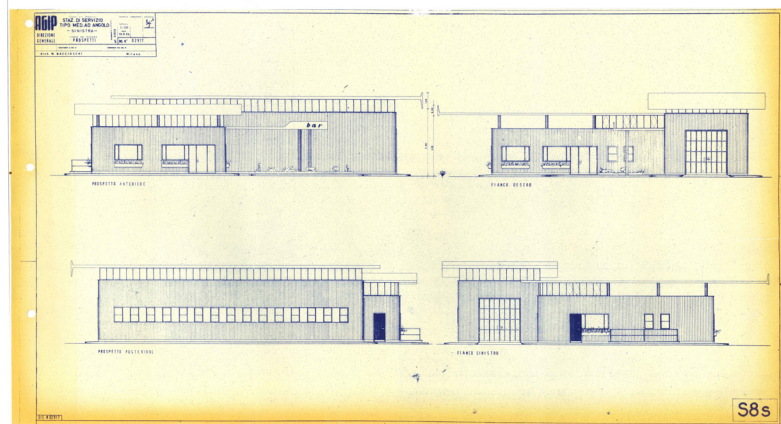
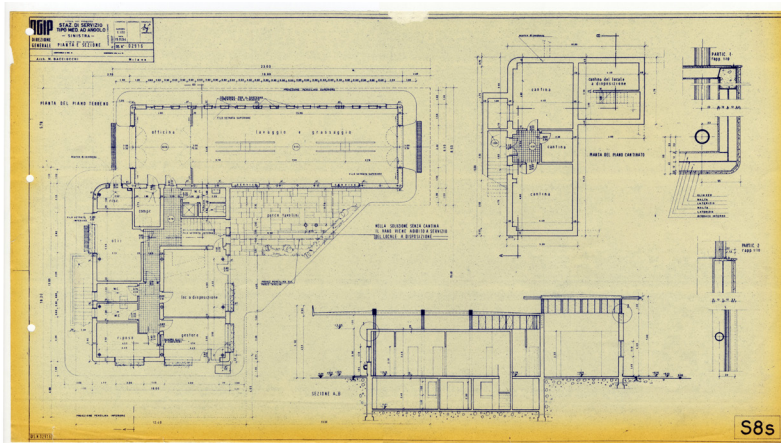


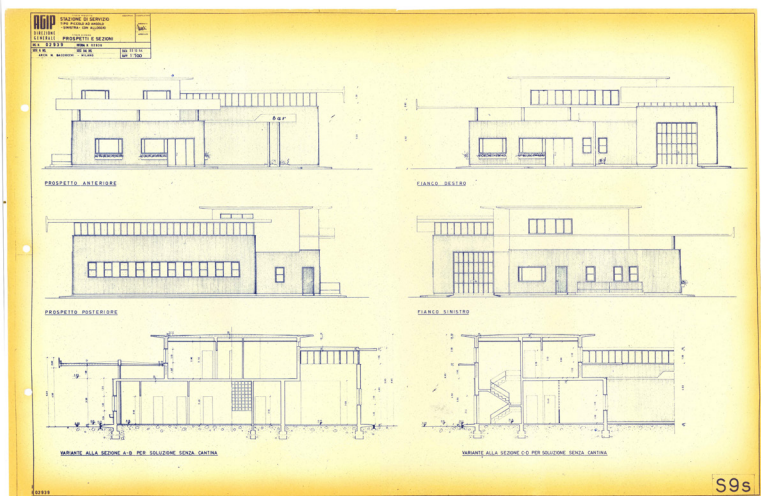
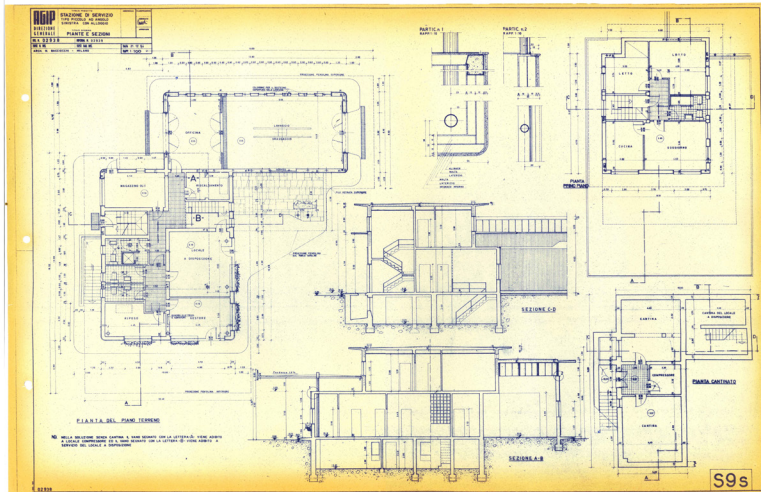


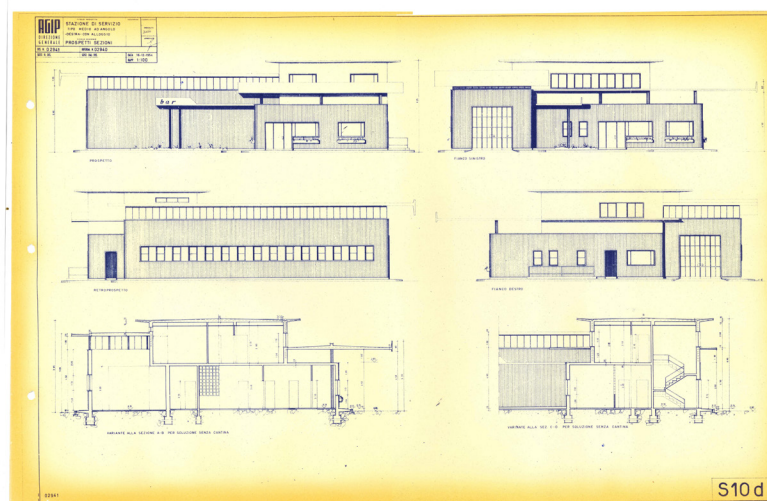
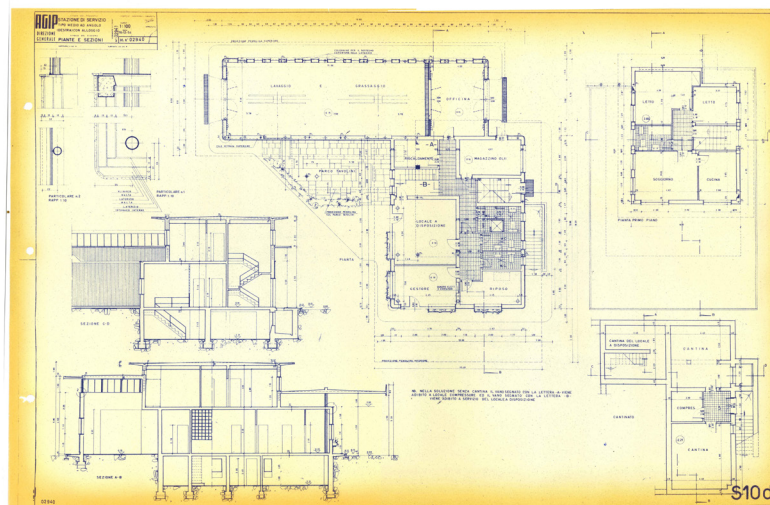


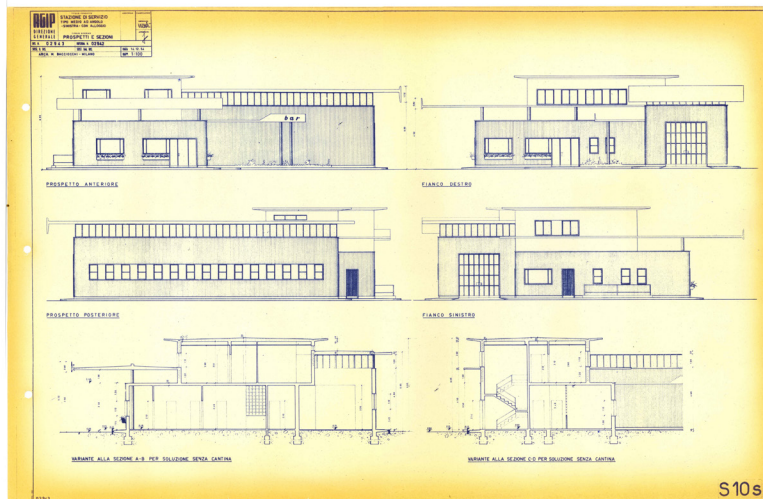
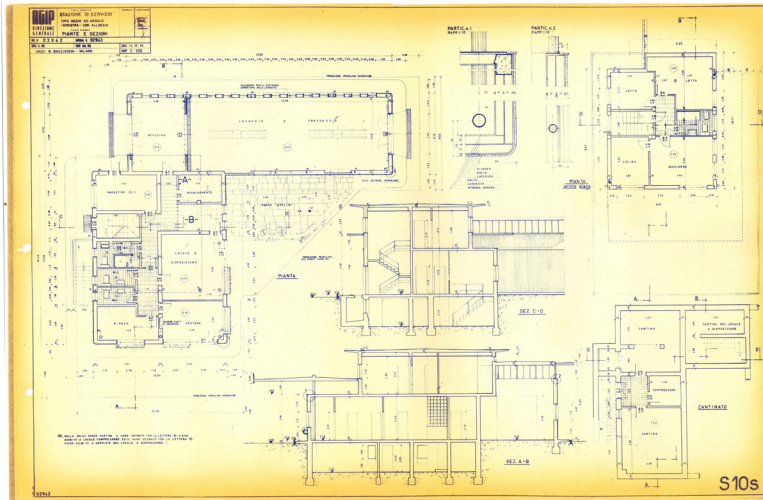


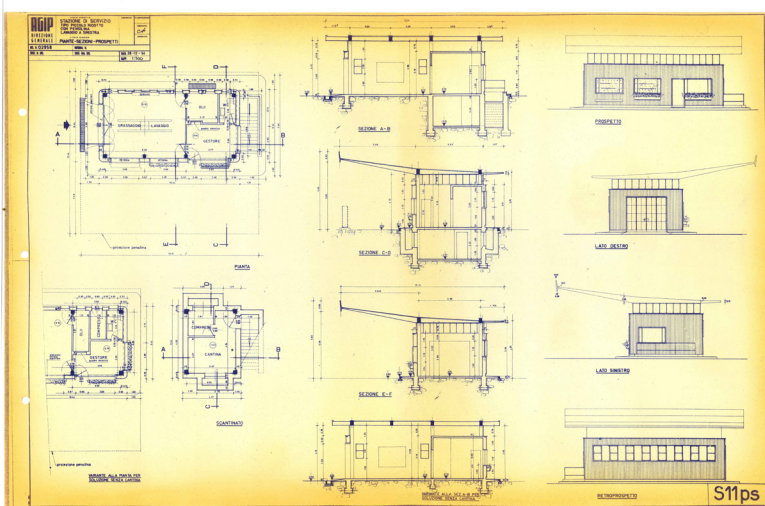
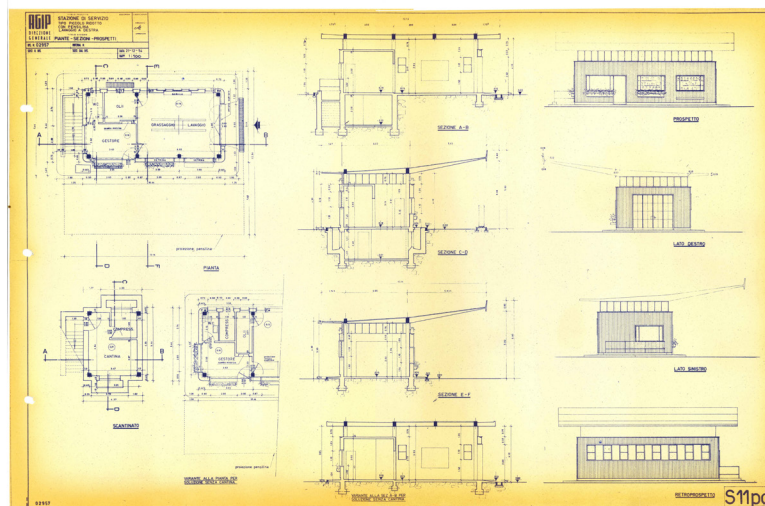


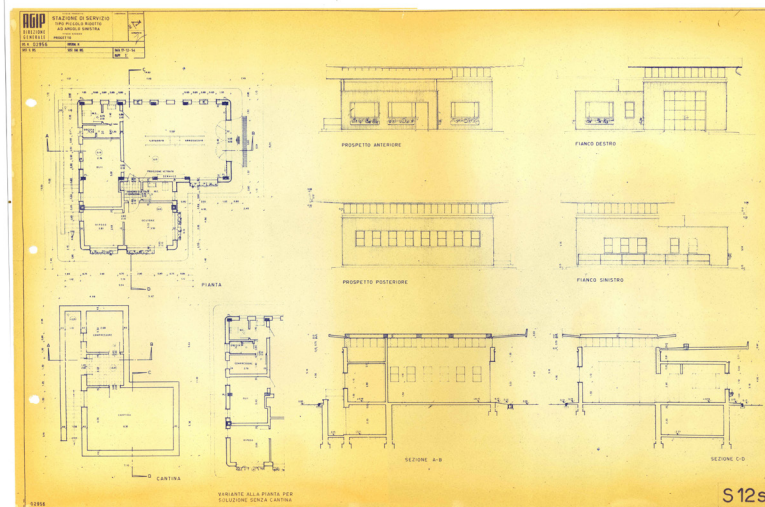












bibliografia

Scritti degli autori

- BAGLIANI, FRANCESCA, a c. di. *Paesaggio: un'esperienza multiculturale: scritti di Bernard Lassus*. Roma: Edizioni Kappa, 2010.
- BEGA, MELCHIORRE. «Negozzi». *Domus: architettura e arredamento dell'abitazione moderna in città e in campagna*, n. 170 (febbraio 1942), pagg. 74-81.
- BIANCHETTI, ANGELO. «L'acciaio nelle aree di servizio autostradali, autogrill e stazioni di servizio». *Acciaio, L'acciaio nell'edilizia alberghiera, negli impianti sportivi, turistici e culturali. Relazioni e interventi al Convegno UISAA organizzato al 6° SAIE. Bologna 16 ottobre 1970*, supplemento, n. 1 (1971), pag. 48-55.
- BIANCHETTI, ANGELO. «Le oasi dell'autostrada». *Quattroruote*, n. 1 (gennaio 1960), pag. 90-98.
- BIANCHETTI, ANGELO, e CESARE PEA. «Architettura pubblicitaria». *Casabella costruzioni: rivista mensile di architettura*, n. 159-160 (aprile 1941), pagg. 96-97.
- BIANCHETTI, ANGELO, e CESARE PEA. *Il negozio*. Milano: Gorlich, 1947.
- LASSUS, BERNARD. «Autostrade A.837 A.83 A.54: aree di sosta A.28 A.85: tracciati france 1989 - 1997». In Maffioletti, Serena, e Stefano Rocchetto, a c. di. *Infrastrutture e paesaggi contemporanei*. Padova: Il poligrafo, 2002, pagg. 96-99.
- LASSUS, BERNARD. «Autostrade e paesaggio». In Ponticelli, Loredana, e Cesare Micheletti, a c. di. *Nuove infrastrutture per nuovi paesaggi*. Milano: Skira, 2003, pagg. 111-128.
- LASSUS, BERNARD. Convegno Internazionale «L'architettura delle strade». Auditorium Parco della Musica, Roma, 2003.
- LASSUS, BERNARD. «Lectio Magistralis: Jardins, paysages, territoires». *Ècole d'architecture de Paris La Villette, primi anni '90*.
- LASSUS, BERNARD. «La rete autostradale e i nuovi valori paesaggistici». *Trasporti & cultura. I trasporti come espressione dell'uomo e della società: storia, architettura, relazioni col territorio, psicologia*, n. 6 La strada come architettura (agosto 2003), pagg. 7-16.
- LASSUS, BERNARD. «Une pente paysagère: l'aire de Nîmes Caissargues». *Mappemonde*, n.1 (1992), pagg. 8-11.
- LASSUS, BERNARD, CHRISTIAN LEYRIT, e MICHEL TOURNIER, a c. di. *Autoroute et paysages*. Paris: Les Editions du Demi-Cercle, 1994.

Testi specifici sui casi studio e sugli autori

- «Case in condominio». *Domus: architettura e arredamento dell'abitazione moderna in città e in campagna*, n. 115 (luglio 1937), pagg. 50-51, 57.
- «Costruzioni». *Domus: architettura e arredamento dell'abitazione moderna in città e in campagna*, n. 118 (ottobre 1937), pagg. 52-53.
- «Due realizzazioni geniali per il “Biscottificio Pavesi” attuate dall'architetto Bianchetti». *Rivista pasticceri e gelatieri*, 1951. Archivio Barilla, fondo Pavesi.
- «Supercortemaggiore la potente benzina italiana, Agipgas il gas liquido del sottosuolo italiano.» *Domus: architettura e arredamento dell'abitazione moderna in città e in campagna*, n. 270 (maggio 1952), pagg. 39-42.
- ACCORINTI, GIUSEPPE. «Ma Enrico Mattei avrebbe meritato anche una laurea H.C. in Architettura?». Appunti del convegno EniWAY. Architettura, arte e città tenutosi a Università Iuav di Venezia nel 2014.
- ACCORINTI, GIUSEPPE. *Quando Mattei era l'impresa energetica. Io c'ero*. Hacca, 2008.
- ALOI, GIAMPIERO. *Ristoranti*. Milano: Hoepli, 1972.
- Autogrill Pavesi*. Settimana Incom, Caleidoscopio, CIAC Compagnia Italiana Attualità Cinematografiche / C1194, 29 dicembre 1959.
- BIANCHI, CLAUDIA. «Bianchetti e Pea: forme creative dell'esporre 1934-1964». Tesi di Laurea in Design degli Interni. Politecnico di Milano - Facoltà del Design, 2010.
- BIANCHI, RICCARDO. «Garage Italia. Un'icona dell'architettura milanese del '900 rinasce grazie a un ambizioso progetto di Lapo Elkann.» *AD: architectural digest: le più belle case del mondo*, n. 437 (dicembre 2017), pagg. 126-34.
- BOAGA, GIORGIO, GIANFRANCO DE ANGELIS, e GIUSEPPE FRANCIA, a c. di. *Aree di sosta e di servizio in Italia. Quaderni di autostrade 21*. Roma: Autostrade, 1973.
- BOTTALE, ITALO, e LUCA BOTTALE, a c. di. *Arch. Mario Bacciocchi. Un architetto del Novecento*. s.l., s.d.
- BRAGAGLIA, ALESSANDRO, BEPPE FINESSI, ANTONIO FORTUGNO, CIRO MARIANI, STEFANO MIRTI, MATTEO PASTORE, e MARIO PEGORARO. «Itinerario 152: stazioni di servizio - Stazioni di servizio, ovvero la tipologia del moderno». *Domus: architettura e arredamento dell'abitazione moderna in città e in campagna*, n. 811 (gennaio 1999), pagg. 131-138.
- CACCIA, SUSANNA. *Architettura in movimento: stazioni di servizio e distributori di carburante: un patrimonio da salvaguardare*. Pisa: ETS, 2009.
- CACCIA, SUSANNA. *Tutela e restauro delle stazioni di servizio*. Milano: Angeli, 2012.
- CEREGHINI, MARIO, e ENRICO A. GRIFFINI. «Tettoie per ricovero di automobili con distributori di carburante». *Rassegna di architettura: rivista mensile di architettura e decorazione* anno VIII, n. XIV (giugno 1936), pagg. 202-205.
- CERRI, SUSANNA. «Architettura di comunicazione.* Cavalli alati, cani a sei zampe e gatti selvatici lungo il “bordo stradale”». *Firenze architettura*, n. 1 (2017), pagg. 138-145.
- CIORRA, PIPPO, a c. di. *Energy: oil and post-oil architecture and grids*. Milano: Electa, 2013.
- COLAFRANCESCHI, SIMONE. *Autogrill: una storia italiana*. Bologna: Il Mulino, 2007.
- CORTOBERALDO, ALESSANDRO. «Quando si mangiava sopra i ponti». *Modo: mensile di informazione sul design*, n. 18 (aprile 1979), pagg. 39-47.
- COULTHARD, TIM. «Northala fields forever». *Landscape Architecture* 99, n. 5 (maggio 2009), pagg. 94-101.
- DE PIERI, FILIPPO, e PAOLO SCRIVANO. «La “sosta consigliata”. Autogrill, mobilità, consumi nell'Italia del dopoguerra». *Parametro: bimestrale di architettura e urbanistica*, n. 256 (2005), pagg. 54-59.
- DESCHERMEIER, DOROTHEA. «Avventure urbanistiche e architettoniche dell'Eni di Enrico Mattei (1953-1962). Tra progetto e strategia aziendale». Tesi di Dottorato di Ricerca in Storia dell'Arte, Università Alma Mater Studiorum di Bologna, 2007.
- DESCHERMEIER, DOROTHEA. *Impero ENI: l'architettura aziendale e l'urbanistica di Enrico Mattei*. Bologna: Damiani, 2008.
- DONZELLI, LUCA. *Lo stile di Bega: opere, progetti, idee di un protagonista del professionismo milanese*. Lodi: Arpeggio libero, 2016.
- FANELLI, ANGELO, DOROTHEA DESCHERMEIER, e GEMINELLO ALVI. *On the road*. Pero (Milano), 24 Ore Cultura, 2011.

- FAVINI, ALDO PIO. «Lettera indirizzata alla prof.ssa Chiara Molina della Facoltà di Architettura Civile del Politecnico di Milano», 27 febbraio 2004.
- GANDOLFI, VINCENZO. Intervista con l'ingegner Sante Tibaldi, 17 maggio 1990. Archivio Storico Eni.
- GANDOLFI, VINCENZO, e GIUSEPPE LOCOROTONDO. Intervista all'ing. Ennio Ghellini Sargenti, 28 marzo 1987. Archivio Storico Eni.
- GARINI, ANGELO. «Angelo Bianchetti: un'architettura "a ponte"». *Frames*, n. 26 (marzo 1990), pagg. 28-33.
- GENTILI, MORENO, a c. di. *On the move: nel passaggio di Autogrill*. Skira impresa. Milano: Skira, 2007.
- GIARRATANA, ALFREDO. «Agip, I nostri Motel sulle strade d'Italia». *Il Gatto Selvatico* supplemento, n. 6 (giugno 1959), pag. 31.
- GIOLLI, RAFFAELLO. «L'opera di Melchiorre Bega». *Casabella: rivista di architettura e di tecnica*, n. 119 (novembre 1937), pagg. 6-9.
- GONIZZI, GIANCARLO, a c. di. *L'Italia dei Pavolini: cinquant'anni di pubblicità e comunicazione Pavini*. Cinisello Balsamo: Silvana, 1997.
- GRECO, LAURA. *Architetture autostradali in Italia: progetto e costruzione negli edifici per l'assistenza ai viaggiatori*. Roma: Gangemi, 2010.
- IARRERA, ROSARIA ANNA. *Autostrade come progetto di paesaggio*. Roma: Gangemi, 2004.
- LANDOLFI, ANNA. Intervista al ragioniere Sestilio D'Angelo, 12 febbraio 2014. Archivio Storico Eni.
- LANDOLFI, ANNA. Intervista all'ingegnere Ennio Ghellini Sargenti, 6 febbraio 2014. Archivio Storico Eni.
- LEMOINE, BERTRAND. «I ponti autogrill». *Rassegna: problemi di architettura dell'ambiente*, n. 48 (dicembre 1991), pag. 47.
- MARCHETTI, ANDREA. «Studi e realizzazioni di impianti tecnici nel campo urbanistico e architettonico. Stazioni di servizio per autoveicoli». *L'ingegnere*, n. 5 (1949), pagg. 497-508.
- MATTEINI, TESSA. «Play-highway. Northala Fields». *Architettura del paesaggio: notiziario AIAPP*, n. 22 (giugno 2010), pagg. 66-69.
- MUZIO, GIOVANNI. «Stazione di servizio e garage-officina in Lodi». *Rassegna di architettura: rivista mensile di architettura e decorazione* anno VI, n. XIII (1934), pagg. 392-393.
- PALANTI, GIANCARLO. «Notizie biografiche». In Albini, Franco, Giancarlo Palanti, e Anna Castelli, a c. di. *Giuseppe Pagano Pogatschnig: architetture e scritti*. Milano: Editoriale Domus, 1947.
- PERSICO, EDOARDO. «Razionalismo di Muzio». *Casabella: rivista mensile di architettura e tecnica* VII, n. 80 (agosto 1934), pagg. 36-37.
- SAVORRA, MASSIMILIANO. «Il lusso borghese negli anni 30: i negozi di Melchiorre Bega». *Casabella: rivista mensile di architettura e tecnica*, n. 878 (dicembre 2017), pagg. 26-34.
- SHALMANESER, JAKOB, e SUSANNA GUALAZZINI, a c. di. *Hommage à Bacciocchi*. Piacenza: Biffi Arte, 2014.
- VENTURI FERRIOLO, MASSIMO. *Paesaggi rivelati: passeggiare con Bernard Lassus*. Milano: Guerini e Associati, 2006.
- ZIRONI, STEFANO. *Melchiorre Bega architetto*. Ruota della fortuna. 3. ser. Milano: Domus, 1983.

Testi che affrontano il tema in modo tangenziale

- «Impianti di segnaletica e pubblicità presentati al giudizio di esperti e giornalisti». *Autostrade: rivista di tecnica e di informazioni autostradali*. Pubblicazione mensile della Soc. Concessioni e costruzioni autostrade, n. 3 (1961).
- «Italian Luxury for Export and Those at Home, Too». *Life International*, 26 settembre 1960, pag. 17.
- «Cantagallo-city». *Nazione Sera*, Firenze, 10 dicembre 1962.
- «Gli "auto-grill": osi sull'asfalto». *L'automobile*, 24 gennaio 1960.
- «Planning Techniques For New and Remodeled Buildings: Service Stations». *The Architectural Forum*, n. 66 (febbraio 1937), pag. 86.
- «Revue pétrolifère». *Revue pétrolifère*, 5 ottobre 1929.
- APPLEYARD, DONALD, KEVIN LYNCH, e JOHN RANDOLPH MYER. *The View from the Road*. Cambridge, MA: The Massachusetts Institute Technology, 1965.

BIBLIOGRAFIA

- ARBASINO, ALBERTO. *La bella di Lodi*. Gli Adelphi 215. Milano: Adelphi, 2002.
- AUGÉ, MARC. *Nonluoghi: introduzione a una antropologia della surmodernità*. Milano: Elèuthera, 2009.
- BARBIERI, PEPE, a c. di. *Infraspazi*. Roma: Meltemi, 2006.
- BASSI, ALBERTO. *Food design in Italia: progetto e comunicazione del prodotto alimentare*. Milano: Electa architettura, 2015.
- BERTI, FRANCESCO. «I segreti del “benzinaio”». *Il Gatto Selvatico*, n. 3 (marzo 1956), pag. 10.
- BEVILACQUA, GIUSEPPE. *La Tribuna*. 23 settembre 1924.
- BIANCHI, VITTORIO, e MASSIMO FOSSATI. *I punti vendita di carburanti. Guida pratica della regolamentazione tecnico-giuridica ed amministrativa per l'installazione e l'esercizio commerciale dei distributori di carburanti*. Genova: Edigraphica, 1967.
- BIANCHINO, GLORIA, e DARIO COSTI, a c. di. *Cantiere Nervi. La costruzione di un'identità: storie, geografie, paralleli*. Quaderni dello CSAC. Milano: Skira, 2012.
- BOCCA, GIORGIO. *La scoperta dell'Italia*. Libri del tempo Laterza. Bari: Laterza, 1963.
- BOURDON, DAVID. «Ruscha as Publisher [or All Booked up]». In Ed Ruscha e Alexandra Schwartz. *Leave any information at the signal: writings, interviews, bits, pages*. Cambridge MA: The MIT Press, 2004.
- BRILLI, ATTILIO. *La vita che corre: mitologia dell'automobile*. Intersezioni. Bologna: Il Mulino, 1999.
- BRILLI, ATTILIO. *Il viaggio in Italia: storia di una grande tradizione culturale*. Biblioteca storica. Bologna: Il Mulino, 2006.
- CAMPONOGARA, CLAUDIO. «Metanopoli: la città dei tecnici». *Rassegna: problemi di architettura dell'ambiente*, n. 70 (1997), pagg. 54-57.
- CAVAZZA, STEFANO, e EMANUELA SCARPELLINI, a c. di. *La rivoluzione dei consumi: società di massa e benessere in Europa: 1945-2000*. Bologna: Il Mulino, 2010.
- CODELUPPI, VANNI. *Lo spettacolo della merce: i luoghi del consumo dai passages a Disney world*. Milano: Bompiani, 2000.
- DE MATTIA, FERNANDO. «L'importanza dei distributori nella vendita dei carburanti». *La Rivista italiana del petrolio*, 1953, pag. 36.
- FABRIS, GIAMPAOLO. *Il nuovo consumatore: verso il postmoderno. Impresa, comunicazione, mercato*. Milano: F. Angeli, 2003.
- GALLI, GIORGIO. «Ospitali come le vecchie locande i modernissimi Motel». *Il Gatto Selvatico*, n. 6 (giugno 1957), pag. 11-13.
- GIUSTI, GRAZIA. «Committenza illuminata». *Modulo: edilizia industrializzata e tecnologie in progresso*, n. 243 (agosto 1998), pag. 628.
- GORGOLINI, LUCA. *L'Italia in movimento: storia sociale degli anni Cinquanta*. Milan, Italy: Mondadori, 2013.
- GREGOTTI, VITTORIO. «L'architettura della strada». *Casabella: rivista mensile di architettura e tecnica*, n. 537 (agosto 1987), pagg. 2-3.
- GRASSI, DECIO, e GUIDO FISOGNI, a c. di. *Benzina*. Milano: Electa, 1994.
- GRUEN, VICTOR. «Il commercio al dettaglio e l'automobile». *Casabella-continuità: rivista internazionale di architettura e urbanistica*, n. 257 (novembre 1961), pagg. 25-28.
- GUNDLE, STEPHEN. «L'americanizzazione del quotidiano: televisione e consumismo nell'Italia degli anni cinquanta». *Quaderni storici* 62, a. XXI, n. 2 (2 agosto 1986).
- JAKLE, JOHN A., e KEITH A. SCULLE. *The gas station in America. Creating the North American landscape*. Baltimora: The Johns Hopkins University Press, 1994.
- LEONI, FULVIO. «Interferenze progettuali o progetto?» *Gomorra: territori e culture della metropoli. Quadrimestrale di architettura urbanistica arte antropologia sociologia* 1, n. 1 (febbraio 1998), pag. 16.
- LIEBS, CHESTER H. *Main Street to Miracle Mile: American Roadside Architecture*. Baltimore ; London: Johns Hopkins University, 1995.
- LOWE, LUCY. «Service station as an Asset to the City». *The American City* 25, gostoagosto 1921), pag. 153.
- LUCAS, WALTER. «La straordinaria avventura dei Motel in America». *Il Gatto Selvatico*, n. 05 (maggio 1958), pagg. 18-19.
- MAGNANI, CARLO. «Infrastrutture e progetto del paesaggio». In Albrecht, Benno, Marco Biraghi, e Alberto Ferlenga, a c. di. *L'architettura del mondo: infrastrutture, mobilità, nuovi paesaggi*. Bologna: Compositori, 2012.
- MENDUNI, ENRICO. *L'autostrada del Sole*. Bologna: Il Mulino, 1999.

- MORONE, ALFONSO. «La ristorazione autostradale italiana nel dopoguerra: progetto e comunicazione tra spazi del consumo e cibo industriale». *AIS/Design. Storia e Ricerche*, n. 5 speciale expo (2014).
- PARRELLA, MICHELE. «Stazioni di servizio. Crocevia della vita moderna». *Il Gatto Selvatico A. II*, n. 6 (giugno 1956), pagg. 12-13.
- PASCAL, DOMINIQUE. *Stations-service*. Paris: Editions Techniques pour l'Automobile et l'Industrie, 1999.
- PICCOLO, FRANCESCO. «Tempo di percorrenza troppo lungo». In *L'Italia spensierata*, Roma/Bari: Laterza, 2007.
- POZZI, DANIELE. *Dai gatti selvaggi al cane a sei zampe: tecnologia, conoscenza e organizzazione nell'AGIP e nell'ENI di Enrico Mattei*. Venezia: Marsilio, 2009.
- RELPH, EDWARD. *Place and placelessness. Research in planning and design*. Londra: Pion, 1976.
- RITZER, GEORGE. *Il mondo alla McDonald's*. Bologna: Il mulino, 1997.
- RITZER, GEORGE. *La religione dei consumi: cattedrali, pellegrinaggi e riti dell'iperconsumismo*. Incontri. Bologna: Il Mulino, 2000.
- SCHROEDER, RICHARD C. «Brand Identification Is Taking on a Professional Look». *National Petroleum News*, n. 48 (novembre 1956), pagg. 90-93.
- SCODELLER, DARIO. *Negozi: l'architetto nello spazio della merce*. Milano: Electa, 2007.
- SOMPAIRAC, ARNAUD. *Stations-service*. Parigi: Centre Georges Pompidou, 1993.
- VAHLEFELD, ROLF. *Garagen- und Tankstellenbau: Anlage, Bau, Ausstattung. Handbuecher zur Bau- und Raumgestaltung*. Monaco: Callwey, 1953.
- VIEYRA, DANIEL I. *Fill 'er Up: An Architectural History of America's Gas Stations*. New York: Macmillan Pub Co, 1979.
- ZUCCONI, GUIDO. «La città aziendale: Metanopoli nella strategia del Gruppo Eni». *Storia urbana: rivista di studi sulle trasformazioni della città e del territorio in età moderna*, n. 34 (marzo 1986), pagg. 211-34.

Bibliografia generale

- «Planning Techniques For New and Remodeled Buildings: Service Stations». *Architectural Forum*, n. 66 (febbraio 1937), pag. 86.
- ABRUZZESE, ALBERTO. «Estreme sopravvivenze del moderno». *Gomorra: territori e culture della metropoli. Quadrimestrale di architettura urbanistica arte antropologia sociologia* 1, n. 1 (febbraio 1998), pagg. 11-15.
- ABRUZZESE, ALBERTO. *Forme estetiche e società di massa: arte e pubblico nell'età del capitalismo*. 3. Ed. Venezia: Marsilio, 1992.
- ALBINI, FRANCO. «Le mie esperienze di architetto nelle esposizioni in Italia e all'estero. Lezione per l'inaugurazione dell'anno accademico 1954-55 all'Istituto Universitario di Architettura di Venezia». *Casabella: rivista mensile di architettura e tecnica*, n. 730 (febbraio 2005), pagg. 9-11.
- AGUSTONI, ALFREDO. *Sociologia dei luoghi ed esperienza urbana*. Collana di sociologia. Milano: F. Angeli, 2000.
- BANHAM, REYNER. *Los Angeles: l'architettura di quattro ecologie*. Genova: Costa & Nolan, 1983.
- BANHAM, REYNER. «The Italian Retreat from Modern Architecture». *Architectural Review* 125, n. 747 (aprile 1959), pagg. 231-35.
- BAROLINI, ANTONIO. «L'organizzazione dei centri di vendita in America». *Comunità: giornale mensile di politica e cultura*, n. 67 (febbraio 1959), pagg. 62-66.
- BAUDELAIRE, CHARLES. *Il pittore della vita moderna*. Fiori blu. Venezia: Marsilio, 2002.
- BAUDRILLARD, JEAN. *L'America*. Milano: Feltrinelli, 1988.
- BIRAGHI, MARCO. «Dal punto di vista dell'architettura. Il Novecento delle infrastrutture». In Albrecht, Benno, Marco Biraghi, e Alberto Ferlenga, a c. di. *L'architettura del mondo: infrastrutture, mobilità, nuovi paesaggi*. Bologna: Compositori, 2012.
- BONELLI, RENATO. «Le autostrade in Italia». *Comunità: giornale mensile di politica e cultura*, n. 86 (gennaio 1961), pagg. 3-9.
- CACCIARI, MASSIMO. *La città*. Al di là del detto. Verrucchio: P. G. Pazzini, 2009.
- CANONICI, ALDO. «Cannocchiale. Pubblicità e inconscio». *Comunità: giornale mensile di politica e cultura*, n. 60 (giugno 1958), pagg. 16-18.

BIBLIOGRAFIA

- CARAVAGGI, LUCINA, SUSANNA MENICHINI, e ROSARIO PAVIA. *Strade paesaggi*. Roma: Meltemi, 2004.
- CHOAY, FRANÇOISE. *Espacements: figure di spazi urbani nel tempo: l'evoluzione dello spazio urbano in Francia*. A cura di Ernesto D'Alfonso. Milano: Skira, 2003.
- CLEMENTI, ALBERTO. *Infrascapa. Infrastrutture e paesaggio - Infrastructure and the landscape*. Firenze: Mandragora, 2003.
- CLEMENTI, ALBERTO, e ROSARIO PAVIA. *Territori e spazi delle infrastrutture*. Ancona: Transeuropa, 1998.
- CORBOZ, ANDRÉ. «Il territorio come palinsesto». In id. *Ordine sparso: saggi sull'arte, il metodo, la città e il territorio*. A cura di Paola Viganò e Bernardo Secchi. Milano: Franco Angeli, 1998.
- COSTA, ARTURO. «Autostrade in cantiere». *Esso* a. XI, n. 2 (aprile 1958), pagg. 18-21
- CRAINZ, GUIDO. *Storia del miracolo italiano: culture, identità, trasformazioni fra anni Cinquanta e Sessanta*. Roma: Donzelli, 1996.
- DARDI, COSTANTINO. «Spazio della macchina e paesaggio dell'industria». In id. *Architetture in forma di parole*. A cura di Michele Costanzo. Quodlibet studio. Città e paesaggio. Macerata: Quodlibet, 2009.
- DESIDERI, PAOLO. *La città di latta: favelas di lusso, autogrill, svincoli stradali e antenne paraboliche*. Genova: Costa & Nolan, 1995.
- DESIDERI, PAOLO, MASSIMO ILARDI, e ALDO AYMONINO, a c. di. *Attraversamenti: i nuovi territori dello spazio pubblico*. Ricontri saggistica. Genova: Costa & Nolan, 1997.
- DESIDERI, PAOLO, e ANDREA MAMMARELLA. *International style? Alle origini del contemporaneo*. Roma: Meltemi, 2004.
- DE VITO, CARLO. «La stazione Tiburtina e la Roma del futuro». *Roma Stazione Tiburtina allegato a Area: rivista bimestrale di architettura*, n. 76 (ottobre 2004), pagg. 8-9.
- DORFLES, GILLO. *L'intervallo perduto*. Saggi. Torino: Einaudi, 1980.
- DORFLES, GILLO. *Simbolo, comunicazione, consumo*. Milano: Einaudi, 1962.
- FAUCONNET, FRANÇOIS, BRIGITTE FITOUSSI, e KARIN LEOPOLD, a c. di. *Les boutiques à Paris : vitrines d'architectures*. Parigi : Éditions du Pavillon de l'Arsenal : Picard, 1997.
- FOUCAULT, MICHEL. *Spazi altri: i luoghi delle eterotopie*. A cura di Salvo Vaccaro. Milano; Udine: Mimesis Edizioni, 2011.
- FRANKEL, PAUL H. *Petrolio e potere: Enrico Mattei*. Nostro tempo. Firenze: La nuova Italia, 1970. Frost, Harry T. «Prize-Winning Design in the Biscayne Boulevard Competitions». *The American City* 35, n. 6 (dicembre 1926), pag. 837.
- GEDDES, NORMAN BEL. *Magic motorways*. New York: Random house, 1940.
- HITCHCOCK, HENRY-RUSSELL, e PHILIP JOHNSON. *The International Style; with a new foreword and appendix by Henry-Russell Hitchcock*. New York: W. W. Norton, 1966.
- ISNENGGI, MARIO, e ERSILIA ALESSANDRONE PERONA, a c. di. *I luoghi della memoria. Simboli e miti dell'Italia unita*. Storia e società. Roma; Bari: Laterza, 1996.
- LACORAZZA, GIANNI, e GIUSEPPE LUPO, a c. di. *L'anima meccanica: le visite in fabbrica*. In «Civiltà delle macchine» (1953-1957). Roma: Avagliano, 2008.
- LANINI, LUCA. *L'elogio della velocità: infrastrutture, architetture, paesaggio nell'età dell'automobile*. Napoli: Edizioni scientifiche italiane, 2001.
- LANZANI, ARTURO. *In cammino nel paesaggio: questioni di geografia e urbanistica*. Studi superiori. Roma: Carocci, 2011.
- LE CORBUSIER & JANNERET, PIERRE. *œuvre complete 1934-1938*, Zurigo : Les Edit'ons d'Architecture, 1939.
- MAGNANI, CARLO. «Per una genealogia delle tecniche di progetto». *Casabella: rivista mensile di architettura e tecnica*, n. 739-740 (dicembre 2005), pagg. 60-61.
- MANN, THOMAS. *La montagna incantata*. Milano: Dall'Oglio, 1991.
- MENDELSON, ERICH. «Das neuzeitliche Geschäftshaus, 1929». In Stephan, Regina, a c. di. *Erich Mendelsohn: 1887-1953*. Milano: Electa, 2004.
- Ministero dell'A.I., a c. di. *La Costruzione dell'Impero. L'opera dell'Italia in A.O.I. dopo la conquista dell'Etiopia*. Gli Annali dell'Africa Italiana. Milano: Mondadori, 1940.
- MORELLI, EMANUELA. *Disegnare linee nel paesaggio: metodologie di progettazione paesistica delle grandi infrastrutture viarie*. Firenze university press, 2005.

- NICOLIN, PAOLA. «L'arte di quelli che qui chiamiamo designer». *Abitare: rivista mensile*, n. 512 (2011), pagg. 71-78.
- OLMO, CARLO. «Conoscere, riconoscere e il disagio della scoperta». *Firenze architettura*, n. 1 (2017), pagg. 4-7.
- PAPADIA, ELENA. *La Rinascente. L'identità italiana*. Bologna: Il mulino, 2005.
- PERRONE, NICO. *Enrico Mattei. L'identità italiana*. Bologna: Il Mulino, 2001.
- P.R.B. «The Face of the Miracle». *The architectural review* 783, n.aggionaggio 1962), pagg. 359-361.
- RIGHETTI, PAOLO. «Committenti d'architettura». *Modulo: edilizia industrializzata e tecnologie in progresso*, n. 233 (agosto 1997), pagg. 630-33.
- ROMANO, GIUSEPPE. *Novara: la prima area di ristoro autostradale: storia, abitudini, architetture della sosta in viaggio dal grill Pavesi a Chef Express*. Milano: F. Angeli, 2017.
- ROSSI, UGO. «Imparare dalla strada. Autopia vs distopia». *Firenze architettura*, n. 1 (2017), pagg. 154-61.
- SANT'ELIA, ANTONIO. *L'architettura futurista: manifesto*. Milano: Direzione del Movimento futurista, 1914.
- SECCHI, BERNARDO. «Lo spessore della strada». *Casabella «Sulla strada/About roads»*, n. 553-554 (1999), pagg. 38-41
- SECONDULFO, DOMENICO. «Bottega e ipermercato: luoghi e non luoghi del consumo». In Triani, Giorgio, a c. di. *Casa e supermercato: luoghi e comportamenti del consumo*. Milano: Elèuthera, 1996.
- SNOW, CHARLES P. *Le due culture*. Milano: Feltrinelli, 1964.
- STEPHAN, REGINA, a c. di. *Erich Mendelsohn: 1887-1953*. Milano: Electa, 2004.
- TAFURI, MANFREDO. *Storia dell'architettura italiana, 1944-1985*. Piccola biblioteca Einaudi. Torino: Einaudi, 1986.
- TIBALDI, GIANNI. «I consumi alimentari in Italia». *Comunità: giornale mensile di politica e cultura*, n. 115 (dicembre 1963), pagg. 37-43.
- TREU, MARTIN. *Signs, streets, and storefronts: a history of architecture and graphics along America's commercial corridors*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 2012.
- TURRI, EUGENIO. *Il paesaggio come teatro: dal territorio vissuto al territorio rappresentato*. Venezia: Marsilio, 1998.
- VENOSA, MATTEO. «Voce "Integrare" del Lessico». In Isola, Aimaro, a c. di. *INFRA manuale: forme insediative e infrastrutture*. Venezia: Marsilio, 2002. pag. 298
- VENTURI, ROBERT. *Imparare da Las Vegas: il simbolismo dimenticato della forma architettonica*. A cura di Manuel Orazi. Tradotto da Maurizio Sabini. Macerata: Quodlibet, 2010.
- WENDERS, WIM. *Latto di vedere. The Act of Seeing*. Milano: Ubulibri, 2002.
- WRIGHT, FRANK LLOYD. *The future of architecture*. New York: Horizon, 1953.
- ZEVİ, BRUNO. «Archigram Beat. Inventano l'Instant City». *Cronache di Architettura XIV*, n. 768 (1970).
- ZOLA, ÉMILE. *Al paradiso delle signore*. Milano: Rizzoli, 2000.

Altre fonti

- CONTE, PAOLO. *La Topolino amaranto*. Vol. Paolo Conte. RCA italiana, 1975.
- EMMER, LUCIANO. *Domenica d'agosto*. 88 min, B/N, Commedia, 1950.
- FERRERI, MARCO. *Il seme dell'uomo*. 113 min, colore, Fantascienza, drammatico. Polifilm, 1969.
- France. Service d'études sur les transports, les routes et leurs aménagements, a c. di. *Politique 1% paysage & développement. Les itinéraires de déco uverte: guide méthodologique*. B agneux: SETRA, 2003.
- GREGORETTI, UGO. *Il pollo ruspante*. In Rossellini, Roberto, Jean-Luc Godard, Pier Paolo Pasolini, e Ugo Gregoretti. *Ro.Go.Pa.G.* 110 min, B/N e a colori, Commedia, drammatico. Cineriz, 1963.
- IVENS, JORIS. *L'Italia non è un paese povero*. 135 min, B/N, Documentario. Proa Produttori Associati, 1960.
- RISI, DINO. *Una giornata decisiva*. In Risi, Dino, Luigi Filippo D'Amico, e Franco Rossi. *I complessi*. 102 min, B/N, Commedia, 1965.
- RISI, DINO. *Il sorpasso*. 108 min, B/N, Commedia, drammatico. INCEI Film, 1962.

