
Ais/Design Journal

Storia e Ricerche



ENZO MARI, FALCE E MARTELLI, QUADERNO DELLE EDIZIONI O, MILANO 1973



AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

VOL. 4 / N. 7
MAGGIO 2016

DESIGN AL LAVORO:
LA STORIA DEL PROGETTO
FRA STUDIO E IMPRESA

ISSN

2281-7603

PERIODICITÀ

Semestrale

INDIRIZZO

AIS/Design
c/o Fondazione ISEC
Villa Mylius
Largo Lamarmora
20099 Sesto San Giovanni
(Milano)

SEDE LEGALE

AIS/Design
via Cola di Rienzo, 34
20144 Milano

CONTATTI

journal@aisdesign.org

WEB

www.aisdesign.org/ser/

Ais/Design
Journal

Storia e Ricerche

DIRETTORE Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia
direttore@aisdesign.org

COMITATO DI REDAZIONE Fiorella Bulegato, Università Iuav di Venezia
Maddalena Dalla Mura, Università Iuav di Venezia
Carlo Vinti, Università di Camerino
editors@aisdesign.org

**COORDINAMENTO
REDAZIONALE** Marinella Ferrara, Politecnico di Milano
caporedattore@aisdesign.org

COMITATO SCIENTIFICO Giovanni Anceschi
Jeremy Aynsley, University of Brighton
Alberto Bassi, Università Iuav di Venezia
Tevfik Balcioglu, Yasar Üniversitesi
Giampiero Bosoni, Politecnico di Milano
Bernhard E. Bürdek
François Burkhardt
Anna Calvera, Universitat de Barcelona
Esther Cleven, Klassik Stiftung Weimar
Elena Dellapiana, Politecnico di Torino
Clive Dilnot, Parsons The New School
Grace Lees-Maffei, University of Hertfordshire
Kjetil Fallan, University of Oslo
Silvia Fernandez, Nodo Diseño América Latina
Carma Gorman, University of Texas at Austin
Jonathan Mekinda, University of Illinois at Chicago
Gabriele Monti, Università Iuav di Venezia
Vanni Pasca, past-president AIS/Design
Catharine Rossi, Kingston University
Susan Yelavich, Parsons The New School

REDAZIONE Letizia Bollini, Università degli Studi di Milano-Bicocca
Rossana Carullo, Politecnico di Bari
Rosa Chiesa, Università Iuav di Venezia
Giulia Ciliberto, Università Iuav di Venezia
Paola Cordera, Politecnico di Milano
Gianluca Grigatti, Università di Genova
Francesco E. Guida, Politecnico di Milano
Luciana Gunetti, Politecnico di Milano
Chiara Lecce, Politecnico di Milano
Chiara Mari, Università Cattolica del Sacro Cuore, Milano
Alfonso Morone, Università degli studi di Napoli Federico II
Susanna Parlato, Università degli studi di Napoli Federico II
Isabella Patti, Università degli Studi di Firenze
Paola Proverbio, Politecnico di Milano
Teresita Scalco, Università Iuav di Venezia

ART DIRECTOR Daniele Savasta, Yasar Üniversitesi, İzmir

EDITORIALE	EDITORIALE N. 7 Fiorella Bulegato, Dario Scodeller	7
<hr/>		
RICERCHE	“DOBBIAMO INVENTARE SEMPRE IL LAVORO, INVENTARE IL CLIENTE”. PAOLO TILCHE DESIGNER E IMPRENDITORE NELLA MILANO DEGLI ANNI CINQUANTA Alberto Bassi	13
	PAOLO DE POLI ARTIGIANO IMPRENDITORE E DESIGNER Ali Filippini	30
	INTORNO A DIEGO BIRELLI. IL LAVORO DEL GRAPHIC DESIGNER ATTRAVERSO LE DINAMICHE PROFESSIONALI TRA GLI ANNI SESSANTA E OTTANTA IN ITALIA Michele Galluzzo	55
<hr/>		
MICROSTORIE	GIOVANNI SACCHI E IL PROGETTO PARTECIPATO Alessandra Bosco	77
	GIUSEPPE RAIMONDI E GUFRAM: NUOVE ESPRESSIONI MATERICHE Beatrice Lerma	91
	IL CENTRO PROGETTI TECNO. DAL CLIMA “PARTECIPATIVO” DEGLI ANNI SESSANTA AL DESIGN “GLOBALE” DEL NUOVO MILLENNIO Chiara Lecce	104
<hr/>		
PALINSESTI	IL LUOGO DI LAVORO SOCIALE, MILIEU COLLABORATIVI PER LA PROGETTAZIONE. ORIGINI, DISCONTINUITÀ E PROSPETTIVE DELLA PROGETTAZIONE PARTECIPATA Antonio Iadarola	130
<hr/>		
RECENSIONI	DUE LIBRI SULLA RELAZIONE TRA DESIGN E MONDO DELLA PRODUZIONE Dario Scodeller	144
	LOST IN TRANSLATION Elena Dellapiana	148
	MASSIMO DOLCINI. LA GRAFICA PER UNA CITTADINANZA CONSAPEVOLE Monica Pastore	153
<hr/>		
RILETTURE	IL DISEGNO INDUSTRIALE. “IL DESIGNER IN FABBRICA” Raimonda Riccini	165

Editoriale

EDITORIALE N.7

Fiorella Bulegato, Università Iuav di Venezia
Orcid ID: 0000-0003-0455-4425

Dario Scodeller, Università degli Studi di Ferrara
Orcid ID: 0000-0001-8711-389X

Ci sono due immagini che potrebbero significativamente accompagnare questa introduzione al numero 7 di *AIS/Design. Storia e ricerche* dedicato al lavoro del designer: la prima è un'opera di Fortunato Depero del 1920, *La casa del mago*, la seconda è un disegno di Henry Dreyfuss intitolato *The Two-headed designer*. Esse rappresentano eloquentemente le molteplici figure che nel corso del Novecento il progettista incarna (e le differenti "parti" che interpreta) nella tensione operativa del suo lavoro, compreso l'inevitabile sdoppiamento d'attenzione a cui è costretto per poter concretizzare quotidianamente le proprie idee. Mentre Depero mostra la magia del fare poliedrico che caratterizza l'azione creativa, Dreyfuss sottolinea con ironia il faticoso districarsi del designer nelle relazioni con diversi interlocutori del progetto.

Come dimostra lo studio-museo Castiglioni a Milano, l'"officina del mago" è per certi aspetti l'archetipo degli spazi di lavoro in cui il design è stato praticato in Italia nel corso del Novecento. Quel laboratorio e la sua storia testimoniano anche che ideazione, disegno e prototipazione non esauriscono le variegate forme di azione e collaborazione necessarie a tradurre nella realtà un progetto, generalmente frutto di contributi, arricchimenti, verifiche con committenti e artefici, in una dimensione in cui il *teamworking* è già ampiamente praticato fin dagli anni cinquanta. Una pratica riconosciuta, tanto che la rivista statunitense *Graphis* nel 1961 sosteneva:

In Pirelli, dove il lavoro di squadra è una tradizione di vecchia data, un incarico di pubblicità non è mai frutto di un singolo individuo, ma sempre di un gruppo, dal più giovane copywriter fino all'art director, dall'artista al dirigente. L'atmosfera creativa generata in questo modo favorisce la sperimentazione (Johnston, 1961, p. 286).[1]

Questo modello di lavoro, tra i più frequentati almeno in Italia, non è però l'unica modalità operativa con cui la professione del designer è stata esercitata soprattutto nella seconda metà del secolo scorso. Differenti atteggiamenti nei confronti degli interlocutori e dei collaboratori caratterizzano, ad esempio, le esperienze progettuali di Dante Giacosa all'interno di Fiat e di Ettore Sottsass jr all'"esterno" di Olivetti.

Ricordava proprio Giacosa riferendosi ai suoi quarant'anni di lavoro alla Fiat, tra gli anni trenta e sessanta:

Non ho mai ritenuto necessario nella fase della concezione del disegno, discutere i progetti in riunioni di diverse persone. Non credo che un buon progetto possa essere fatto da un comitato [...]. Ma ho sempre preso in considerazione e accuratamente esaminato e discusso tutte le proposte dei miei collaboratori e disegnatori (Giacosa, 1979, pp. 15-16).

La sua dettagliata autobiografia progettuale contiene anche altre affermazioni di notevole interesse rivelando, oltre alla genesi e all'elaborazione, il clima e l'organizzazione del lavoro che hanno permesso la realizzazione di progetti importanti e complessi operando all'interno degli uffici tecnici Fiat. Vent'anni dopo tali riflessioni, il grafico americano Tibor Kalman mostrava opinioni simili nei riguardi dei progetti fatti dagli uffici marketing e dai consigli di amministrazione. All'apice della prima bolla di Internet (*Dot-com Bubble*), Kalman sosteneva: Il punto è la lotta tra gli individui che nel loro lavoro ci mettono la passione e i consigli d'amministrazione delle aziende senza volto di oggi, che affermano di conoscere i bisogni del grande pubblico e stanno facendo piazza pulita delle idiosincrasie, limando gli spigoli, creando una papavetta culturale senza idee e senza passione destinata a non essere né amata né odiata da nessuno. Oggi come oggi praticamente tutti i media, l'architettura, il design di prodotto e la grafica sono stati liberati dalle idee, dalle passioni individuali e sono stati relegati a un ruolo di schiavitù aziendale, finalizzati come sono alle strategie delle aziende e all'incremento delle quotazioni di borsa. I creativi di oggi lavorano per i criteri di bilancio (Kalman, 1999, p. 62).

A questo proposito va riconosciuto un particolare valore all'intuizione di Sottsass nella creazione di un doppio studio di progettazione (uno dentro Olivetti e uno, da lui diretto, all'esterno), entrambi facenti capo alla Direzione relazioni culturali, disegno industriale e pubblicità, la struttura aziendale diretta da Renzo Zorzi a partire da metà anni sessanta. Questo artificio organizzativo permise a Sottsass di mantenere un grado di libertà che all'interno dell'azienda non sarebbe stato possibile e di preservare, per sé e i suoi collaboratori, uno spazio di pensiero e di ricerca, oltre che di lavoro.

In un design come quello italiano caratterizzato da molti progetti firmati da coppie o team (alcuni per tutti, Archizoom; Bbpr; Achille e Pier Giacomo Castiglioni; Livio Castiglioni-Gianfranco Frattini; Piero Castiglioni-Gae Aulenti; DDL; Michele De Lucchi-Gianfranco Fassina; Angelo Mangiarotti-Bruno Morassutti; Alberto Meda-Paolo Rizzato; Afra e Tobia Scarpa; Sottsass Associati; Superstudio; Unimark International; Marco Zanuso-Richard Sapper) sarebbe utile sviluppare indagini in grado di comprendere più correttamente gli apporti ideativi ed esecutivi dei differenti soggetti.

Non certo per rispondere a una mera e filologica questione di "attribuzionismo", ma per contribuire a una migliore comprensione della storia del progetto.

I processi progettuali e le modalità con cui essi si svolgono, perlopiù trascurati dagli studi storici sul design, rappresentano il proposito di indagine del presente numero della rivista. Questa assenza di messa a fuoco storico-critica riflette una fra le questioni più irrisolte nella definizione di ciò che, in questo campo, è l'oggetto d'indagine storica (Castelnuovo, Gubler, Matteoni, 1991). Se, infatti, assumessimo il progetto (e non l'opera realizzata) come testo da esplorare e il fare progettuale (e non il dato biografico) come soggetto operante, potremmo finalmente proporre, anche sul piano metodologico, una storia del progetto non necessariamente identificata con quella delle cose o con la biografia dei suoi autori.

Oltre che in un contesto culturale, infatti, il lavoro del designer si è sempre svolto in un determinato *milieu* operativo, soggetto a rituali, consuetudini e routine, dove il processo progettuale ha luogo attraverso incontri, discussioni di briefing, analisi strategiche, ricerche, ideazioni, rappresentazioni, presentazioni di proposte e stati di avanzamento, discussioni di de-briefing, elaborazioni di disegni tecnici, problem solving,

costruzione di modelli e prototipi. Frutto quindi di un processo in cui viene continuamente messo in discussione, il progetto è l'esito dei gradi di vincolo che il designer accetta e di libertà che egli riesce a ritagliarsi nei confronti della committenza e dei soggetti interessati alla realizzazione di un prodotto.

D'altra parte il progettista, sia come figura e ruolo interno all'impresa sia come consulente aziendale o libero professionista, ha sempre avuto a che fare con molteplici interlocutori e (come nel disegno di Dreyfuss) i risultati appaiono, alla lente dell'indagine storica, più la conseguenza di un sistema di relazioni con figure tecniche, commerciali, strategiche e così via, piuttosto che di una relazione biunivoca tra designer e committente, come talvolta sono stati ridotti nella storiografia. Così come la natura "collettiva" del design, diversamente da altri settori delle arti industriali - il cinema, ad esempio, ha sviluppato in oltre un secolo di storia una precisa forma di riconoscimento dei *credits* per attribuire correttamente i contributi alla realizzazione dell'opera -, è stata sovente nascosta dietro lo schermo consolatorio di una fuorviante autorialità ideativa.

L'intento di una rivista storica sul design come *AIS/Design. Storia e ricerche* è anche quello di far prevalere una ricerca che cerca da anni di superare alcuni luoghi comuni storiografici i quali, limitando il campo d'azione dello storico, come rileva Alberto Bassi introducendo il suo saggio su Paolo Tilche, rischiano di rendere ancora difficoltosa una "ricostruzione corretta di teoria e prassi del design." Limiti - sottolinea Bassi - che "riguardano poi anche gli ambiti di interesse [...] e di intervento (si studiano gli arredi e gli oggetti, ma poco i negozi, le riviste, le figure 'intermedie' di mediazione, di frequente neppure le imprese, almeno per quanto riguarda il ruolo del progetto)".

I testi pubblicati si pongono quindi come obiettivo principale quello di evidenziare il contesto operativo del designer, l'organizzazione e lo sviluppo del suo lavoro e le interferenze, sollecitazioni e collaborazioni che comporta, prendendo in esame la coralità dei soggetti coinvolti.

Antonio Iadarola, nella riflessione su "Origini, discontinuità e prospettive della progettazione partecipata", affronta il tema delle esperienze di lavoro collettive, in cui il progetto di design è inserito in dinamiche di gruppo. Nel suo caso abbiamo eccezionalmente accolto un contributo che, pur non approfondendo in una prospettiva storica la genesi dei fenomeni (che hanno come storici precursori, fra le altre, le esperienze decarliane degli anni sessanta e quelle scandinave degli anni settanta), descrive un fenomeno nel suo manifestarsi nell'attualità storica. Riflettendo sui caratteri delle forme collaborative contemporanee di design partecipato, l'autore sottolinea che, in questi contesti, "il designer ha una funzione duplice in quanto svolge da una parte il suo ruolo autoriale, dall'altra quello di curatore di percorsi di creatività collettiva".

Il tema del designer dentro l'impresa, della sua relazione con differenti interlocutori, (imprenditori, management, tecnici, commerciali) viene affrontato da Chiara Lecce analizzando le vicende del Centro Progetti Tecno, attraverso i ruoli assunti da Osvaldo e Fulgenzio Borsani prima, e Valeria Borsani e Marco Fantoni poi, nell'organizzazione della ricerca progettuale in una delle più importanti aziende del design italiano. Parallelamente, Beatrice Lerma ricostruisce il contributo di Giuseppe Raimondi come art director di Gufram, impresa torinese fondata dai fratelli Guglielmetto, che avrà un ruolo significativo nel rinnovamento del design dell'arredo negli anni sessanta.

Ne emerge l'apporto della figura del designer-art director ai processi strategici, ideativi, esecutivi e di innovazione, indispensabili per il riposizionamento e la costruzione della nuova identità dell'azienda. Ricorda Raimondi come, in questo contesto, bisognasse inventarsi quasi tutto se si voleva realizzare un progetto: ero un designer che diventava di volta in volta uomo di marketing o esperto di ingegnerizzazione del prodotto, *art director* o rappresentante. Si veniva a creare, così, per necessità, quella che sarebbe stata poi una costante del mio modo di lavorare: dare all'industria non solo un prodotto, ma anche la filosofia del prodotto, con la capacità di saper collaborare a livello multidisciplinare con i responsabili degli specifici settori.

Sono parole che echeggiano quelle di Tilche che, negli stessi anni in cui Raimondi era attivo in Gufram, ricordava come "La nostra caratteristica professionale è proprio questa, dobbiamo inventare sempre il lavoro, inventare il cliente". Il percorso professionale di questa figura anomala e originale nel panorama nei decenni cinquanta e sessanta a Milano - ma per questo ancora più interessante -, viene ricostruito da Bassi ponendo l'accento sulla sua attività di diffusione del gusto moderno per l'arredamento, non solo in quanto architetto e designer ma soprattutto come fondatore del negozio Arform e conduttore televisivo della trasmissione "Il piacere della casa" dal 1955 al 1963.

Il designer imprenditore, ovvero il designer come produttore di se stesso - come, peraltro, è stato anche Tilche -, è il filo conduttore dello studio che Ali Filippini conduce sulla figura e il lavoro di Paolo De Poli, artigiano imprenditore e designer nella Padova del secondo dopoguerra, con materiali originali che derivano dalla sua ricerca sui fondi dell'Archivio progetti dell'Università Iuav di Venezia.

La stessa struttura archivistica rappresenta anche la fonte principale del lavoro che Michele Galluzzo conduce su Diego Birelli, graphic designer e fotografo operante a Venezia tra gli anni sessanta e ottanta, ricostruendone le metodologie progettuali e i rapporti con i committenti, come le case editrici Electa e Touring Club Italiano.

Questi due lavori di scavo, come quello condotto da Alessandra Bosco sul "progetto" di Giovanni Sacchi, l'abile modellista che ha saputo interpretare molto del design italiano del secondo dopoguerra contribuendo a renderlo concreto, realizzabile e vendibile, costituiscono esempi di indagini in ambiti poco esplorati, sono in grado di mettere in luce l'apporto al progetto di figure professionali "intermedie" fra designer, committente e pubblico e soprattutto paiono capaci di aprire nuove prospettive critiche fondate su inediti o riletture di fonti documentarie.

Proprio quest'ultimo ci sembra il più rilevante fra i problemi storiografici che il presente numero di *AIS/Design. Storia e ricerche* mette in evidenza. Si tratta di un limite sul quale sarà necessario riflettere poiché vincola il futuro stesso della ricerca storica nel campo del design. Per "scrivere di design" in modo significativo è importante avere a disposizione le fonti (i testi) che documentano l'iter di realizzazione del progetto - dagli aspetti ideativi a quelli produttivi, comunicativi o distributivi -, in modo da ricostruire le storie dei processi, oltre che dei prodotti finali.

Ciò significa che in futuro gli storici del design dovrebbero attivarsi maggiormente sul fronte della salvaguardia dei patrimoni storici del design, ovvero sul recupero dei documenti, la ricerca di sistemi di conservazione (si pensi solo al fatto che da qualche decennio le fonti sono perlopiù digitali), la definizione di modalità di catalogazione funzionali al confronto e alla condivisione dei materiali, servendosi delle possibilità offerte dalla tecnologie.

E sarà importante che lo storico del design apprenda come studiare queste fonti imparando a “trattarle”, interpretarle e comprenderle, perché spesso i materiali sono assai variegati e complessi.

In tale lavoro di esplorazione, conoscere quale sia stata la forma di organizzazione dei rapporti, quale la varietà e l’articolazione degli apporti che hanno redatto infine il testo-fonte per la realizzazione di quel determinato artefatto, sarà per lo storico un impegno non trascurabile.

Riferimenti bibliografici

Giacosa, D. (1979). *I miei 40 anni di progettazione alla Fiat*. Milano: Automobilia.

Castelnuovo, E., Gubler J., Matteoni D. (1991). L’oggetto misterioso. Note sulla storiografia del design (pp. 404-413). In AA.VV., *Storia del disegno industriale. 1919-1990. Il dominio del design*. Milano: Electa.

Johnston, A.W.M. (1961, July-August). Pirelli. Pirelli. The Graphic Face of an Industrial Enterprise. *Graphis*, 96, 284-299.

Kalman, T. (1999, novembre). Io credo nei lunatici. *Domus*, 820, 60-67.

NOTE

1. Testo originale: “in the Pirelli company, where teamwork is the longstanding tradition, a publicity job is never the work of the single individual, but always of the team, from the youngest copyright to the art director [...], form the artist to the manager. The creative atmosphere wich has been formed in this way favours experiment”.↵

Ricerca

“DOBBIAMO INVENTARE SEMPRE IL LAVORO, INVENTARE IL CLIENTE”. **PAOLO TILCHE DESIGNER E IMPRENDITORE NELLA MILANO DEGLI ANNI CINQUANTA**

Alberto Bassi, Università luav di Venezia
Orcid ID: 0000-0002-6875-7937

PAROLE CHIAVE

Anni cinquanta, Artform, Ideal Standard, Milano, Negozi d'arredo, Paolo Tilche

L'architetto Paolo Tilche (Alessandria d'Egitto, 1925 - Milano, 2003) è stata una figura nota a Milano, la cui attività non è ancora stata ricostruita nella sua interezza. Dal secondo dopoguerra ha condotto un'attività di progettista “a tutto campo” e mostrato il percorso vario e articolato di costruzione di una riconoscibile e riconosciuta figura professionale.

Architetto di edifici residenziali e industriali, nel 1955 a Milano in via Turati 3 ha aperto il negozio Arform, uno dei luoghi rilevanti per la diffusione di un “buon gusto” moderno nell'arredamento. Contemporaneamente ha svolto un'intensa attività come designer, collaborando con importanti aziende, come Ideal Standard, Guzzini, Sirrah o Cedit, disegnando bestseller, come i sanitari Conca del 1963.

All'avvento della televisione è stato conduttore, con Mario Tedeschi, della trasmissione *Il piacere della casa*, uno dei primi esempi di divulgazione colta sui temi dell'abitare. Questo contributo intende ricostruire la figura di Tilche e il contesto di sviluppo della professione di designer partendo da fonti primarie (i materiali di progetto conservati dalla famiglia), secondarie, come le pubblicazioni coeve, nonché da testimonianze orali.

1. Appunti di metodo

La storia del design pone, fra le altre, alcune questioni metodologiche specifiche.[1]

Una di queste riguarda la possibilità - diciamo la necessità - di guardare agli artefatti come esito di un processo, sviluppatosi dentro contesti e condizioni dove in sostanza il designer è uno dei protagonisti di un'opera complessiva e condivisa.

Le impostazioni storiografiche prevalenti - derivate perlopiù dalla storia dell'arte o dell'architettura, fino a quelle forse più pertinenti legate alla cultura materiale, ancora tutte da indagare e praticare compiutamente - sembrano ancora in sostanza limitative per una ricostruzione corretta di teoria e prassi del design. Sono in difficoltà ad esempio ad affrontare aspetti relativi al rapporto con tecnologia, sistemi socio-economicoproductivi, impresa, mercato, distribuzione e consumo. Oppure nel rilevare componenti chiave come l'innovazione (estetica, tecnologica, funzionale, legata al successo di mercato o altro), la variazione e lo scarto rispetto alle “serie”, cui si riferisce, fra gli altri, George Kubler parlando in generale degli artefatti umani.[2] Tali questioni metodologiche hanno portato a sviluppi parziali della storiografia del design, di frequente centrata attorno alle vicende degli heroes il cui agire è indagato perlopiù a

prescindere dalle condizioni contestuali e da una ricostruzione storica e critica allargata, necessaria a comprendere l'*humus* condiviso all'interno del quale trovano appropriata valorizzazione sia le eccellenze che le situazioni diffuse dell'agire progettuale, comprese quelle frettolosamente etichettate come "professionismo".[3]

Limiti di approccio metodologico riguardano poi anche gli ambiti di interesse (in Italia è indagato soprattutto il *furniture design*) e di intervento (si studiano gli arredi e gli oggetti, ma poco i negozi, le riviste, le figure "intermedie" di mediazione, talvolta neppure le imprese, almeno per quanto riguarda il ruolo specifico del progetto). All'interno di queste riflessioni si colloca l'esigenza di una ricognizione dei progettisti che hanno operato sul territorio italiano, in una sorta di ampia mappatura in grado di delineare un agire variegato, significativamente rilevante negli esiti progettuali e nelle ricadute culturali e socio-economiche nelle aree geografiche di intervento. Di frequente si tratta di figure che hanno agito al di fuori della tracciabilità condotta dalle riviste specializzate, dalle istituzioni espositive o di rappresentanza, eppure ben presenti nella operatività e nel vissuto quotidiano dei contesti di appartenenza.

Nella città di Milano - peraltro fra i "luoghi" più indagati, in virtù del ruolo guida dentro un Sistema del design, come può essere definito il contesto e le condizioni complessive che ne hanno permesso lo sviluppo -, hanno operato numerosi architetti e designer (senza dimenticare, in ordine sparso, le imprese, gli uffici tecnici, i giornalisti, i rivenditori, i fotografi di design, i modellisti e così via): a fronte di tale ampiezza e varietà di figure è inevitabilmente ancora parziale la ricostruzione allargata, per quanto riguarda ambiti e protagonisti, che merita di essere incoraggiata nelle sedi opportune, dalle università alle istituzioni di ricerca e pubbliche, dagli archivi e luoghi della conservazione fino all'editoria di settore.[4]

Proprio l'architetto Paolo Tilche, attivo a Milano nel secondo dopoguerra, [5] si presta bene a rappresentare una di queste figure poco indagate finora dalla storiografia ma rilevante perché interpreta un modo di "essere a tutto campo" che allarga le necessità di indagine e permette di mettere a fuoco identità e percorsi professionali.[6]

2. "Dobbiamo inventare sempre il lavoro, inventare il cliente"

Nato ad Alessandria d'Egitto nel 1925, Tilche si laurea in architettura al Politecnico di Milano nel 1949 e inizia ad operare nell'immediato secondo dopoguerra, innanzitutto muovendo dalla necessità di costruire un percorso di vita e di lavoro che lo porterà ad agire fra dimensioni e operatività diverse, sia progettuali che imprenditoriali, delineando un'inedita figura poliedrica. Questa ricerca di sempre rinnovati identità e spazi di azione progettuale sembra peraltro connaturarsi, oltre che alla figura e all'attività di Tilche, alla condizione generale di una pratica disciplinare segnata dall'obbligata e continua esigenza di riformularsi e ricollocarsi al mutare di condizioni e contesti.

"La nostra caratteristica professionale è proprio questa - ricorderà anni dopo a proposito della ricerca di percorsi riconoscibili e riconosciuti -: dobbiamo inventare sempre il lavoro, inventare il cliente" (Nasi, 1964, p. 51).[7]

L'esordio è nel campo dell'architettura, con progetti di case d'abitazione a Milano, soprattutto nella zona attorno a Porta Venezia (non lontano da via Turati, dove nel 1955 aprirà il suo negozio d'arredamento Arform[8]): in via Mameli (1951-52), [9] via Castel Morrone e via Gustavo Modena (1964), corso Indipendenza (1953-1959) e via Vittorio Veneto, angolo via Lecco (1972).

Pur all'interno dei vincoli spesso stringenti di committenza, i lavori d'architettura sono caratterizzati dalla ricerca di soluzioni innovative, collegate alla composizione

complessiva, in particolare delle facciate, ai dettagli costruttivi o all'impiego dei materiali. Dichiarava Tilche: "Nell'architettura non potevo non ispirarmi ai Maestri, ma ho sempre cercato di farlo con autonomia... ho cercato insomma di realizzare cose che non erano state fatte" (Bassi, 2000, p. 63). Nell'edificio per uffici di corso Europa (1974), fra i primi a Milano, adotta le facciate continue prefabbricate, *curtain wall*. [10] In altri casi, come nello stabilimento SIBET di imbottigliamento per Coca-Cola a Trieste (1972), costruito nelle montagne del Carso, l'attenzione è centrata sul rapporto con il contesto, in particolare le preesistenze ambientali. [11]

Dentro un'attività abbastanza ricca e concentrata in pochi anni, i progetti cui resta più legato, come lui stesso sosteneva, sono quelli che presentano una dimensione più libera, familiare e intima, come la propria casa-padiglione a Fogliano, vicino a Varese (1956), sviluppata su due livelli e con una falda del tetto disposta in modo da fare anche da parete; oppure quella, di analoga tipologia, a S. Ambrogio Olona (1957), insolita nell'impiego dei materiali come le ceramiche di Vietri o i mattoni a vista lasciati senza intonaco. Sosteneva anni dopo, con un po' di snobismo e cosciente che non sarebbe stata la strada preferita: "I progetti di architettura erano soprattutto 'lavoro', servivano per mandare avanti lo studio" (Bassi, 2000, p. 45), anche se certo già evidenziavano l'attenzione agli aspetti costruttivi e di disegno oppure legati alla sperimentazione con i materiali, che troveranno invece una corretta dimensione nel lavoro di industrial design o di progetto per la piccola produzione di arredi e complementi collegata al negozio Arform.

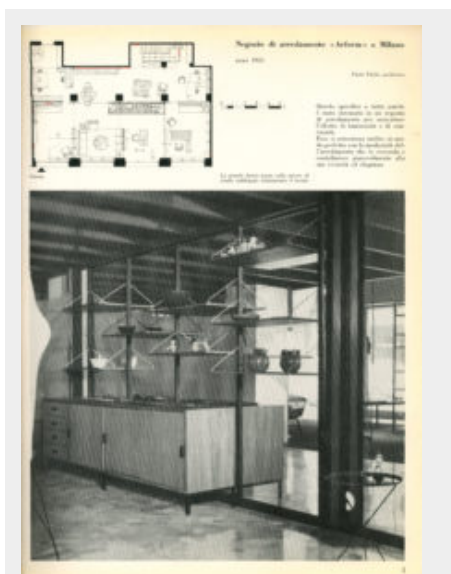


Fig.1 Negozio di arredamento Arform in via Turati a Milano, pagina pubblicata da E. Paoli nell'articolo "Specchiere e specchi", contenuto in Quaderni Vitrum, supplemento a Vitrum, 159, 1966 ca, p. 1.



Fig. 2 Negozio di arredamento Arform in via Turati a Milano, 1955 / courtesy Archivio fotografico Arform.

3. Vendere design: il negozio Arform

Dopo le premesse poste negli anni fra le guerre, il design italiano si afferma compiutamente nel secondo dopoguerra.

Uno dei centri propulsivi è Milano, dove si concentrano progettisti (architetti, designer, ma anche grafici, progettisti di allestimenti e negozi, fotografi, giornalisti, esperti di comunicazione e così via), che dialogano con le situazioni più avanzate della cultura delle imprese e delle istituzioni, dalle associazioni di categoria agli enti pubblici e privati. A fianco si sviluppano molte delle componenti necessarie allo sviluppo di quello che in seguito sarà definito il Sistema del design: le riviste specialistiche (assieme alle storiche *Domus* e *Casabella*; *Stile industria* - diretta da Alberto Rosselli, 1954-63 -; *Rivista dell'arredamento*, 1954, poi *Interni* nel 1957; *Casa Novità*, 1961, poi *Abitare* nel 1962; *Ottagono*, 1966-2014; e ai molti *house organ*, come *Rivista Pirelli*, 1948; *Rivista Olivetti*, 1947 o *Notizie Olivetti*, 1952; *Civiltà delle macchine*, 1953; *Qualità*, 1956; *Rivista Italsider*, 1960),[12] le occasioni espositive (la Triennale di Milano, in particolare), le associazioni (ADI-Associazione per il disegno industriale nasce nel 1956), i premi (come il Compasso d'oro istituito nel 1954). E si avviano negozi specializzati alla ricerca di una modalità di dialogo con un pubblico che inizia a divenire più allargato.

Oltre al grande magazzino La Rinascente, già attivo nella promozione del design italiano, nel corso degli anni cinquanta aprono i negozi Azucena di Luigi Caccia Dominioni (via Visconti di Modrone, 1948), Fontana Arte (via Montenapoleone, 1953), Arteluce di Gino Sarfatti (corso Matteotti, 1951), De Padova (via Montenapoleone, 1953), Tecno di Osvaldo Borsani (via Bigli, 1954; via Montenapoleone, 1958), Arflex (via Borgogna, 1956), Knoll (Piazza Belgioioso, 1956), Danese (piazza San Fedele, 1957) e, in seguito, fra gli altri, il negozio Gavina di Dino Gavina (via Cerva/angolo corso Monforte, 1963).[13]

Inaugurato nel 1955 in via Turati, Arform di Paolo Tilche - fin da principio affiancato dalla moglie Anna - è uno dei primi e sarà destinato a lunga fortuna (Pansera, 1990, pp. 29, 32, e 1993, p. 136; Pizzi & Romanelli, 2011, p. 113).[14]

Il progetto del logotipo e degli strumenti di comunicazione sono di Max Huber, assai attivo in quegli anni anche in relazione a situazioni commerciali, come La Rinascente o Esselunga, [15] e con cui, fra gli altri progetti, Tilche realizza un ambiente di soggiorno alla mostra *Colori e forme della casa d'oggi* ospitata a Villa Olmo a Como del 1957. [16]

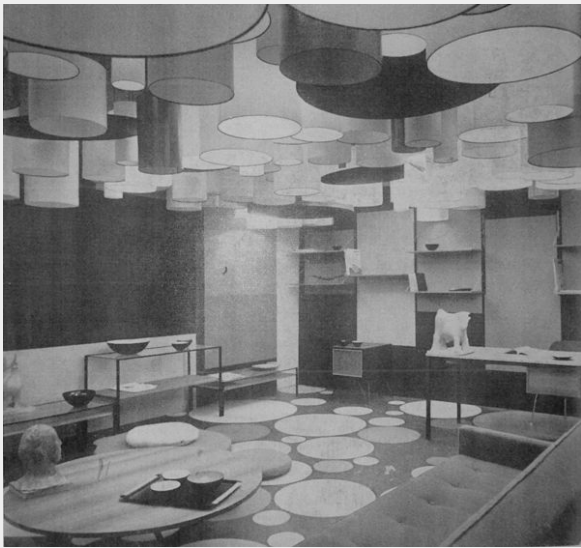


Fig. 3 Paolo Tilche e Max Huber, ambiente di soggiorno alla mostra *Colori e forme* nella casa d'oggi, Villa Olmo, Como 1957 / courtesy Archivio fotografico Arform.

Arform propone arredi e complementi fino ad allora poco noti e venduti in Italia, come le lampade in carta di Isamu Noguchi, [17] viste per la prima volta nel negozio Wohnbedarf di Zurigo, [18] da cui importa anche altri prodotti e poi gli oggetti realizzati da aziende danesi e finlandesi.[19]

Il negozio assume una propria precisa identità, esito congiunto delle scelte di prodotti e oggetti per la vendita, ma anche di una sensibilità personale dell'architetto, segnata da una avvertita cultura del progetto unita a una certa idea di "buon gusto", da Tilche rivendicata e a lui ampiamente riconosciuta dal pubblico.[20] Chiunque ne fosse il designer o il produttore, gli articoli proposti da Arform sono accomunati da un linguaggio, ispirato a linee semplici ed essenziali, all'impiego di materiali naturali, come il legno o il vetro, a colori chiari e riposanti. Si tratta di un importante contributo alla definizione di un modo di intendere l'interior design, in una sorta di idea di "comfort moderno milanese", cui nel corso degli anni cinquanta si andavano applicando diversi architetti in città - fra i quali, Franco Albini, Luigi Caccia Dominioni, Ignazio Gardella, Vico Magistretti, Giulio Minoletti, Marco Zanuso - collaborando con le nascenti aziende del design italiano, ma anche affiancati da colti e sensibili commercianti.

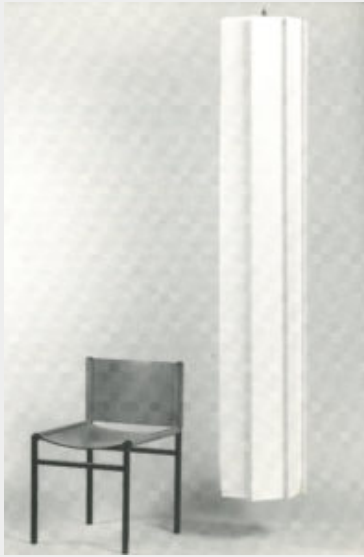


Fig. 4 Paolo Tilche, sedia in struttura di ferro e seduta in cuoio Rea e lampada da soffitto in teli di stoffa, Arform, 1965 e 1971 / courtesy Archivio fotografico Arform.

Ai prodotti che acquista da altri, Tilche sente la necessità di affiancare mobili che egli stesso fa realizzare in piccola serie per rispondere alle specifiche necessità della clientela: “Importavo dunque le lampade di Noguchi ma avevo bisogno di qualche mobile semplice e di base. I mobili che io faccio produrre su mio disegno, ad esempio, non sono di industrial design; sono prodotti di ‘buon gusto’”. [21]

Nel 1964 in un articolo su *Domus* dedicato ad Arform si legge:

nel 1955 era particolarmente sentita la necessità di reperire sul mercato quanto di moderno era stato prodotto fino a quel momento; per cui la sua prima funzione è stata di organismo commerciale e solo in un secondo momento sono iniziate la produzione e la relativa realizzazione di nuovi modelli (“Per studio o ufficio. Produzione Arform”, 1964, pp. 231).

Tilche coinvolge fin da principio amici architetti per disegnare per Arform; [22] alcuni per un’occasione specifica (come per una collezione di specchi), un numero più limitato in modo più continuativo, fra quelli più impegnati nell’architettura residenziale, nell’interior e furniture design, come Eugenio Gerli, Gustavo Latis, Roberto Menghi o Mario Tedeschi. [23]

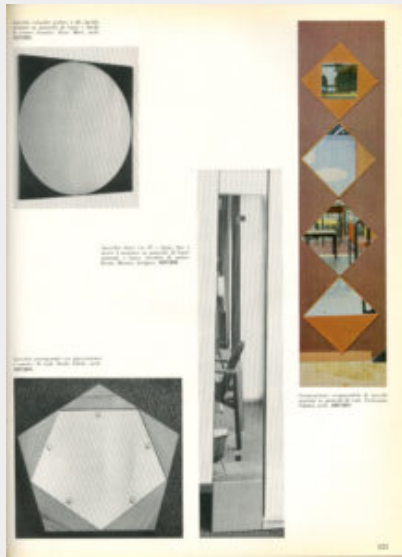


Fig. 5 Mostra di specchi presso il negozio Arform a Milano, in collaborazione con Saint Gobain e con pieghevole progettato da Max Huber, 1958, pagina pubblicata da E. Paoli nell'articolo "Specchiere e specchi", contenuto in Quaderni Vitrum, supplemento a Vitrum, 159, 1966 ca, p. 121.

Spiegava l'architetto:

Le mie scelte progettuali furono allora condizionate dal tentativo di conciliare l'aspetto di economia di costi e le necessità produttive. In principio ho cominciato chiedendo al falegname un piano in legno e una struttura metallica per le gambe; in seguito ho capito che risparmiavo a chiedere al falegname solo il piano e a un fabbro le gambe metalliche. Avevo bisogno di un legno che potessi avere sempre a disposizione e scelsi il teak; verniciare in nero a fuoco le gambe dei tavoli allora era una novità, forse oggi è più comune. I miei mobili insomma erano il risultato di un'impostazione formale "rigorosa" unita a scelte produttive che facevano "di necessità virtù". Si basavano insomma sulla possibilità di essere ripetitivi e svilupparli nel tempo (Bassi, 2000, p. 28).[24]

La sfida riuscita è alla fine proprio questa: far parlare assieme il linguaggio "alto" della teoria e pratica dell'architettura e del design - come l'ossessione per il rigore e la geometria - con il mondo reale dei bisogni e dei consumi, creando e facendo accettare uno stile "moderno", che in sostanza allora non esisteva e al contempo rispondendo a concrete esigenze produttive.

Nascono in questo modo tavoli e sedie, oggetti e prodotti molto semplici nel disegno, nella scelta dei materiali e soprattutto nelle modalità costruttive.

Un'altra direzione riguarda progetti che contengono elementi di "invenzione". Ricordava Tilche:

Anche molti oggetti esposti nel mio negozio, non necessariamente disegnati da me, sono basati su questi meccanismi d'invenzione, che configurano in modo un po' magico il prodotto, non facendo capire subito il suo meccanismo, il suo funzionamento. Ancora oggi molti miei progetti sono il risultato della necessità, del lavoro con quanto ho a mia disposizione: sono un po' l'invenzione del povero (p. 82).

Uno dei più riusciti fra questi è certo il calendario perpetuo *Tite* (progetto Tilche-Tedeschi, 1957), nato durante una pausa di lavoro, mentre i due autori avevano a disposizione dei magneti e si divertivano a sollevare piccole piastrine di metallo. Pensarono allora che si poteva utilizzare il principio per creare un oggetto: nacque così il calendario perpetuo che sfrutta questo aspetto un po' magico e misterioso del funzionamento della calamita. L'esperienza della piccola auto-produzione per il negozio Arform, realizzata in collaborazione con piccoli artigiani e mobiliari, testimonia in generale una sensibilità e modalità operativa che si colloca fra progetto e produzione in dialogo con i sistemi produttivi artigianali, e che caratterizza l'intera storia del design italiano. Riporta *Stile industria* nel 1958:

le serie prodotte dall'Arform non si possono ancora considerare su un piano di effettiva produzione industriale ma ne presentano ugualmente molte caratteristiche e le possibilità [...] l'uso di determinati materiali, la adozione di alcuni sistemi di costruzione particolarmente adatti alla pianificazione produttiva, la ricerca di differenti modelli entro procedimenti tecnici già sperimentati sono ragioni sufficienti per considerare molti di questi mobili come espressione della tecnica industrializzata anche se non condotta alle estreme conseguenze della serie ("Arform-Italia", 1958, p. 26).

4. "Il piacere della casa", la cultura del progetto in televisione

Negli stessi anni in cui apre il negozio, Tilche si dedica a un'altra attività destinata a rimanere in sostanza un *unicum* nella storia italiana: conduce una trasmissione televisiva dove parla di architettura, arredamento e design (Tedeschi, 1965).[25]

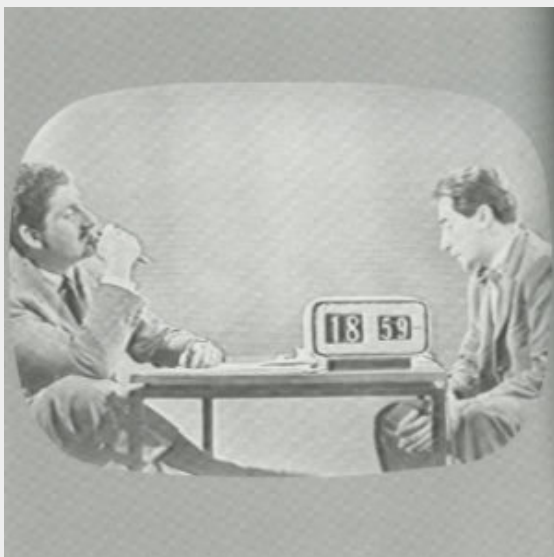


Fig. 6 Paolo Tilche e Mario Tedeschi, fotogramma della trasmissione televisiva “Il piacere della casa”, 1955-63 / courtesy Archivio fotografico Arform.

Assieme al collega Tedeschi ogni quindici giorni per otto anni, avvia un dialogo con un pubblico allargato non certo facile ma grandemente formativo per la comprensione della cultura e delle necessità reali della stragrande maggioranza della popolazione italiana. Sempre Tilche raccontava:

Gli anni Cinquanta furono un periodo straordinario, di enorme fermento. Avevo una grande capacità lavorativa: contemporaneamente al negozio che si ingrandiva perché erano gli anni del boom, ai progetti di architettura, uno studio con quattro o cinque collaboratori, conducevo anche una trasmissione in televisione. Avevo iniziato nel 1955 da solo, poi chiamai a lavorare con me Mario Tedeschi, perché era molto bravo a disegnare. La trasmissione Tv, che si chiamava *Il piacere della casa* ed è durata fino al 1963, è stata un'occasione importante per verificare certe mie affermazioni di principio, certe idee dell'architettura e del design che ho invece imparato a confrontare con la realtà (Bassi, 2000, p. 35).

I contenuti della trasmissione televisiva traevano di frequente spunto dal dialogo aperto con i telespettatori - non dal vivo ma per via epistolare -, che ponevano questioni e domande cui i due architetti rispondevano, di frequente aiutandosi con disegni o mostrando dal vivo prodotti e arredi, che venivano facilmente introdotti perché la registrazione avveniva nella sede Rai di Milano. Asse portante della trasmissione era in ogni caso la presentazione di attività, iniziative e protagonisti della cultura del progetto, in particolare in Italia, assecondando l'idea di una divulgazione colta di architettura e design, oltre che di una funzione pubblica ed educativa del mezzo televisivo.

Un recente studio di Rebecca Romere, condotto sulle fonti archivistiche delle Teche Rai, ricostruisce e scheda i contenuti di alcune puntate (Romere, 2013-14, pp. 135, 146, 184).[26] A proposito annota come “l’impiego di due presentatori appare assai funzionale per riscontrare le simpatie del pubblico dei telespettatori e l’alternarsi dei due fornisce più dinamismo allo sviluppo narrativo” (p. 146).[27]

5. Progettare con l’industria: “forse non sono un designer famoso, ma certo sono uno dei più usati”

Nel lavoro di Tilche nel campo del design sono presenti due filoni. Il primo è legato appunto alle necessità del negozio Arform, oltre che alle ricerche di innovazione tipologica e formale, di frequente risolte con il guizzo d’ingegno dell’invenzione o del motto di spirito, ricorrendo alle risorse della produzione artigianale, in piccola serie o in pezzi unici.

Un secondo importante filone si collega alle collaborazioni con l’industria per la produzione in serie. Più in generale - ed è un discorso che vale per il design, l’arredamento e in parte anche per l’architettura - l’architetto affermava: “In verità il metodo che sta alla base dei miei progetti è unico; ha origine dalla conoscenza delle tecniche necessarie a produrre, delle modalità esecutive” (Bassi, 2000, p. 14). Possiamo sinteticamente dividere il suo lavoro nel campo dell’industrial design in alcuni ambiti principali: i sanitari, la rubinetteria e la ceramica per l’ambiente bagno (particolarmente significativo il rapporto trentennale con Ideal Standard e Cedit, avviato nel corso degli anni sessanta[28]); gli oggetti in plastica (in particolare con Guzzini); gli apparecchi di illuminazione (soprattutto per Sirrah).[29]

Il primo progetto per il bagno è quello del rubinetto *Disco* (anni sessanta) per Ideal Standard, da cui si avvia una lunga e fortunata collaborazione durata alcuni decenni, in particolare per i sanitari. Dopo il primo orinatoio, risultato del taglio netto di una forma ovale, nel 1973 disegna la linea *Conca* che sarà venduta in tutto il mondo in milioni di esemplari.[30] Scherzava volentieri con arguzia su questo successo: “forse non sarò il designer più famoso, ma certo sono uno dei più usati” (Bassi, 2000, p. 109).[31]



Fig. 7 Paolo Tilche, linea di sanitari Conca per Ideal Standard, 1970-73 / courtesy Archivio fotografico Arform.

Fra gli ultimi progetti in questo ambito, sempre per Ideal Standard, il modello *X-Elle* (1996), un sanitario ergonomico e funzionale alto 55 cm (rispetto ai classici 35) che favorisce un utilizzo, comodo e confortevole, quasi in piedi, che guarda anche l'utenza allargata. La serie di piatti e bicchieri in plastica *Pagoda* (1970) per Guzzini è stato un altro successo, anche se il progettista affermava di non amare molto disegnare oggetti in plastica, preferendo la possibilità di far progredire in modo più lento e controllato il progetto, cosa che è possibile con altri materiali.

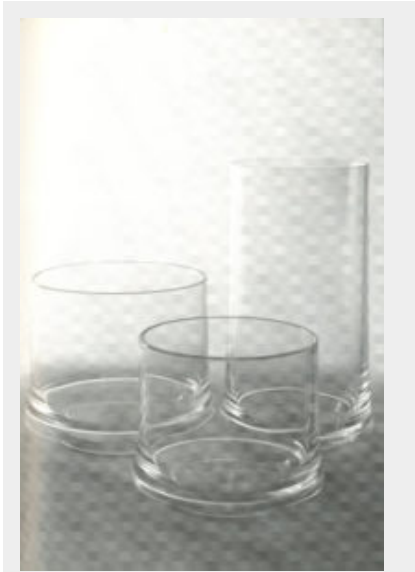


Fig. 8 Paolo Tilche, servizio da tavola in plastica *Pagoda* per Guzzini, 1963-64 / courtesy Archivio fotografico Arform.

Tilche ha disegnato poi diverse lampade:

Almeno tre importanti - diceva -: quella a teli lunghi da soffitto; una in legno con tanti quadrati di forma digradante che ruotano e permettono diverse configurazioni, come una scultura; e infine la lampada in ferro per Sirrah (1971). Per essere sinceri tutte le mie lampade non fanno molta luce; sono soprattutto oggetti. Ne ho fatte anche in vetro per Barbini; in verità le ha fatte più lui che io, con la sua grande capacità di lavorare il vetro. Ad esempio, hanno certe soluzioni per chiudere il bordino superiore della lampada molto raffinate (Bassi, 2000, p. 84).[32]

Il “metodo” progettuale dell’architetto nasce nell’intenzione di risolvere dei problemi, magari con un piccolo contributo di innovazione e invenzione; di trovare una minuscola e ingegnosa soluzione, o un oggetto “che non c’era”. Spesso l’invenzione passa attraverso l’ideazione di un congegno, un meccanismo: esiste una “passione” meccanica dentro i progetti, risolta in una sintesi formale sempre apparentemente facile.

Tilche, con un gusto sincero per il proprio lavoro di progetto o di servizio a un pubblico, ha sempre agito al di fuori delle mode e delle tendenze, con un personale linguaggio, fatto di attenzione e conoscenza dei materiali, oltre che dei processi produttivi: in relazione a condizioni, contesti e opportunità, i suoi progetti appaiono soprattutto “giusti”. La conoscenza delle esigenze degli utilizzatori, derivata anche all’esercizio dell’attività commerciale, in questo senso può essere considerato un prerequisito significativo per un adeguato sviluppo dell’iter progettuale e dei suoi esiti.

Più in generale il suo percorso racconta di un rapporto assai articolato e sempre in movimento con il proprio lavoro, sia nella declinazione ad ampio raggio della professione di progettista, che nell’articolazione dei rapporti con i diversi sistemi economici, produttivi, comunicativi e distributivi.

È stato architetto, designer, uomo di cultura del progetto e attento alla sua divulgazione. Ha interloquito positivamente con il sistema produttivo italiano e sue dinamiche e ha saputo essere imprenditore di se stesso nella produzione e nel commercio.

Una duttilità ideativa e capacità di produzione di matrice progettuale che può essere d’utilità per affrontare le nuove condizioni e necessità contemporanee di “progettare il lavoro”.

Riferimenti bibliografici

- AA.VV. (2010). *Quelli che guardano*. Milano: Arform, stampa Arti grafiche Lucini.
- Aloi, R. (1950). *Esempi di architettura moderna di tutto il mondo: negozi d’oggi*. Milano: Hoepli.
- Aloi, R. (1959). *Mercati e Negozi*. Milano: Hoepli.
- Annicinquanta. La nascita della creatività italiana* (2005). Catalogo della mostra. Milano, Palazzo Reale, 4 marzo-3 luglio. Firenze: ArtificioSkira.
- “Arform-Italia” (1958, giugno). *Stile industria*, 17, 26-27.
- Balestri, A. (1955). *Negozi*. Milano: Vallardi.
- Balestri, A. (1957). *Negozi*. Milano: Vallardi.
- Bassi, A. (2000) (a cura di). *Paolo Tilche. Progetti e ricordi*. Milano: Stampa Grafiche Fornasari.
- Bassi, A. (2001). *1951-1964 dalla consapevolezza alla maturità*. In A. Colonetti (a cura di). *Grafica e design a Milano 1933-2000* (pp. 81-143). Milano: Abitare Segesta.
- Bassi, A. (2013). *Nuovi approcci alla storia del design. Atti del convegno Il design e la sua storia* (pp. 75-82), AisDesign, Milano, 1-2 dicembre 2011. Milano: Lupetti.
- Bassi, A., & Riccini, R. (2004). (a cura di). *Design in Triennale, 1947-68. Percorsi fra Milano e Brianza*. Cinisello Balsamo: Silvana Editoriale.
- Bazzoni, R. (1961). *Negozi*. Milano: Görlich.
- Bulegato, F., & Dellapiana, E. (2014). *Il design degli architetti in Italia 1920-2000*. Milano: Electa.
- Capitanucci, M.V. (2012). *Il professionismo colto nel dopoguerra*. Milano: Abitare-Ordine e Fondazione dell’Ordine degli architetti, pianificatori, paesaggisti e conservatori della Provincia di Milano.

-
- Centrokappa (1980). (a cura di). *Il design italiano degli anni '50*. Catalogo della mostra. Milano: Editoriale Domus.
- "Colori e forme nella casa d'oggi" (1957). Catalogo della mostra. Como: s.n.
- De Fusco, R. (2010). *Il gusto. Come convenzione storica in arte, architettura e design*. Firenze: Alinea.
- Dellapiana, E. (2014). La lunga marcia del design: la mostra "colori e forme nella casa d'oggi" a Como, 1957. *Aisdesign. Storia e ricerche*, 3. Disponibile presso <http://www.aisdesign.org/aisd/la-lunga-marcia-del-design-la-mostra-colori-e-forme-nella-casa-doggi-a-como-1957> [4 gennaio 2016].
- Fallon, K. (2010). *Design history. Understanding theory and method*. Oxford-New York: Berg.
- Kubler, G. (1976). *La forma del tempo. Considerazioni sulla storia delle cose*. Torino: Einaudi.
- Magnani, F. (1964) (a cura di). *Negozi moderni*. Seconda serie. Milano: Görlich.
- Max Huber progetti grafici* (1982). Milano: Electa.
- Max Huber grafica* (1990). Catalogo della mostra. Museo di Chiasso, 15 giugno-29 luglio 1990. Chiasso: Comune di Chiasso.
- "Mostra a Villa Olmo: Colori e forme nella casa d'oggi" (1957, ottobre). *Domus*, 335, 33-48.
- Nasi, F. (1964). *L'architetto*. Firenze: Vallecchi.
- Negozi moderni: architettura e arredamento* (1960). Milano: Görlich.
- Pansera, A. (1990). *Il design del mobile italiano dal 1946 ad oggi*. Roma-Bari: Laterza.
- Pansera, A. (1993). *Storia del disegno industriale*. Roma-Bari: Laterza.
- Paoli, E. (1966 ca). Specchiere e specchi. *Quaderni Vitrum*, supplemento a *Vitrum*, 159.
- "Per studio o ufficio. Produzione Arform" (1964, luglio). *Domus*, 416, 231-234.
- Pizzi, M., & Romanelli, M. (2011, maggio). Il lungo fiume del design italiano. *Abitare*, 512, 113.
- Ponti, L. (2006, gennaio 5). Lisa Ponti ricorda Mario Tedeschi. Disponibile presso <http://www.domusweb.it/arte/2006/01/05/lisa-ponti-ricorda-mario-teseschi-.html> [4 gennaio 2016].
- Purini, F., Moschini, F., & De Alberti C. (2014). (a cura di). *Atti del convegno La critica oggi*, Accademia Nazionale di San Luca - Triennale di Milano. Roma: Gangemi.
- Romere, R. (2013-14). *In Arte Rai: i documentari sulle arti figurative tra storia aziendale e divulgazione culturale (1953-1962)*. Tesi di laurea magistrale in Storia delle arti e conservazione dei beni artistici, relatore G. Barbieri. Università Ca' Foscari Venezia. Schilder Bar, L., & Wild, N. (2002). *Il design in Svizzera*. Zurigo: Pro Helvetia.
- Scodeller, D. (2007). *Negozi: l'architetto nello spazio della merce*. Milano: Electa.
- Tedeschi, M. (1965, febbraio). Il contatto con il pubblico: otto anni di trasmissioni di arredamento alla televisione Italiana. *Domus*, 24.
- Tedeschi, M. (1969). *Arredare la casa*. Roma: Eri Edizioni Radio Televisione Italiana.
- Vergani, G. (2003, ottobre 10). Tilche, l'architetto con la faccia da attore. *Corriere della sera*, 55.
- Von Moos, S. (1992). *Estetica Industriale*. Zurigo: Pro Helvetia.
- Von Moos, S., Campana, M., & Bosoni, G. (2006). *Max Huber*. London-New York: Phaidon.

NOTE

1. Su questi temi, si vedano Fallan, 2010; Bassi, 2013.↵
2. Per la “storia delle cose” (e al suo interno della storia più specifica degli artefatti di design) è fondante il concetto kubleriano di “sequenza”, come “serie collegata di soluzioni ad un medesimo problema”, originata da “oggetti primi”, tali da segnare uno scarto sostanziale rispetto ai precedenti e mettere i successivi nella condizione di repliche. Tale frattura dentro la serie è determinata e collegata all’innovazione: “nella nostra terminologia ogni invenzione è una nuova posizione nella serie [...] Il processo di invenzione si svolge perciò in due fasi distinte: la scoperta delle nuove posizioni seguita dalla loro amalgamazione con il patrimonio di conoscenze già esistente” (Kubler, 1976, p. 17).↵
3. Attorno a questo aspetto, proprio su Milano e l’architettura, si veda, ad esempio, Capitanucci, 2012.↵
4. La situazione si collega evidentemente con la incerta condizione contemporanea di storia e critica, non solo del design; cfr., fra gli altri, Purini, Moschini, & De Alberti, 2014.↵
5. Sugli anni Cinquanta e su Milano, si segnalano *Annicinquanta. La nascita della creatività italiana*, 2005; Centrokappa, 1980; Bassi, 2001; Bassi & Riccini, 2004. Per quanto riguarda la cultura del progetto, si veda Bulegato & Dellapiana, 2014.↵
6. Questo contributo è fondato sui materiali archivistici – conservati dalla famiglia e che hanno avuto una prima organizzazione, in particolare di disegni e materiale iconografico – e sulle fonti a stampa, ma soprattutto sulla frequentazione personale e sulle conversazioni che hanno portato a un volume monografico (Bassi, 2000). Non è questa la sede per affrontare la questione teorica e metodologica attorno all’impiego delle fonti orali nelle ricostruzione storica; conoscenza ed esperienza di studio, incrociate quando disponibili con fonti primarie o secondarie, permettono naturalmente – in questo caso e in generale in situazioni analoghe – di approdare a valutazioni scientificamente e storicamente sostenibili.↵
7. L’autore lo descrive “alto, disinvolto, sicuro di sé, parla del suo passato con la trattenuta compiacenza di chi è soddisfatto del proprio presente” (p. 50). Tilche ricordava: “Dopo l’Università ho sempre dovuto inventarmi il lavoro. All’inizio, allestivo anche le vetrine, che davano sulla strada, per una banca; poi ho fatto gli stand in fiera” (Bassi, 2000, pp. 24-25). Oltre all’architettura, in questi anni progetta numerosi interni di abitazione e spazi pubblici e commerciali (alcuni di questi pubblicati in Paoli, 1966 ca); è meno assiduo invece nel partecipare a manifestazioni espositive (come le Triennali) o a concorsi e premi (come il Compasso d’oro).↵
8. Per trent’anni collocato in via Turati e dal 1985 in via Moscova, e condotto ora dal figlio Luca Tilche. A lui si deve il recente progetto per una campagna fotografica e un libro dedicati al rapporto fra l’attività commerciale di Arform e i suoi “utilizzatori”, letto attraverso la mediazione fornita dalle vetrine (AA.VV., 2010).↵
9. A proposito di questo progetto sosteneva Tilche: “Il riferimento, come per molti giovani architetti in quegli anni, era Le Corbusier. Non potendo ‘imitare’ l’impiego che lui faceva del cemento a vista, avevo adottato per ottenere un analogo effetto una ceramica ruvida, fatta di tesserine a spacco [...] Per i pavimenti degli appartamenti avevo scelto grandi listoni di legno: quando fu acceso per la prima volta il riscaldamento questi si gonfiarono in modo straordinario, sollevandosi e sembrava stesse scoppiando la casa. Da allora ho cercato di studiare e capire le caratteristiche dei materiali. All’Università non si parlava mai dei materiali; al massimo a Mineralogia insegnavano le caratteristiche dei marmi. Ma per noi giovani architetti in quegli anni il marmo era sinonimo di lusso, assolutamente da evitare” (Bassi, 2000, pp. 39-40).↵
10. “Ho voluto poi movimentare, in modo deliberatamente casuale, la facciata – come avviene nelle case tradizionali con le persiane – inserendo delle protezioni esterne scorrevoli a binari laterali, che potevano essere spostate e comandate dall’interno per regolare

-
- l'ingresso della luce". (Ivi, p. 46). Dello stesso 1974 la *First National City Bank* di Piazza della Repubblica.↵
11. "Era collocato all'interno di un bosco e allora ho cercato di salvaguardare il rapporto con l'ambiente naturale circostante. [...] e] ho sviluppato la costruzione attorno a alberi preesistenti" (Ivi, p. 51).↵
 12. Si veda <http://www.houseorgan.net/it/>, risultato finale del progetto di ricerca a cura di G. Bigatti e C. Vinti *Comunicare l'impresa. Gli house organ e la stampa aziendale italiana nel Novecento*, promosso nel 2009 dalla Fondazione Isec, in collaborazione con l'Università Iuav di Venezia e l'Istituto lombardo per la storia contemporanea.↵
 13. Per quanto riguarda le fonti d'epoca, si vedano Aloï, 1950 e 1959; Balestri, 1955 e 1957; *Negozi moderni: architettura e arredamento*, 1960; Bazzoni, 1961; Magnani, 1964. Per una ricostruzione storico-critica, si veda Scodeller, 2007.↵
 14. Con qualche rammarico, Tilche raccontava: "Molti colleghi non mi hanno perdonato il fatto di essere un architetto-commerciante, cosa che non si faceva negli anni Cinquanta. Come penso non l'abbiamo perdonato a quello che considero il miglior architetto italiano, anch'egli poco riconosciuto, Luigi Caccia Dominioni. Ma l'attività commerciale penso di averla nel sangue. In turco Tilche vuol dire 'volpe'; nel '600 i miei antenati producevano in Africa oggetti di cattivo gusto destinati ad adornare le divise dei militari" (Bassi, 2000, p. 20).↵
 15. Per approfondire la figura del grafico svizzero, si vedano *Max Huber progetti grafici*, 1982; *Max Huber grafica*, 1990; Von Moos, Campana & Bosoni, 2006.↵
 16. In generale sulla mostra, si vedano Dellapiana, 2014; "Colori e forme nella casa d'oggi", 1957; "Mostra a Villa Olmo: Colori e forme nella casa d'oggi", 1957.↵
 17. "Che hanno determinato il gusto dell'arredo negli anni Cinquanta - affermava Tilche -. Ma hanno condizionato anche il mio modo di progettare. In apparenza questi grandi palloni di carta sembrano semplici da fare; in realtà c'è bisogno di una forma di legno fatta a spicchi e bloccata attorno a un nucleo centrale. Una spirale viene inserita sul nucleo esterno assieme a piccoli listelli di legno; poi i pezzi di carta sono spalmati di colla e appiccicati ai listelli: nei punti dove si sovrappongono sono tagliati a mano con grande perizia" (Bassi, 2000, p. 28).↵
 18. Cfr. Von Moos, 1992, pp. 247 e sgg.; Schilder Bar & Wild, 2002.↵
 19. Il design danese e finlandese sarà distribuito in seguito a Milano anche da De Padova e MC Selvini.↵
 20. Non è questa la sede per un'indagine puntuale sul concetto di "gusto", attorno cui si è molto interrogata una parte della storiografia dell'arte italiana, a cominciare da Lionello Venturi, ma anche del design, come ha fatto di recente anche Renato De Fusco (2010). Nel campo del design, meriterebbe un approfondimento specifico la questione del contributo alla formazione del "gusto" fornito dagli strumenti di "divulgazione" (dalle riviste alle mostre fino, ad esempio, alle - assai limitate - trasmissioni televisive specializzate) o da un certo modo "di servizio" innanzitutto culturale, oltre che naturalmente commerciale, di intendere il ruolo della distribuzione e del negozio. Una riflessione questa in grado di aprire interessanti filoni di riflessione critica attorno alla difficile trasformazione e situazione contemporanea degli "show room" del design.↵
 21. "Stufo di vedere i mobili disegnati da me continuamente modificati dal cliente, ho invertito il rapporto: prima faccio i mobili e poi li vendo al cliente che li vuole" (Nasi, 1964, p. 51).↵
 22. "Chiesi a amici e architetti se volevano disegnare dei mobili per me. Di una trentina che ero andato a trovare, solo 4 o 5 alla fine mi diedero progetti che riuscii a produrre per il negozio. Arform ha prodotto mobili di Carlo Santi, Gustavo Latis, Eugenio Gerli e Gregotti, Meneghetti e Stoppino" (Bassi, 2000, p. 25). Domus completava l'elenco (alcuni di questi coinvolti nel progetto speciale per specchi domestici (Paoli, 1966 ca, pp. 120-123): "In 9 anni 178 modelli di Salvatore Alberio, Romolo Donatelli, Hans Weibl, Bruno Munari, Enzo

-
- Mari, Achille e Pier Giacomo Castiglioni, Roberto Menghi, Edoardo Paoli, Vittoriano Viganò, Mario Tedeschi” (“Per studio o ufficio. Produzione Arform”, 1964, pp. 23). Fra questi Alberio con il tavolo tondo con supporto metallico A-A, prodotto da Arform, vinse il Compasso d’oro nel 1955. Ancora tutto da indagare più in generale il rapporto fra Tilche e i colleghi. Soprattutto nell’immediato secondo dopoguerra, e almeno per tutti gli anni sessanta, nella “piccola” cerchia degli architetti a Milano il clima culturale e operativo era certo molto stretto, fatto di frequentazioni, collaborazioni e stima. I fratelli Castiglioni, solo per fare un esempio, fino al 1961 avevano lo studio in Corso di Porta Nuova non lontano da Arform; Tilche lavorava con Huber, a sua volta attivo con gli stessi Castiglioni.↵
23. Tedeschi collabora con Tilche come designer per Arform, ma soprattutto per la trasmissione televisiva *Il piacere della casa*. Nato a Milano nel 1920 (-2005), si laurea al Politecnico di Milano con Piero Portaluppi. Lavora con Ezio Cerruti al progetto del quartiere QT8 durante la VIII Triennale di Milano e disegna, per lo stesso impianto, la chiesa di S. Maria Nascente, collaborando con Vico Magistretti, e la fabbrica Alemagna di Cornaredo (Mi). Nel 1946 progetta, sempre con Magistretti, la lampada *Claritas*, esposta alla stessa edizione della Triennale, concepita come simbolo della svolta nella produzione dell’industria italiana. Lavora per la Diocesi di Milano disegnando le chiese di S. Marcellina, S. Maria Goretti (viale Melchiorre Gioia) e S. Giovanni Bosco (via Mar Nero). Tra le residenze, ricordiamo la “Garden House” in via Giovia a Milano. Dal 1948 per alcuni anni è stato redattore di *Domus* e nel 1969 pubblica il volume *Arredare la casa* (1969). Vedi anche Ponti, 2006.↵
24. E ancora: “Il mio lavoro ha dei punti fermi che hanno avuto origine dalla mia formazione. Allora tutti i miei colleghi architetti volevano essere ‘rigorosi’: ogni cosa che disegnavano conteneva angoli retti; il quadrato era la figura geometrica per eccellenza, assieme alla sfera, l’arco di cerchio poteva solo raccordare linee rette e ortogonali. Anch’io ho faticato a liberarmi dell’ossessione del quadrato e a quel punto ho cercato di progettare qualcosa che non aveva punti di riferimento, tutt’al più ne avesse di miei personali” (Bassi, 2000, p. 8).↵
25. Poche in Italia le esperienze significative di trasmissioni televisive dedicate ai temi del progetto. In sostanza si esauriscono con il ciclo *Lezioni di design* condotte da Ugo Gregoretti (Rai, 1999-2000, con Stefano Casciani, Anna Del Gatto, Maurizio Malabruzzi); con la via “fashion” di *Non solo moda* (Mediaset, anni ottanta e seguenti); con alcune escursioni di Philippe Daverio (Rai); con i percorsi non sempre facili di una nuova generazione di critici del design sui canali tematici, come Giorgio Tartaro più di recente.↵
26. I titoli delle puntate sono: “Introduzione alla XI Triennale”, 2 luglio 1957; “Omaggio a Frank Lloyd Wright”, 18 maggio 1959; “Visita alla XII Triennale”, 18 agosto 1960. La maggioranza dei filmati originali, a parte quelli segnalati da Romere, allo stato attuale della ricerca sembra essere andato perduto.↵
27. Tilche raccontava sempre del suo mancato provino, anche a causa dei numerosi impegni concomitanti connessi al lavoro professionale, per la parte di attore protagonista (poi di Raf Vallone) per il film “Riso amaro” (1948) di Dino Risi, cui lo aveva condotto la sua buona fama di ballerino e un fisico piacevole e aitante. Lo conferma Guido Vergani sul *Corriere della Sera* (2003), ricordandolo dopo la sua scomparsa: “Aveva (è morto nel maggio dello scorso anno) una bella faccia, un volto cinematografico tanto che, sapendo anche la sua bravura nel boogie-boogie, nel 1948 lo volevano scritturare per il film ‘Riso amaro’” (p. 55).↵
28. “C’è stato un momento, quando Cedit attraversava un difficile momento alla fine degli anni Sessanta, in pratica aveva chiuso, che ho avuto a mia completa disposizione la fabbrica di piastrelle a Lugano, o meglio un reparto con due forni e un vecchio operaio col quale ho potuto fare tutte le prove che volevo. Ho riflettuto che in bagno c’erano solo piastrelle noiose e ripetitive e ho cercato di fare qualcosa di diverso. Ho realizzato allora

piastrelle che erano tutte differenti una dall'altra per disegno e cromia. Ho fatto ricerche per oltre un anno per vedere come si comportavano piastrelle e smalti inserendo altri materiali, come metallo, piccole reticelle, poi vetro e infine piccole palline appunto di vetro. Ho fatto fondere su una piastrella una collanina di mia moglie, e ho avuto l'idea che potevo realizzare piastrelle dove piccole palline di vetro, il cui colore variava non in modo predeterminato, si scioglievano mantenendo però un disegno unitario. Ho insomma inventato l'utilizzo del vetro, ma poi ho usato anche polveri, nella produzione di piastrelle in ceramica" (Bassi, 2000, pp. 22-24).↵

29. Fra queste, la lampada da tavolo metallica *3H* (1970), di forma cubica, dove i lati superiori una volta aperti permettono l'uscita della luce; la lampada da tavolo a braccio bilanciata *3S* (1971); la lampada da tavolo *GP2* (1971), di forma emisferica e al cui interno frammenti di materiali, come carta e plastica, producono rifrazioni luminose.↵
30. In questi anni nel settore idrosanitario divengono numerose le collaborazioni degli architetti con le imprese. Un altro "classico" Ideal Standard è ad esempio *Aquatonda* (1971) di Achille e Pier Giacomo Castiglioni.↵
31. Sul progetto dei sanitari, oltre alle riviste di settore sulle quali il suo lavoro è ben documentato, si veda Bassi, 2000, pp. 9-10, 18-19.↵
32. Ad esempio *Ring* (1975); l'azienda vetraria Barbini di Murano (Venezia) è stata una delle maggiori del settore.↵

PAOLO DE POLI ARTIGIANO IMPRENDITORE E DESIGNER

Ali Filippini, Politecnico di Torino

PAROLE CHIAVE

Artigianato, Bottega, Design entrepreneur, Designer imprenditore, Enamels, Handicraftsman, Handles, Maniglie, Smalti

Quella dell'artigiano-imprenditore è una delle modalità attraverso cui si è esplicitata nel corso del Novecento l'attività di progettazione in Italia. Questa categoria è ben rappresentata dall'artista, artigiano, designer Paolo De Poli che, a partire dalla prima metà degli anni trenta e in particolare nel corso dei vent'anni successivi, ha continuato a guidare una bottega di produzione di oggetti smaltati a gran fuoco seguendo alcuni lavori anche per l'architetto Gio Ponti.

L'articolo, ricorrendo a fonti primarie provenienti dall'archivio De Poli conservate all'Archivio Progetti Iuav di Venezia,[1] intende ricostruire l'attività e l'organizzazione del lavoro di uno studio-laboratorio che si contraddistingue per essere al tempo stesso luogo di ideazione, produzione, esposizione e vendita di oggetti che pur essendo di matrice artigianale, possono essere ascritti per alcuni aspetti a modalità processuali di una produzione seriale.

L'analisi delle scelte operate da De Poli permette perciò di ricostruire l'apporto della produzione artigianale alla cultura del design, dimostrando la validità di un modello operativo che, praticamente trascurato dalla storiografia ufficiale, merita oggi di essere riconsiderato.

1. La Smalti d'Arte Paolo De Poli: da atelier-bottega a studio-laboratorio

"Questa è la breve storia della mia 'Industria' e sarò ben felice se dopo la guerra potrò portarla ad una importanza maggiore e favorire così l'espansione dei prodotti italiani" Con queste parole Paolo De Poli (*L'arte dello smalto: Paolo De Poli*, 1984; Cafà, 2014),[2] in una lettera scritta nel 1943 all'Istituto Veneto per il Lavoro di Venezia (IVL),[3] si congedava dopo aver risposto alla richiesta di informazioni circa la presenza in Italia di artigiani dediti alla lavorazione dello smalto, utili alla compilazione di una guida-regesto dell'artigianato e delle piccole industrie venete da pubblicarsi nell'immediato dopoguerra. Il suo caso personale era già all'attenzione dell'Istituto con il quale aveva da tempo stretto delle relazioni, nonché dell'ENAPI (Ente Nazionale per l'Artigianato e per le Piccole Industrie, fondato nel 1925) che rappresentavano in Veneto un esempio di realtà operativa per la promozione e valorizzazione della professione artigianale.

Nella stessa lettera De Poli ricorda come il suo mestiere di produttore di oggetti realizzati in metallo smaltato a gran fuoco abbia inizio nel 1934 (le prime sperimentazioni in smalto risalgono in realtà all'anno prima), dopo dieci anni di attività prettamente artistica tra pittura e sbalzo su metallo, portandolo a eseguire prima del secondo conflitto bellico una media di cento o duecento oggetti a settimana.

Colpisce ancora nella missiva un passaggio relativo all'organizzazione della bottega: Nel passato però, non volli mai improntare la mia produzione a vera e propria lavorazione in serie, ma se in avvenire questo sarà necessario, lo si potrà fare facilmente.

La mia attrezzatura mi permetterà tanto una lavorazione in serie quanto una maggiore produzione. [4]

È qui in nuce quanto accadrà nei decenni a venire, quando la bottega affronterà, per esempio, delle collaborazioni con aziende per la fornitura, spesso su medie-alte tirature, di articoli sempre prodotti artigianalmente ma improntati ad una idea di replicabilità (si vedrà il caso della produzione delle maniglie). Il passaggio, visto retrospettivamente, determina la trasformazione della bottega artigianale delle origini in una microimpresa organizzata per stare al passo con la richiesta del mercato.

La produzione alla quale accenna De Poli nella lettera del 1943 è quella relativa agli oggetti di artigianato artistico, come soprammobili e altri, utili per la casa e la tavola (vassoi, coppe, vasi, portacenere, candelieri, cornici, scatole, tagliacarte ecc.), oltre che ad articoli per l'uso personale (portasigarette, portacipria, collane e spille) e alla realizzazione di pannelli e rivestimenti in smalto di mobili, da lui stesso definita "di carattere decorativo artistico". Solo un anno prima, nella mostra personale tenutasi alla galleria milanese di Ferruccio Asta, [5] erano invece stati presentati anche i mobili realizzati su disegno di Gio Ponti [6] eseguiti da De Poli a inizio del decennio (La Pietra, 2009).

Dal 1935 De Poli aveva iniziato a vendere in grande quantità scatoline, portacipria, portasigarette realizzati per il negozio di arredamento Fuselli e Profumo e la Società di Navigazione Italia a Genova, e per l'industria aeronautica Caproni di Milano, con una stima media di duemila pezzi annui commercializzati tra il 1935 e il 1945[7] (Cafà, 2014). Sarà in particolare con queste forniture che avrà inizio l'attività economica della bottega nel settore dell'oggettistica.

L'immediato dopoguerra rappresenterà per De Poli un cambiamento decisivo nell'organizzazione del suo lavoro sempre più orientato, con le nuove commesse che si aggiungono alle forniture già citate, alla realizzazione di altri oggetti in rame smaltato. A tal fine, il catalogo "analitico" ad uso interno messo a punto nei primi anni quaranta (un primo risale agli anni trenta) e poi reimpostato negli anni del dopoguerra, consta di cinque pieghevoli con le varie categorie di oggetti che corrispondono al sintonizzarsi della bottega verso un mercato crescente che richiede anche l'assortimento e la messa in commercio di nuovi articoli. [8]

È ancora Ponti nel 1947 a coinvolgere De Poli, con altri artigiani, alla realizzazione di oggetti per l'APEM[9] ("Smalti di De Poli", 1946) e sarà proprio in quegli anni che l'atelier di De Poli assumerà sempre di più i connotati di uno studio-laboratorio; soprattutto dopo il trasferimento dell'attività dalla grande casa-bottega di via Dimesse al palazzo di via San Pietro 15 (poi 43) che diventerà, con i vari ampliamenti negli anni, la sola sede produttiva e di rappresentanza-vendita dell'impresa patavina.

"Paolo De Poli Smalti d'Arte" è la dicitura del biglietto da visita di quegli anni (sul suo primo, risalente al 1937, oltre al nome accompagnato dalla scritta "Smalti d'Arte a gran fuoco", De Poli aveva fatto apporre in calce la menzione della sua partecipazione a due esposizioni internazionali - Bruxelles nel 1935; New York nel 1939 -, e il conseguimento della medaglia d'oro alla VI Triennale del 1936). [10]

Così come è nello studio-laboratorio di via San Pietro che nel 1950 Meyric R. Rogers, curatore per le arti decorative e industriali dell'Art Institute di Chicago, si recherà per selezionare i pezzi da includere nella mostra itinerante *Italy at Work. Her Renaissance in Design Today* da lui organizzata, che dopo la prima inaugurazione al Brooklyn Museum di New York girerà l'America per tre anni portando grande successo all'artigianato italiano (Rogers 1950; Sparke 1998; ENAPI, 1954). [11] Una esposizione che inquadra De Poli nel contesto dell'artigianato d'eccellenza del nostro paese e contribuirà negli anni a favorire la conoscenza delle sue opere nel mercato americano.



Fig. 1 Meyric R. Rogers, curatore per le arti decorative e industriali dell'Art Institute di Chicago, seleziona i pezzi per la mostra *Italy at Work*, 1950 / courtesy APV, De Poli, archivio foto.

Ma gli anni cinquanta sono anche quelli che vedranno consolidarsi il rapporto di collaborazione tra De Poli e Ponti, testimoniati dalle pubblicazioni delle opere dell'artigiano patavino prima su *Domus* e poi su *Stile*; fino alla partecipazione alla mostra parigina presso la Galleria Christofle nel 1957 con una serie di animali, soli, stelle e diavoli, sempre su disegno dell'architetto milanese, e alla personale di De Poli alla Triennale dello stesso anno. Periodo culminato nel 1958 con la pubblicazione del libro *De Poli: Smalti* curato da Ponti per le edizioni Daria Guarnati, un vero e proprio attestato di stima. [12]

Il rapporto con Ponti si concretizza in quegli anni anche nelle decorazioni di alcune navi della Società di Navigazione Italia: con l'opera le *Quattro stagioni* per il salone delle feste della Conte Grande, l'opera *Arlecchino* per la Conte Biancamano, un fregio araldico (*I navigatori italiani*) alto dieci metri per la Giulio Cesare (Piccione, 2007). [13]

Gli anni cinquanta vedono l'avvicinamento di De Poli al mondo del design in via di affermazione: sono, infatti, gli anni dell'iscrizione all'ADI e della partecipazione alle numerose mostre organizzate in diversi paesi per promuovere quello che verrà chiamato "made in Italy", come all'esposizione londinese *British Furniture Exhibition* del 1958 organizzata e allestita dallo Studio Belgiojoso Peressutti Rogers in collaborazione con l'ADI. [14] In questa occasione, De Poli è accanto alle opere più rappresentative dell'arredo e dell'industrial design di quel periodo, secondo una modalità di ordinamento che tiene insieme la produzione in serie, le tirature limitate e gli oggetti unici dell'artigianato. Così come avverrà ancora dieci anni più tardi all'Expo di Montreal del 1967, dove De Poli è inserito nella sezione "modern handicrafts" della mostra *Italia (Exhibition of Handicrafts, industrial design and fashion)* curata da Roberto Sambonet con il sostegno dell'ICE. [15]

2. L'organizzazione del lavoro negli spazi del palazzo di via San Pietro

Lo studio-laboratorio di De Poli, benché attualmente non attivo, occupa ancora un palazzo veneto del Quattrocento, in zona Porta Molino, nel cuore antico di Padova. [16] Qui, su due piani più un terzo adibito a magazzino e zone di servizio, per una superficie di quasi 200 mq a piano, si svolgeva l'intera attività della ditta. Sotto lo stesso tetto, in ambienti che nel corso degli anni si sono ingranditi a mano a mano che l'attività si allargava, aveva luogo l'intera fase produttiva: dalla lavorazione del materiale, alla sua preparazione per la cottura nei forni, fino alla confezione per la spedizione. Il luogo era adibito, in alcune parti, anche a sede di rappresentanza e vendita con ciò che possiamo considerare oggi come uno showroom aperto al pubblico.

Una lettura degli spazi permette anche di ricostruire il processo di svolgimento del lavoro. Al piano terra, l'"officina" è il luogo dove aveva inizio tutto: qui il rame e gli altri materiali giungevano per essere modellati nelle forme necessarie.



Fig. 2 Paolo De Poli nell'officina di via San Pietro 43 a Padova, anni ottanta / courtesy APV, De Poli, archivio foto.

Diversi gli strumenti usati per la formatura degli oggetti di metallo secondo un iter che prevedeva il loro taglio (usando forme appositamente conservate), l'imbutitura, la battitura delle lastre, la saldatura (quando necessaria e usata al limite del possibile per non creare zone altrimenti impenetrabili allo smalto) e la loro rifinitura superficiale. Nell'oggetto finito questi procedimenti rivelano come De Poli dimostrasse un maggior orientamento alle forme e al design (anche in termini tipologico-funzionali) per quanto riguarda gli oggetti contenitori come le vaschette; mentre per altre tipologie, come nel caso delle ciotole, il suo lavoro fosse maggiormente finalizzato verso la ricerca della finitura, attraverso prove di battitura diverse del metallo per saggiare gli effetti di questa sul colore. Un elenco parziale della fine degli anni quaranta[17] riporta la presenza al piano terra di un tornio meccanico, due torni per le lastre, un trapano, un bilanciere, una smerigliatrice, una pulitrice, una trancia a mano, una taglierina e una piegatrice. Alle quali si aggiungeranno macchine per la battitura delle lastre e per la formatura delle ciotole.

Un addetto all'officina, fino agli anni ottanta affidata all'artigiano Emilio Pattaro, svolgeva praticamente l'intero lavoro e gestiva la fase di approvvigionamento del materiale e la preparazione delle forme da passare al laboratorio posto al primo piano. Sempre nell'officina, che occupava due grandi ambienti comunicanti (il più grande dei quali con un ingresso importante direttamente nell'atrio del palazzo per il passaggio dei carichi e degli oggetti voluminosi) era ospitato, nel mezzanino, il deposito delle forme. Al primo piano, in ambienti attigui, ma separati da quelli di esposizione e vendita, vi era il cosiddetto laboratorio di smaltatura e cottura, dove lavoravano due persone addette in particolare al processo di "colorazione" dei pezzi. È in questo ambiente che si trovavano i due forni elettrici per la cottura, rispettivamente della portata di 18 e 10 kw (introdotti nel 1947 dopo la cessione di quello a carbone che continuerà comunque ad essere usato per un periodo di tempo). In stanze separate attigue a questa si trovavano i locali adibiti alla pulizia dei pezzi con le vasche per il bagno negli acidi e quelle dove erano conservati i colori in polvere, oltre all'attrezzatura per macinare le cosiddette fritte, ovvero per ridurre in polvere la pasta vetrosa nella quale si presenta lo smalto (Cafà 2014). [18] In questa fase di pigmentazione era importante per le lavoranti consultare lo schedario dove, uno per ogni tipologia, erano annotate le "formule" con i colori degli smalti per la cottura. Ogni oggetto veniva schedato con un numero progressivo, che corrispondeva a quello dei cataloghi ad uso interno, [19] e riportava appunto le caratteristiche cromatiche e gli effetti che doveva avere. Le cotture potevano essere molteplici, spesso di brevissima durata, e non richiedevano, come nella ceramica, tempra; anche in questo passaggio vi era una fase progettuale che prevedeva di osservare la disposizione delle polveri di smalto a temperatura discendente, in modo che i colori a temperatura più alta fondessero per primi, seguiti dagli altri per non creare sovrapposizioni o alterazioni.



Fig. 3 Paolo De Poli e le sue collaboratrici nel laboratorio di smaltatura / courtesy APV, De Poli, archivio foto.



Fig. 4 Il reparto delle polveri di smalto nello studio-laboratorio / courtesy APV, De Poli, archivio foto.

ricevuto dall'officina, pulizia dello stesso e preparazione del colore sui tavoli accanto ai forni. L'oggetto o gli oggetti, in caso di pezzi più piccoli, pronti per la cottura venivano posti su appositi supporti e, una volta terminata la fase di smaltatura, rifiniti e ripassati con solventi prima del loro confezionamento.

È interessante notare, come spesso accade in ambito artigianale, in che modo De Poli avesse predisposto delle migliorie ai suoi forni, ideando anche uno strumento che impediva alle lavoranti di esporsi troppo al calore; così come è probabile che lo stesso artigiano abbia preso parte alla messa a punto dei forni entrando nel merito della personalizzazione della macchina.



Fig. 5 Paolo De Poli mentre lavora al forno, anni ottanta / courtesy APV, De Poli, archivio foto.

A queste due zone separate dell'officina e dei forni, ma in relazione tra di loro con un programma di lavoro giornaliero puntualmente trascritto nelle schede di lavorazione e negli appunti riportati nei quaderni delle lavoranti, [20] faceva da contraltare la zona aperta al pubblico e ai frequentatori dello studio. Questa occupava il grande salone con ampie finestre sulla strada, adibito a sala campionaria e le foto d'epoca mostrano la presenza degli armadi, con il campionario dei vasi e delle ciotole, che occupavano un'intera parete e venivano aperti per presentarli ai compratori italiani e stranieri, ai clienti e ai giornalisti; [21] la parete di fronte riportava ancora un campionario, stavolta dispiegato su un supporto apposito con agganciate tutte le versioni degli oggetti più piccoli.



Fig. 6 Il campionario nella sala espositiva, anni cinquanta / courtesy APV, De Poli, archivio foto.



Fig. 7 Paolo De Poli al lavoro nel suo studiolo / courtesy APV, De Poli, archivio foto.

È in questa sala-showroom che le persone venivano accolte e dove si svolgevano le presentazioni (con la proiezione di diapositive) e dove sui tavoli si potevano vedere e valutare gli oggetti. In una zona attigua più privata vi era lo studiolo di De Poli - un po' pensatoio, un po' luogo di sperimentazione sui pezzi prima del passaggio al laboratorio, contenente un tavolo e i materiali (come le polveri) per preparare delle campionature - e, accanto, il locale amministrativo dove lavorava la segretaria.

Al terzo e ultimo piano si trovavano dei locali di servizio, come la cucina e gli spazi per i collaboratori, e soprattutto un locale archivio e un locale adibito alla conservazione dei numerosi cliché di stampa.

Oltre a De Poli, lo studio-laboratorio disponeva complessivamente in un organico, variabile a seconda delle commesse lavorative, di cinque-sei persone: un addetto all'officina con mansioni anche di movimentazione delle merci; due o tre addette alla decorazione e smaltatura (oltre che al confezionamento); una segretaria.

La presenza, costante almeno nel corso dei decenni cinquanta-sessanta, di Luigi Busetto quale consulente per la parte amministrativa e strategica è interessante per risalire alla componente manageriale dell'impresa che proprio in quegli anni, e con la complicità di questa figura che conosceva l'inglese, si apre ai mercati esteri e soprattutto alle relazioni con gli Stati Uniti. Il rapporto con l'America fu infatti centrale nell'attività della ditta. Dal punto di vista commerciale, anzitutto perché, iniziato nel 1950 in seguito alla mostra *Italy at work*, quindi in concomitanza con gli scambi commerciali e culturali previsti dal Piano Marshall, fa parte delle relazioni intraprese da aziende, istituzioni e progettisti italiani con le rispettive controparti per il mercato americano; dal punto di vista culturale, per i contatti che nel corso degli anni si verranno a creare con musei, collezionisti e istituzioni. [22]

3. I cataloghi ad uso della produzione e la "fabbrica" delle maniglie

De Poli inizia, a partire dagli anni trenta, a riportare le produzioni in un unico catalogo, secondo l'ordine cronologico di ideazione e di prima produzione, per arrivare nel dopoguerra a un catalogo suddiviso in categorie merceologiche, come strumento utile per il lavoro e la vendita. A ben vedere, si potrebbe dire che si comporti in modo non dissimile da quanto intrapreso dalla ditta Venini, negli anni trenta, con il cosiddetto Catalogo blu (Venini Diaz de Santillana, 2000), dedicato a classificare e identificare le produzioni e quindi anche alla vendita.

La sua produzione è dunque ricostruibile attraverso la visione dei due cataloghi che consentono anche di datare le opere. [23]

Nel primo sono visibili gli oggetti commercializzati all'epoca con le ditte Fuselli e Profumo e Caproni, oltre ai pezzi esposti nelle Triennali prima della guerra. Il secondo è formato invece da cinque copie eliografiche piegate a fisarmonica e destinate ognuna a una categoria merceologica. [24]



Fig. 8 Pagina di un catalogo, anni cinquanta / courtesy APV, De Poli, archivio foto.

Il primo pieghevole corrisponde ai cosiddetti oggetti speciali, e presenta articoli abbastanza eterogenei e contraddistinti da unicità (qui il “bestiario” pontiano degli anni cinquanta, con gli animali ritagliati e piegati dalla lastra di rame poi smaltati); il secondo ospita le vaschette; il terzo le ciotole; il quarto i vasi e il quinto le scatole e gli oggetti vari. Ogni pieghevole riportava nel frontespizio il nome della ditta, il nome della tipologia in tre lingue e il numero del catalogo in questione. Le misure degli oggetti corrispondevano a una riproduzione in scala dell’articolo, del quale erano riportate le dimensioni sia in centimetri che in pollici per il mercato anglosassone. Tutti gli oggetti erano disegnati al tratto in modo da restituirne nel segno e nell’ombreggiatura anche il volume e soprattutto la texture; a fianco dell’immagine un numero identificativo, mentre l’ordine di ingresso nelle liste era rigorosamente cronologico e successivo alla reale produzione dell’articolo.

Un sesto pieghevole dedicato esclusivamente alla produzione delle maniglie verrà invece completato a seguito della fortuna commerciale di questi prodotti nel 1961. La sua peculiarità è che, diversamente dagli altri che rimarranno sempre degli strumenti utilizzati internamente (evitando di farli circolare liberamente o addirittura di mostrarli), sarà da subito progettato per fini di propaganda e spedito nel decennio sessanta in tutto il mondo.

Nel caso delle maniglie si trattava di una “linea di produzione” che, seppur di matrice artigianale, ricalcava in tutto le modalità processuali di una produzione seriale e che vedeva De Poli impegnato con una richiesta di tirature medio-alte per l’esportazione in vari paesi. Dal punto di vista della realizzazione, le maniglie venivano ricavate dalla piegatura e lavorazione del rame in lastra, eventualmente completate da operazioni di finitura, poi smaltate secondo le necessità del caso e i desiderata del cliente. Se le prime in produzione, sono realizzate ancora con uno spessore ridotto del rame o in similoro, quelle seguenti si distingueranno per più forti spessori che gli conferiscono un aspetto completamente diverso. In quanto provviste di un sistema di fissaggio, nella messa in opera non restava che adattare alla serratura la lunghezza delle viti fornite con la maniglia, facendo attenzione durante questa operazione a non intaccare la parte in smalto per non rovinarne la superficie; a tal fine ogni maniglia e maniglione in uscita dalla bottega era spedito con un foglio di indicazioni per il montaggio. Dal punto di vista cronologico l’attività della produzione delle maniglie ha inizio alla fine degli anni quaranta. [25] Nel 1949, De Poli è incaricato di produrre i maniglioni del negozio Motta di Melchiorre Bega in piazza Duomo a Milano e per lo stesso architetto (insieme stavolta con Guglielmo Ulrich), realizzerà delle decorazioni a smalto per il negozio Galtruccio affacciato sulla stessa piazza (Aloi, 1950). [26] A queste forniture seguiranno le 116 maniglie [27] per la nuova sede del grande magazzino La Rinascente in piazza Duomo, inaugurata nel 1950, progettata da Ferdinando Reggiori e Aldo Molteni con interni di Carlo Pagani, e destinate sia alle porte in cristallo degli ingressi che ad alcune aperture interne attraversate dal pubblico. Il successo di queste realizzazioni porta visibilità alla tipologia che peraltro si dimostra perfettamente adatta all’esigenza di marcare con un segno visibile e “prezioso” le grandi superfici delle porte in cristallo Securit. Inoltre sono gli stessi architetti che sembrano privilegiare l’uso di questo “accessorio”. Del 1951 (ma il progetto risale al 1947) è il progetto del cinema Altino di Padova dell’architetto Quirino De Giorgio dove De Poli, insieme ad altri artisti, è chiamato a intervenire con la fornitura dei maniglioni per le porte vetrate di ingresso. Lo stesso anno, Giuseppe Nizzi e Elvio Lorini si rivolgono ancora a De Poli per la nuova sede del mercato granario e della borsa merci di Torino. [28]



Fig. 9 Ingresso con maniglie De Poli della borsa merci di Torino progettata dagli architetti Giuseppe Nizzi e Elvio Lorini , 1951 / courtesy APV, De Poli, archivio foto.

Tali maniglie in particolare - personalizzate alla destinazione d'uso con il disegno di una spiga di grano secondo una procedura di stesura dello smalto più vicina a una "laccatura" eseguita col medesimo materiale -, compariranno nel catalogo VIS (Vetro italiano di sicurezza) del 1952 come maniglie "tipi di De Poli", [29] insieme ad altre realizzate in ceramica e in vetro pieno, e segnano la collaborazione con l'importante azienda che ha uffici e filiali in tutta Italia. [30] Il rapporto con la VIS illustra bene la duplice qualifica di De Poli: artigiano-designer e imprenditore, in quanto fornitore di un'azienda che ha una dimensione commerciale e logistica estesa con la quale la sua bottega deve relazionarsi; rapporto durato oltre vent'anni e che ha rappresentato per De Poli certamente una cospicua voce economica. Mentre di altra natura, ma ugualmente importanti come incarichi di fornitura, saranno i rapporti con la Perugina, che negli anni settanta commissionava a De Poli articoli da regalo da vendere, dietro esclusiva, nei suoi numerosi negozi italiani. [31] Nel medesimo 1952 De Poli partecipa con alcuni prototipi di maniglie alla mostra collettiva della nota azienda Yale & Towne nella sede di New York, mentre bisognerà aspettare qualche anno perché vengano inseriti nel catalogo dell'azienda. [32] Seguirà un'altra mostra, nel 1956 e sempre a New York: *New Forms in door ornamentation*. L'esposizione, tenutasi alla Wildenstein Gallery e curata da Van Day Truex presentava i pezzi speciali disegnati oltre che da De Poli, da Paolo Venini, Philip C. Johnson, Ibram Lassaw, Fernand Leger, Mirko (Basaldella) e altri (Yale & Towne, 1956, pp. 12-13).

Le maniglie di De Poli, in forme semplici arricchite dalla smaltatura in diversi colori, si dimostravano tra le più adatte per completare le moderne porte vetrate, e nel corso degli anni cinquanta risultano numerose le richieste di forniture. [33] Si useranno nei grandi magazzini (come Standa) e nei negozi (Messaggerie Musicali), nei luoghi di lavoro come banche e uffici (sede della società Montecatini a Milano, 1952; palazzo della Cassa di risparmio di Padova e Rovigo, 1962, entrambe di Ponti), in alberghi alcuni dei quali in collaborazione ancora con Bega come il Bauer in Venezia (1953), in cui fu richiesto un intervento su maniglie esistenti. E inoltre per la sala da pranzo Montecarlo allestita da Ulrich nella turbonave Cristoforo Colombo (1953), oltre che in numerose case private come l'appartamento milanese dell'industriale Fulvio Bracco (1952) e villa Nemazee di Ponti a Teheran (1957-64) dove, in aggiunta alle maniglie, De Poli realizzerà la decorazione a smalto del caminetto. [34]

Questa "nicchia produttiva" spinse, come accennato, De Poli a predisporre un catalogo commerciale dedicato alle sole maniglie che nel 1961 con introduzione in tre lingue e misure anche in pollici, verrà spedito ad architetti, vetrai, arredatori, uffici tecnici di imprese di costruzioni. Per la copertina fu scelta la foto d'insieme che raffigurava le creazioni di De Poli sullo sfondo della Basilica di Padova, a firma del fotografo Mario De Biasi, apparsa nel numero di *Epoca* del gennaio dello stesso anno (Grazzini, 1961, p. 35-50). All'interno del catalogo si potevano contare 72 modelli, oltre ad otto concessi in esclusiva alla VIS con un numerazione diversa; mentre sei erano i modelli ceduti alla Yale & Towne e allo scopo segnalati.

Paolo De Poli
enameled copper

Paolo De Poli, Italy's great contemporary enamelist, created these interestingly formed door pulls in enamel over copper for The Towne Hardware Division. These door pulls have the spontaneous warmth of opaque and transparent clouds, enclosed in a bright copper rim. They possess a modern baroque richness. De Poli's works are among the new forms of hardware ornamentations included in Towne's new styling program.



Page 8

Fig. 10 Catalogo Yale & Towne con maniglia di De Poli, 1956 / courtesy APV, De Poli, archivio foto.

La produzione di maniglie della ditta si attesta grossomodo in ventimila pezzi distribuiti nell'arco di almeno vent'anni, e la richiesta di questa tipologia impegnerà De Poli dai primi anni cinquanta alla prima metà dei settanta. Sono quasi trent'anni di produzione e il dato può far riflettere se si pensa alla complessità di dover mantenere nel tempo, oltre alla produzione abituale di oggetti e pezzi d'arte, una linea produttiva che richiedeva attenzioni tecniche e generava un articolato scambio di relazioni e spedizioni con le aziende e i clienti. I costi delle maniglie, così come quelli degli oggetti, erano calcolati per ogni tipo in catalogo in base a una valutazione economica che teneva conto delle seguenti variabili: il peso e il prezzo di metallo e smalto, la lavorazione, la pulitura, il montaggio della serratura, i supporti, l'applicazione dello smalto e la sua smaltatura (ed eventuale supplemento), la cottura, la decorazione (se richiesta). [35] Questi "strumenti" sono degli interessanti indicatori di come la bottega stimava costi, interessi e vendita degli articoli sia per le vendite in sede che per il commercio. L'attitudine di De Poli verso gli aspetti scientifici e tecnici del mestiere, lo aveva portato già dagli inizi a compiere degli studi approfonditi relativi ai costi di manifattura e ai prezzi da applicare.

Tra i documenti archivistici riguardanti la bottega vi sono infatti alcuni quaderni (cosiddetti di "studio di produzione") gelosamente conservati da De Poli tra i suoi materiali, con diagrammi accuratamente predisposti per mettere in relazione il peso degli articoli e dello smalto con la dimensione dei pezzi per ricavarne il valore commerciale. I documenti dimostrano come la gestione del lavoro in bottega non fosse improvvisata, ma obbedisse a un progetto di fondo che, per gli articoli più disparati, predisponesse una chiara ed efficiente prassi di lavorazione in tutti i suoi aspetti. Va altresì ribadito come, a differenza di altre produzioni artigianali quali la ceramica o il vetro, la smaltatura sia una tecnica che, a partire proprio dalla formatura dei semilavorati, non accetta modificazioni di sorta (sono mediamente tredici passaggi per completare un oggetto). Vale a dire che una volta tagliate le forme nel disegno prestabilito, con dime in cartone o legno, o altrimenti assemblate con la saldatura degli elementi, il processo è irreversibile, da cui l'importanza della pianificazione dell'iter progettuale in ogni dettaglio.

4. Comunicare e vendere

Si è già accennato al ruolo della sala campionaria e all'attività promozionale del catalogo dedicato alle maniglie ma è ancora interessante scoprire come De Poli nutrisse attenzioni verso gli aspetti della comunicazione della sua ditta che coprivano tanto la parte promozionale - svolta anche dai servizi giornalistici e dagli articoli che raccontavano - omaggiavano l'attività in Italia e all'estero sia nelle riviste di artigianato e arti applicate sia in quelle di progetto, dove i suoi oggetti iniziarono a comparire già dagli anni trenta[36] - quanto dalla vendita diretta effettuata nel palazzo di via San Pietro. A tal fine, ogni oggetto confezionato (in scatole apposite, predisposte per il trasporto o la spedizione in termini di sicurezza) era accompagnato da un cartoncino pieghevole che riproduceva opere scelte e spesso finite in collezioni importanti, o presentate nelle mostre, e un altro che riportava al suo interno una citazione di Ponti estratta dal volume monografico a lui dedicato (Ponti, 1958), completata dai dati sul luogo di produzione. Negli anni cinquanta e sessanta, una parte molto ridotta del campionario era presente anche nello studio milanese di Ponti in via Dezza, [37] dove capitava che alcuni clienti di passaggio o visitatori dello studio, acquistassero direttamente degli articoli che poi venivano rinnovati per essere sempre disponibili alla visione.

Oltre a questo avamposto speciale, De Poli si serviva di una serie di negozi di grande rappresentanza in varie città d'Italia. Soprattutto a Milano i suoi oggetti erano presenti in luoghi noti della vendita del moderno come: Casa & Giardino, Richard Ginori, Scaglia, Frangi, Stilnovo, oltre alla galleria La Ruota di Luisa e Ico Parisi a Como.

Ugualmente importanti, ai fini della diffusione del lavoro di De Poli, erano le relazioni - alcune risalenti già agli anni trenta come nel caso dell'IVL - con istituzioni commerciali quali l'ICE, il CNA (Compagnia Nazionale Artigiana), il Word Craft Council, l'ENAPI. Quest'ultima, oltre a promuovere mostre in Italia e all'estero e alle quali De Poli partecipa dal 1935, organizzava a Firenze dal 1931 quella che diventerà la Mostra mercato nazionale dell'artigianato, importante manifestazione alla quale De Poli è presente dal 1946 - ma è premiato con un diploma già nell'edizione del 1936 - e regolarmente fino al 1972. [38] Tali episodi fanno capire come la visibilità del marchio fosse sostenuta da iniziative commerciali di tutto rispetto.

Un caso ancora a parte fu l'attività di De Poli come operatore culturale all'interno della Triennale di Milano. Con questa importante istituzione De Poli ebbe a che fare dal 1936 quando partecipò per la prima volta alla VI edizione, come accennato, e in seguito per dieci altre fino alla XV del 1973. Ma è dal 1960 al 1983 che, diventando membro del consiglio di amministrazione, De Poli ha modo di seguire e partecipare più da vicino alla diffusione della cultura (anche imprenditoriale) legata al mondo delle arti applicate e dell'artigianato, nel contesto più ampio della valorizzazione dell'architettura e del design italiano. Anni di impegno che lo vedranno strenuamente immerso a difendere lo spazio dell'artigiano-imprenditore e che non porteranno, purtroppo, agli effetti desiderati e all'attenzione che la categoria secondo lui meritava. [39]

5. Il designer-artigiano imprenditore come modello ricorrente nella storia del design italiano

La vicenda professionale di De Poli che da artista-artigiano dei metalli approda presto a costruire un'attività imprenditoriale dimostra una modalità operativa, quella dell'artigiano-imprenditore, che è sicuramente una delle facce con cui si è esplicitata la professione del designer nel nostro paese.

De Poli, al pari di Gabriele De Vecchi o Lino Sabattini - pur nella diversità dei periodi in cui hanno lavorato - è stato dalla metà del secolo scorso un valido esempio di artigiano, designer, imprenditore a capo di una "bottega evoluta" nell'organizzazione della produzione, nella pianificazione della distribuzione e della vendita degli oggetti internamente realizzati. Incarnando quindi diverse competenze che esulano da quelle meramente autoriali ed esecutive, per abbracciare aspetti manageriali (seppur fatti svolgere da terzi), promozionali, commerciali, fa emergere una realtà di studio-laboratorio, [40] connotata dalla separazione fra la fase progettuale e l'esecuzione artigianale, esattamente come succede nel sistema industriale.

Lo stesso De Poli, che si considerava fondamentalmente un artista avendone ricevuto la formazione, accetterà di dirsi (anche) "designer" [41] oltre che artigiano, quando il suo nome inizierà a circolare tra le mostre più importanti per promuovere il design italiano. In un momento in cui negli anni cinquanta la produzione artigianale (o la piccola serie) si collocava accanto alla produzione propriamente seriale, industriale.

Successivamente, la dimenticanza o sparizione a partire dalla prima metà degli anni settanta dell'artigianato dalla scena del design (o per meglio dire, il processo con cui è stato

progressivamente fagocitato l'apporto dei distretti artigianali e delle maestranze da parte dell'"industria" del design italiano, con la trasformazione dell'artigiano in un terzista) [42] segna anche l'affievolirsi del rapporto tra la ditta De Poli e il mercato, per quanto la produzione di maniglie proseguì fino al 1975 e la produzione di oggetti fino alla chiusura dell'impresa nel 1992.

Il "caso de Poli" è ancora sintomatico per rileggere la figura dell'artista-artigiano (il suo lavoro possedeva un valore artistico che oggi collocheremmo nella categoria dei "mestieri d'arte") che dalla frequentazione dei progettisti o della cultura del progetto, come fu per l'incontro con Ponti, acquista un'autonomia professionale che lo induce a diventare egli stesso "autore" in grado di esprimersi in prima persona come progettista. Un passaggio che, come abbiamo visto, accompagna in De Poli la ristrutturazione interna della bottega, trasformata da una sorta di atelier a luogo di lavoro organizzato in tutti i suoi aspetti: da quelli creativi e di ricerca che ne stanno alla base, a quelli della lavorazione, fino alla logistica e al commercio.

Questo passaggio va posto in relazione con il transito a una fase professionale più matura e improntata in chiave imprenditoriale (e quindi anche al design) - quella che De Vecchi chiama l'approdo alla microimpresa[43] (De Vecchi, 2010) -, a sua volta da collegare a quando, da una prima forma di autopromozione, De Poli inizia a intensificare l'esportazione (la produzione delle maniglie, in numeri considerevoli per una piccola realtà artigianale per quanto strutturata, conferma che la De Poli era in fondo una "piccola industria" perché riusciva a garantirne una produzione quasi seriale, quindi non solo una bottega artistica che ruotava intorno all'esecuzione di pezzi unici).

Questa autoconsapevolezza del cambiamento delle circostanze di fondo e quindi del mutamento del ruolo dell'artigiano-designer - probabilmente più concreta nel caso del milanese De Vecchi e più latente in De Poli - è in sintesi rappresentativa di una posizione oggi condivisa da diverse realtà professionali nell'ambito progettuale.

Una riconsiderazione della relazione artigianato-industria la possiamo riscontrare anche in alcune riflessioni imposte proprio dai tempi attuali. [44] La partecipazione delle piccole realtà artigianali alla rete dell'industria, che in questo modo suddivide i suoi processi produttivi, lo sfumarsi della classica distinzione tra artigianato e industria, l'introduzione di una nuova cultura del *fabbing*, in nome di una produzione che, per molti dei prodotti non di massa, risulta ora più specializzata e flessibile, sono i fattori che fanno addirittura parlare di scenari[45] che favorirebbero il passaggio da un mercato quasi indistinto a una proliferazione di mercati (Maffei, 2011), per arrivare a merci *on demand* o fortemente costumizzate dove ancora il ruolo dell'artigianato (e di conseguenza una sua progettata e assistita rinascita) risulterebbe fondamentale.

Riferimenti bibliografici

Aloi, R. (1950). *Esempi di architettura moderna di tutto il mondo: negozi d'oggi*. Milano: Hoepli.

Badas, R., & Frattani, P. (1976). ENAPI, *50 anni di arte decorativa e artigianato in Italia. L'ENAPI dal 1925 al 1975*. Roma: Re.Co.Grafica.

Bassi, A. (2013). *Design. Progettare gli oggetti quotidiani*. Bologna: Il Mulino.

Cafà, V. (2014, novembre). Paolo De Poli (1905-1996), maestro dello smalto a gran fuoco. *AisDesign. Storia e ricerche*, 4. Disponibile presso <http://www.aisdesign.org/aisd/paolo-de-poli-1905-1996-maestro-dello-smalto-a-gran-fuoco>.

“Caminetto per una villa” (1959, ottobre). *Domus*, 359, 43.

Cederna, C. (a cura di). (1972, aprile). Come cambia faccia il rame, inserto 4. *L'Espresso*, 14, 16.

“Ceramics a trust of centuries”. (1956, settembre). *Los Angeles Times Home Magazine*, 23, 14-16

Coppola, E. (a cura di). (2002). *Six wonderful days. Un invito sulle grandi navi italiane*. Catalogo della mostra, 11 dicembre 2002-16 febbraio 2003. Genova: Tormena editore. De Vecchi, G. (2010). *Artigiano immaginario*. Milano: Franco Angeli.

Fremont, P. (1947, giugno). La technique des émaux peints. *Arts*, 47.

Grazzini, G. (1961). I tesori dell'artigianato italiano. Il metallo, Padova la città dello smalto. *Epoca*, 539, 35-50.

“Italianische Goldschmiedekunst” (1939). *Deutsche Goldschmiede-Zeitung*, 42, 336.

“Italy at Work” (1954). *Enapi*, 2, s.p.

IVL (1970). *Il mezzo secolo di vita dell'Istituto Veneto del Lavoro 1919/20-1969/70*. Venezia: AIVM.

“La XI Triennale de Milan” (1958, gennaio). *Meubles et Décor*, 713, 121-124.

La Pietra, U. (2009). *Gio Ponti: l'arte si innamora dell'industria*, Milano: Rizzoli.

L'arte dello smalto: Paolo De Poli (1984). Catalogo della mostra, Padova, Palazzo della Ragione, 13 ottobre-20 novembre 1984. Padova: Unione Provinciale Artigiani.

Le vetrate della VIS, Vetro Italiano di Sicurezza (1952). Milano: VIS, stampa Cromotipia Sormani.

Maffei, S. (2011). L'emergere del designer-impresa. In M.C. Tommasini (a cura di), *Adi Design Index 2011* (pp. 245-249). Mantova: Corraini.

“Metalli alla VI Triennale” (1936, luglio). *Domus*, 103, 46-47.

Yale & Towne (1956). *New Forms in door ornamentation, Yale & Towne Manufacturing Co*. Catalogo della mostra, 30 aprile-5 maggio. New York: Wildenstein Gallery.

Nezzo, M. (a cura di). (2009). *Il miraggio della concordia. Documenti sull'architettura e la decorazione del Bo e del Liviano: Padova 1933-1943*. Treviso: Canova.

“Nuova sede Coni-Totocalcio Milano” (1959, luglio-agosto). *Vitrum*, 114, 35.

“Oggetti d'arte decorativa alla Triennale: la sezione dell'ENAPI” (1936, luglio). *Domus*, 103, 34-47.

Pansera, A. (1978). *Storia e cronaca della Triennale*. Milano: Longanesi.

Paoli, E. (1964). Gli Ingressi. Pensiline e bussole trasparenti e traslucide. *Quaderni Vitrum*, 6, (suppl. a *Vitrum*, 140).

Pellegrini, F. (2010). Paolo De Poli, homo faber pioniere dell'arte dello smalto. In D. Banzato, V. Baradel & F. Pellegrini (a cura di), *Studi d'artista. Padova e il Veneto nel Novecento* (pp. 53-71). Padova: Musei Civici di Padova.

Pica A. (1984). Paolo De Poli e Milano. Milano e Paolo De Poli. In *L'arte dello smalto: Paolo De Poli* (pp. 21-22). Catalogo della mostra, Padova, Palazzo della Ragione, 13 ottobre-20 novembre 1984. Padova: Unione Provinciale Artigiani.

Piccione, P. (2007). *Gio Ponti. Le navi: il progetto degli interni navali 1948-1953*. Viareggio: Idearte.

Ponti, G. (1941, ottobre). Padovando. *Stile*, 10, 1.

Ponti, G. (1958). *De Poli: Smalti*. Milano: Daria Guarnati.

Rigon, M. (2005-06). *L'IVL e la cultura del progetto a Venezia negli anni cinquanta*. Tesi di laurea specialistica in Disegno industriale del prodotto, relatore A. Bassi, Università Iuav di Venezia.

Rogers, M.R. (1950). *Italy at Work: Her Renaissance in Design Today. Catalogue of the travelling exhibition*. Roma: Istituto Poligrafico dello Stato.

“Smalti di De Poli” (1946, agosto). *Stile*, 8.

“Smalti di Paolo De Poli” (1961, aprile). *Rivista dell'arredamento*, 76, 49-56.

Sparke, P. (1998, 2014). L'asino di paglia: kitsch per turisti o proto design? Artigianato e design in Italia, 1945-1960. *AIS/Design. Storia e ricerche*, 3. Disponibile presso <http://www.aisdesign.org/aisd/the-straw-donkey-tourist-kitsch-or-proto-design-craft-and-design-in-italy-1945-1960>.

Venini Diaz de Santillana, A. (a cura di). (2000). *Venini catalogo ragionato 1921-1986*. Milano: Skira.

Universo, U. (1989). *Gio Ponti designer: Padova 1936-1941*. Roma-Bari: Late

NOTE

1. L'autore ringrazia inoltre gli eredi De Poli, Aldo, Giovanni ed Evelina, per le interviste concesse al fine di completare le informazioni sulla vicenda professionale del padre.↵
2. Paolo De Poli (Padova, 1905-1996), formatosi presso la scuola d'arte Pietro Selvatico di Padova, è stato artista, artigiano dei metalli e designer. Per un approfondimento bibliografico si rimanda a: L'arte dello smalto: Paolo De Poli (1984) e al saggio di Valeria Cafà (2014). Nel 1934 presenta alla XIX Biennale i primi lavori realizzati a smalto, esponendo nel padiglione Venezia a Sant'Elena. L'anno successivo viene invitato all'Esposizione Universale di Bruxelles dove vince la medaglia d'argento. De Poli è presente alle mostre importanti del design italiano degli anni quaranta e cinquanta, come *Lo stile nell'arredamento moderno* e *Il mobile singolo* alla Galleria Fede Cheti di Milano (1948, 1949); *Colori e forme nella casa d'oggi* a Villa Olmo a Como (1957). Altrettanto note le collaborazioni con importanti artisti del Novecento italiano: Bruno Saetti, Gino Severini, Roberto Aloï, Marcello Mascherini. Presso l'Archivio Progetti dell'Università Iuav di Venezia è custodito e in fase di riordinamento il suo archivio depositato dagli eredi tra il 2001 e il 2013; fanno parte del fondo archivistico: la corrispondenza personale e professionale; gli elaborati grafici; una selezione di opere finite e semilavorate; il materiale relativo alla ditta, oltre all'archivio fotografico e alla biblioteca.↵
3. Istituzione veneziana nata per promuovere l'artigianato e la piccola industria locale, è costituita nel 1915 con il nome di Associazione per il lavoro e svolge attività di consulenza, assistenza, formazione alle industrie. Nel dicembre 1919 l'Associazione diventa Istituto veneto per il lavoro, sempre presieduta dall'ingegnere veneziano Beppe Ravà (Giuseppe Raffaele, 1915-39) che fa capo anche alla Confederazione nazionale fra i comitati per le piccole industrie, con sede presso l'IVL, un organo attraverso il quale l'ente media tra le industrie locali e il governo centrale. L'interesse suscitato da queste iniziative spinge il governo a trasformare la Confederazione in un nuovo organismo di competenza nazionale per il sostegno delle piccole aziende costituito nel 1925 su modello dell'IVL (il presidente è ancora Ravà) che nel 1930 assume la denominazione di ENAPI (Ente nazionale per l'artigianato e le piccole industrie. Per approfondire cfr. IVL, 1970; Badas & Frattani, 1976; Rigon, 2005-06.↵
4. Università Iuav di Venezia, Archivio Progetti, Archivio Paolo De Poli (da ora in poi APV, De Poli), fascicolo Corrispondenza personale dello studio anni 40/scatola 125. In una parte della lettera, del 27 novembre 1943, De Poli racconta sinteticamente la storia della tecnica della smalto citando anche due maestri artigiani contemporanei e attivi nel settore, Alfredo Ravasco a Milano e Italo De Bernardi.↵

-
5. APV, De Poli 4. Archivio fotografico/scatola 4. Nel pieghevole che accompagna la mostra (6-20 maggio 1942) dove è riportato l'elenco delle trentacinque opere esposte - che comprendono mobili, pannelli decorati in smalto, cornici e un rivestimento per caminetto -, Ponti scrive il testo di presentazione in cui enfatizza le qualità della tecnica dello smalto a gran fuoco riscoperta da De Poli: "Architetti e pittori debbono affiancarsi alla maestria e all'estro esecutivo di De Poli in questo campo, sfruttando le spettacolose risorse di questa tecnica splendente".↵
 6. Al 1934 risale la conoscenza personale tra De Poli e Ponti (La Pietra, 2009), alla quale fa seguito la presenza di entrambi alla Triennale del 1936 quando De Poli espone nella sala dell'ENAPI e sarà premiato con la medaglia d'oro ("Oggetti d'arte decorativa alla Triennale: la sezione dell'ENAPI", 1936, pp. 34, 35-46, 47). I pannelli Matite e Arlecchino, realizzati nel 1940, costituiscono il primo frutto del sodalizio tra i due ed entrambe le opere, esposte nello stesso anno alla VII Triennale di Milano, ottengono il Gran premio per la classe argenti, metalli, smalti. In seguito Ponti - incaricato della progettazione della Facoltà di lettere dell'Università di Padova già nel 1934 -, lo coinvolge, tra altri artisti, per la realizzazione di due grandi pannelli raffiguranti Giovanni Rusca e il Vescovo Giordano (1941) destinati alla Sala dei professori al Palazzo del Bo della medesima Università, oltre a scegliere alcuni suoi oggetti per lo studio del Rettore Carlo Anti. Nello stesso periodo De Poli realizza una serie di mobili in legno su disegno di Ponti con decorazioni a smalto, come il tavolo Smalti azzurri (noto come "De Pisis"). Cfr. Universo, 1989; La Pietra, 2009; Nezzo, 2009.↵
 7. Documento datato 4 dicembre 1945 in APV, De Poli 1. Atti/Corrispondenza personale e professionale/scatola 27. Inoltre, nella lettera all'IVL del 1943 si legge: "La produzione del mio studio fu negli anni precedenti alla guerra attuale numerosa e spesso riuscivo a produrre da 100 a 200 oggetti settimanali, tutti originali e tutti con caratteristiche proprie". Per gli oggetti e le opere realizzate sulle navi, cfr. Coppola, 2002, pp. 86-87.↵
 8. APV, De Poli 3. Bottega/Cataloghi.↵
 9. APEM (Artigianato produzione esportazione Milano) è una Società creata per assistere gli artigiani italiani nella vendita e promozione all'estero. Ne è promotrice La Rinascente che nel 1946 incarica come consulente artistico Gio Ponti (solo per un anno), mentre il presidente è Attilio Scaglia che rappresenta l'APEM anche al Convegno delle arti decorative e industriali moderne tenutosi nel 1947 alla VIII Triennale di Milano. Nella stessa occasione, nella mostra Oggetti per la casa, sono esposti una serie di pezzi della ditta che includono anche ceramiche di artisti come Melotti.↵
 10. APV, De Poli 3. Bottega/Agende.↵
 11. Da un articolo della rivista Enapi si ricava che le esportazioni artigianali italiane in America fossero quasi quadruplicate tra il 1950 e il 1955 ("Italy at Work", 1954, s.p.). Per approfondimenti: Rogers, 1950 (a p. 37 è citato De Poli e pubblicate tre immagini: la decorazione per un caminetto, una ciotola e un vaso, l'autore al lavoro nella bottega); cfr. anche Sparke, 1998, 2014.↵
 12. Seguirà nel 1972 una seconda edizione ampliata di un sedicesimo a colori, tirata in 1000 esemplari numerati.↵
 13. Si aggiungano 800 m di corrimano per la Raffaello e la decorazione di un bar di prima classe dell'Andrea Doria. Alla luce delle ricerche più recenti, tuttora in corso, le opere di De Poli - oltre venti pezzi unici tra decorazioni e oggetti - sono presenti in ben tredici navi costruite in Italia.↵
 14. APV, De Poli 6. Biblioteca/pieghevoli ed inviti di mostre 1948-93. Nelle pagine interne della brochure che funge da catalogo (grafica di Giulio Confalonieri e Ilio Negri) figura anche una ciotola di De Poli che viene presentato nella didascalia come "designer".↵
 15. APV, De Poli 6. Biblioteca/pieghevoli ed inviti di mostre 1948-93.↵

-
16. Per questa e le altre informazioni sul processo di produzione e la logistica dell'ambiente di lavoro è stata di fondamentale importanza la ricostruzione fornita oralmente da Evelina De Poli, figlia di Paolo, che ha accompagnato l'autore nella visita agli ex locali dello studio-laboratorio e nell'officina di Padova, 1 ottobre 2015.↵
 17. APV, De Poli 3. Bottega/scatola 53.↵
 18. Per comprendere meglio la tecnica dello smalto a gran fuoco si rimanda a Cafà, 2014.↵
 19. APV, De Poli 3. Bottega.↵
 20. APV, De Poli 3. Bottega/scatola 51, 53.↵
 21. In corrispondenza della Fiera dell'Artigianato di Firenze si intensificavano le visite, soprattutto di commercianti e agenti stranieri; allo stesso modo durante la Biennale di Venezia era quasi una tappa obbligata la visita allo studio De Poli a Padova da parte degli interessati alle arti decorative.↵
 22. In estrema sintesi, si ricorda che dopo aver partecipato all'Esposizione Universale del 1939 di New York, nel primo dopoguerra De Poli, oltre ad esporre nel 1950 alla prima tappa di New York di *Italy at work*, è presente nel 1949 alla mostra *An exhibition for modern living* a Detroit. Negli anni cinquanta e sessanta, le sue opere sono in vendita nel negozio Altamira di New York, società americana che produce arredi di Ponti e di altri progettisti italiani, ed è invitato ad esposizioni che si tengono ai Magazzini Macy e Neiman Marcus. Nel 1964 prende parte al primo Congresso internazionale degli artigiani organizzato dal World Crafts Council a New York, città in cui nel 1967 terrà una personale presso il Museum of Contemporary Craft. A seguito dell'occasione, Jannette Rockefeller vorrà conoscere De Poli recandosi nello studio-laboratorio di Padova dove sceglierà alcuni pezzi da esporre nella Fondazione di famiglia. Il tavolino Nastri (1940) fa oggi parte della collezione del Brooklyn Museum di New York.↵
 23. Conversazioni dell'autore con Aldo De Poli, figlio di Paolo a Parma, 24 settembre, e Venezia, 12 ottobre 2015.↵
 24. APV, De Poli 3. Bottega/Cataloghi.↵
 25. Precedentemente De Poli aveva realizzato dei pomoli per mobili (1941) e qualche versione di maniglia era già presente tra gli oggetti esposti alla VIII Triennale del 1947.↵
 26. APV, De Poli 1. Atti/Corrispondenza clienti/scatola 123. Si tratta di sei stemmi in rame smaltato dedicati alle città italiane, che decoravano le porte vetrate di ingresso del negozio. Cfr. la foto contenuta in Aloï, 1950, p. 3.↵
 27. Dati desunti dalla corrispondenza amministrativa e dalle fatture in APV, De Poli 3. Bottega/Ditta/fatture 1950.↵
 28. APV, De Poli 1. Atti/Corrispondenza clienti/scatola 123.↵
 29. APV, De Poli 2. Opere e produzione/Maniglie. Cfr. Le vetrate della VIS, Vetro Italiano di Sicurezza, 1952, p. 13.↵
 30. Nella rivista *Vitrum* pubblicata dalla VIS le maniglie di De Poli figurano in più numeri degli anni cinquanta. Ad esempio in "Nuova sede Coni-Totocalcio Milano", 1959, p. 35, oppure in Paoli, 1964, dove si vedono le immagini dell'ingresso della Rinascente di Milano del 1950.↵
 31. APV, De Poli 1. Atti/Corrispondenza/Clieni e fornitori/scatola 124.↵
 32. Nella corrispondenza con Van Day Truex, dello Special Design department dell'azienda, del 4 giugno 1956 (APV, De Poli 1. Atti/Corrispondenza personale e professionale/scatola 123) De Poli chiede spiegazioni in merito alla cessione dei diritti per produzioni di alcuni modelli (1584, 1591, 1613) e afferma di aver affidato alla ditta il suo campionario di maniglie a prezzi di produzione per facilitarne la diffusione e la vendita. Dalla stessa corrispondenza si ricava come si fossero stabiliti accordi poi non conclusi, per il brevetto di un disegno di maniglia con rispettivo pagamento.↵
 33. Ciò è documentato dalle lettere relative alla corrispondenza con i clienti. Nel 1951 a De Poli perverrà anche la richiesta - in seguito non sviluppata - di maniglie decorative per

-
- automobili di lusso e fuori serie (Lancia) nei colori della carrozzeria. Cfr. corrispondenza con Fratelli Caliani di Torino, in APV, De Poli 1. Corrispondenza personale e professionale/scatola 123.↵
34. APV, De Poli 1. Atti/ Corrispondenza Ponti/14; APV, De Poli 1. Corrispondenza Ponti/Disegni Ponti. Cfr. "Caminetto per una villa", 1959, p. 43.↵
35. Desunte da schede in uso presso la bottega e da quaderni di lavoro in APV, De Poli 2. Opere e produzione/Maniglie.↵
36. A titolo di esempio: "Oggetti d'arte decorativa alla Triennale: la sezione dell'ENAPI", 1936; "Italianische Goldschmiedekunst", 1939; Ponti, 1941; Fremont, 1947; "Ceramics a trust of centuries", 1956; "La XI Triennale de Milan", 1958; "Smalti di Paolo De Poli", 1961; Cederna, 1972.↵
37. Lettera di De Poli all'ingegner Reggiani della VIS, 15 giugno 1957, in APV, De Poli 3. Bottega/ corrispondenza amministrativa/ scatola 117.↵
38. Nel 1955 viene invitato ad esporre nella Sala dei maestri artigiani e riceve la medaglia d'argento (l'ultima partecipazione alla mostra mercato fiorentina risale, dopo i primi anni settanta, all'edizione del 1990). Similmente, alla Fiera di Monaco Exempla veniva riservata a De Poli una visibilità speciale all'interno delle vetrine della sezione "dei Maestri". Cfr. APV, De Poli, Atti/Mostre/scatola 27, 28.↵
39. APV, De Poli, 1. Atti/Attività istituzionale/scatola 112 contiene la documentazione di questa attività istituzionale divisa per anni e comprende la corrispondenza con l'ente e le relazioni tenute nei consigli. In particolare, si segnala la corrispondenza con il segretario generale Tommaso Ferraris dell'aprile 1961 dove si evince il pensiero di De Poli in merito: "Il movente del mio intervento era di ribadire che la Triennale è la prima Mostra mondiale delle Arti Decorative e che in essa i produttori, artisti ed artigiani italiani devono e dovranno sempre essere largamente rappresentati e non trascurati. Questo non solo per il loro indiscusso merito artistico e di serietà del lavoro, ma anche per un fatto umano e non ultimo economico nazionale".↵
40. De Poli verrà, tra l'altro, insignito nel 1970 del titolo di Cavaliere del lavoro. Inoltre, in sua memoria, viene assegnato ogni anno nell'ambito delle manifestazioni della Fiera di Padova un premio a lui dedicato a favore di un'opera innovativa nel campo delle arti decorative e del design.↵
41. Sull'argomento è sicuramente d'aiuto il testo-testimonianza di Pica (1984), ripreso anche da Pellegrini (2010).↵
42. Sintomatico il fatto che alla Triennale le mostre dell'ENAPI cessino già negli anni sessanta (e che di artigianato si parli fino all'edizione del 1973 quando si tiene la mostra dedicata al lavoro artigiano) mentre l'ente chiude due anni dopo. Inoltre, su altri fronti, che lo stesso padiglione Venezia alla Biennale d'Arte - per quanto prevalentemente sede espositiva della produzione vetraria - venga trasferito nel 1972 per chiudere i battenti nel 1973. Cfr. Pansera, 1978; Rigon, 2005-06, p. 18. Scrive De Poli in una relazione del 5 ottobre 1986 come Presidente dell'Artigianato artistico di Padova: "cessato l'Istituto Veneto per il Lavoro la Biennale ha eliminato il Padiglione Venezia e così è cessata la tradizionale mostra d'arte decorativa [... auspicando di] inserire un rappresentante dell'Istituto Veneto per il Lavoro nel consiglio della Biennale e riaprire il padiglione delle arti decorative" (APV, De Poli 1. Scritti di De Poli/scatola 106).↵
43. Si confronti De Vecchi (2010) e in particolare la postfazione dal titolo "Ieri artigianato, oggi microimpresa".↵
44. In generale, la riflessione, come già espresso ad esempio da Alberto Bassi (2013), riguarda l'intera rivalutazione della dimensione produttiva artigianale all'interno della fenomenologia e quindi della storia del design italiano: "Negli anni la volontà di presentare e imporre il design come 'la' modalità di progetto ha nuociuto alla chiarezza dell'obbligata relazione con il sistema complessivo dell'impresa, che vive in un contesto e secondo le regole dell'economia, oltre che quelle dei suoi utilizzatori.

Allo stesso tempo, impedendo di coltivare appieno altre attitudini progettuali legate al 'saper fare', ha contribuito in sostanza alla crisi delle arti applicate, degli artigiani (e delle aree produttive collegate), del fare manuale" (p. 62).↵

45. Tra gli altri, cfr. Maffei, 2011.↵

INTORNO A DIEGO BIRELLI. IL LAVORO DEL GRAPHIC DESIGNER ATTRAVERSO LE DINAMICHE PROFESSIONALI TRA GLI ANNI SESSANTA E OTTANTA IN ITALIA

Michele Galluzzo, Università Iuav di Venezia

PAROLE CHIAVE

Corso superiore di disegno industriale, Diego Birelli, Electa, Pci, Touring Club Italiano

Il profilo di Diego Birelli (Asti 1934 - Venezia 2011) come progettista grafico può essere analizzato a partire da una mappatura dei rapporti costruiti nel corso della sua carriera professionale.

Fra gli anni sessanta e ottanta Birelli è studente del Corso superiore di disegno industriale di Venezia, grafico militante nelle battaglie politiche della sinistra parlamentare ed extraparlamentare, interprete della grafica di pubblica utilità nella comunità veneziana e protagonista del fermento dell'editoria italiana come art director per Marsilio, Electa, Alfieri e Touring Club Italiano. Connettendo le fonti primarie con la storiografia del graphic design, la ricerca si propone di raccontare la figura del designer all'interno di dinamiche progettuali e lavorative più ampie.

1. Il Corso Superiore di Disegno Industriale di Venezia e lo studio Birelli-Giacometti

Raccontare il lavoro di Diego Birelli, analizzando il dialogo che il graphic designer intesse con una molteplicità di attori nell'arco di oltre trenta anni di carriera, svela il contributo giocato dalle singole relazioni nel susseguirsi delle vicende professionali. D'altro canto, partire dai suoi "contorni", dalla soglia cioè di interazione tra la propria progettualità e il contesto in cui si trova a operare, permette di affrontare e rileggere momenti cruciali e questioni determinanti all'interno della storia del disegno industriale italiano.[1]

Un primo punto di raccordo tra la biografia di Birelli e le vicende contemporanee può essere individuato sul finire degli anni cinquanta. La coesistenza di molteplici fattori contribuisce in questo momento a creare nella città di Venezia un ecosistema favorevole alla nascita di una nuova generazione di designer. Il fermento economico trainante delle giovani realtà industriali del Triveneto e la decisiva espansione dei mercati internazionali grazie all'istituzione della Comunità Economica Europea (Cee), coincidono con il progetto di fondazione del primo corso di industrial design in Italia. Nasce infatti a Venezia, con l'anno accademico 1960-61, il Corso superiore di disegno industriale (CSDI), sotto la direzione di Renzo Camerino, preside dell'Istituto statale d'arte di Venezia, e dell'architetto Giovanni Romano e con il contributo nella fase programmatica di Giuseppe Ciribini e Angelo Pupi (Ciribini, Pupi & Romano, 1961; Albini, Cittato, Palatini, Piva & Zannier, 1972).

L'avvento del Cdsi, le cui origini vanno fatte risalire al dibattito sulla didattica del design avviato in Italia a partire dai primi anni cinquanta,[2] è sostenuto attivamente dall'Istituto Veneto per il Lavoro, dal comparto industriale capeggiato da Paolo Venini, da Giuseppe Samonà che negli stessi anni prosegue la sua attività di riforma dello Iuav di Venezia di cui è rettore, oltre che dall'Associazione per il disegno industriale (Adi). Proprio all'interno dell'Adi, il presidente Franco Albini propone, tra i punti all'ordine del giorno nelle assemblee periodiche, il contributo dell'associazione nella costruzione del Cdsi, a testimonianza del proficuo dialogo che si crea tra il panorama del design italiano coevo, anzitutto milanese, e il capoluogo veneto. In tali assemblee Ciribini e Romano, in linea con le esperienze vissute da diverse scuole estere, sostengono la coesistenza di grafica e design del prodotto, in un'ottica di complementarità disciplinare (Grassi & Pansera, 1986, p. 52).

Tra gli iscritti al primo dei tre anni previsti dal Cdsi vi è Diego Birelli, nato ad Asti nel 1934, ma veneziano d'adozione fin dall'infanzia, trascorsa in differenti collegi del Veneto. Quando il ventiseienne Birelli si immatricola al Cdsi, abbandonando progressivamente la sua carriera universitaria all'interno dello Iuav a cui si iscrive nel 1959, egli porta avanti una propria ricerca in ambito pittorico, testimoniata dalle esposizioni personali e collettive tra il 1961 e il 1963 alla Fondazione Bevilacqua La Masa, alle gallerie Toninelli di Milano e L'Obelisco di Roma e presso la Mostra Mercato Pitti a Firenze. La compresenza della formazione architettonica, assieme alla sperimentazione artistica (ricerca, quest'ultima, che lo accompagnerà per tutto il suo percorso di vita) costituiscono il vivace retroterra su cui si innesta l'esperienza di Birelli studente del Cdsi.[3]

Nonostante i dibattiti all'interno dell'Adi e la volontà di ereditare l'esperienza didattica de "l'Istituto di Chicago e la Hochschule für Gestaltung a carattere internazionale fondata a Ulm" (Ministero della Pubblica Istruzione, 1960), nei primi due anni del Corso, l'insegnamento del graphic design non è ancora previsto all'interno del programma di studi. Solo nell'anno accademico 1962-63 l'arrivo di Massimo Vignelli (allora membro del direttivo Adi), in qualità di docente, inaugura il corso di progettazione grafica.[4] Tuttavia, nonostante l'assenza di un corso di graphic design, dall'analisi del piano di studi frequentato da Birelli non è difficile rintracciare l'influsso di alcune linee tematiche che ritorneranno nella produzione successiva del progettista. Tra di esse vi è l'interesse verso lo studio della città, del tessuto urbano, dell'immagine e dell'identità del territorio secondo una didattica interdisciplinare in cui sono incluse anche le scienze sociali.[5] Ma probabilmente è l'insegnamento della fotografia proposto da Italo Zannier a incidere in maniera determinante sulla formazione di Birelli come designer. Dopo il 1961-62 Zannier articola il suo corso inserendo lo studio della storia della fotografia a corredo di esercitazioni atte a rendere gli studenti consapevoli delle differenti tecniche e potenzialità del medium: fotografie a contatto, esposizione variata del negativo, fotografia di soggetti bidimensionali e tridimensionali, studio della profondità di campo, del movimento, della luce settoriale e dell'utilizzo di filtri colorati. Nelle lezioni di Zannier l'atto di fotografare risponde a una ricerca consapevole e interna ai processi del disegno industriale secondo una indagine che è programmata e stimolata metodologicamente [...] in collaborazione con i corsi di grafica e di semiotica, che inducono a precisare scientificamente i nessi semantici tra le immagini e l'organizzazione formale della pagina (Zannier, 1972, p. 64).

Le ore di Fotografia, prevedendo anche l'interazione con altre discipline (tra cui grafica e semiotica) al fine di produrre reportage, foto-libri e campagne pubblicitarie, costituiranno indubbiamente un eccellente apprendistato per la sua successiva carriera di grafico professionista. Ciò sarà evidente, per esempio, nella modalità con cui Birelli affronterà il racconto fotografico delle architetture nelle edizioni Alfieri ed Electa da lui curate successivamente, in cui le sequenze di avvicinamento e di zoom progressivo caratterizzeranno frequentemente il racconto del paesaggio.

L'incidenza dell'esperienza del Csdì sul percorso formativo di Birelli non va solo rintracciata nell'influsso di Zannier e della offerta formativa proposta dalla scuola. L'Istituto ai Carmini di Venezia (sede del Corso) è abitato da una vivacissima generazione di studenti, tra cui Giulio Cittato e Franco Mireni (i due successivamente faranno parte dello studio Unimark International), Mario Cresci, Guido Guidi, Luigi Ricci, Tobia Scarpa ed esponenti del Gruppo N quali Alberto Biasi, Edoardo Landi e Milena Vettore. Nelle aule del Csdì, Birelli ha modo di avvicinarsi al compagno di corso Franco Giacometti, figura determinante per l'evoluzione del suo percorso professionale. Nelle ore condivise in camera oscura durante i laboratori di Zannier, i due compiono esperimenti intorno al tema della solarizzazione. Tale procedimento fotografico, che incuriosirà Carlo Scarpa (docente del Csdì dal 1960 al 1963) al punto tale da rivolgersi a Birelli e Giacometti per alcune riprese dei suoi plastici,[6] ritornerà in differenti occasioni nella successiva produzione del grafico fino a diventare uno dei dettagli caratteristici della collana *Capire l'Italia* disegnata da Birelli nel 1977 per il Touring Club Italiano (Tci). Chiusa nel 1963 l'esperienza studentesca nel Csdì e in un momento di rottura con il mondo delle gallerie e di crisi rispetto alla propria ricerca artistica, Birelli avvia un sodalizio professionale proprio con Giacometti. I due accolgono come primi committenti le librerie Il Fontego di Venezia (i cui interni sono in parte disegnati dallo stesso Birelli) e Galileo di Mestre per le quali coordinano l'identità visiva su carte da imballo, segnalibri, biglietti da visita, volantini e stampati vari, mischiando un impianto tipografico di scuola svizzera con un apparato iconografico proveniente da incisioni e stampe antiche.

Probabilmente il primo incarico di natura editoriale che la sigla "Birelli-Giacometti" si trova ad affrontare, a partire dal febbraio 1964, è invece quello per la rivista di letteratura e arte *La città*. Fondata dal poeta-pittore pugliese Marcello Pirro, la rivista ha trattamento tipografico austero non lontano da quello utilizzato da periodici quali *Angelus novus* (nato con Massimo Cacciari e Cesare De Michelis nel 1964) o *Quaderni Rossi* (pubblicato dal 1961 al 1966), con copertine in cui le lettere maiuscole della testata, in carattere senza grazie condensato, sono disposte ai piedi di foto in bianco e nero al vivo.

L'esperienza condivisa da Birelli e Giacometti, circoscritta a poco più di due anni di progetti cofirmati, va considerata come cruciale per le sorti successive di ambedue i designer. I due ex-studenti di scuola, infatti, oltre a vivere una fertile e quotidiana simbiosi progettuale, hanno così l'opportunità di completare la propria formazione come graphic designer attraverso il rapporto diretto con la committenza, con l'artigianato tipografico e con la comunità veneziana.

2. Le sezioni di partito, le tipografie, la Biennale di Venezia e gli enti pubblici Un ulteriore momento di dialogo tra Birelli, Giacometti e il contesto locale si può rintracciare nella militanza dei due grafici all'interno del Partito comunista italiano (Pci). Nei primi anni sessanta essi sono attivi nella sezione veneziana del Partito in Campo Santa Margherita.

In quanto militanti e designer ben presto diventano responsabili di tutti gli stampati del partito, coordinando la comunicazione tra la sezione locale e la comunità veneziana. Le elezioni comunali del 1964, l'arrivo della portaerei americana nella laguna veneziana nel 1967, le lotte degli operai di Mestre, come pure le ordinarie iniziative di raccolta fondi, allenano i designer a un dialogo quotidiano con la committenza, rappresentata dalla federazione di partito, con l'opinione pubblica e con una "corporazione" allora piuttosto impenetrabile, quella dei tipografi. Infatti, il disegno e la produzione dei manifesti, a netta predominanza tipografica (stampati, per ragioni economiche, in gran parte a due colori, il rosso e il nero), deve inevitabilmente passare per le mani dei depositari della tecnica della composizione a caratteri mobili. Per prima la Tipografia Commerciale di Venezia (oggi Grafiche Veneziane), in cui la coppia Birelli-Giacometti è al fianco dei tipografi nella produzione della propaganda del Pci, oltre a offrire ai due un solido apprendistato tecnico, diventa soprattutto il campo in cui si scontrano visioni differenti della composizione della carta stampata. "I tipografi erano abituati a occuparsi in prima persona della progettazione e non amavano condividere o mettere in discussione le proprie scelte. Spesso finivano per prediligere, ad esempio, le composizioni a epigrafe".[7] Alla luce di quanto afferma Giacometti, anche solo la scelta di utilizzare testi in carattere *grotesque* impaginati a bandiera può essere letta come un sintomo della dialettica fra tipografi e progettisti grafici, tra i custodi cioè di una professionalità e di una estetica sedimentata nel tempo e una nuova generazione di designer attenta alle esperienze tipografiche coeve.

Nonostante lo scarto generazionale e grazie a un dialogo ripetuto e vivace favorito dall'intercessione dei funzionari di partito, Birelli e Giacometti riescono comunque ad acquisire credito agli occhi dei tipografi, a essere riconosciuti a mano a mano come professionisti e a garantirsi, in ultima analisi, margini sostanziali di sperimentazione. Dall'analisi dei layout disegnati da Birelli-Giacometti si possono riconoscere tanto l'influsso di mezzi, tecniche e metodologie progettuali coeve quanto l'attenzione verso le tendenze contemporanee e il dibattito professionale in corso. La consapevolezza di quanto stesse accadendo nel panorama del graphic design nazionale e internazionale è evidente nell'utilizzo del *sans serif* condensato nero impaginato a bandiera che contraddistingue molta della loro produzione per il Pci. Proprio tale scelta tipografica di chiaro influsso modernista svela anche il metodo progettuale "analogico" utilizzato dai grafici. Gli slogan tutti maiuscoli, scuri e compressi della comunicazione del Pci veneziano sono esteticamente prossimi alle composizioni realizzate (a partire dal 1959) da Willy Fleckhaus, art director della rivista tedesca di lifestyle *Twen*. I bozzetti preparatori dei manifesti del Pci rivelano infatti l'utilizzo delle titolazioni e dei testi del magazine di Fleckhaus materialmente tagliate e incollate da Birelli e Giacometti per funzionare come testo segnaposto.



Fig. 1 Diego Birelli e Franco Giacometti, studio preparatorio per manifesto, Partito comunista italiano Federazione di Venezia, 1964 / courtesy Archivio Progetti - Università Iuav di Venezia, Fondo Diego Birelli.



Fig. 2 Diego Birelli e Franco Giacometti, stampe fotografiche di manifesti, Partito comunista italiano - Federazione di Venezia, 1964 / courtesy Archivio Progetti - Università Iuav di Venezia, Fondo Diego Birelli.

L'uso di frecce, linee e figure geometriche piane, per enfatizzare alcuni passaggi nell'apparato testuale e per costruire un pattern astratto sui muri di Venezia, può essere rapportato invece tanto all'antecedente avanguardia costruttivista quanto al corollario di segni prodotto negli stessi anni da Eugenio Carmi per l'Italsider (Vinti, 2007).[8] Tuttavia "l'elementarità e la sintesi, l'astrazione più che il figurativo" [9] che connota l'apparato degli stampati del Pci va relazionata ai limiti tecnici e agli strumenti di riproduzione reperibili all'interno delle sezioni di partito. La disponibilità in tali contesti di ciclostile, lettere trasferibili Letraset e macchine per scrivere determina un recinto, piuttosto frequente all'epoca, entro il quale operare. L'uso, per esempio, di immagini al tratto o di segni sintetici è riconducibile a due processi: nel caso dei manifesti stampati con macchina tipografica piana, vengono prodotte matrici in linoleum che sopperiscono, a costo ridotto, alla mancanza di cliché fotografici; nel caso delle immagini al tratto nei volantini ciclostilati in proprio, si parte da foto di repertorio bruciate nei contrasti a seguito di molteplici passaggi in ciclostile. Il sodalizio tra i due ex-studenti del Csdì si conclude nel 1964. Mentre Giacometti emigra a Parigi, accolto come progettista grafico all'interno della rivista *Elle*, Birelli prosegue il suo apprendistato professionale e la sua formazione tecnica nella progettazione al servizio delle battaglie politiche della sinistra italiana.[10]



Fig. 3 Diego Birelli, libretto di sala *Musiche di Luigi Nono*, Piccolo Teatro di Milano, 1967 / courtesy Archivio Progetti - Università Iuav di Venezia, Fondo Diego Birelli.

Sono ascrivibili al filone della grafica militante anche il progetto del libretto di sala per le due serate di concerto di Luigi Nono (membro dal 1975 del Comitato centrale del Pci) al Piccolo di Milano nel marzo del 1967 e la doppia pagina presente sull'*Almanacco Bompiani* del 1968 dedicato alle mode culturali (Bonacina; Mauri, 1967, pp. 120-121). In entrambi i casi Birelli utilizza fotografie bruciate nei contrasti e moltiplicate in composizioni drammatiche e ossessive che denunciano l'alienazione capitalista e l'imperialismo americano in Vietnam. I due progetti rappresentano sicuramente un momento di ufficializzazione dell'operato del designer nel panorama nazionale, dal momento che tali circostanze offrono a Birelli l'occasione di interfacciarsi con importanti esponenti della grafica italiana: nel primo caso con Vignelli, responsabile della comunicazione del Piccolo Teatro, nel secondo caso con Mimmo Castellano, Giulio Confalonieri, Giancarlo Iliprandi, Bruno Munari, Michele Provinciali, Franco Maria Ricci, chiamati anch'essi a intervenire sulle pagine della prestigiosa pubblicazione annuale Bompiani.

Nell'inverno del 1974 Birelli, conclusa la parentesi lavorativa al servizio del Pci, sposa la causa del Partito di unità proletaria per il comunismo (Pdup). Così, nel dicembre dello stesso anno, disegna il marchio monocromatico del Pdup caratterizzato dall'evidenziazione della parola "unità" e dalla stilizzazione del globo terracqueo abbracciato da falce e martello. Nel manifesto progettato per lo stesso committente, in occasione del referendum sul divorzio del 1974, Birelli riproduce falce e martello attraverso il trattamento della frammentazione dinamica, tecnica ricorrente nella sua carriera e vicina alle esperienze dell'arte cinetica coeva quanto agli esperimenti condotti negli anni sessanta dal grafico polacco Roman Cieslewicz.[11]



Fig. 4 Diego Birelli, studio preparatorio, [1974 c.] / courtesy Archivio Progetti - Università Iuav di Venezia, Fondo Diego Birelli



Fig. 5 Diego Birelli, manifesto *Liberi uguali*, Partito di unità proletaria, 1974 / courtesy Archivio Progetti - Università Iuav di Venezia, Fondo Diego Birelli.

Degli stessi anni è il poster in cui il *Manifesto del partito comunista* è impaginato a corpo ridotto su una griglia a sedici colonne da cui trapela il volto di Karl Marx. Questo stampato offre un doppio livello di lettura, vincolato alla distanza di fruizione: il ritratto in rosso del filosofo tedesco è riconoscibile, data la grana del retino tipografico con cui è trattato, solo allontanandosi dal poster, mentre il corpo ridotto con cui è riprodotto l'intero *Manifesto* richiede distanze di lettura minime.



Fig. 6 Diego Birelli, manifesto 1848-1975 *Una nuova forza politica per una alternativa di classe*, Partito di unità proletaria, 1974 / courtesy Archivio Progetti - Università Iuav di Venezia, Fondo Diego Birelli.

Nel 1975 l'esperienza del Pdup confluisce nel nuovo cartello elettorale di Democrazia proletaria (Dp), per il quale Birelli disegna stampati contraddistinti dagli espedienti grafici affini a quelli utilizzati fino ad allora. Esempio di tale continuità sono i volantini di presentazione del programma politico e di sensibilizzazione verso l'elettorato femminile in cui egli sceglie ancora una volta la frammentazione di due ritratti femminili tra le colonne di testo.

Tale produzione coincide con l'abbassamento in Italia della maggiore età a 18 anni, in seguito alla riforma del diritto di famiglia del 1975, e con la conseguente necessità, avvertita dai partiti, di svecchiare la propria retorica e di comunicare a un elettorato più ampio e più giovane. Nei progetti realizzati per il Pdup e Dp si percepisce una profonda maturazione del grafico Birelli che a metà degli anni sessanta ha istituzionalizzato il suo percorso professionale divenendo anche art director per Electa (si noti che il manifesto *Dicendo oggi NO all'abrogazione del divorzio*, per il Pdup nel 1974, e il foglio *Si può cambiare*, realizzato con Pino Milas per Dp nel 1975, sono stampati dalla tipografia Fantoni di Martellago di proprietà della stessa casa editrice).

Se da un lato può sembrare immediato rintracciare segni di vicinanza con esperienze affini vissute negli stessi anni dalla grafica italiana al servizio dei partiti,[12] non si può sottovalutare, nel graphic design d'impegno politico di Birelli, anche l'influsso derivante dalla cosiddetta "altra grafica" (Cirio & Favari, 1972; Piazza, 2007, pp. 123-131; Dalla Mura, 2012, pp. 26-27). L'editoria militante proveniente dal blocco sovietico o dall'oriente, quella underground dei movimenti extraparlamentari italiani, l'alfabeto visivo del maggio parigino o i poster serigrafati cubani o cileni, materiali ampiamente reperibili nelle sezioni di partito, potrebbero aver offerto a Birelli un bagaglio visivo alternativo rispetto a quello assimilato all'interno del Csd di Venezia.

A metà degli anni settanta, in concomitanza con i lavori realizzati per Pdup e Dp, Birelli vive due esperienze progettuali che, oltre a renderlo interprete visivo di una società civile attiva e impegnata, lo portano a sperimentare una metodologia progettuale condivisa e collettivizzata. La situazione politica a Santiago del Cile, precipitata repentinamente con l'assedio del Palacio de La Moneda e la morte di Salvador Allende nel settembre del 1973, coincide con il rinnovamento della Biennale sotto la presidenza di Carlo Ripa di Meana, il quale nel 1974 inaugura la rassegna veneziana "per una cultura democratica e antifascista" (Archivio Storico delle Arti Contemporanee, 1975). Così, nel contesto di una manifestazione radicalmente rinnovata, Birelli, affiancato da un giovane Sandro Zen, realizza il progetto editoriale del settimanale *Libertà al Cile* (stampato da Grafiche Tonolo di Mirano, la stessa tipografia con cui Birelli, tra il 1974 e il 1975, produce alcuni manifesti per Pdup e Dp, tra cui *Una nuova forza politica per una alternativa di classe* e *Vota Democrazia Proletaria*). Dibattito cartaceo di denuncia della dittatura di Pinochet e osservatorio sulle vicende cilene, il giornale è pubblicato in cinque numeri, a cui è allegato di volta in volta un poster riprodotto un'opera originale realizzata per l'occasione. Firmati da Birelli e Zen, Roberto Sebastian Matta, Emilio Vedova, Giò Pomodoro e Andrea Cascella e concepiti come multipli d'artista stampati e donati alla comunità, i manifesti sono anche affissi settimanalmente nei campi di Venezia.



Fig. 7 Foto del manifesto *Libertà al Cile* realizzato da Diego Birelli e Sandro Zen affisso a Venezia, 1974 / courtesy Archivio Progetti - Università Iuav di Venezia, Fondo Diego Birelli.

Nelle pagine di *Libertà al Cile* ricorrono alcuni elementi già presenti nella produzione precedente e contemporanea di Birelli per Pci, Pdup e Dp; ciò è percepibile non solo nella scelta dei caratteri condensati bold o nell'uso della bicromia rosso-nero, ma soprattutto nella rottura della rigidità dell'architettura della pagina caratterizzata da una griglia a otto colonne. Il testo corrente è spezzato con titoli di testata e strilli interni ruotati di novanta gradi a occupare la larghezza delle singole colonne. In tal modo i titoli che "colano" nella griglia si affiancano a immagini monocromatiche, determinando un'alternanza incalzante di rossi e neri. È interessante notare come in questo progetto l'architettura della pagina dialoghi e si amalgami con un repertorio visivo in molti casi proveniente dagli stampati e dai manifesti dell'Unidad Popular cilena (a cui, nell'ambito delle manifestazioni del 1974, è dedicata anche una mostra di poster nel Padiglione Italia presso i Giardini della Biennale). La marcata impronta stilistica di Birelli nel lavoro confermato con Zen può essere intesa come una traccia del rapporto lavorativo esistente tra i due. Zen, proveniente da un apprendistato svolto all'interno dello Studio Sorteni che gli permette di conoscere Birelli,[13] vive la collaborazione in occasione della Biennale del 1974 come un momento di formazione professionale, consapevole del bagaglio tecnico maturato da Birelli (sette anni più anziano di lui) e del ruolo acquisito, come vedremo, all'interno del panorama della grafica editoriale nazionale e locale (Bulegato, 2007).

Nell'estate del 1975, ancora una volta nell'ambito delle manifestazioni della Biennale di Ripa di Meana, Birelli prende parte al laboratorio partecipato nel territorio di Mira, comune "satellite" di Porto Marghera segnato da una frattura fra la tradizione contadina e l'impatto dei complessi industriali Montedison e Mira Lanza. L'équipe diretta dallo scrittore e drammaturgo Giuliano Scabia propone un'indagine interdisciplinare che, includendo musica, teatro e grafica, faccia luce sull'identità di un popolo privo di un libro che racconti la propria storia.

All'interno di tale esperienza corale e partecipata Birelli svolge un laboratorio di grafica e fotografia aperto alla comunità e finalizzato alla produzione di giornali murali, manifesti e del *Libro di vera storia del territorio di Mira*. Il primo quartino prodotto come elaborato finale del laboratorio e illustrato dai bambini miresi, è stampato a due colori in una tiratura di 2.550 copie, distribuite tra le bancarelle del mercato settimanale della città, e propone "da una parte le filastrocche che si raccontavano in stalla durante la veglia [...] dall'altra la storia [...] della trasformazione brutale del territorio per l'industrializzazione di Porto Marghera" (Archivio Storico delle Arti Contemporanee, 1976, p. 309).[14]

In coincidenza con il dibattito professionale, che in Italia vive, con l'arrivo degli anni ottanta, un fermento decisivo intorno al tema della grafica di pubblica utilità, Birelli, superata l'esperienza di grafico militante, si avvicina progressivamente al territorio della grafica al servizio degli enti pubblici. Per quanto egli sia sostanzialmente assente dalla storiografia della grafica al servizio degli utenti, l'impatto della comunicazione di Birelli sulla comunità locale è misurabile nelle parole di Roberto Masiero (2011) che suggerisce la lettura "delle iniziative culturali del territorio veneziano e mestrino attraverso i manifesti, i volantini, gli stampati realizzati in loco da Birelli". Infatti, tra il 1981 e il 1986 il grafico firma i manifesti per i cento anni dei vaporetto Actv (società che dal 1977 si avvale della *corporate identity* di Giulio Cittato) e, insieme ad Alberto Prandi, i programmi e i giornali per due edizioni di *Mestrestate*, per la rassegna cinematografica *Al cinema con il diavolo* e per il palinsesto musicale *Il suono improvviso*. La sperimentazione tipografica acquista toni ironici e disinvolti nelle lettere deformate, zigzagate, realizzate con filo neon, composte secondo un collage di caratteri o ripescate dall'ampio bacino delle incisioni vernacolari. D'altra parte la fine degli anni settanta a Venezia coincide con la messa in discussione del modernismo di cui la nascita dello Studio Tapiro, fondato da Enrico Camplani e Gianluigi Pescolderung, è probabilmente il segno più noto (Di Caro, 1984).

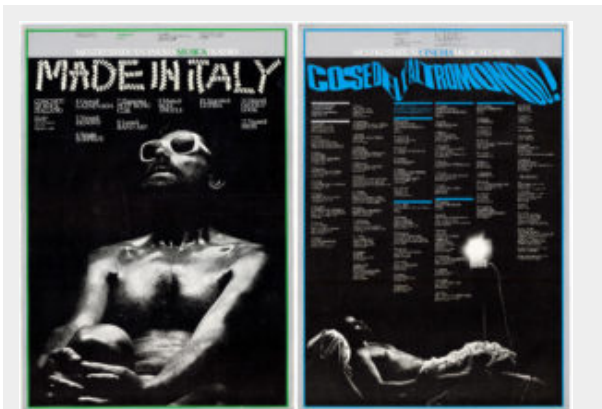


Fig. 8 Diego Birelli e Alberto Prandi, manifesti *Mestrestate* 1983 con foto di Gabriele Basilico, Comune di Venezia, 1983 / courtesy Archivio Progetti - Università Iuav di Venezia, Fondo Diego Birelli.

Non è soltanto il dibattito professionale a essersi rinnovato nel contesto veneziano. La comunicazione che Birelli progetta per la programmazione culturale mestrina va inquadrata nel panorama sociale e politico lagunare mutato in seguito al 1975. Con l'arrivo di Mario Rigo (Psi) a capo del governo della città, Venezia è governata per dieci anni da una giunta di sinistra. All'interno del dialogo tra Birelli e il Comune di Venezia sono ascrivibili anche le pubblicazioni di carattere tecnico realizzate dal 1987 al 1990 per il Consorzio Venezia Nuova (progetto voluto proprio dalla giunta Rigo), funzionali a informare la cittadinanza sulle trasformazioni in atto nel territorio. Se in questi progetti l'impaginazione e l'architettura delle informazioni rispondono ancora a gerarchie moderniste, è effettivamente tangibile la curiosità vivace di Birelli e l'interesse a rinnovare il proprio ventaglio di soluzioni estetiche attingendo al contemporaneo. L'attenzione verso le più moderne tecnologie di rappresentazione è evidente in particolare nella serie di volumi informativi sul *Progetto preliminare di massima delle opere alle bocche*. La scelta di utilizzare ingrandimenti di tali rilevamenti come *texture* di fondo nelle copertine dei bollettini informativi periodici del Consorzio, da una parte palesa l'interesse di Birelli verso un apparato iconografico proveniente da elaborazioni videografiche, aerofotografiche e satellitari, dall'altra conferma un'evidente professionalità maturata nell'ambito della progettazione editoriale tra gli anni sessanta e ottanta.

3. Le case editrici

Il percorso professionale di Birelli a cavallo tra gli anni sessanta e settanta coincide con la repentina espansione del panorama editoriale veneziano sul mercato nazionale. A metà degli anni sessanta Giorgio Fantoni, partigiano veneziano nelle formazioni Giustizia e Libertà e successivamente capo dell'azienda tipografica di famiglia Fantoni Arte Grafica, acquista con Emilio Vitta Zelman la casa editrice Electa dall'editore altoatesino Göring. Gli auspici di Fantoni, oltre a mantenere alta l'offerta editoriale in ambito architettonico, sono quelli di proporsi come azienda leader nell'ambito dei cataloghi e libri d'arte (concorrendo con editori come Bompiani, De Luca, Fabbri, Mazzotta, Mondadori, Vangelista), settore fortemente in espansione in una Italia che conosce in questo periodo un sensibile successo di pubblico nel settore delle grandi mostre d'arte (Fioravanti, Passarelli & Sfligiotti, 1997). Profondo conoscitore dei processi editoriali e delle tecniche tipografiche, Fantoni intercetta nel 1965 Birelli scegliendolo come art director della rinnovata Electa e avviando con lui un sodalizio ventennale.

Negli stessi anni torna a Venezia Bruno Alfieri a dirigere la Alfieri Edizioni d'Arte, casa editrice fondata dal padre Vittorio con una sedimentata esperienza nella produzione di monografie e cataloghi d'arte per le principali sedi espositive veneziane oltre che per la Biennale. Alfieri è fine conoscitore e propulsore del dibattito legato ad arte e architettura, critico del design, collaboratore per riviste quali *Civiltà delle macchine* (diretta dal 1953 al 1958 da Leonardo Sinisgalli) e *Stile industria* (pubblicata dal 1954 al 1963 e diretta da Alberto Rosselli) e soprattutto fondatore di fondamentali periodici di architettura quali *Zodiac*, nato nel 1957 per Edizioni di Comunità, *Metro*, rivista dedicata all'arte contemporanea avviata nel 1960, *Lotus*, pubblicato dalla casa editrice di famiglia a partire dal 1963, e *Pagina*, semestrale di graphic design lanciato nel 1962. Vicino ai principali esponenti della temperie del progetto grafico nazionale tra cui Iliprandi, Munari, Noorda,

Vignelli, Leo Lionni, Roberto Sambonet, Pino Tovaglia e Heinz Waibl, dal 1967 egli affida a Birelli la progettazione di collane, cataloghi e riviste, avviando una collaborazione che si intensifica con la cessione nel 1973 del marchio Alfieri Edizioni d'Arte a Electa. A completare il quadro delle case editrici presenti nel territorio veneto con cui lavora Birelli vi è Marsilio Editori. Nata nel 1961 a Padova per iniziativa di Paolo Ceccarelli, Giulio Felisari, Toni Negri e Giorgio Tinazzi, vicina alle correnti della sinistra extraparlamentare e operaista, la casa editrice passa nel 1969 sotto la guida di Cesare De Michelis. Alla pubblicazione di titoli rivolti alla saggistica di architettura, sociologia, politica, psicologia e cinema, le edizioni Marsilio affiancano progressivamente anche libri illustrati e cataloghi d'arte con collane in molti casi realizzate dal designer veneziano. Il rigore metodologico che caratterizza la produzione di Birelli va pensato all'interno del mutamento delle tecnologie e degli strumenti utilizzati in ambito editoriale nell'arco di oltre venti anni di pratica. La consistente quantità di libri disegnati da Birelli, vincolata costantemente a scadenze serrate, richiede al progettista una visione d'insieme lucida nella coordinazione dell'interno del processo lavorativo. La definizione e il disegno della griglia avvengono quotidianamente in maniera manuale sui fogli dei libri bianchi messi a disposizione dalle case editrici (*mock up* con le dimensioni e la foliazione del libro finito), su cui egli traccia con aghi la griglia prospettata e con il parallelografo stende le linee guida del layout finale. Birelli inoltre vive un momento di cambiamento sostanziale nel trattamento dell'apparato iconografico anzitutto dei cataloghi, all'interno dei quali le immagini non sono più incollate a posteriori sulla pagina, ma piuttosto stampate contemporaneamente ai testi. Di conseguenza la posizione delle foto in relazione al testo è una scelta che va calibrata oculatamente ed eseguita manualmente con attenzione, tanto più se si tengono in conto i tempi richiesti dalle singole operazioni di calcolo tipometrico (utili a prevedere il numero di battute disponibili in relazione alla giustezza delle righe), di squadratura delle foto o di cambio di scala delle immagini in camera oscura. L'iter processuale che precorre la realizzazione dei libri firmati da Birelli, svolto quotidianamente tra gli anni sessanta e ottanta, sottolinea anche l'abilità del designer nel coordinare le fasi lavorative e sincronizzare la sua ricerca personale e la progettazione del layout con le necessità produttive delle singole case editrici. In Electa per esempio, all'interno degli uffici milanesi, egli può confidare sulla presenza di collaboratori, principalmente con mansione di impaginatori (Eva Bozzi e Lucia Vigo tra di essi), supervisionati costantemente, mentre la finalizzazione dei volumi si svolge negli stabilimenti tipografici veneti di Martellago, di proprietà della famiglia Fantoni. Nel ruolo di art director delle principali case editrici venete, Birelli diventa un interprete fondamentale del processo di rinnovamento in atto nella progettazione editoriale italiana. Nel corso degli anni sessanta il disegno dei cataloghi si rinnova a tal punto da diventare quasi una nuova forma editoriale, la cui paternità va rintracciata anche nel lavoro da lui svolto per venti anni anzitutto nella costruzione dello "stile Electa" [15].

I libri Electa dovevano inevitabilmente divenire strumenti di lavoro, reference books, opere sistematiche, di supporto allo studio, all'insegnamento, al collezionismo, al mercato, alla tutela del patrimonio artistico. Non più monografie d'occasione su artisti classici e moderni, ma *catalogues raisonnés*, di realizzazione terribilmente complessa, destinati a divenire punti di riferimento per decenni. Non più pennellate in carta patinata su musei e complessi monumentali ma censimenti sistematici, autentici inventari di un patrimonio da conoscere, valorizzare, difendere. [...]

Il ruolo delle immagini ha perso qualsiasi carattere di accessorietà o di puro arricchimento ma è stato compenetrato strutturalmente con i testi storico-critici e scientifici, in una sorta di saggistica visuale. L'impianto progettuale delle opere Electa ha privilegiato in egual misura le scelte scientifiche e la ricerca iconografica, la qualità degli studi e le tecniche di ripresa, di riproduzione e di stampa (Massimo Vitta Zelman, 1988, p. 176).

Così Vitta Zelman, fin da subito alla guida del gruppo al fianco di Fantoni, descrive limpidamente il ruolo della progettazione grafica in un momento determinante della storia di Electa e del panorama editoriale tutto.

Agli inizi degli anni ottanta il design editoriale legato al tema del catalogo d'arte prosegue per Birelli con realtà di dimensioni più ridotte presenti, anche in questo frangente, nel territorio veneto: la veneziana Arsenale cooperativa editrice, Signum edizioni di Padova ma soprattutto nelle vicende della casa editrice Albrizzi. Quest'ultima è rifondata nel 1981 a Venezia da Birelli in persona, assieme a Gianfranco Dogliani e Alberto Prandi (già legato all'esperienza Cluva libreria editrice di Venezia e suo collaboratore nei progetti di comunicazione legati a Mestre a cui si è già fatto accenno), attorno alla figura del compositore e mecenate Ernesto Rubin de Cervin Albrizzi. Orientata verso tematiche legate al territorio, avvalendosi dell'esperienza maturata da Birelli nella progettazione di cataloghi, Albrizzi fino al 1983 realizza pubblicazioni per le mostre promosse da prestigiose sedi espositive tra cui il Museo Correr di Venezia, Palazzo Attems a Gorizia e la Stazione Marittima di Trieste. La nuova gestione di Albrizzi prosegue soltanto per una manciata di anni, sfumando nel 1985 con l'assorbimento della casa editrice da parte del marchio Marsilio. Seppur in un periodo così circoscritto, il ruolo di Birelli, responsabile della direzione artistica, del progetto grafico e del coordinamento tecnico, come riportato nei crediti delle edizioni, esprime chiaramente la completezza della sua offerta professionale e la maturazione in campo editoriale. Ciò è evidente nell'antologia storica di testi su *La pesca nella laguna di Venezia*, promosso nel 1981 dall'amministrazione provinciale di Venezia, in cui Birelli si occupa anche della ricerca iconografica presentata secondo un'equilibrata sequenza di illustrazioni scientifiche, foto d'archivio, incisioni antiche e *still life*.

Trasversale all'intero percorso di Birelli come grafico editoriale è la ricerca nell'ambito della narrazione fotografica che influisce sulla costruzione del ritmo della pagina e che diventa un terreno di dialogo con altre figure della filiera produttiva. Tale ricerca si ricollega alla formazione ricevuta da Zannier nelle aule del Csd, la quale include nozioni che vanno "dall'atto della ripresa sino al coordinamento dialettico delle immagini" (Zannier, 1972, p. 64) attraverso l'impaginazione.

L'educazione acquisita, la confidenza con il mezzo fotografico e l'attenzione verso il dibattito contemporaneo, palesi in Birelli, hanno modo di misurarsi anche con la figura di Luigi Crocenzi, fondatore del Centro per la cultura nella fotografia, teorico del "racconto fotografico" e guida per generazioni di professionisti. Il dialogo tra i due si svolge nell'ambito della progettazione del libro *Milano*, pubblicato nel 1967 da Electa per la collana *Le città che sono l'Italia* (diretta da Crocenzi). *Milano* è un libro collettivo di fotografie in bianco e nero in cui, attraverso "blocchi di immagini" (Crocenzi, 1967), si tenta di indagare l'identità mutevole e composita del capoluogo lombardo. Nella pubblicazione, i testi di Leonardo Vergani si affiancano a un serrato flusso di immagini realizzate tra gli altri da Aldo Ballo, Mimmo Castellano, Cesare Colombo, Mario Cresci, Toni Nicolini, Luigi Ricci,

Ferdinando Scianna, Emilio Vitta Zelman oltre che da Birelli stesso. L'impatto di Crocenzi nella realizzazione dell'impaginato, in cui la sequenza di immagini saldamente interconnesse predilige il racconto visivo all'autorialità della singola foto, contribuirà a raffinare il lavoro di Birelli nelle successive esperienze come fotografo e designer editoriale.[16]

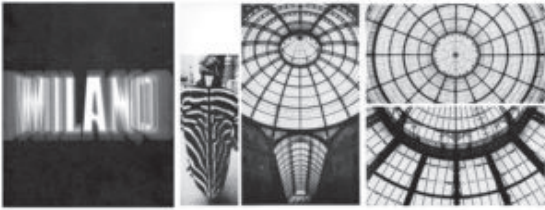


Fig. 9 Diego Birelli, volume di Leonardo Vergani, *Milano*, Electa, Milano 1967 / courtesy Archivio Progetti - Università Iuav di Venezia, Fondo Diego Birelli.

La grammatica assimilata attraverso Zannier e Crocenzi diventa un tratto distintivo della produzione di Birelli come è dimostrato da due consistenti reportage fotografici per i quali riceve l'incarico: la monografia curata da Manfredo Tafuri sulle architetture di Jacopo Sansovino (edita nel 1969 da Marsilio) e i due volumi su Andrea Palladio di Lionello Puppi (pubblicati nel 1973 da Electa). In queste pubblicazioni traspare la sua capacità nello scandire il ritmo narrativo: un montaggio quasi cinematografico in cui le sequenze presenti sulle doppie pagine raccontano le architetture attraverso manovre di lento avvicinamento della camera o di frammentazione dei paesaggi in collage serrati alternati a inquadrature isolate.

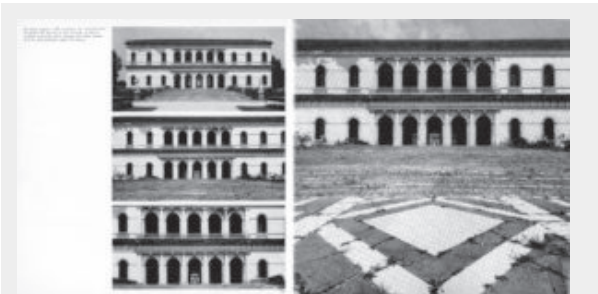


Fig. 10 Diego Birelli, volume di Manfredo Tafuri, *Jacopo Sansovino*; Marsilio, Venezia 1969 / courtesy Archivio Progetti - Università Iuav di Venezia, Fondo Diego Birelli.

L'analisi dell'architettura, del contesto urbano, del paesaggio umano e dell'immagine della città, sono temi che ricorrono spesso nel lavoro di Birelli anche nei casi in cui egli non sia responsabile dell'apparato fotografico. Dalla seconda metà degli anni sessanta cura interi progetti a tema architettonico e urbanistico per Alfieri, Electa, Marsilio e Tci. L'elenco delle soluzioni scelte da Birelli per connotare alcune delle più note collane di storia e critica dell'architettura può raccontare almeno parzialmente il suo rilevante contributo all'evoluzione di tale settore editoriale: l'uso di dettagli architettonici contrastati nelle luci e ombre per le copertine delle monografie quadrate pubblicate da Marsilio sul finire degli anni sessanta; le sovraccoperte in cui disegni tecnici e schemi architettonici in bianco e nero si stagliano su fondo grigio metallizzato per la collana *Storia universale dell'architettura* Electa, diretta da Pier Luigi Nervi dal 1972; foto di architetture incorniciate da gradienti di quadrati grigi nella serie *Storia dell'architettura* curata da Carlo Pirovano sempre per Electa. Birelli dal 1974 è art director anche della rivista di architettura *Lotus*. Dopo la chiusura del periodico nel 1970 e la successiva cessione al Gruppo editoriale Electa nel 1973, *Lotus* si rinnova e da annuario diventa semestrale ampliando il nome in *Lotus International*. Anche il logotipo della rivista rinnovata è disegnato da Birelli, il quale sottolinea il cambio di rotta e la permeabilità del contenitore editoriale concependo le copertine delle singole uscite in maniera scoordinata e con testate di volta in volta differenti; il ventaglio di proposte tipografiche per il marchio in copertina comprende infatti tanto caratteri bastoni quanto graziati, egizi o lettering disegnati ad hoc. All'interno della ricerca sulla costruzione della pagina e sulla narrazione architettonica, urbanistica e paesaggistica, che il grafico porta avanti negli anni, una fase determinante, dal punto di vista del dialogo con la committenza, è quella in cui egli è nominato direttore artistico delle edizioni del Tci. Birelli arriva in un momento di evoluzione dell'associazione, di rinnovamento della propria identità e di apertura verso il vivace dibattito interdisciplinare tra geografia e paesaggio presente in Italia. A partire dal 1971 cura quattro collane, nell'arco di poco più di un decennio di collaborazione, prendendo parte attiva alle riunioni redazionali assieme con redattori e fotografi (tra cui Gianni Berengo Gardin, Toni Nicolini, Francesco Radino e Roberto Schezen), interfacciandosi con i differenti uffici interni coinvolti (Ufficio grafico editoriale, nel quale vi erano tecnici grafici responsabili dell'impaginazione dei volumi; Ufficio monografie; Ufficio cartografico), intervenendo quindi sui progetti fin dalle fasi preliminari di lavorazione, in un clima di condivisione e di scambio paritario. Con il volume dedicato alle piazze d'Italia nel 1971, Birelli dà avvio alla collana *Italia meravigliosa* proponendo una linea sobria caratterizzata dalla scelta di fotografia paesaggistica inquadrata al centro della copertina e dall'utilizzo di caratteri *sans serif* di matrice elvetica. Con l'opera *Case contadine* (con fotografie di Berengo Gardin) nel 1979 la serie subisce un restyling, attraverso la reinterpretazione e l'ammodernamento del quadrato, che diventa quasi un mirino fotografico su immagini utilizzate al vivo e in cui la composizione tipografica, pur restando in epigrafe, è in carattere Times. La scelta di immagini a tutta pagina, in questo caso rese "rumorose" dall'uso esasperato della grana grossa, abbinata ancora una volta a lettere graziate, contraddistingue le copertine della collana *Attraverso l'Europa* (avviata nel 1978), in cui gli itinerari sono suggeriti da redattori di rilievo tra cui Giorgio Bocca, Oreste Del Buono, Gillo Dorfles e Alberto Moravia.

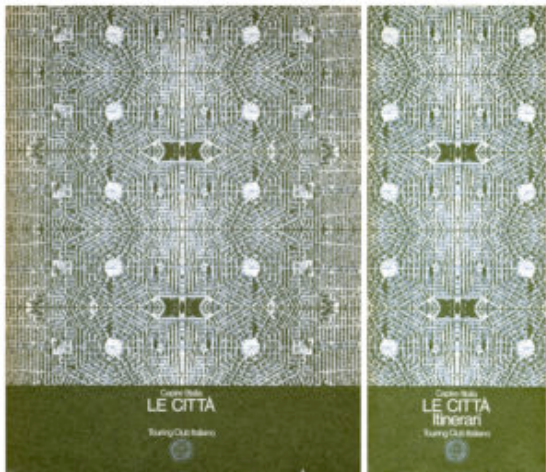


Fig. 11 Diego Birelli, volume *Le città*, collana *Capire l'Italia*, Touring club italiano, Milano 1978 / courtesy Archivio Progetti - Università Iuav di Venezia, Fondo Diego Birelli.

Il punto d'incontro più evidente tra il design di Birelli e i propositi del Tci si ha con la serie *Capire l'Italia*. Nata nel 1977 con la pubblicazione dal titolo *I paesaggi umani*, la collana si articola in cinque uscite con cadenza annuale (*I paesaggi umani* nel 1977, *Le Città* nel 1978, *Il Patrimonio artistico* nel 1979, *I Musei* nel 1980 e *Campagne e industria* nel 1981). Nella presentazione del piano editoriale, in apertura nel primo volume della collana, il presidente del Tci Carlo Galamini di Recanati palesa la volontà di realizzare guide storico-urbanistiche in cui si inseriscano anche riflessioni di teorici della geografia umana, tra cui Lucio Gambi, al fine di "rispondere a una delle esigenze culturali oggi più mature e più criticamente avvertite: quella della complessa realtà del nostro paese [...] per coglierne le realtà attuali e confrontarle con quelle del passato" (Galamini di Recanati, 1977, p. 5). L'auspicio di *Capire l'Italia* è quello di proporre strumenti agili e di facile consultazione, utili a leggere l'evoluzione del Paese, rimanendo comunque fedeli alla storia associativa della casa editrice. La volontà di essere coerenti con le proprie tradizioni editoriali (lo stesso nome della collana riecheggia quello della serie *Conosci l'Italia*, edita in dodici volumi tra il 1957 e il 1968) e al tempo stesso di offrire un prodotto dal respiro contemporaneo, si concretizza nel progetto di Birelli. Ogni uscita è concepita in due volumi di cui uno, dedicato agli itinerari, è realizzato con un formato più stretto. Il progettista inoltre caratterizza la collana attraverso le copertine in cui solarizzazione, moltiplicazione cinetica e giochi caleidoscopici, consueti nella sua produzione, sono declinati in bicromia con dominante verde. Il disegno dei cataloghi, la coordinazione delle collane, l'architettura delle informazioni all'interno delle pubblicazioni, la costruzione della narrazione fotografica sono aspetti con cui Birelli si inserisce nella storia della grafica editoriale italiana. Tuttavia, alla luce di quanto si è accennato in questa sede, sarebbe parziale considerare il lavoro del

designer come sganciato dalle dinamiche progettuali dialogiche e corali in cui si trova ad operare. Per avere un quadro più completo riguardo a tali legami sarebbe utile ragionare ulteriormente sul ruolo giocato da Birelli come “cerniera” tra il panorama professionale milanese (dove risiedono gli uffici Electa e Tci) e quello veneziano. In questa cornice, andrebbe valutata anche l’eredità lasciata dal designer nelle sigle editoriali in cui ha operato, ricostruendo eventuali dialoghi intercorsi con le figure che gli succedono nella direzione artistica, tra cui Pierluigi Cerri, FG Confalonieri e Marcello Francone, nel caso di Electa, e Noorda per il Tci (Ferrara & Guida, 2011).

Questo inizio di ricostruzione degli ambienti entro cui agisce Birelli, toccando temi fondamentali quali l’evoluzione della didattica del design, la dialettica tra grafica militante e grafica di pubblica utilità, la trasformazione delle tecniche e degli strumenti di progettazione e stampa, il rapporto tra graphic design e fotografia e il fermento della grafica editoriale italiana, vuole essere un contributo utile alla contestualizzazione del suo operato all’interno di vicende indagate, spesso non compiutamente, nella storia delle comunicazioni visive. Infatti, se da un lato sono stati ignorati alcuni progettisti consideranti marginali, dall’altro, e più frequentemente, non è stato affrontato l’apporto indispensabile di committenti, tipografi, fotolitisti, impaginatori, fotografi, curatori e redattori editoriali, ovvero quella molteplicità di figure che contribuisce attivamente alla realizzazione degli artefatti grafici, sempre frutto di una complessa dialettica a più voci.

Riferimenti bibliografici

- Albini, M., Cittato, G., Palatini, G., Piva, A., Zannier, I. (a cura di). (1972). *La ricerca paziente*. Venezia: Corso Superiore di Disegno Industriale.
- Archivio Storico delle Arti Contemporanee (a cura di). (1975). *La Biennale di Venezia. Annuario 1975, eventi 1974*. Venezia: La Biennale.
- Archivio Storico delle Arti Contemporanee (a cura di). (1976). *La Biennale di Venezia. Annuario 1976, eventi 1975*. Venezia: La Biennale.
- Bonacina, G., & Mauri, F. (1967). *Almanacco Letterario Bompiani 1968. Dieci anni di mode culturali*. Milano: Bompiani.
- Bulegato, F. (2007). Zen, grafico veneziano. In G. Morpurgo (a cura di), *Tra i segni di una comunità nella Venezia di Sandro Zen*. Venezia: stampa Grafiche veneziane.
- Bulegato, F. (2014). La formazione dell’industrial designer in Italia (1950-72). In Bassi, A. & Bulegato, F., *Le ragioni del design* (pp. 41-51). Milano: Franco Angeli.
- Carullo, R., & Pagliarulo, R. (2013). Matera anni settanta: Cooperativa Laboratorio Uno s.r.l. Design e formazione nel Mezzogiorno d’Italia, *AISDesign. Storia e ricerche, 2*. Disponibile presso <http://www.aisdesign.org/aisd/matera-anni-settanta-cooperativa-laboratorio-uno-s-r-l-design-formazione-nel-mezzogiorno-ditalia> [5 ottobre 2015].
- Ciribini, G., Pupi, A., & Romano, G. (1961). La scuola di Venezia, *Stile industria, 34*, 27-28.
- Cirio, R., & Favari, P. (1972). *Almanacco Letterario Bompiani 1973. L’altra grafica*. Milano: Bompiani.
- Crocenzi, L. (1967). In L. Vergani, *Milano*. Milano: Electa.
- Di Caro, R. (1984, giugno 17). Nasce il design veneto. *Supplemento Tre Venezie. L’Espresso, 24*, 2-9.

Ferrara, C., & Guida, F.E. (2011). *On the road. Bob Noorda, il grafico del viaggio*. Milano: Aiap Edizioni.

Fioravanti, G., Passarelli, L., & Sfligiotti, S. (1997). *La grafica in Italia*. Milano: Leonardo arte.

Dalla Mura, M. (2012). Impegno. In M. Dalla Mura & C. Vinti (a cura di), *Progetto grafico*, 24, 26-27.

Galamini di Recanati, C. (1977). In AA.VV., *I paesaggi umani* (p. 5). Milano: Touring Club Italiano.

Grassi, A., & Pansera, A. (1986). *L'Italia del design. Trent'anni di dibattito*. Casale Monferrato: Marietti, 52.

Los, S. (a cura di). (1967). *Carlo Scarpa architetto poeta*. Venezia: Edizioni Cluva.

Masiero, R. (2011). *Diego Birelli Opere 1993/2010* [Video file]. Disponibile presso <https://vimeo.com/26051923> [5 ottobre 2015].

Il Ministero della Pubblica Istruzione (1960). *Corso Superiore di Disegno Industriale di Venezia*. opuscolo informativo.

Pastore, M. (2007). *Il Corso Superiore di Disegno Industriale di Venezia 1960/1972. La comunicazione visiva nell'offerta didattica e il suo ruolo nella formazione di nuove figure professionali*. Tesi di laurea specialistica in Comunicazioni visive e multimediali, relatore F. Bulegato, correlatori S. Galante & C. Vinti. Venezia: Università Iuav di Venezia.

Rizzo, C. (2008). *Il Corso superiore di disegno industriale di Venezia 1960-1972. Il contributo per la formazione del designer*. Tesi di laurea specialistica in Disegno industriale del prodotto, relatore A. Bassi, correlatore F. Bulegato. Venezia: Università Iuav di Venezia.

Pansera, A. (2015). *La formazione del designer in Italia: una storia lunga più di un secolo*. Venezia: Marsilio.

Piazza, M. (2007). Rovesciare gli occhi. In M. Fochessati, M. Piazza & S. Solimano, *In Pubblico. Azioni e idee degli anni settanta in Italia* (pp. 123-131). Milano: Skira.

Vinti, C. (2007). *Gli anni dello stile industriale 1948-1965*. Venezia: Marsilio.

Vitta Zelman, M. (1988). Electa e l'arte. In A. Colonetti, A. Rauch, G. Tortorelli & S. Vezzali (a cura di), *Disegnare il libro. Grafica editoriale in Italia dal 1945 ad oggi* (pp. 175-176). Milano: Scheiwiller.

Zannier, I. (1972). Linguaggio fotografico e design visivo. In M. Albini, G. Cittato, G. Palatini, A. Piva & I. Zannier (a cura di), *La ricerca paziente* (pp. 63-73). Venezia: Corso Superiore di Disegno Industriale.

NOTE

1. Lo studio presentato in questa sede è conseguente al lavoro di curatela della mostra *Diego Birelli graphic designer*, svoltasi all'Università Iuav di Venezia dal 21 maggio al 12 giugno 2015 presso la sala espositiva del Cottonificio; il fondo Diego Birelli, acquisito da parte dell'Archivio Progetti Iuav e di cui è in corso la redazione di un primo elenco di consistenza, è composto da un nucleo cospicuo di volumi, manifesti e stampati vari, da una densa documentazione fotografica (negativi, diapositive e stampe relativi principalmente ai reportage fotografici realizzati tra gli anni sessanta e novanta) e da una piccola sezione di bozzetti e studi preparatori.↵
2. Al fine di avere un quadro più completo sul tema della formazione del designer in Italia e sulle esperienze preliminari al Csdì in Italia si vedano: Pastore, 2007; Rizzo, 2008; Bulegato, 2014; Pansera, 2015.↵

-
3. Sul tema della compenetrazione disciplinare è interessante evidenziare quanto ammesso dallo stesso Birelli in un'intervista realizzata da Roberto Masiero (2011): "l'essere stato grafico sia stato utile nella carriera artistica [...], nel ritornare sulle opere, nel ruminarle, modificandole di volta in volta".↵
 4. Alla guida di tale insegnamento si succederanno negli anni Vignelli (1962-63), Bob Noorda (1963-64), Mario Dalla Costa (1964-65 / 1965-66), Luigi Veronesi (1964-65 / 1969-70), Giulio Cittato (1970-71 / 1971-72). Sul tema si veda: Pastore, 2007.↵
 5. Va ricondotta a questa idea di didattica e di ricerca interdisciplinare l'esperienza di redazione del Piano regolatore generale di Tricarico in Basilicata svolta nel 1967 dal sociologo meridionalista Aldo Musacchio (docente del Csdì nel 1963-64) alla guida del collettivo Il Politecnico (composto da Mario Cresci, Ferruccio Orioli e Raffaele Panella). A tal proposito si veda Carullo & Pagliarulo, 2013.↵
 6. Una testimonianza di tale collaborazione è visibile nelle foto realizzate da Birelli all'interno del volume curato da Sergio Los (1967).↵
 7. Intervista dell'autore a Franco Giacometti, Specchia Gallone (Lecce), 3 aprile 2015.↵
 8. Tali rimandi provengono da Ibidem.↵
 9. Ibidem.↵
 10. Lo scioglimento della sigla professionale corrisponde anche alla biforcazione del percorso lavorativo dei due. Sul finire degli anni sessanta, mentre Birelli è impegnato sul fronte editoriale, Giacometti, rientrato in Italia, sarà responsabile della *corporate image di Benetton* (con i manuali di immagine coordinata realizzati assieme a Giulio Cittato) e Sisley.↵
 11. La presenza, all'interno della biblioteca privata di Birelli (custodita dalla famiglia Pellizon Birelli), di saggi relativi alla percezione visiva e di volumi dedicati tra gli altri a Roman Cieslewicz, all'artista argentino Julio Le Parc, al collettivo Groupe de Recherche d'Art Visuel (Grav) testimonia l'interesse del grafico veneziano verso l'arte cinetica.↵
 12. Si pensi al lavoro svolto, tanto su scala nazionale quanto circoscritto alle sezioni locali, da Albe Steiner, Oriano Niccolai, Franco Canale, Massimo Dolcini, Giuseppe De Liso e Daniele Turchi per il Pci, da Michele Spera per il Pri, da Alfredo De Santis, Sergio Ruffolo, Ettore Vitale, Franco Gaffuri e Italo Lupi per il Psi e da Piergiorgio Maoloni per il Partito radicale, solo per citarne alcuni.↵
 13. Nell'agenzia diretta da Piero Sorteni (fondatore dell'Associazione pubblicitari Tre Venezie), Zen incontra Birelli il quale collabora in diversi progetti dello studio come grafico esterno. Successivamente, tra il 1972 e il 1974, Zen lavora anche in Algeria presentato alla Société Nationale de Siderurgie da Giacometti (Bulegato, 2007).↵
 14. Sarebbe errato non considerare alcune esperienze vissute dal grafico in ambito pubblicitario, proprio negli anni in cui si definisce la sua cifra stilistica al servizio della lotta di classe. Confrontando l'approccio utilizzato nei manifesti di controinformazione e in quelli promozionali, che realizza negli stessi anni, è percepibile una congruenza stilistica tanto nel trattamento fotografico (con immagini al tratto, moltiplicazioni e sovrapposizioni cinetiche) quanto nelle scelte tipografiche. Esempi palesi di tale produzione a cavallo fra gli anni sessanta e settanta sono gli stampati realizzati per l'Excelsior Palace Hotel di Venezia, i manifesti e gli annunci pubblicitari per i punti vendita di Pettinelli Sport, Moda Servicesambo, Lanaro Arredamenti, alcuni dei quali realizzati per conto dello Studio Sorteni.↵
 15. Durante il periodo in cui Birelli lavora come direttore artistico per il gruppo editoriale di Fantoni, egli si trova a curare la produzione dei cataloghi ufficiali della Biennale di Venezia la cui realizzazione editoriale è appunto opera delle consociate Alfieri (1975-76) ed Electa (1978-80). La produzione di tali pubblicazioni, da ricollegare al dialogo a cui si è già accennato tra Birelli e l'ente veneziano, andrebbe contestualizzata e rapportata all'operato svolto dai designer via via coinvolti nella progettazione dell'identità visiva della Biennale tra cui Clino Trini Castelli e Pierluigi Cerri nel 1976 e Francesco Messina con

Ferruccio Montanari nelle edizioni del 1978 e 1980 (in cui è coinvolto anche Milton Glaser).↵

16. Nell'ambito della collaborazione tra Birelli e Crocenzi vanno segnalate le quattro pagine curate dai due sull'Almanacco Bompiani del 1968. La sequenza fotografica sviluppata in tale occasione, intitolata *L'industria*, utilizza il repertorio visivo proveniente dal libro *Milano* (Bonacina & Mauri, 1967).↵

Microstorie

GIOVANNI SACCHI E IL PROGETTO PARTECIPATO

Alessandra Bosco, Università degli Studi della Repubblica di San Marino
Orcid ID: 0000-0001-5079-3481

PAROLE CHIAVE

Design process, Drawing, Giovanni Sacchi, Model, Relationship designer/model maker

Giovanni Sacchi, il più noto modellista nell'ambito del disegno industriale, viene insignito del Compasso d'Oro-Adi alla carriera il 18 aprile 1998. Ne sollecitano il conferimento alcuni professionisti incontrati nei cinquant'anni di lavoro: *in primis* Piero Polato - autore dell'unica monografia dedicata (1991) - e Gianni Arduini che così si esprime nella lettera di accompagnamento alla candidatura: "La storia del design italiano - qualcuno direbbe fortunatamente - non è stata fatta tutta dai designer, dalle aziende produttrici e da chi di design ha scritto o parlato, ma anche da chi ha permesso al design di prendere forma fisica e reale. Chi più di tutti ha contribuito a questo è senza dubbio Giovanni Sacchi".[1] Lo segnalano inoltre Italo Lupi, Paolo Viti, Renzo Piano, Mario Botta, Carlo Ulrico Hoepli, Ernesto Gismondi, Gae Aulenti e Francesco Trabucco. Quest'ultimo ne inquadra il contributo scrivendo: "Sacchi è capace di interpretare i nostri disegni talvolta al di là delle righe disegnate; non è solo un esecutore ma è un interprete spesso critico del nostro lavoro".[2] L'articolo intende indagare l'esperienza della bottega Sacchi al fine di ricostruire mediante testimonianze il valore e la pluralità di significati che il modello e il modellista hanno avuto nel processo progettuale, nonché l'importanza delle relazioni personali che ha caratterizzato e identificato per lungo tempo il design italiano.

Nel 1948, in una Milano ancora in gran parte da ricostruire, entra nel laboratorio di falegnameria di Giovanni Sacchi,[3] Marcello Nizzoli, una persona meravigliosa, distinta, elegante - così racconta Sacchi ricordando quell'incontro come uno dei momenti più significativi della sua vita (Polato, 1998). Gli chiede di costruire il modello di una maniglia che sta progettando. Lascia il disegno; Sacchi la realizza. L'architetto osserva il modello, la maniglia gli sembra troppo lunga anche se corrisponde perfettamente al disegno dato. Sacchi la accorcia, ma il giorno successivo Nizzoli torna in bottega. Adesso la maniglia gli sembra troppo corta. "Eh no, professore! - afferma allora Sacchi provocatoriamente - Evidentemente abbiamo sbagliato tutti e due, finiamola qui".[4] Nizzoli lo rassicura spiegando che sta ancora studiando quale possa essere la forma più giusta per quella maniglia; la sta cercando e solo dopo averla trovata la potrà disegnare in modo definitivo (Polato, 1998). Per Sacchi è l'incontro con un nuovo mondo: come ricorda il figlio Osvaldo,[5] l'insegna della bottega, che allora riportava "Giovanni Sacchi modelli meccanici",[6] si sarebbe da lì a poco trasformata in "Giovanni Sacchi modelli per l'architettura e l'industrial design". Giovanni Sacchi (Sesto San Giovanni, 1913 - Milano, 2005) si forma come modellista meccanico per

fonderia presso la bottega Ceresa & Boretti di Milano, dove entra a soli dodici anni (Polato 1991, Todeschini, 2001). Dopo aver conseguito il diploma di disegnatore meccanico alle scuole serali, è costretto ad arruolarsi nell'esercito. Tornato dalla guerra, dopo essersi unito alla file partigiane (Anzivino, 2015), si dedica per breve tempo al riallestimento di negozi e nel 1946 apre un'attività dove inizialmente realizza stufette elettriche e ferri da stiro su proprio progetto (Polato, 1991; Todeschini, 2001). L'incontro con Nizzoli segna il suo avvicinamento a un nuovo approccio al modello non definito a priori, ma in grado di trasformarsi e compiersi in corso d'opera nel rapporto dialogico tra modellista e progettista. Sacchi, coinvolto e interessato dal mondo del disegno industriale, in quegli anni in via di affermazione, trasforma la sua professione da modellista per la fonderia a modellista per il design, ovvero da attrezzista - realizzatore di modelli in legno per la creazione di stampi in terra nei quali colare il metallo fuso - a figura professionale capace di inserirsi nel processo di definizione formale del prodotto per l'industria (Alessandri, 1997; Todeschini, 2001). Nei cinquant'anni di attività, compresi tra i decenni cinquanta e novanta, pone dunque le sue competenze di modellista meccanico a servizio di altri ambiti del progetto realizzando tanto modelli di architettura, rappresentazioni tridimensionali della prefigurazione progettuale, quanto modelli per l'industria: modelli di verifica, capaci di rendere visibili le complesse geometrie del prodotto e al contempo di costruire con estrema precisione le matrici lignee degli stampi per l'industria meccanica ed elettromeccanica. Al termine della sua attività[7] avrà realizzato 8000 plastici di architetture e oltre 25.000 modelli di design.

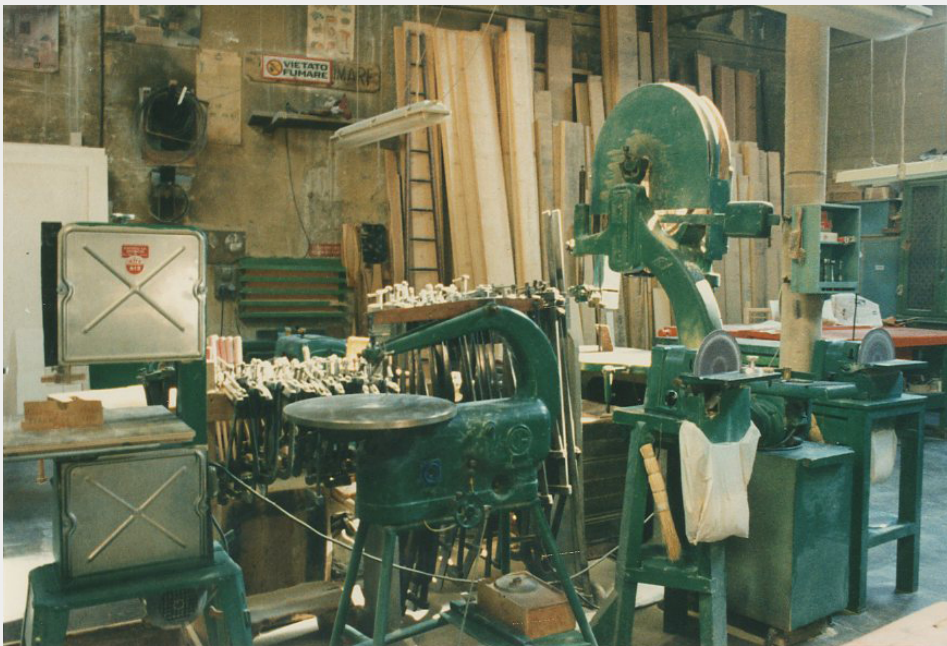


Fig.1 La bottega di Giovanni Sacchi: l'ambiente di lavoro / courtesy Archivio Giovanni Sacchi, Sesto San Giovanni.

Competenze, passione e disponibilità, unite alle peculiarità del periodo in cui ha lavorato, fanno di Sacchi una delle figure che partecipano e contribuiscono al progetto di design. A lui si rivolgono, oltre a Nizzoli, professionisti come Gio Ponti, Bruno Munari, Joe Colombo, Marco Zanuso, Richard Sapper, Achille e Pier Giacomo Castiglioni, Franco Albini, Anna Castelli Ferrieri, Vittorio Gregotti, Mario Bellini, Aldo Rossi, Ettore Sottsass, Renzo Piano e Mario Botta, per i quali realizza modelli di oggetti spesso premiati con il Compasso d'Oro (Todeschini, 2001).

Il ruolo di Sacchi, di assoluta centralità all'interno del processo progettuale del Made in Italy, è confermato anche dal conferimento del Compasso d'Oro-Adi alla carriera,[8] assegnatogli il 18 aprile 1998.

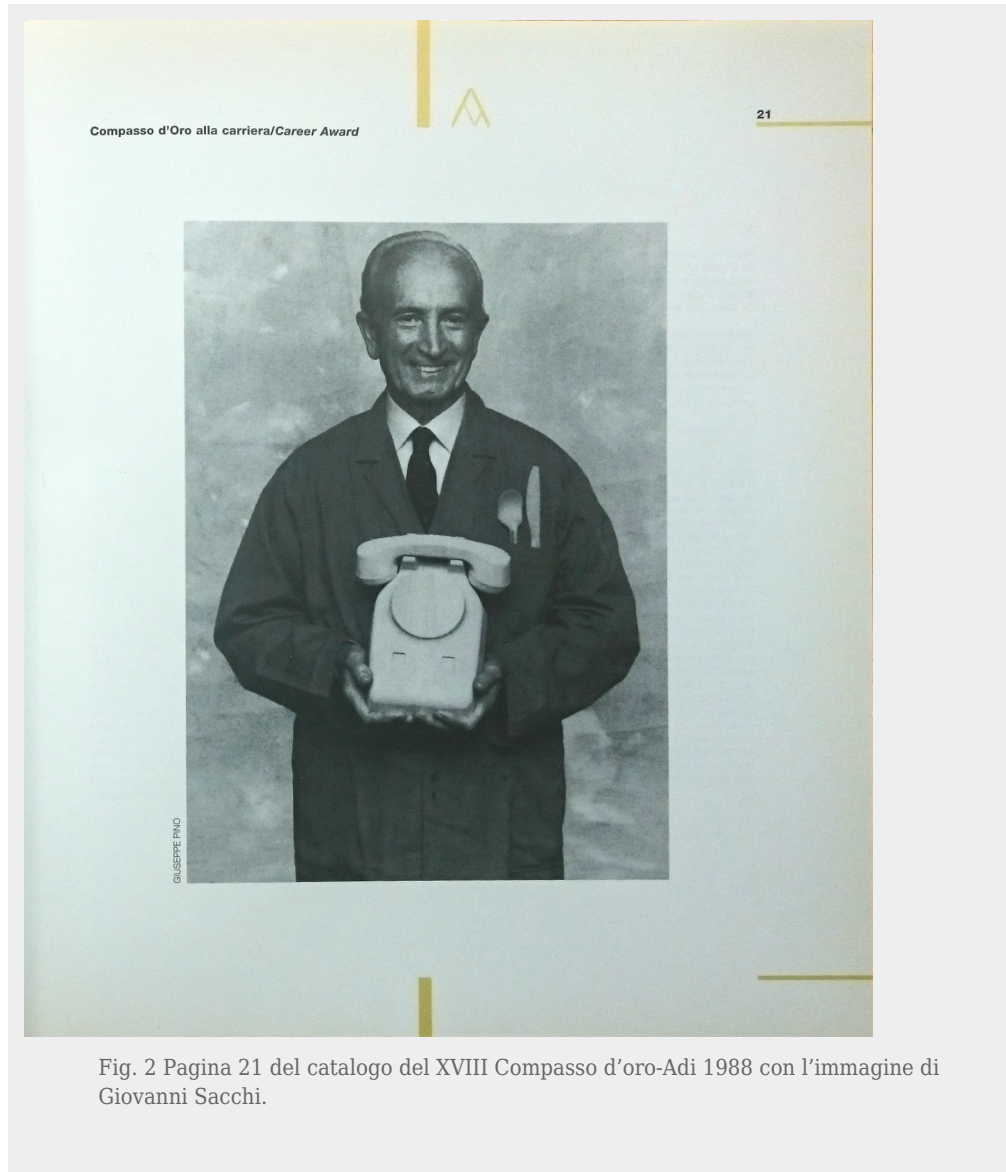


Fig. 2 Pagina 21 del catalogo del XVIII Compasso d'oro-Adi 1988 con l'immagine di Giovanni Sacchi.

Questo riconoscimento viene sollecitato da alcuni dei professionisti incontrati negli anni, come documentano i fax datati 26 febbraio 1998:[9] oltre a una prima presentazione inviata al presidente Adi da Piero Polato, partecipano con brevi lettere e riflessioni: Zanuso, Alfredo De Marzio, Saverio Monno, Gianni Arduini, Paolo Viti, Piano, Italo Lupi, Botta, Carlo Ulrico Hoepli, Ernesto Gismondi, Francesco Trabucco, Achille Castiglioni e Gae Aulenti. Arduini, ad esempio, scrive:

La storia del design italiano - qualcuno direbbe fortunatamente - non è stata fatta tutta dai designer, dalle aziende produttrici e da chi di design ha scritto o parlato, ma anche da chi ha permesso al design di prendere forma fisica e reale. Chi più di tutti ha contribuito a questo è senza dubbio Giovanni Sacchi.[10]

E il suo prezioso e molteplice contributo al progetto viene ben esplicitato anche nella lettera di motivazione al conferimento del premio, preannunciatagli via fax il 7 aprile dal presidente Adi Morello, in cui si afferma che la figura di Sacchi "si pone dunque come interfaccia tra l'idea e il progettista, e tra questo e il committente".[11]

L'ampia ed eterogenea produzione della bottega Sacchi, unita al riconoscimento della qualità del lavoro svolto e alla ricchezza dei materiali presenti in Archivio, inducono all'approfondimento della sua opera e alla descrizione delle sue speciali relazioni professionali, al fine di ricostruire il contributo fornito dai modelli e conseguentemente dalla figura del modellista nel processo di realizzazione di progetti che hanno concorso all'affermazione del design italiano nel mondo.

Nell'iter di realizzazione di un prodotto l'intervento del modellista può infatti avvenire in momenti e con modalità differenti e può coinvolgere diversi interlocutori. I modelli, costruiti a scopo sperimentale di ricerca o concepiti come prefigurazioni di architetture e oggetti disegnati, realizzazioni di elementi solo in parte definiti, o ancora riproduzioni su cui testare stampi e fasi di produzione, sono adottati da ciascun progettista secondo la propria metodologia. Risulta quindi evidente l'attribuzione al modello di una molteplicità di funzioni che la letteratura ha classificato principalmente in: di presentazione, di verifica, di studio (Consalez & Bertazzoni, 1998; Maldonado, 1987; Salvarani, 1992; Crippa & Del Prete, 2005), qui presentati seguendo la trasformazione che il modello ha avuto nell'evoluzione del processo progettuale.

1. Il modello di presentazione

La più antica forma di rappresentazione tridimensionale, il modello di presentazione restituisce in modo esatto le geometrie del prodotto: costruito in scala ridotta o reale, a seconda si tratti di architettura o di artefatti industriali, è da sempre utilizzato per comunicare e promuovere la realizzazione di un prodotto ad aziende e investitori in epoca contemporanea, come a principi e mecenati in epoca passata. Se i primi esempi ci appaiono all'interno di opere d'arte antica, raffigurati in mano a santi o a committenti in dipinti e sculture, sono numerosi i documenti di cantiere che attestano l'impiego di questo strumento nel medioevo[12] sino a divenire comune pratica della bottega rinascimentale (Goldthwaite, 1980; Salvarani, 1992; Millon & Magnago Lampugnani, 1994; Crippa & Del Prete, 2005).

Reso nel tempo sempre più complesso dall'inclusione di particolari scultorei e dalla simulazione dei materiali - come già testimoniano esempi di fine Cinquecento - il modello di presentazione garantisce al committente maggiore capacità di controllo dell'opera nella fase sia di approvazione sia di realizzazione (Goldthwaite, 1980; Maldonado, 1992). Il modello - spiegava Sacchi con la sua consueta semplicità - serve per andare dalla committenza e far vedere il prodotto finito. Questo è importante, che tu vedi prima quello che produci dopo; il mio modello serve per darti la realtà di quello che farai domani.[13] Al modello di presentazione di prodotto industriale, realizzato in scala reale e chiamato a simulare l'oggetto, Sacchi dedica parte della sua carriera, soprattutto tra gli anni settanta e ottanta. E i risultati sono così realistici da provocare i numerosi fraintendimenti che Sacchi stesso, con grande ironia, raccontava con orgoglio nelle occasioni pubbliche. Nel 1980, ad esempio, all'esposizione *Modelle und Formen vom Handwerk gebaut* tenutasi a München in occasione di *Exempla '80*[14] viene rubato il prototipo di un televisore portatile poi ritrovato in un angolo della stessa sala espositiva poiché - così amava dire - accortosi che non funzionava, "hanno pensato di portarlo indietro"[15]; oppure a Milano nel 1982, quando il Presidente della Repubblica federale tedesca, Karl Carstens, visitando la mostra *Begegnung mit dem italienischen Design*, dedicata al design italiano, allestita da Viti nella sede di Olivetti,[16] scambia il modello di una calcolatrice in legno verniciato per l'oggetto vero e proprio e, senza pensarci, allunga le mani per provarne il funzionamento (Polato, 1991; Ambri, 2000). Anche Roberto Olivetti cade in un simile equivoco ed eleva il modello a prodotto finito quando considera quello per la macchina per scrivere Praxis, presentatagli da Sottsass nel periodo natalizio, il sentito regalo di un amico (Polato, 1991).

Gli esemplari eseguiti da Sacchi in modo così realistico non solo comunicano le idee dei progettisti ai committenti, ma sono strumenti efficaci per promuovere l'investimento nell'effettiva realizzazione dei prodotti, poiché - come ricorda Sottsass - "se uno va da un cliente con un modello del Sacchi, il cliente è convinto" (Polato, 1991, p. 123). Ma i modelli di presentazione di Sacchi non esauriscono il loro compito favorendo relazioni positive tra designer e committente; divengono anche veri e propri campioni con cui l'azienda è in grado di proporre in anticipo elementi della futura produzione o, ancora, artefatti con cui pubblicizzare i nuovi oggetti e verificare la risposta del mercato.

Alla mostra in cui sono esposti per la prima volta i suoi modelli in Triennale, nel 1983, Sacchi afferma che con il modello "tu arrivi a vendere quello che non hai ancora fatto".[17] Nel caso specifico si riferisce alla sedia impilabile disegnata da lui stesso nel 1975 e pensata per essere prodotta in plastica,[18] di cui il committente riesce a vendere 10.000 esemplari con la sola presentazione del prototipo in legno: il modello verniciato era opportunamente appeso al soffitto con un filo per dissuadere i visitatori dal sedersi. Il legno con una sezione così sottile non avrebbe infatti resistito (Polato, 1991; Locati, 1998; Ambri, 2000).



Fig. 3 Sedia progettata da Sacchi e prodotta da ILMA Plastica dal 1976 / courtesy Archivio Giovanni Sacchi, Sesto San Giovanni.

Zanuso conferma quanto appena enunciato affermando con chiarezza che con Sacchi sono andati oltre alla rappresentazione verosimile e porta la sua diretta esperienza di uso del modello come prefigurazione del prodotto aziendale sulle pagine dei cataloghi: “Noi abbiamo fatto per i nostri clienti la consulenza per la redazione di cataloghi, e quando si

faceva il catalogo la produzione di questi oggetti non era ancora avviata” (Polato, 1998). Come sostiene Trabucco,[19] Zanuso si riferisce molto probabilmente a oggetti progettati per Brionvega, ma tale pratica in quegli anni è appannaggio di numerose aziende. Tra la corrispondenza archiviata con metodo e precisione da Sacchi, un fax su carta intestata Alessi, datato 27 febbraio 1986 e firmato Alberto Alessi, accompagna a tale proposito la trasmissione del disegno di una frusta da cucina progettata da Sapper. Si tratta della richiesta di realizzazione del prototipo in tempi strettissimi, “al più presto (in pochi giorni?), perché ci serve per un importantissimo servizio fotografico”. [20] Sullo stesso foglio, a testimonianza della disponibilità del modellista a una piena collaborazione anche a distanza con il designer è riportato: “Dice Sapper di telefonargli in Germania appena può, per ulteriori notizie”. [21]

2. Il modello di verifica

Il modello di presentazione sopradescritto diviene, anche storicamente, parte della prassi progettuale, ovvero destinato alla verifica e alla valutazione della realizzabilità del progetto e possibile conseguente guida per la realizzazione del prodotto.

Inizialmente adottato dagli architetti rinascimentali e adoperato talvolta in scala reale -note in tal senso sono le esperienze di Filippo Brunelleschi -, il modello di verifica, che è invece utilizzato per effettuare prove strutturali[22] e guidare le maestranze nell’esecuzione dei dettagli[23] perché più facilmente interpretabile rispetto ai disegni, trova corrispondenza anche alla scala del prodotto industriale. In questo caso però le funzioni di controllo si estendono ad altri aspetti che il disegno non è in grado di restituire cioè alle implicazioni ergonomiche e plastiche che l’oggetto è chiamato a comunicare, come spiega Zanuso (Polato, 1991; Polato, 1999; “Che pazienza per progettare quel telefono Grillo!”, 2000), oppure alla necessità di rilevare le prestazioni di natura meccanica - sostiene Alberto Meda -, in quanto anche le più semplici non possono essere né immaginate né percepite, ma accertate solo mediante apposita sperimentazione fisica; la verifica della posizione del centro di gravità di un oggetto ne è un esempio.[24]

La possibile fallacia del disegno e l’insostituibile ruolo del modello[25] trovano un riscontro di particolare interesse nel fax su carta intestata Vignelli Associates Designers in cui Lella Vignelli ringrazia Sacchi perché, grazie alla accurata realizzazione dei modelli, hanno potuto verificare alcuni errori.[26] Il documento, datato 1 marzo 1973, proviene da New York, dove i Vignelli si sono trasferiti da tempo ma, nonostante la lontananza, Sacchi continua a essere il loro modellista, cui chiedere le necessarie modifiche, certi della piena comprensione da parte dell’interlocutore.

La materializzazione dell’idea, a cui accenna Botta definendo Sacchi “revisore finale” (Polato, 1998), fornisce quindi l’opportunità di modificare e mettere a punto il disegno in modo definitivo dopo la piena comprensione delle forme, ma in Sacchi i progettisti trovano anche un suggeritore di soluzioni più adeguate. “Sovente era lui stesso ad indicarci un angolo irrisolto, un attacco incoerente tra due superfici”, riporta Gregotti

(2000, p. IX). Scoperto un errore, Sacchi non procede nella realizzazione, ma telefona per avvertire il progettista prima di proseguire alla risoluzione del problema. E Arduini conferma: “Se vedeva qualcosa che non andava telefonava, te lu cambià mi” (Polato, 1998).[27]

La verifica del progetto attraverso il modello è necessaria, oltre che ai singoli professionisti, anche all’interno delle aziende soprattutto per evitare sorprese all’avvio della produzione di un oggetto.

Valerio Castelli riporta a tale proposito la vicenda della prima seduta in plastica per bambini, la seggiolina K1340, oggi nota come 4999, Compasso d'oro-Adi 1964, vera e propria sfida elaborata da Zanuso e Sapper per Kartell a partire dal 1960. Nello specifico caso la costruzione di un unico modello prima della fase di stampaggio, non avendo permesso di testare l'impilabilità della seduta, ha portato al conseguente rifacimento di parte dello stampo (Castelli, Antonelli & Picchi, 2007).[28] Tale episodio è ricordato anche da Roberto Picazio, prototipista di Kartell dal 1959 al 2006, che racconta di come il rapporto con la bottega Sacchi, a cui Kartell si rivolge per sviluppare le forme dei suoi prodotti,[29] si coniughi con la sperimentazione aziendale sull'utilizzo di nuovi materiali e processi di produzione: nel legno di cirmolo sono messi a punto con precisione e accuratezza i modelli con cui l'ufficio tecnico si confronta nella realizzazione dei prototipi in materia plastica.[30]

Il ruolo di Sacchi intermediario e facilitatore nei confronti della produzione è esplicitato da Giorgio Decursu sottolineando come la precedente esperienza di modellista per fonderia lo abbia reso una garanzia di fattibilità del prodotto nel rispetto della massima economia di processo. "Ti può consigliare - afferma - in che modo è meglio tracciare una linea perché il pezzo sia realizzabile con uno stampo semplice piuttosto che con uno complesso a più tasselli". E aggiunge: "Credo che molti di noi abbiano imparato dal Sacchi le prime nozioni di tecnologia applicata" (Polato, 1991, p. 65).

La varietà di competenze di Sacchi trova espressione anche nel suo spazio di lavoro, ordinato, preciso, un laboratorio assimilabile più a quello di uno scienziato piuttosto che alla bottega di un artigiano[31] dove, ad esempio, gli utensili appartenenti a ciascun operaio, allineati sopra i banchi di lavoro, sono distinti dal differente colore del manico.



Fig. 4 L'ambiente di lavoro nella bottega di Giovanni Sacchi in via Sirtori a Milano / courtesy Archivio Giovanni Sacchi, Sesto San Giovanni.

3. Il modello di studio

Tanti sono i modelli di presentazione e di verifica a cui Sacchi lavora con i suoi operai nei cinquant'anni di bottega, ma il concetto a cui è più legato e in cui si ritrova maggiormente è il modello di studio. Introdotto da Leon Battista Alberti, è considerato parte del processo di progettazione, collegato ai disegni di sviluppo, strumento per l'approfondimento e la realizzazione di un'idea.[32] Il modello trascende così la sua essenza di rappresentazione e descrizione sintetica tridimensionale di un oggetto per divenire matrice su cui sperimentare e perfezionare il progetto, una sorta di schizzo tridimensionale grazie al quale si materializza l'idea che appare percepibile nella forma, nelle proporzioni e in un primo rapporto con il fruitore.

Il riconoscimento di tale ruolo rende necessario approfondire la relazione tra modello e disegno, altro strumento di prefigurazione del progetto. A tale proposito, da un lato Tomás Maldonado, riferendosi al rapporto tra modellare e tecnica dello schizzo a mano libera, invita a "guardare più da vicino la tematica relativa al disegno come tecnica, anch'essa, di modellazione" (Maldonado, 1992, p. 102), dall'altro Botta paragona il lavoro dell'architetto che sovrappone segni e tracce per correggere il proprio disegno, con il procedere per approssimazioni successive del modellista che, mediante continue limature, arriva alla forma cercata (Polato, 1998).

Questo processo di messa a punto progettuale per stratificazione rappresenta il modo di lavorare che Sacchi predilige e ricerca a partire dall'esperienza vissuta affiancando Nizzoli: lui sedeva lì con la sua matitina, io preparavo il pezzetto e poi tornavo indietro... Se il modello era più evoluto si impostava ad un certo livello, poi lui veniva a vederselo, lo correggeva. Disegnava molto, e anche bene: ma riprendeva parecchio sul modello direttamente, con la matita: "qui diamo un raggio diverso, qui spigoliamo...". Diceva: "Nessuno sa scrivere senza correggere" (Polato, 1991, p. 19).

Disegno e modello si sovrappongono: l'architetto riprende le linee sul modello per poi continuare sul disegno che diviene nuova matrice per il modellista e così via in un continuo scambio.

La capacità di Sacchi di generare sodalizi di lavoro, sensibilità e pensiero viene sottolineata anche nella motivazione per il riconoscimento del premio Compasso d'oro-Adi alla carriera: "Sacchi è spesso la mano che pensa nel legno insieme con la testa degli altri; che rende vero il *penser avec les mains* di Denis di Rougemont diventando - senza mai tradire - l'interlocutore di una ricerca".[33]



Fig. 5 L'ufficio di Giovanni Sacchi posto all'interno della sua bottega a Milano in via Sirtori; sulla parete si nota affisso l'attestato del Compasso d'oro-Adi alla carriera / courtesy Archivio Giovanni Sacchi, Sesto San Giovanni.

Tali legami si costruiscono giorno per giorno all'interno dello spazio di lavoro frequentato con assiduità, ad esempio, oltre che da Nizzoli - "abitava da lui, aveva un suo posto lì in fondo", racconta Arduini che tra il 1973 e il 1974 si reca in bottega due o tre giorni ogni settimana per seguire i progetti Brionvega per lo Studio Zanuso[34] -, da Sapper che, quotidianamente presente per anni, ricorda il fraterno rapporto di collaborazione con gli operai.[35] Analogamente per lunghi periodi si trovano in bottega Castiglioni, Bellini, Botta, Castelli Ferrieri e molti altri. Sacchi collabora all'interno del *gruppo progettante* teorizzato da Castiglioni[36] con un ruolo di primaria importanza e affiancando i "suoi" architetti, partecipa alla determinazione del progetto di cui guida lo sviluppo secondo ciò che è espresso a parole o per mezzo di disegni da ciascun designer, regista del processo. Non c'è un metodo standard di lavoro: ogni designer ha il suo modo per presentare e sviluppare la propria idea, ma "Sacchi - così sostiene anche Trabucco nella segnalazione ad Adi per il conferimento del Compasso d'oro alla carriera - è capace di interpretare i nostri disegni talvolta al di là delle *'righe disegnate'*; non è solo un esecutore ma è un interprete spesso critico del nostro lavoro";[37] riflessione condivisa anche dai suoi operai, come testimonia Franco Rocco che dopo anni di lavoro con grande semplicità dichiara: "Sacchi aveva la capacità di capire bene dove voleva andare a finire l'idea del progettista e quindi di portarlo piano piano" (Polato, 1998).

La figura e l'attività di Sacchi testimoniano il ruolo e il valore che il modellista e il modello hanno avuto nello sviluppo di oggetti significativi per la storia del design italiano ed evidenziano alcune delle peculiarità del modo di concepire il design nel nostro paese, come il riconoscimento del sapere artigianale e manuale nella prefigurazione dell'oggetto al vero e l'importanza attribuita alla collaborazione tra differenti competenze. Nei suoi anni di attività infatti i più noti progettisti definiscono con lui, in modo più o meno consapevole, "la specificità dei modi del lavoro del design italiano che ha riconosciuto nel modello un momento centrale per la messa a punto di uno specifico linguaggio formale" (Bassi, 2000, p. 42).

Riferimenti bibliografici

- Alberti, L.B. (1966). *L'architettura*. Milano: Il Polifilo (pubblicato originariamente nel 1452).
- Alessandri, M. (1997, aprile 4). Sacchi, il re dei modellisti, *Nuovasesto*, 12.
- Ambri, A. (2000, maggio 16). Il Geppetto che ha modellato l'Italia del boom. *Il Giorno*, 11.
- Anzivino, V. (2015). Il partigiano Giovanni Sacchi. "Viva la guardia nazionale comunista". In A. Bassi & F. Bulegato, *Design Resistente* (pp. 14-16). Catalogo della mostra. Milano: Glifo Associati editore.
- Bassi, A. (2000, giugno 4). Il modellista del design. *Il Sole 24 ore*, 149, 42.
- Bettinelli, E. (2014). *La voce del maestro. Achille Castiglioni. I modi della didattica*. Mantova: Corraini.
- Castelli, G., Antonelli, P., & Picchi, F. (a cura di). (2007). *La fabbrica del design. Conversazioni con i protagonisti del design italiano*, Milano: Skira.
- "Che pazienza per progettare quel telefono Grillo!" (2000, maggio 16). *Il Giorno*, 11.
- Consalez, L., & Bertazzoni, L. (1998). *Modelli e prospettive*. Milano: Hoepli.
- Crippa, D., & Del Prete, B. (2005). *Modello, informatica e progetto di architettura*, Milano: Edizioni Clup.
- E. De Cristofaro (2008-2009). *Il modello è per noi un modo di disegnare straordinario. Giovanni Sacchi (1913-2005) interprete del design*. Tesi di laurea magistrale in Storia e critica dell'arte. Facoltà di lettere e filosofia, Università degli Studi di Milano.
- Della Piana, E. (2009). Il design è fatto di persone e cose. *Il giornale dell'architettura*, 79, 7-8.
- Goldthwaite, R.A. (1980). *The building of Renaissance Florence: An Economic and Social History*, Baltimore-London: Johns Hopkins University Press.
- Gregotti, V. (2000, maggio 17). Il falegname che insegnava agli architetti e ai designer. *La Repubblica*, IX.
- Locati, G. (1998, luglio 10). Gli sono bastati due anni per costruire il Passante. *Il Giornale*, 41.
- Maldonado, T. (1987). Questioni di similarità. *Rassegna*, 32, 57-61.
- Maldonado, T. (1992). *Reale e virtuale*. Milano: Feltrinelli.
- Manetti, A. (1976). *Vita di Filippo Brunelleschi*. In G. Tantaruli & D. De Robertis (a cura di). Milano: Il Polifilo (pubblicato originariamente nel 1489).
- Mazzitelli, I. (1982, marzo 26). Giovanni Sacchi modello d'operaio. *La Repubblica*, 37. Millon, H., & Magnago Lampugnani, V. (a cura di). (1994). *Rinascimento - da Brunelleschi a Michelangelo. La rappresentazione dell'architettura*. Milano: Bompiani. Polato, P. (1991). *Il modello nel design. La bottega di Giovanni Sacchi*. Milano: Hoepli. Polato, P. (a cura di). (1998). *I modelli di Giovanni Sacchi [VHS]*. Milano: Rai International.

Polato, P. (1999, febbraio). Dal progetto disegnato all'oggetto concreto. *Domus*, 812, 78-82.
Saalman, H. (1964). Santa Maria del Fiore: 1294-1418. *Art Bulletin*, XLVI, 471-500.
Salvarani, F. (1992). *La costruzione del modello architettonico*. Milano: Di Baio editore.
Todeschini, F. (2001, maggio). Giovanni Sacchi. *Habitat Ufficio*, 105, p.n.d.
Vasari, G. (1986). *Le vite de' più eccellenti pittori, scultori ed architetti*. A cura di L. Bellosi & A. Rossi. Torino: Einaudi (pubblicato originariamente nel 1550).

NOTE

1. I Archivio Giovanni Sacchi (d'ora in poi ABGS) doc. lett. 009.↵
2. ABGS, doc. lett. 009.↵
3. Il patrimonio ivi contenuto, donato al Comune di Sesto San Giovanni nel 1999 da Sacchi, è parte dell'Archivio Giovanni Sacchi. Il progetto, curato da Alberto Bassi con Fiorella Bulegato e Lodovico Gualzetti, è stato realizzato dal Comune di Sesto e dalla Fondazione Isec - Istituto di storia per l'età contemporanea e inaugurato il 23 ottobre 2009. Qui sono conservati 67 modelli di architettura, 366 modelli, prototipi e pezzi in lavorazione di oggetti di design, 8000 disegni, 110 prodotti, oltre 9000 fotografie e video, 250 fascicoli con documenti, una ricca biblioteca e numerosi suoi macchinari e attrezzature per la lavorazione meccanica e del legno (Della Piana, 2009, p. 8; si veda anche Archivio Giovanni Sacchi, disponibile presso <http://www.archiviosacchi.it/archivio/index.php>). Altri 312 modelli in legno sono stati invece acquisiti dalla Regione Lombardia il 3 dicembre 1998 e depositati da Sacchi il 21 dicembre 1998 presso la Collezione Permanente del Design italiano della Triennale di Milano (Collezione Giovanni Sacchi, disponibile presso <http://www.triennale.org/it/triennale-design-museum/collezioni/51-collezione-giovanni-sacchi>).↵
4. F. Todeschini, Intervista a Giovanni Sacchi (ABGS_doc_lett_0001).↵
5. E. De Cristofaro e S. Mazzoni, intervista a Osvaldo Sacchi, 17 settembre 2009 (ABGS_na_intervista_0032). Tali interviste, in formato video, sono state realizzate su commissione dell'Archivio Giovanni Sacchi e sono in parte riportate in De Cristofaro, 2008-09. I materiali video in quanto fonti orali sono stati verificati con altre fonti, ove possibile.↵
6. Cfr. il modello dell'insegna e il manifesto in ABGS_mod_0243 e ABGS_c_ma_0141.↵
7. Sacchi chiude la sua bottega alla fine del 1997 per mancanza di personale (Todeschini, 2001).↵
8. Della giuria della XVIII edizione del Compasso d'oro nel 1998, costituita dal Comitato esecutivo Adi assistito da tre soci onorari, fanno parte: Augusto Morello (presidente), Antonio Macchi Cassia (vicepresidente), Giulio Castelli (tesoriere), Massimo Hachen, Sandro Pasqui, con Achille Castiglioni, Tomás Maldonado, Marco Zanuso (soci onorari).↵
9. ABGS doc. lett. 009.↵
10. Ibidem.↵
11. Ibidem.↵
12. Risale al XIV secolo, ad esempio, la ricca documentazione sull'uso dei modelli per i progetti delle cattedrali di Milano, Firenze e Bologna.↵
13. Sacchi intervistato alla mostra I modelli di Giovanni Sacchi, 23 ottobre-30 novembre 1983, XVII Triennale di Milano (ABGS, video non inventariato).↵
14. 1 gennaio 1980-3 aprile 1981 (documenti in ABGS_doc_mo_0041).↵
15. Sacchi. Appunti per la conferenza tenuta da Sacchi a Tokyo nel 1983 (ABGS_doc_lett_0001).↵
16. Olivetti Design Centrum, Milano, 1982 (immagini in ABGS_fo_0022).↵

-
17. Sacchi intervistato alla mostra I modelli di Giovanni Sacchi, 23 ottobre-30 novembre 1983, XVII Triennale di Milano (ABGS, video non inventariato).↵
 18. La sedia, il cui prototipo fa parte della Collezione Giovanni Sacchi conservata alla Triennale di Milano, sarà prodotta da Ilma Plastica in collaborazione con Plastinova Italiana dal 1976 (ABGS_prod 0060).↵
 19. E. De Cristofaro e S. Mazzoni, intervista a Francesco Trabucco, 10 giugno 2009 (ABGS_na_intervista 0002).↵
 20. ABGS doc. lett. 011.↵
 21. Ibidem.↵
 22. Di particolare interesse il modello in mattoni e legno del 1367 con cui Brunelleschi si aggiudica la costruzione della cupola senza alcuna armatura di Santa Maria del Fiore a Firenze (Goldthwaite, 1980, pp. 373-375; Manetti, 1976, p. 97; Saalman, 1964, pp. 471-500).↵
 23. A tal proposito Vasari: "et egli stesso andava alle fornaci, dove si spianavano i mattoni, et voleva vedere la terra, et impastarla, et cotti che erano, gli voleva scerre di sua mano con somma diligenza. E nelle pietre a gli scarpellini guardava se vi era peli dentro, se eran dure, e dava loro i modelli delle ugnature e commettiture di legname et di nera, così fatti di rape; et così faceva de' ferramenti a' fabbri" (1550, p. 318).↵
 24. E. De Cristofaro e S. Mazzoni, intervista ad Alberto Meda, 23 settembre 2009 (ABGS_na_intervista 0037).↵
 25. E. De Cristofaro e S. Mazzoni, intervista a Francesco Trabucco, cit. Il concetto è ribadito anche da Achille Castiglioni (Mazzitelli, 1982, p. 37; Polato, 1991, p. 51).↵
 26. "Caro signor Sacchi, grazie per i modelli dei bicchieri, tecnicamente perfetti, ma sbagliati, da parte nostra, per proporzioni ecc. quindi meno male che abbiamo fatto i modelli e ce ne siamo accorti" (ABGS doc. lett. 001.2).↵
 27. E. De Cristofaro e S. Mazzoni, intervista a Gianni Arduini, 10 giugno 2009 (ABGS_na_intervista 0003); Andreis Van Onck, 1 dicembre 2009 (ABGS_na_intervista 0049); Richard Sapper, 19 febbraio 2010 (ABGS_na_intervista 0053).↵
 28. E. De Cristofaro e S. Mazzoni, intervista a Valerio Castelli, 23 luglio 2009 (ABGS_na_intervista 0026).↵
 29. Giulio Castelli, fondatore di Kartell, frequenta la bottega Sacchi dai primi anni cinquanta quando, con Gino Colombini, sviluppa i primi casalinghi in materia plastica (Polato, 1998).↵
 30. E. De Cristofaro e S. Mazzoni, intervista a Roberto Picazio, 2 ottobre 2009 (ABGS_na_intervista 0042).↵
 31. E. De Cristofaro e S. Mazzoni, intervista a Ugo La Pietra, 14 settembre 2009 (ABGS_na_intervista 0031).↵
 32. "A suo parere in architettura un'idea, o disegno, poteva realizzarsi solo attraverso un modello. L'idea, essendosi formata nella mente, era imperfetta, e poteva trovare la propria forma conseguente solo attraverso l'esame, la valutazione e le modifiche attuabili mediante i disegni. Questi stessi poi dovevano essere studiati, giudicati e migliorati mediante i modelli, approssimando così infine l'espressione dell'idea" (Millon & Magnago Lampugnani, 1994, p. 24). Cfr. Alberti, 1966.↵
 33. ABGS doc. lett. 009.↵
 34. E. De Cristofaro e S. Mazzoni, intervista a Gianni Arduini, cit.↵
 35. E. De Cristofaro e S. Mazzoni, intervista a Richard Sapper, cit.↵
 36. "Il primo personaggio da adoperare nel gruppo è quello che ci aiuta a fare il modello "perché il progetto - afferma Castiglioni - cambia anche completamente le sue intuizioni iniziali man mano che intervengono tutte queste cose che possono essere difficili, contrarie alla nostra libertà, ma che invece alla fine fanno sì che l'oggetto acquisti sempre una maggiore qualità. [...] Molte volte il modello cambia anche le indicazioni che si

avevano all'inizio della progettazione" (Bettinelli, 2014, pp. 130-131).↵
37. ABGS_doc_lett. 009.↵

GIUSEPPE RAIMONDI E GUFRAM: NUOVE ESPRESSIONI MATERICHE

Beatrice Lerma, Politecnico di Torino
Orcid ID: 0000-0002-4928-314X

PAROLE CHIAVE

Design, Giuseppe Raimondi, Gufram, Innovazioni materiche e tecnologiche, Material and technological innovations, Microstoria, Movimento Pop, Progetto

La storia di Giuseppe Raimondi (Fiume 1941 - Linosa 1997) si intreccia con quella di diverse imprese di arredamento e d'illuminazione, italiane e straniere, da Gufram a Bontempi, a Molteni, fino alla giapponese Marubeni. Il testo si focalizza sull'attività di Raimondi nel periodo compreso tra il 1966 e il 1970, quando è *art director* di Gufram, azienda di cui organizza in modo innovativo la produzione firmando vari oggetti e coinvolgendo artisti e progettisti nello sviluppo di prodotti. L'articolo intende, attraverso l'analisi dell'attività del progettista-artista, metterne in evidenza le specificità: la conoscenza approfondita delle proprietà tecniche ed espressive dei nuovi materiali e l'attenzione puntuale alle problematiche della produzione.

Giuseppe Raimondi è stato un architetto e designer, attivo nel campo dell'edilizia, dell'arredamento e dell'industrial design fino al 1997, anno della sua prematura morte[1]. Il suo percorso progettuale si articola in incarichi per diverse imprese, italiane e straniere, del mobile e dell'arredamento, dell'illuminazione, dell'ufficio, del tessile, della ceramica e della plastica.

Dal 1966 al 1970 Raimondi è *art director* di Gufram (acronimo di Gugliermetto Fratelli Arredamenti Moderni), [2] una realtà allora a struttura artigianale, che egli contribuì a trasformare in azienda riconosciuta internazionalmente. Con i fratelli Gugliermetto e in particolare con Giuseppe che, come ricorda l'architetto Guido Drocco [3] con apertura mecenatesca, accettava e sosteneva le sue idee a volte azzardate, Raimondi instaura una collaborazione connotata da un'originale ricerca formale e da una speciale innovazione tecnologica. I Gugliermetto, con esperienza di falegnami e tappezzieri, già negli anni cinquanta avevano iniziato a sperimentare alcuni nuovi materiali utilizzando per le imbottiture la gommapiuma Pirelli Sapsa [4]. Il primo incontro tra Raimondi e i Gugliermetto avvenne nel 1966 quando l'architetto si rivolse a loro per la realizzazione di un divano in legno su suo disegno: il pezzo venne fabbricato e iniziò così, racconta Guido Gugliermetto[5], la storia di Raimondi in Gufram. I Gugliermetto chiesero a Raimondi di disegnare alcuni imbottiti ai minori costi possibili. Di Raimondi, Gugliermetto ricorda la positività e il modo di lavorare: a partire dallo schizzo e dalle discussioni e analisi in azienda, venivano fatte diverse sperimentazioni in laboratorio e numerose, continue prove per la realizzazione di prototipi per verificare la funzionalità dei nuovi prodotti. Chiarificatrici le parole di Raimondi sul processo di progettazione da lui seguito:

Il mio metodo di lavoro inizia anche da un progetto esecutivo disegnato al dettaglio, da particolari costruttivi con il massimo contenuto di informazioni. Questo mi deriva dalla collaborazione con piccole aziende prive di un loro know how, un'abitudine alla quale mi piace essere fedele. Ritengo corretto fornire un progetto approfondito del quale studiare e programmare le operazioni logiche relative alla realizzazione del pezzo. Tuttavia cerco di andare oltre il singolo prodotto, la consapevolezza di saper seguire il percorso produttivo, di conoscere tutti i passaggi, mi permette di dialogare con il management dell'azienda con una particolare attenzione all'immagine e alla messa in scena del prodotto (Prandi, 1988, p. 38).

Nell'attività di Raimondi per Gufram confluisce e si riflette il suo interesse per il mondo dell'arte. Torino in quegli anni è animata dalle sperimentazioni legate alla Pop Art, alla Minimal Art, all'Arte Povera, ai linguaggi radicali e alle ricerche culturali che indagano la relazione tra società contemporanea e città, quando in Italia anche il design, come afferma Branzi (1984, p. 66) "diventa strumento progettuale fondamentale per modificare la qualità della vita e del territorio".

Tra i principali punti di riferimento per gli artisti torinesi ci sono la Galleria Sperone, che propone gli artisti americani e che contribuisce all'affermazione degli esponenti dell'Arte Povera, la Galleria Notizia, la Galleria Stein, il Deposito d'Arte Presente (DDP) e il Piper Club, discoteca progettata da Piero Derossi, Giorgio Ceretti e Riccardo Rosso[6]. Quest'ultima funge anche da centro culturale legato alla contestazione giovanile e luogo di performance, happenings, sfilate, negli spazi in cui sono esposti i lavori di Piero Gilardi, Mario Merz, Marisa Merz, Giulio Paolini, Pino Pascali, Giuseppe Penone, Michelangelo Pistoletto e altri artisti (Tranfaglia, 1999). Le discipline progettuali in quegli anni condividono con le espressioni artistiche lo sperimentalismo materico e le ricerche concettuali che analizzano il ruolo del progettista nella società e si propongono di influire sul comportamento dell'utente (Prina, 2003).

Nel contesto culturale e produttivo di questi anni, la direzione di Raimondi conduce la Gufram verso la ricerca originale e l'interesse per "le amplificazioni pop che ne diventano poetica e movimento guida" (Pansera, 1995, p. 158). Ugo Nespolo, l'artista amico e sodale di Raimondi, ricorda che l'architetto ebbe l'intuizione, a inizio anni sessanta di portare il design in azienda e di portare l'azienda stessa ad innovarsi attraverso l'utilizzo di un materiale particolare (il poliuretano espanso) per la realizzazione di nuovi prodotti, caratterizzati da forme gaie, gioiose[7]. In Gufram, Raimondi coinvolge, a partire dal 1966, giovani artisti e progettisti torinesi, come Guido Drocco, Franco Mello, Ugo Nespolo, nell'ideazione di pezzi d'arredo che susciteranno stupore e interesse e che saranno presentati negli anni successivi alle rassegne del settore in contesti internazionali[8]. L'azienda assume così una posizione d'avanguardia nel "design degli anni settanta con fantastiche applicazioni del poliuretano a mobili e oggetti di autentica vocazione Pop" (Casciani & Sandberg, 2008, p. 198).

Il boom economico e la diffusione delle materie plastiche permettono alle aziende dell'arredamento, del domestic furniture e dell'imbottito, di aprirsi a un'idea di modernità e alla "ricerca sperimentale di linguaggi che cavalcano l'onda lunga della *Pop Art* americana e che interpretano nuovi modi di abitare, pensati nell'ambito di una accresciuta libertà, sia espressiva sia funzionale" (De Ferrari, 1995, p. 80).

Grazie ai vantaggi tecnici (facilità e tempi ridotti di lavorazione) che offrono e alla libertà espressiva che comunicano, le materie plastiche diventano il materiale di riferimento per il design italiano e “materie esemplari del sogno o dell’utopia di una trasformazione della società e del mondo in senso democratico e egualitario” (Fiorani, 2000, p. 184). In un periodo ricco di cambiamenti e di fermenti sociali, i nuovi consumatori sono stimolati dalla novità commerciale, che permette loro di sentirsi inseriti “nello stile di vita americano che si introduceva allora prepotentemente con i cibi industriali, con l’automobile, con gli elettrodomestici, rompendo con le tradizioni italiane legate al focolare domestico” (Raimondi, 1986, p. 11).

Nelle sperimentazioni tecniche e nelle innovazioni espressive e funzionali di quegli anni è ricorrente il tema delle sedute. Risulta significativo elencare alcuni prodotti di altre aziende italiane, fra i più noti, quali la composizione *Malitte* di Sebastian Matta (Gavina, 1965), la *Universale (sedia 4867)* di Joe Colombo (Kartell, 1965), la poltrona *Blow* di De Pas, D’Urbino, Lomazzi, Scolari (Zanotta, 1968), la seduta componibile *Sofo* di Superstudio (Poltronova, 1968), la *Serie UP* di Gaetano Pesce (C&B, 1969), la sedia *Selene* di Vico Magistretti (Artemide, 1969), la poltrona *Sacco* di Gatti-Paolini-Teodoro (Zanotta, 1969) o il divano *Le Bambole* di Mario Bellini (C&B, 1972) [9]. Per la realizzazione di imbottiti, agli altri materiali (ad esempio la gommapiuma) viene preferito dai progettisti e dai produttori il poliuretano espanso che garantisce comodità di seduta e resistenza al peso di chi le utilizza (Mastropietro & Gorla, 1999); il materiale, tagliato a blocco o schiumato a freddo in stampo, permette la realizzazione di nuove “forme” e di avere in un colpo solo alti spessori, da utilizzare per prodotti in cui struttura portante, sovrastruttura e finitura sono integrate in un’unica massa (Branzi, 2008). I due sistemi di produzione del poliuretano espanso, lo stampaggio a freddo, per ottenere direttamente in un’unica lavorazione la sagoma desiderata, e il taglio da blocco, per ricavare fogli di diverso spessore, richiedono costi contenuti per attrezzature e stampi (Prandi, 1988). Il poliuretano appare perciò come il materiale adatto per soluzioni formali e utilizzi versatili, che offrono un modo più libero e creativo di abitare, permettendo interazioni inconsuete tra oggetto e utente, corrispondenti all’atmosfera culturale del momento. In altre parole: i poliuretani, utilizzati fino ad allora per le imbottiture dei prodotti d’arredo, escono allo scoperto e si trasformano in materiale strutturale.

Dall’uso del poliuretano espanso a freddo, materiale e tecnologia sofisticati per l’epoca, e dalla creatività dei progettisti, nascono prodotti rivoluzionari, di rottura, dall’aspetto provocatorio, che la Gufram, sotto la direzione di Raimondi, propone sul mercato: pezzi di design innovativi ed audaci, quali, ad esempio, la seduta *Alvar* (Giuseppe Raimondi, 1966), il tappeto *Pavé Piuma* (Piero Gilardi, 1967), la poltrona *Detecma* (Tullio Regge, 1967), le sedute *Sedilsasso* e *Sassi* (Piero Gilardi, 1968), il divano *Flag Chiocciola* (Piero Gilardi, 1968), la poltrona *Torneraj* (Ceretti, Derossi, Rosso, 1968), la seduta *Mozza* (Giuseppe Raimondi, 1968), la *Mela* (Piero Gilardi, 1969), il divano *Leonardi* (Studio65, 1969), *Babele* (Gianni Pettena, 1969), la seduta *Puffo* (Ceretti, Derossi, Rosso, 1970).



Fig. 1 Giorgio Ceretti, Piero Derossi, Riccardo Rosso, *Puffo*, sedile in poliuretano espanso a freddo a portata differenziata, Gufram, 1970 / courtesy of liveauctioneers.com e Sant'Agostino Casa d'Aste.

Tra i primi esemplari di sedute realizzate utilizzando solo il poliuretano sagomato per taglio da blocco, è da ricordare *Alvar*, poltrona con poggiatesta (fig.2) e chaise longue, rivestita in Ciré [10], che Raimondi disegna nel 1966. Superata la distinzione tra struttura portante e imbottitura, viene realizzato un insieme unico e compatto, un tutt'uno al tempo portante e morbido. La poltroncina è stata esposta alla *Mostra delle espressioni e produzioni italiane - le produzioni* della XIV Triennale di Milano del 1968 (Quattordicesima Triennale di Milano: catalogo ufficiale, 1968, p. 141).



Fig. 2 Giuseppe Raimondi, Alvar, poltrona con poggiatesta realizzata in poliuretano sagomato per taglio da blocco, Gufam, 1966 / credits Rago Arts and Auction Center.

Da una nuova concezione di seduta nasce altresì la poltrona *Mozza*, del 1968, anch'essa a firma di Raimondi. *Mozza* presenta una struttura portante a sezione variabile, un cilindro di poliuretano espanso tagliato a 45 gradi e svuotato internamente secondo una sezione triangolare tale da rendere il piano di seduta accogliente ed elastico. La poltrona, sfoderabile, è rivestita con un tessuto elasticizzato [11]. Nella descrizione dell'autore stesso (Raimondi, sd), la poltrona viene presentata come un modello in cui non compaiono più gli elementi tradizionali, quali schienale, sedile, braccioli. *Mozza* è un oggetto allegorico che, plasmandosi sotto il peso del corpo e tornando alla sua forma iniziale dopo l'uso, invita alla prova, alla scoperta, per così dire, il potenziale utente. Il pezzo, innovativo nella forma, riflette la tensione indirizzata alla ricerca di nuovi linguaggi del design di arredo degli anni sessanta: nella spinta di rinnovamento sono evidenti i richiami alle correnti artistiche del momento, ai mutamenti di costume e alle nuove possibilità espressive consentite dai materiali plastici (Raimondi, sd).



Fig 3 Giuseppe Raimondi, Mozza, poltroncina costituita da un cilindro di poliuretano espanso con rivestimento in Ciré, Gufram, 1968 / copyright "leclere-mdv".

“Assume inoltre un valore emblematico tutta la produzione firmata da Gilardi [12], che suggerisce un nuovo rapporto natura-artificio con un’ironia che riflette l’atteggiamento contestativo del momento storico e a cui in qualche modo corrispondono altri prodotti (*Cactus, Pratone, Puffo*)” [13]. Questi elementi d’arredo, realizzati in poliuretano espanso, dall’aspetto ironico, consentono ai progettisti di disattendere le aspettative del fruitore: i *Sassi* e il *Pavé Piuma*, ad esempio, riproducono la natura ricreando (sulla base di rilevamenti fatti presso un corso d’acqua) un sassoso greto di torrente con pietre e massi di differenti dimensioni, in forma, però, di soffici sedute che sorprendono l’utente e lo invitano a nuove modalità d’uso.



Fig. 4 Piero Gilardi, Pavé Piuma, tappeto che riproduce la superficie di una sassaia di torrente realizzato in poliuretano espanso, Gufram, 1967 / courtesy of liveauctioneers.com e Sant'Agostino Casa d'Aste.

Gilardi, con una felice intuizione, propone di rivestire il poliuretano utilizzato in Gufram con il Guflac, una vernice elastica, lavabile e resistente agli agenti atmosferici, poi brevettata dall'azienda[14]. Il sistema di rivestimento richiede un'elevata abilità manuale, in quanto l'alta qualità della finitura non è ottenibile attraverso l'utilizzo di macchinari: si tratta, infatti, di una "speciale pellificazione fatta a mano che riveste da sempre le icone in edizione limitata della collezione Gufram" (Ghignone, 2014) e che, allora, permetteva di risolvere i problemi di finitura delle poltrone.

Parallelamente alle ricerche di Gufram, altre aziende sperimentano con il poliuretano espanso nuove tecnologie di lavorazione, dando forma ad arredi che, permettendo interazioni inconsuete tra oggetto e utente, cambiano la visione della casa. Zanotta, ad esempio, presenta nel 1965 il divano *Throw Away* di Willie Landels, realizzato in poliuretano espanso, con rivestimento in vinile, caratterizzato da colori vivissimi che esaltano questo materiale. Poltronova, propone invece nel 1967 l'inedito divano *Superonda* progettato dagli Archizoom, composto da due blocchi di poliuretano espanso tagliati a filo seguendo una linea ondulata: rivestiti in lucida similpelle, possono essere avvicinati in diversi modi, dando vita a una panca o a un divano, a una chaise-longue o a un letto. Il poliuretano espanso sarà protagonista anche nella produzione dell'azienda C&B, non ancora B&B, di pezzi innovativi, tra i quali *Coronado* (Afra e Tobia Scarpa, 1966), *Lombrico* (Marco Zanuso, 1967), la *Serie UP* (Gaetano Pesce, 1969), *Camaleonda* (Mario Bellini, 1971), *Le Bambole* (Mario Bellini, 1972) [15], prodotti nei quali si nota inoltre un passaggio da una produzione ancora parzialmente artigianale ad un'industrializzazione massima e una "continua fusione tra progettazione e sistemi di realizzazione" (Mastropietro & Gorla, 1999, p. 436).

A partire dal 1967, i fratelli Gugliermetto mettono in produzione i *Multipli*, opere prodotte in serie limitate e numerate[16], che superano il concetto di unicità dell'opera d'arte. La collezione, presentata nel 1972 ad EuroDomus 4 a Torino ("Eurodomus 4", 1972), è selezionata per l'esposizione nella mostra *Italy: the New Domestic Landscape*, curata nello stesso anno da Emilio Ambasz al MoMA di New York (Ambasz, 1972, pp. 99, 101, 103), e comprende il *Pavé Piuma* e le sedute *Sedilsasso* e *Sassi* di Gilardi, la poltrona *Torneraj* e il *Pratone* (1971) di Ceretti, Derossi, Rosso, il divano *Bocca* (Studio 65, 1970), e l'appendiabiti *Cactus* (Drocco e Mello, 1972).

Le sperimentazioni tecnologiche e materiche realizzate da Gufram in quegli anni riguardano, però, anche altri materiali: Raimondi firma nel 1966 *Uski*, tavolo, ricavato per imbutitura di un foglio unico di alluminio su stampo, con poltroncine in alluminio, imbottite.



Sempre nel 1966, in collaborazione con l'artista Ugo Nespolo, disegna *Margherita*, tavolo con poltroncine componibili che "formano un tutt'uno omogeneo, il cui aspetto ricorda i grandi fiori di Warhol e i colori accesi lanciati dalla *Pop Art*" (Prina, 2003, p. 81): l'accostamento dei materiali e dei colori di finitura delle sedie (con anima in fibreglass, imbottitura in poliuretano e rivestimento in Ciré) e del tavolo con struttura in legno conferisce all'insieme una connotazione anticonvenzionale.



Fig. 6 Giuseppe Raimondi, Ugo Nespolo, Margherita, tavolo con poltroncine componibili, Gufram, 1966 / courtesy of Wright, Chicago

Le soluzioni espressive e tecnologiche appaiono fondamentali nella definizione della metodologia di progettazione, sulla quale egli stesso riflette in un'intervista rilasciata nel dicembre 1986:

Quando ho iniziato venti anni fa a Torino nel settore dell'arredamento non vi erano strutture produttive a cui riferirsi. Bisognava inventarsi quasi tutto se si voleva realizzare un progetto: ero un designer che diventava di volta in volta uomo di marketing o esperto di ingegnerizzazione del prodotto, *art director* o rappresentante. Si veniva a creare, così, per necessità quella che sarebbe stata poi una costante del mio modo di lavorare: dare all'industria non solo un prodotto, ma anche la filosofia del prodotto, con la capacità di saper collaborare a livello multidisciplinare con i responsabili degli specifici settori.

Opero quasi sempre per traguardi spostati: cerco di conoscere a fondo quanto è stato già fatto in quell'ambito, se esistono ancora potenzialità espressive libere. In alcuni casi si tratta di avere il coraggio di abbandonare le comode vie tracciate dai grandi maestri del design, ma ormai già troppo solcate dalle innumerevoli varianti sul tema e dalle imitazioni che seguono un prodotto di successo. [...] In questa ricerca di una nuova immagine si utilizzano anche i rinnovamenti espressivi dell'arte, o della moda, di tutto quanto crea nuovi comportamenti sociali. Alcune volte possono essere dei nuovi materiali o delle tecnologie innovative a dare degli spunti progettuali, ma può anche bastare l'intuizione di un modo diverso di usare un materiale antico (Garis, 1987, p. 228).

L'opera di Raimondi, certamente particolare per la sua attitudine a cogliere e a mettere insieme idee provenienti da settori diversi, artistico-culturale, produttivo e commerciale, si caratterizza anche per la singolare capacità di colloquiare a livello multidisciplinare con diverse figure professionali, capacità essenziale e necessaria durante il periodo nella neonata Gufram[17], diventata poi una costante nel metodo di lavoro dell'architetto (Prandi, 1988, p. 37).

Le ibridazioni tra design, manualità artigianale e mondo dell'arte che Raimondi ricerca e favorisce con naturalezza restituiscono oggi alla sua figura un'attualità che può illuminare la nostra quotidiana ricerca di nuovi modi, e nuovi motivi, del fare design nel tempo della complessità.

Si ringraziano per la collaborazione Guido Drocco, Guido e Diego Maria Gugliermetto, Axel Iberti, Ugo Nespolo.

Riferimenti bibliografici

- Ambasz, E. (1972, maggio). Sono partiti per New York. *Domus*, 510, 21.
- Ambasz, E. (1972) (a cura di). *Italy: The New Domestic Landscape. Achievements and Problems of Italian Design*. Catalogo della mostra. New York: The Museum of Modern Art.
- Bovier, L., & Porcher, B. (2012) (a cura di). *Piero Gilardi*. Zürich: JRP Ringier.
- Branzi, A. (2008). *Il Design italiano 1964-2000*. Milano: La Triennale di Milano, Triennale Design Museum, Electa Mondadori.
- Branzi, A. (1984). *La casa calda. Esperienze del Nuovo Design italiano*. Milano: IdeaBooks.
- Casciani, S., & Sandberg, T. (2008). *Design in Italia. Dietro le quinte dell'industria*. Milano: 5 Continents Editions.
- De Ferrari G. (1995). *Torino design: dall'automobile al cucchiaino*. Catalogo della mostra, Torino, Museo dell'Automobile Carlo Biscaretti di Ruffia, 6 aprile-30 giugno 1995. Torino: Allemandi.
- "Eurodomus 4" (1972, luglio). *Domus*, 512, sp.
- Fiorani, E. (2000). *Leggere i materiali con l'antropologia, con la semiotica*. Milano: Lupetti.
- Garis, V. (1987). *1966-1976. Il Design sperimentale a Torino*. Tesi di laurea in Architettura. Relatori P. Fossati, L. Bistagnino, G. De Ferrari. Facoltà di architettura, Politecnico di Torino.
- Ghignone G. (2014). *GUFAM. Design controcorrente dal 1966*. Disponibile presso <http://www.arteseradesign.it/gufam-design-controcorrente-dal-1966/> [22 settembre 2015].

-
- Grassi, A., Pansera, A. (1986). *L'Italia del Design, trent'anni di dibattito*. Genova: Marietti.
- Mastropietro, M., & Gorla, R. (a cura di). (1999). *Un'industria per il design: la ricerca, i designers, l'immagine B&B Italia*. Milano: Lybra immagine.
- Mello, F. (2002). *The rock furniture. Il design della Gufram negli anni del rock*. Rivoli: Castello di Rivoli, Museo d'Arte Contemporanea.
- Neuman, C. (1999). *Design Italia*. Milano: Rizzoli.
- Pansera, A. (a cura di). (1995). *Dizionario del design italiano*. Milano: Cantini.
- Prandi, L. (1988, gennaio). Il progetto curioso. *Modo*, 103, 36-41.
- Prina, D. (2003). *Il pensiero progettuale: un'analisi critica. Abitare Radical 1965-1975*. Tesi di laurea in architettura. Relatori E. Dellapiana, C. De Giorgi. Facoltà di architettura, Politecnico di Torino.
- Quattordicesima Triennale di Milano: catalogo ufficiale* (1968). Milano: Arti grafiche Crespi & Occhipinti.
- Raimondi, G. (sd). *Il linguaggio della materia. Tecnologie e materiali nel design italiano dei prodotti di arredo*. Manoscritto inedito.
- Raimondi, G. (1988). *Abitare Italia. La cultura dell'arredamento in trent'anni di storia italiana*. Milano: Fabbri Editori.
- Spadoni, C. (a cura di). (1999). *Piero Gilardi*. Milano: Mazzotta.
- Tranfaglia, N. (a cura di). (1999). *Storia di Torino. Gli anni della Repubblica*, vol. 9. Torino: Einaudi.
- Trini, T. (1968, gennaio). Divertimentifici. *Domus*, 458, 13-23.

NOTE (← returns to text)

1. Nato a Fiume nel 1941, si laurea in Architettura al Politecnico di Torino nel 1967, città dove si stabilirà partecipando attivamente alla vita culturale locale. Nello stesso anno, l'impegno politico lo conduce a Gorizia, dove collabora con Franco Basaglia nella rivoluzionaria opera di trasformazione dei programmi di cura degli istituti psichiatrici. Negli anni settanta, condivide con l'artista Piero Gilardi l'esperienza di un collettivo di ricerca sulle attività espressive in campo psichiatrico e contemporaneamente collabora dal 1966 con Gufram. Terminata nel 1970 quest'ultima attività, Raimondi continua la ricerca e l'indagine di nuovi materiali, utilizzati in ambiti e contesti differenti, dal progetto architettonico al design industriale. Nel 1971 fonda a Torino, con altri progettisti, lo studio A.ba.co che si scioglie nel 1977 quando Raimondi apre un proprio studio nella stessa città. Dal 1972 tiene numerose conferenze e mostre personali in vari paesi europei e in Sud America. A partire dagli anni settanta, ricoprendo diversi incarichi, collabora con numerose aziende. Vince il Compasso d'oro-ADI nel 1987 con la sedia *Delfina* per Bontempi e la Medaglia d'oro nel 1988 a Toronto con il sistema d'illuminazione *Miriade* per Valenti. Nel 1992 e nel 1993 è professore a contratto presso la Facoltà di Architettura del Politecnico di Torino. Collabora con riviste quali *Abitare*, *Casabella*, *Casa Vogue*, *Domus*, *Interni*. Per approfondimenti: Prandi, 1988, pp. 36-41; Prina, 2003, p. 80.←
2. L'azienda Gufram nasce proprio nel 1966 in seguito alle scelte e all'allargamento societario dell'attività avviata nel 1956 dai fratelli Guglielmetto (Francesco, Giuseppe, Guido e Piero) a Grosso, in provincia di Torino, e specializzata nella produzione di arredamento moderno. ←
3. Intervista dell'autrice a Guido Drocco, 7 ottobre 2015.←

-
4. La sperimentazione di nuovi materiali e di forme connota ben presto le scelte dell'azienda: rappresenta un primo superamento della tradizione la poltrona *Ginetta*, con schienale e sedile rossi e braccioli neri, presentata nel 1958 a Torino, al Palazzo delle Esposizioni, all'interno della *Prima mostra artigiana del mobile artistico piemontese classico e moderno*.↵
 5. Intervista dell'autrice a Guido Gugliermetto, 11 dicembre 2015.↵
 6. Per approfondimenti: Trini, 1968, pp. 13-23; Branzi, 1984, pp. 54-55.↵
 7. Intervista dell'autrice a Ugo Nespolo, 7 dicembre 2015.↵
 8. Gufram partecipa, ad esempio, alla XIV Triennale di Milano del 1968, alle esposizioni EuroDomus 3 a Milano nel 1970 e EuroDomus 4 a Torino nel 1972, alla mostra *Italy: the New Domestic Landscape* al MoMA di New York sempre nel 1972, a esposizioni presso la Galleria Section N a Vienna, la Galleria Abitare a Colonia e la Galleria Trilogy a Milano.↵
 9. La *Selene* di Magistretti, realizzata in poliestere rinforzato attraverso un'unica stampata, la *Universale* di Colombo e la *Panton Chair* (Vitra, 1967) si contendono il primato di prima sedia in plastica al mondo. La poltrona *Sacco* è costituita da un involucro, in pelle o similpelle, riempito di pallini di polistirolo, che diventa seduta accogliente, deformandosi e adattandosi al corpo dell'utilizzatore. La poltrona *Blow*, ancora, è realizzata in PVC calandrato, trasparente: gonfiabile, è un elemento d'arredo a basso costo "per viaggiare", facile da trasportare e da montare. Il sistema di sedute *Malitte* è composto da elementi di diversa configurazione realizzati in poliuretano espanso tagliato da blocco. *Sofo*, poltroncine impilabili a due a due, sono realizzate in poliuretano tagliato da blocco e rivestite in tessuto elasticizzato. La *Serie Up*, invece, propone il poliuretano espanso in forma "schiacciata": il prodotto finito, infatti, a cui viene estratta l'aria, è venduto piatto, sottovuoto, in un imballaggio di cartone. All'apertura, grazie all'aria che penetra all'interno del poliuretano, aumentandone il volume, la poltrona, gonfiandosi, riprende la sua forma. Per approfondimenti: Raimondi, 1988, p. 20; Branzi, 2008, pp. 124-137.↵
 10. Nome commerciale in Italia del vinile, è un rivestimento di sostanze cerose, caratterizzato da un aspetto lucido, che rende impermeabile il substrato.↵
 11. Il tessuto è stato sostituito nel 2015, per la riedizione di *Alvar* e *Mozza*, dai nuovi tessuti tecnici sfoderabili (in pura lana oppure in Trevira CS) dell'azienda danese Kvadrat.↵
 12. In Gufram le sperimentazioni con il poliuretano furono realizzate con la collaborazione di Gilardi, che utilizzava già questo materiale nella sua ricerca artistica sulle nature artificiali. I *Tappeti natura*, datati intorno al 1966, riproducono con un materiale artificiale e in scala reale forme vegetali, animali e minerali; non si tratta di sculture ma di oggetti da utilizzare, con cui il pubblico può interagire, che svelano quindi l'intenzione di far uscire l'arte dagli schemi convenzionali e portarla nella quotidianità e manifestano la vicinanza dell'artista alla sensibilità e al linguaggio dell'Arte Povera. Per approfondimenti: Spadoni, 1999; Bovier & Porcher, 2012.↵
 13. Intervista dell'autrice a Guido Drocco, 7 ottobre 2015.↵
 14. Guflac, marchio registrato da Gufram Srl, Ufficio italiano brevetti e marchi, 19 ottobre 2012, numero 0001514746.↵
 15. Poltrona e divano *Coronado* sono tra i primi imbottiti realizzati con la tecnica della schiumatura a freddo in stampo, tecnica utilizzata anche in *Camaleonda* per il grande cuscino, elemento base della struttura componibile e adattabile allo spazio da utilizzare. *Lombrico* è un divano modulare, il cui modulo-base è costituito da due parti, una strutturale in fibreglass e una morbida in poliuretano. Le *Bambole*, in schiuma di poliuretano, hanno l'aspetto di un grande cuscino, innervato lungo gli spigoli verticali da membrature. Per approfondimenti: Branzi, 2008, pp. 124-137; Mastropietro & Gorla, 1999.↵
 16. Per approfondimenti: Mello, 2002, p. 46.↵
 17. Nel 1970, al termine dell'esperienza con Raimondi, i fratelli Gugliermetto continuano ad

aggiornarsi seguendo le manifestazioni inerenti il settore dell'arredamento, fino al 1978, quando un incendio distrugge completamente lo stabilimento non coperto da assicurazione. In seguito a questo avvenimento, l'azienda, per risollevarsi, si dedica alla produzione contract. Nel 2004 Gufram srl viene acquistata dal gruppo Poltrona Frau e nel 2011 Sandra Veza ne diviene proprietaria, installando la sede a Barolo (CN). Gufram oggi continua la collaborazione con artisti e progettisti. Per festeggiare la storica collaborazione dell'azienda con Studio65, il 26 novembre 2015 è stata inaugurata, alla Galleria d'Arte Moderna (GAM) di Torino, una mostra itinerante intitolata *Mercante di Nuvole*. Per approfondimenti: Pansera, 1995, p. 158; Neuman, 1999, p. 219; Casciani & Sandberg, 2008, p. 198.↵

IL CENTRO PROGETTI TECNO. DAL CLIMA “PARTECIPATIVO” DEGLI ANNI SESSANTA AL DESIGN “GLOBALE” DEL NUOVO MILLENNIO

Chiara Lecce, Politecnico di Milano
Orcid ID: 0000-0002-3825-4642

PAROLE CHIAVE

Centro Progetti Tecno, Design process, Processo progettuale, Storia del design italiano

“L’eleganza discreta della tecnica” è l’espressione che Giampiero Bosoni (2011) dedica alla storica azienda Tecno fondata da Osvaldo e Fulgenzio Borsani nel 1953 a Varedo (MI). L’innesto della componente tecnologica nel processo di definizione estetica e tipologica dell’elemento d’arredo diventa il principio fondante dell’azienda, che vede la figura di Osvaldo Borsani come *deus ex machina* della visione progettuale. Se pur sin dalla fondazione furono intrapresi importanti tentativi d’incontro con contributi progettuali esterni, i Borsani interpretavano il rapporto con il progettista ancora come una figura interna alla “bottega” creativa ereditato dall’esperienza svolta con l’ABV (*Arredamenti Borsani Varedo*.)

Nella seconda metà degli anni sessanta gli architetti Valeria Borsani e Marco Fantoni propongono a Osvaldo Borsani di chiudere il ciclo delle firme personali nell’ambito dei contributi interni all’azienda e di attivare quello che era già, di fatto, un Centro Progetti Tecno (CPT), il quale viene “ufficialmente” istituito a partire dal 1970.

L’articolo propone un approfondimento dedicato specificamente al CPT, lasciando la già ben documentata storia della Tecno alla ricca letteratura a essa dedicata (Gramigna & Irace, 1992; Colonetti, 1996; Bosoni, 2011), nel tentativo di ricostruire una storia lunga trent’anni e descriverne il sistema d’interrelazioni professionali attraverso documenti bibliografici, materiali d’archivio e interviste.

1. Il pensiero progettuale Tecno

Il 1953 è la data di fondazione della Tecno, ma la presentazione “ufficiale” dell’azienda avviene, di fatto, nel 1954, con l’esposizione della prima serie di arredi alla X Triennale di Milano. Questa Triennale rappresenta un momento cruciale in cui la neonata Tecno punta non solo all’esposizione dei prodotti, ma soprattutto a mostrare un “modo” di usare, di costruire e di promuovere elementi d’arredo e insieme uno stile di vita. Ne sono esempio il divano-letto brevettato D70, disegnato da Osvaldo Borsani, che viene presentato all’interno della *Mostra del mobile singolo*, i pezzi esposti nel *Padiglione per esposizione di mobili in serie*, allestito nel parco della Triennale e la significativa fornitura di mobili disegnati da Borsani per l’allestimento interno del padiglione statunitense, all’interno dalla cupola geodetica di Buckminster Fuller (Morozzi, 1985; Bosoni, 2011).

Il 1954 è anche l'anno in cui viene istituito il premio Compasso d'oro, nasce la rivista *Stile Industria* diretta da Alberto Rosselli e viene organizzato, sempre nell'ambito della X Triennale, il primo Convegno Internazionale dell'Industrial Design associato alla omonima mostra (Branzi & De Lucchi, 1985; Grassi & Pansera, 1980; Molinari, 2001). Le Triennali, che sono state certamente il punto d'incrocio principale con le altre realtà del design italiano di quegli anni, le numerose frequentazioni derivate dalla lunga esperienza di fornitori di alta qualità nel settore dell'arredamento, insieme a quelle personali di Osvaldo, studente prima alla Scuola d'Arte di Brera e in seguito alla facoltà d'architettura al Politecnico di Milano, sono da ritenersi dei fili rossi importanti per ricostruire queste relazioni (Pansera, 1978). A questo fondamentale passaggio della X Triennale si legano anche importanti tentativi d'incontrare altri punti di vista progettuali con figure come Roberto Mango, Vico Magistretti, Carlo De Carli, Giorgio Madini ed Emilia Sala. Un tentativo, quindi, per costituire una squadra di progettisti "affini" al programma concepito da Osvaldo Borsani, di fatto (con il fratello Fulgenzio) l'autentico *deus ex machina* della visione progettuale, oltre che industriale, della Tecno (Bosoni, 2011, p. 14).

Se queste collaborazioni hanno vita breve o brevissima (salvo il caso della poltrona P36, denominata *Balestra*, di De Carli del 1957) è perché i Borsani, per la loro forte esperienza del laboratorio ABV[1] interpretano in quel momento storico il rapporto con il progettista ancora come una figura interna alla "bottega" creativa. Questo metodo di lavoro, classicamente inteso come quello della bottega artistico-artigianale, si era trasferito in Tecno nella forma del gruppo di lavoro interno, una sorta di Ufficio Stile, com'era diffuso d'altra parte anche nelle realtà industriali del Nord Europa o statunitensi, secondo un concetto moderno a cui guardavano i Borsani con la loro azienda (Bosoni, 2011). La scelta di Borsani non era finalizzata all'affermazione di se stesso in un ruolo dirigitico e centrale, bensì lo scopo finale era quello di vedere il progetto come il risultato di un continuo confronto con la "cultura del fare" custodita nei laboratori dell'azienda: una preziosa risorsa, una sapienza tecnica fondamentale per la buona riuscita di ogni progetto, per cui era necessaria una riservatezza che non poteva collimare con il viavai di designer esterni (Bosoni, 2011).

Per questo motivo l'esclusività e la riservatezza progettuale che loro cercano non coincide con la flessibilità collaborativa che buona parte dei protagonisti della nascente cultura del design italiano stanno sperimentando nel clima molto vivace, ma anche incerto, dei primi anni cinquanta. Eccezione fatta per il rapporto stretto e continuativo iniziato nel 1957 con Eugenio Gerli[2], uomo raffinato e "ombra" di Osvaldo Borsani, il quale si dimostra la personalità giusta per costruire una affinità di progetto con Borsani, ma al contempo anche la figura adatta per risolvere molte necessità operative coordinate dallo stesso Fulgenzio Borsani. Gerli fu l'unico progettista esterno all'azienda che continuò a lavorare in maniera continuativa per trentacinque anni, andando in azienda due volte a settimana per incontrare i fratelli prima e poi successivamente anche Valeria Borsani e Marco Fantoni.[3] Borsani immagina dunque, fin dall'inizio, una strategia di progetto globale in cui confluiscono e si armonizzano diverse figure all'interno all'azienda: i progettisti, i tecnici e gli artigiani, l'art director della comunicazione e i commerciali nella convinzione che la collaborazione del designer non possa essere estemporanea, ma debba, invece, essere assidua, duratura e in stretta connessione con tutti gli attori dell'azienda.

2. Gli anni sessanta: Tecno verso i grandi numeri

I fratelli Borsani concepiscono la loro azienda come un complesso organismo in cui tutto si muove in maniera osmotica, ma sempre sotto la loro costante osservazione. L'equilibrio di questo sistema è di fondamentale importanza nel momento in cui nei primi anni sessanta i Borsani decidono di incrementare la produzione[4] spostandosi dal mondo del mobile singolo e degli uffici direzionali verso i grandi numeri del cosiddetto "terziario evoluto" (Bosoni, 2011, p.18), che troverà il suo compimento grazie al rivoluzionario sistema *Graphis* nel 1968.

Inizialmente le dinamiche sociali e culturali della metà degli anni sessanta riaccendono l'interesse della Tecno verso contributi progettuali esterni che potessero aiutare l'azienda a compiere il "salto" verso la grande produzione di serie. La prima collaborazione non a caso è con l'architetto Eduardo Vittoria[5] il quale forte della sua esperienza con la Olivetti, simbolo dell'industria italiana culturalmente illuminata e tecnologicamente avanzata, disegna per Tecno la E105 *Prisma*, libreria a prismi componibili (1964). Seguono le esperienze di Mario Bellini con il sistema di contenitori serie1000 *Nastro* (1967) e di Albert Leclerc[6] con il sistema a cubi componibili *Free* (1968). Anche in questo caso le collaborazioni, sia pure portando a prodotti eccellenti e innovativi, non hanno vita lunga proprio a causa della distanza fisica dei designer dai processi interni dell'azienda, che non permetteva quel tipo di assiduità e confronto durante lo sviluppo dei progetti come richiesto dai Borsani.

Il sistema per uffici *Graphis*, simile a "un'opera d'arte programmata" (Bosoni, 2011, p. 18), nacque nel 1968 da una brillante intuizione di Osvaldo Borsani e Eugenio Gerli. Borsani spiega l'idea ai suoi collaboratori, come racconta Fantoni,[7] semplicemente piegando dei fogli di carta: due "L" portanti come base e un piano. La "L" è in lamiera smaltata bianca e il piano in laminato plastico. Il sistema *Graphis* viene presentato nel maggio del 1968 alla XIV Triennale di Milano intitolata "Il grande numero".[8]

La contestazione alla Triennale avvenne sui tavoli, sui mobili della *Graphis*. Tutto, all'interno e all'esterno del palazzo di Muzio, era pieno di scritte [...]. Finita la contestazione, tutti i mobili del sistema *Graphis* furono puliti e lavati, e tornarono come nuovi [...]. Credo che Tecno non abbia più avuto un collaudo così creativo e nello stesso tempo così adatto per i suoi prodotti. (Eugenio Gerli citato da Colonetti, 1996, p. 34.)

Al giovane Fantoni, laureato nel 1966 in architettura al Politecnico di Milano, che aveva iniziato da poco più di un anno a lavorare per la Tecno,[9] fu affidato il compito di gestire la produzione delle componenti metalliche di *Graphis*, curando i rapporti con un'azienda esterna nel bresciano: la ditta Castagna di Sale Marasino, specializzata in mobili metallici per ospedali e uffici pubblici.[10]

La sinergia tra Tecno e Castagna è un importante esempio della forte base produttiva di un vasto indotto sulla quale Tecno ha sempre potuto fare affidamento per la realizzazione di mobili di eccellente qualità. Con questo prodotto "maturo" dal punto di vista seriale la Tecno sancì il suo definitivo passaggio verso la produzione industriale.



Fig. 1 La XIV Triennale di Milano del 1968 durante l'occupazione in cui sono visibili alcuni arredi Tecno come le scrivanie Graphis e le poltrone Canada (Osvaldo Borsani, 1965) / courtesy Archivio Borsani, Varedo.



Fig. 2 Osvaldo Borsani ed Eugenio Gerli, sistema di scrivanie operative Graphis, Tecno, 1968: componenti smontate per immagine pubblicitaria del sistema; il magazzino per il sistema Graphis; immagine pubblicitaria raffigurante una possibile distribuzione del sistema Graphis nel classico sistema per ufficio open space / courtesy Archivio Borsani, Varedo.

3. L'organismo complesso: progetto, processo, comunicazione e "grandi lavori" 1970, il progetto partecipato e la nascita del Centro Progetti Tecno

Verso la fine degli anni sessanta, con il grande successo produttivo del sistema *Graphis*, la Tecno si prepara a una successiva evoluzione. Al termine di questa fase, infatti, all'interno dell'azienda viene a definirsi in maniera più chiara quello che fino allora era definito come il "centro stile" e che comprendeva: Gerli, già dalla fine degli anni cinquanta, il giapponese Kugo Toru, dal 1963, Valeria Borsani e Marco Fantoni, dalla metà degli anni sessanta, con sempre a capo Osvaldo Borsani.

Il designer Toru Kugo si era avvicinato alla Tecno nei primi anni sessanta attirato dal fervente contesto artistico-culturale in cui i Borsani erano inseriti[11] e si era proposto come designer interno mostrando a Osvaldo Borsani il prototipo di un suo progetto di lampada da terra.[12] Toru diventa da subito uno dei più stretti collaboratori di Borsani e dei più importanti progettisti dell'azienda.

Ricorda Fantoni[13] che quando, alla fine degli anni sessanta, iniziò a operare nel gruppo di progetto della Tecno, presto si convinse che non avesse più senso firmare personalmente progetti lavorando all'interno dell'azienda, e propose di presentarli come il risultato di un lavoro di gruppo.

Così, Valeria Borsani e Marco Fantoni, dopo qualche apprezzato contributo personale,[14] propongono ai fratelli, in pieno clima "partecipativo" di fine anni sessanta, di chiudere il ciclo delle firme personali nell'ambito dei contributi interni all'azienda, e di attivare quello che, di fatto, è già un centro destinato alla progettazione. Dal 1970 il lavoro di *industrial and communication design* alla Tecno viene organizzato con la costituzione del Centro Progetti Tecno (CPT), che ha sempre Osvaldo Borsani come figura di riferimento (almeno sino a circa metà degli anni ottanta), ma di fatto è coordinato da Fantoni.

All'inizio, riguardo a questa idea di progetto collettivo, ci furono discussioni con Osvaldo Borsani, che tuttavia capì che, quanto lui e il fratello avevano sempre cercato di realizzare, era proprio un'unità progettuale e comunicativa dalla forte identità, e che il gruppo formatosi era il risultato di quel lungo lavoro.



Fig. 3 A sinistra: Kugo Toru, prototipo di lampada da terra, 1963; Valeria Borsani e Alfredo Bonetti, schizzo di progetto e divano D120, 1966; Marco Fantoni, tavolino per soggiorno T147, 1970 / courtesy Archivio Borsani, Varedo.

La struttura

All'inizio degli anni settanta l'organismo complesso interno alla Tecno può essere riorganizzato in quattro aree principali: CPT, Ufficio tecnico, Ufficio pubblicità e Ufficio amministrativo.

Il CPT è l'ufficio dedicato alla progettazione e produzione di nuovi prodotti e alla progettazione dei grandi negozi e showroom Tecno nel mondo.[15] Il gruppo interno al CPT è costituito da Valeria Borsani, Kugo Toru, Eugenio Gerli e supervisionato da Osvaldo Borsani e Marco Fantoni. Il CPT, quindi, rappresenta una sorta di motore propulsivo dell'attività ideativa Tecno nel quale confluiscono le idee e le energie (Colonetti, 1996).

L'Ufficio pubblicità viene istituito nel 1972. Infatti, dopo il lavoro di Roberto Mango per il celebre marchio con la "T" maiuscola, dalla forte valenza iconica (presentato nel 1954 alla X Triennale di Milano), si erano susseguiti tra il 1968 e il 1972 diversi collaboratori esterni come Enrico Ciuti, lo studio Unimark International con Bob Noorda e Salvatore Gregorietti (1968-69), e Giulio Confalonieri. Dal 1972 l'Ufficio Pubblicità è sotto la guida di Roberto Davoli, il "manuale d'immagine vivente" della Tecno (Bosoni, 2011) e raccoglie al suo interno l'area marketing, la comunicazione grafica, la cura dell'immagine dell'azienda e la progettazione degli allestimenti fieristici. Al tal proposito, un inciso va dedicato all'importanza che la Tecno ha sempre riservato alla qualità comunicativa della parola e dei contenuti, curata attentamente dai fratelli Borsani coinvolgendo scrittori come Orio Vergani, Leonardo Sinigalli, Natalia Aspesi, Giulio Carlo Argan e molti altri. Di questa visione comunicativa a tutto tondo fa parte anche la partecipazione attiva alla fondazione della rivista di settore *Ottagono*, che nasce nel 1966 ed è sostenuta da un gruppo di aziende.[16] Altro fiore all'occhiello dell'Ufficio pubblicità Tecno era la cura del materiale iconografico, che veniva prodotto per i cataloghi. Anche le fotografie dei prodotti, infatti, erano realizzate all'interno dell'azienda con l'allestito un limbo di 12 metri al quale lavorava il fotografo Mario Carrieri.



« La P 40 è una poltrona veloce, essenziale, elementare come la prima addizione: uno più uno, due. Figlia della « sdraia », ha corretto tutti i difetti di sua madre, della sua vecchia madre di tela e legno, di vimini o di giunco. Ha eliminato i vizi della solennità e della presunzione delle sue antenate. Si piega in se stessa come un ventaglio. Accoglie con amabilità carezzevole l'Amica, e con comodità anche l'Amico più ingombrante. Può sparire per cancellare subito dalla casa il segno di una momentanea pigrizia. Offre la sua curva alla navigazione dei sogni, alle delizie e al ristoro del rilassamento. Per uno scrittore è la culla delle buone idee ».

Orio Vergani

mobili e forniture per arredamento

Tecno

milano via bigli 22
telefono 705736



Fig. 4 Pagina pubblicitaria Tecno con testo firmato da Orio Vergani in "onore" della poltrona P40 / fonte: *Domus 337*, dicembre 1957.



Fig. 5 A sinistra: foto di gruppo (da sinistra): Osvaldo Borsani, Marco Fantoni, Eugenio Gerli, Valeria Borsani e Fulgenzio Borsani, 1970; a destra: Eugenio Gerli e Marco Fantoni all'interno dello showroom di Londra, fine anni sessanta / courtesy Archivio Borsani, Varedo.

L'Ufficio tecnico nasce con Tecno, ma in realtà rappresenta la memoria della grande conoscenza tecnica e artigianale che si è stratificata con l'esperienza della ABV già dagli anni trenta.

Enrico Regondi, storico capo della struttura racconta:

Eravamo in tre in ufficio, era il piacere di fare una cosa diversa dall'altra. Quando arrivava il cliente con la pianta, questo era il momento in cui l'architetto - Osvaldo Borsani - aveva l'estro. Pochi tratti, precisi, continui, attenti allo spazio, alla funzione dell'intervento, ma già portatori di gusto. Noi facevamo i disegni in scala 1:1 perché fosse chiaro al committente il significato del progetto [...]. Sono stato assunto nel 1944, avevo sedici anni. Lavoravo tutta la settimana: il sabato e la domenica si andava a vedere a Iseo, sul lago, i progetti avviati della P40 del D70. Bisognava accumulare conoscenza, esperienza, stile, andare dai fornitori era un piacere; si conoscevano i prodotti, si potevano controllare tutte le fasi della lavorazione, dal primo schizzo agli stampi, ai primi prototipi. Eravamo un gruppo molto unito. (Colonetti, 1996, p. 16)

Il compito dell'Ufficio tecnico era principalmente quello di sviluppare il progetto per la produzione, in un'alternanza di fasi in cui il confronto con il progettista, la collaborazione con i fornitori e gli artigiani portavano alla realizzazione del prodotto finale. Allo stesso ufficio erano anche affidati i grandi progetti su misura, chiamati i "Grandi Lavori" (sempre sotto la supervisione di Borsani prima e di Fantoni poi), in cui si adattavano e personalizzavano i prodotti di serie dell'azienda su richieste specifiche provenienti da architetti e clienti.^[17] L'Ufficio amministrativo resta sempre sotto la guida di Fulgenzio Borsani, detentore del controllo commerciale ed economico dell'azienda fin dalla sua fondazione in costante e quotidiano rapporto di confronto con il fratello (Colonetti, 1996, p. 16).

Gli sviluppi industriali di questo periodo coincidono anche con l'apertura di una nuova, più grande, sede produttiva a Varedo, che diventa anche la sede amministrativa e legale che sino ad allora era sempre stata a Milano.



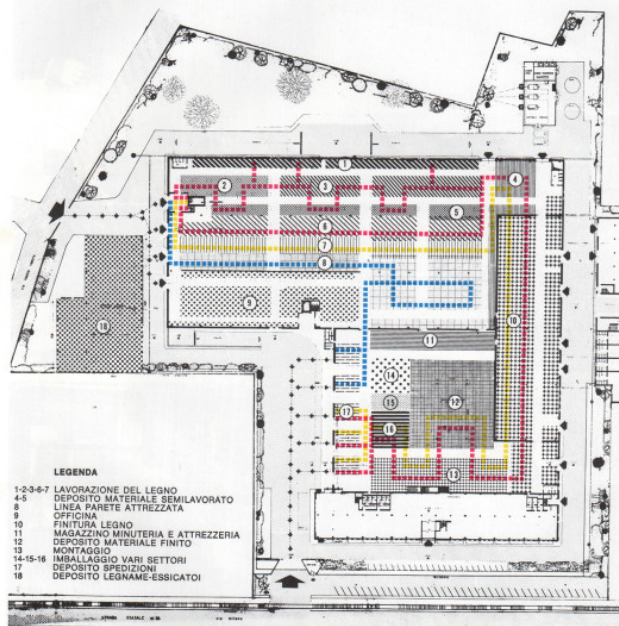


Fig. 7 Stabilimento Tecno a Varedo progettato da Osvaldo Borsani e Eugenio Gerli, 1970 / courtesy Archivio Borsani, Varedo.

4. Modus: il primo progetto del CPT

Nel 1970 Osvaldo Borsani parte per un viaggio in Giappone (fig. 14) e affida al giovane Fantoni il compito di occuparsi del progetto di una nuova seduta per uffici che sarebbe

4. *Modus*: il primo progetto del CPT

Nel 1970 Osvaldo Borsani parte per un viaggio in Giappone (fig. 14) e affida al giovane Fantoni il compito di occuparsi del progetto di una nuova seduta per uffici che sarebbe stata poi prodotta dalla Tecno. Fu così che Fantoni iniziò a lavorare, fianco a fianco con gli operai della fabbrica, alla modellazione fisica di uno stampo in piombo sul quale mano a mano prese forma la linea della scocca di quella che diventerà la sedia *Modus*.^[18] La modellazione dello stampo era essenziale al processo di stampaggio a iniezione che in questo caso però, al contrario della *Mk2*, avrebbe avuto il nylon come materia base. La scelta del nylon, quattro volte più costoso del polipropilene, fu determinante nella realizzazione di un prodotto di qualità superiore:

Le ragioni di questa scelta stanno nell'esigenza di usare un materiale gradevole al tatto e alla vista, che avesse nel contempo caratteristiche tecnologiche tali da permettere un manufatto di alta qualità. Infatti, il nylon abbina ad una elevata resistenza meccanica un minimo grado di elettrostaticità; permette una vasta scelta di colori che, cosa rara nelle materie plastiche, hanno qui un aspetto di eccezionale lucentezza, e una finitura raffinata quale quella di uno smalto o di una porcellana. (CPT, 1972)

Ben presto l'obiettivo della ricerca sul modello *Modus* è stato quello di ottenere una vera e propria sequenza e non solo una sedia specifica, cioè un'unione programmata di varie componenti che si combinano a formare molteplici soluzioni per differenti tipologie di ambienti. L'elemento base è la scocca in poliammide (nylon). Le varianti prevedono due modelli. Il primo, chiamato *Modus*, prevede sedie impilabili e agganciabili su base singola a cavalletto in pressofusione di alluminio lucidata e a scelta con imbottitura e braccioli; il secondo, *Modus 5*, sedie operative girevoli su base a cinque razze in pressofusione di alluminio lucidata e a scelta con imbottitura, braccioli, altezza regolabile, scivoli o rotelle. I supporti permettevano di configurare diverse soluzioni: base centrale fissa, girevole, con ruote, gambe che permettessero l'impilabilità; organizzazione di sedili su panche, inserimento di scrittoio-tavoletta. Il pezzo di connessione tra la scocca e i tipi di base è un elemento a "ragno", con caratteristiche meccaniche molto marcate e necessità di precisione di esecuzione, avendo tolleranze ridottissime, realizzato in alluminio pressofuso (Bosoni 2011, p.216). Il 22 dicembre 1972 ne viene depositata la domanda di brevetto per "Support for the Seat of Chair", a firma Marco Fantoni, al Patent Office Usa, che rilascia il brevetto d'invenzione n. 3.827.750 il 6 agosto 1974. La serie di sedute *Modus*, primo progetto firmato CPT, ottiene un enorme successo: si calcola che siano state stampate due milioni e quattrocentomila scocche (Bosoni 2011, p.185).

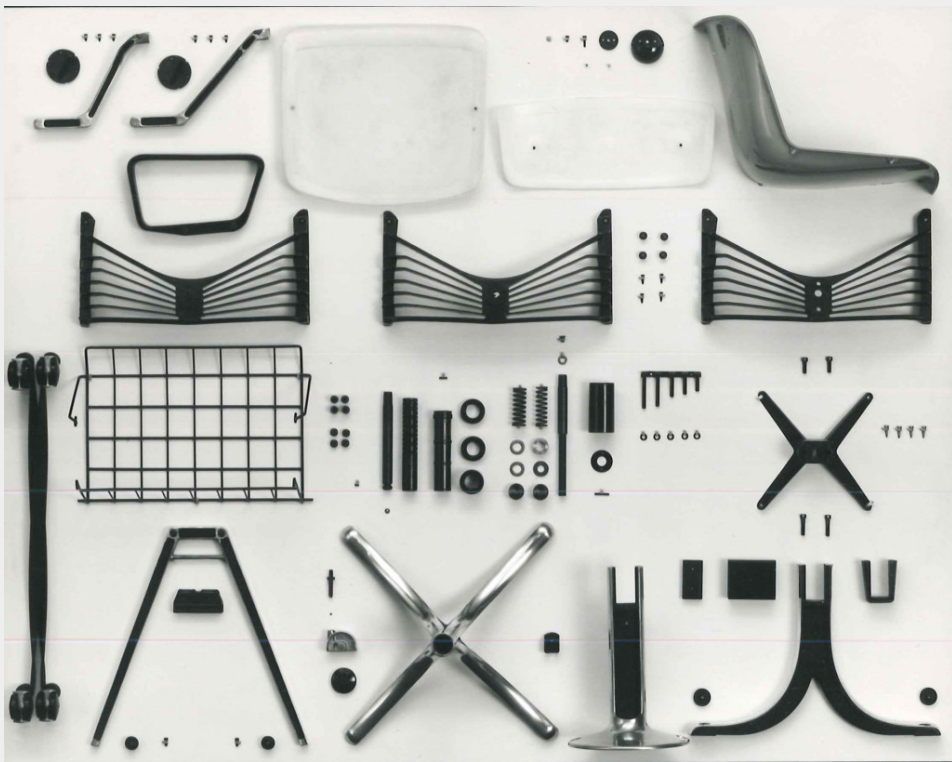


Fig. 8 Tutti i componenti del sistema di sedute Modus / courtesy Archivio Borsani, Varedo.

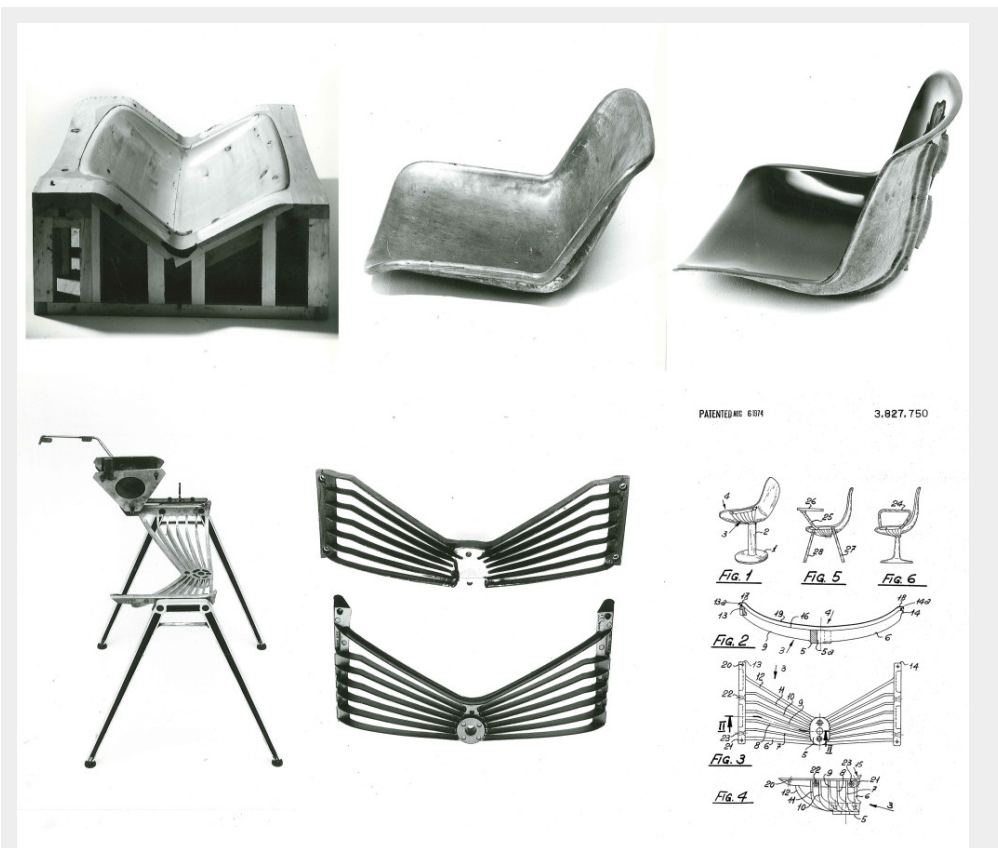


Fig. 9 In alto: diverse fasi della realizzazione degli stampi per il processo di stampaggio a iniezione della scocca in nylon della seduta Modus progettata dal Centro Progetti Tecno e prodotta dalla Tecno nel 1972; in basso: Dettagli della struttura di connessione a “ragno” in pressofusione di alluminio e brevetto della seduta Modus depositata al Patent Office Usa il 22 dicembre 1972 / courtesy Archivio Borsani, Varedo.

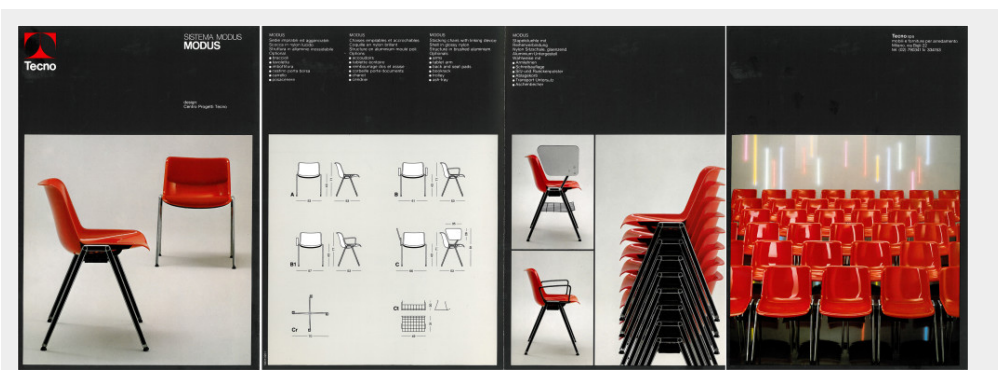


Fig. 10 Pagine di un catalogo Tecno degli anni ottanta che mostrano le diverse tipologie della seduta Modus / courtesy Archivio Borsani, Varedo.

5. Gli anni settanta

Durante gli anni settanta ha così inizio una lunga serie di progetti di successo firmati dal CPT. La serie 403 (*T403, C403, R403*), progetto e produzione del 1975-76, è ideata come una serie di mobili direzionali per ambienti di alto livello e si compone di una scrivania, di un mobile retro-scrittoio e di una cassettera attrezzabile.

Un'altra serie che ha rappresentato un prodotto di svolta nell'ambito dell'arredo direzionale è la 333 (progetto e produzione 1975-78). Da questo modello sono poi derivati alcuni tavoli con dimensioni eccezionali come il *T334* e il *T335*, per sale conferenze o consigli d'amministrazione intorno ai quali possono trovare posto fino a cinquanta persone e che sono a oggi uno dei fiori all'occhiello della produzione Tecno dedicata ai grandi lavori seguiti dall'Ufficio tecnico ancora oggi.

Sul progetto del tavolo riunioni *T407* (progetto e produzione 1974), Fantoni ricorda che questo tavolo è nato da alcuni ragionamenti condotti con Toru.[19] L'elemento caratteristico della gamba piegata in basso verso l'interno si deve tuttavia all'intuizione di Osvaldo Borsani, che suggerì l'elegante piega per rendere meno ingombrante la presenza delle gambe angolari a filo esterno del tavolo. Secondo Fantoni questo è probabilmente l'ultimo prodotto seguito nella sua fase progettuale e produttiva dallo stesso Borsani (Bosoni 2011, p. 228).

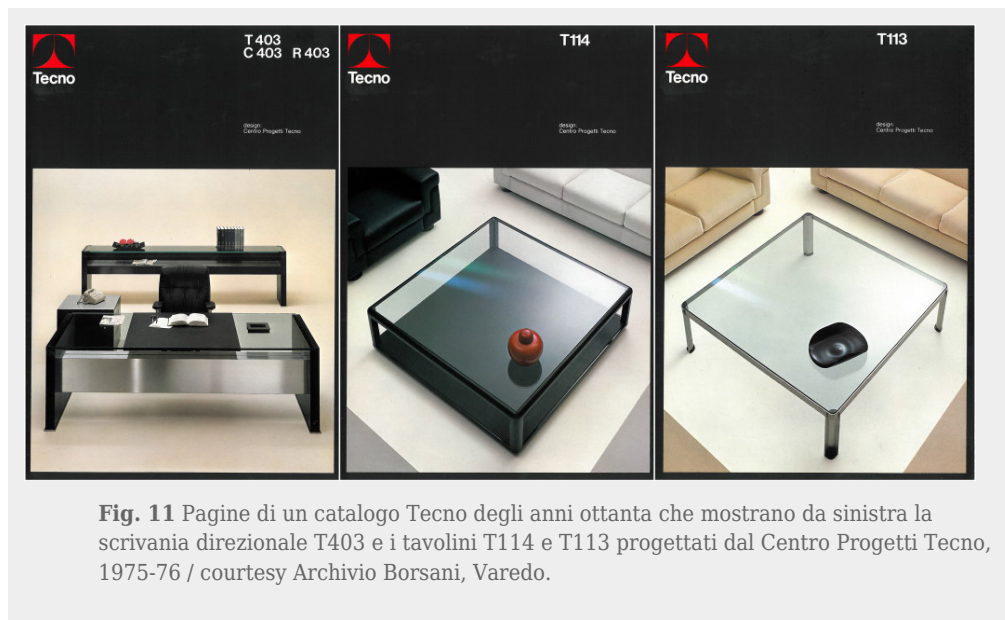


Fig. 11 Pagine di un catalogo Tecno degli anni ottanta che mostrano da sinistra la scrivania direzionale T403 e i tavolini T114 e T113 progettati dal Centro Progetti Tecno, 1975-76 / courtesy Archivio Borsani, Varedo.

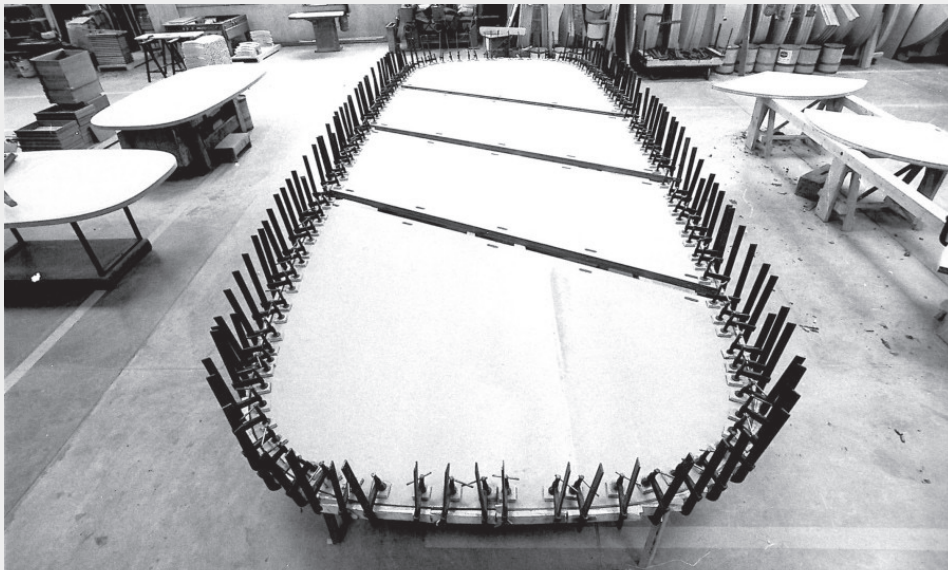


Fig. 12 Fase della realizzazione e ambientazione di un tavolo riunioni serie 333 all'interno delle officine Tecno progettato dal Centro Progetti Tecno, 1975-78 / courtesy Archivio Borsani, Varedo.



Fig. 13 Particolare della parte retrostante della gamba del tavolo riunioni T407 progettato dal Centro Progetti Tecno, 1974 / courtesy Archivio Borsani, Varedo.

6. Gli anni ottanta

La stagione degli anni ottanta è molto vivace e piena di occasioni di grande successo. Altro momento di svolta è l'ideazione di un sistema di sedute per i grandi spazi pubblici denominato *Waiting System* (WS, progetto e produzione 1981-83). Ideato dal CPT, è un sistema di sedili su un'unica barra studiato per risolvere il tema della seduta in spazi vissuti e usati da molte persone (aeroporti, parchi, hall, metropolitane, stazioni ferroviarie), che hanno bisogno di specifici criteri di robustezza, igienicità, pulizia e comfort.

Nel 1984 Tecno vince il Compasso d'oro ADI per il sistema coordinato di allestimenti per le Agenzie Alitalia.

Negli anni ottanta si affermano anche i “grandi lavori” internazionali, che vedono Fantoni come “procacciatore” di progetti e l’Ufficio tecnico eseguire con sempre maggiore efficienza e qualità prodotti su misura in grande scala. È del 1986 il grande progetto per gli interni degli uffici Lloyd’s a Londra progettati da Richard Rogers con Ove Arup & Partners. Gli arredi realizzati dalla Tecno su disegno dello studio Rogers, componevano un sistema standardizzato messo a punto appositamente per i Lloyd’s che consente la realizzazione di “box” di dimensioni diverse.



Fig. 14 Disegni e veduta del sistema di sedute per spazi pubblici WS progettato dal Centro Progetti Tecno, 1981-83 / courtesy Archivio Borsani, Varedo.

Nomos system

La vera pietra miliare di questi anni arriverà con un progetto di collaborazione con sir Norman Foster.

Tecno, forte dell'affiatato gruppo di lavoro del CPT, decide di riattivare, anche grazie alla sollecitazione portata dai “grandi lavori”, specifiche e importanti collaborazioni con progettisti esterni. A questa fase corrisponde la fondamentale esperienza costruita con Foster del nuovo sistema per uffici *Nomos* (vincitore di premi internazionali fra cui il Compasso d’oro ADI nel 1987), destinato a diventare una nuova icona dell’immagine Tecno nel mondo a rappresentare per più di un decennio un simbolo dell’estetica high-tech a livello internazionale (Bosoni 2011, p. 242).

Fantoni racconta che il sistema *Nomos* nasce grazie ad una coincidenza nel 1983. Durante una sua visita allo studio Foster egli nota un tipo di tavolo realizzato in struttura tubolare che Foster aveva disegnato per sé e utilizzato, in pochi altri esemplari, per l’edificio della Renault a Swindon (Gran Bretagna, 1980-82). Durante quell’incontro Fantoni propose a Foster di far industrializzare quel sistema di elementi dalla Tecno.

Il lavoro compiuto dal progettista è un dialogo costante con chi produce e mette a disposizione la sua esperienza e conoscenza tecnica che va dalla scelta dello spessore di un tubolare all’utilizzo di macchinari avanzati. Ciò è evidente nella soluzione sviluppata per far sparire le saldature ricorrendo ad una spina centrale. Dopo circa due anni di collaborazione tra Foster e Tecno, il risultato finale dell’attacco delle gambe, delle costole e delle squadrate di rinforzo è infatti risolto avvitando tutto su una “tettina” già predisposta sulla spina centrale.

Questo attacco viene ottenuto non a saldatura, come accadeva nel tavolo della Renault, ma attraverso l'uso di uno speciale trapano che inserendosi nel tavolo già forato, ricava per estrusione la "tettina". La sua posizione, infine, è definita sia dagli attacchi con gli altri elementi sia dalla possibilità di costruzione di una macchina che possa, in sede di lavorazione, preparare velocemente il pezzo. La tecnica di lavorazione è stata presa in prestito da una analoga già usata nell'industria siderurgica (Lanzani 1987, p. 74) che ha facilitato quindi la produzione industriale di un oggetto nato da un prototipo e portato al successo grazie alla collaborazione tra il designer e l'azienda. L'azienda farà tesoro di questa esperienza che aprirà negli anni novanta una fase di nuove collaborazioni rigorosamente selezionate da Fantoni: non è il designer che propone alla Tecno, ma è Tecno che sceglie e richiede la collaborazione di un designer o architetto specifico.[20]

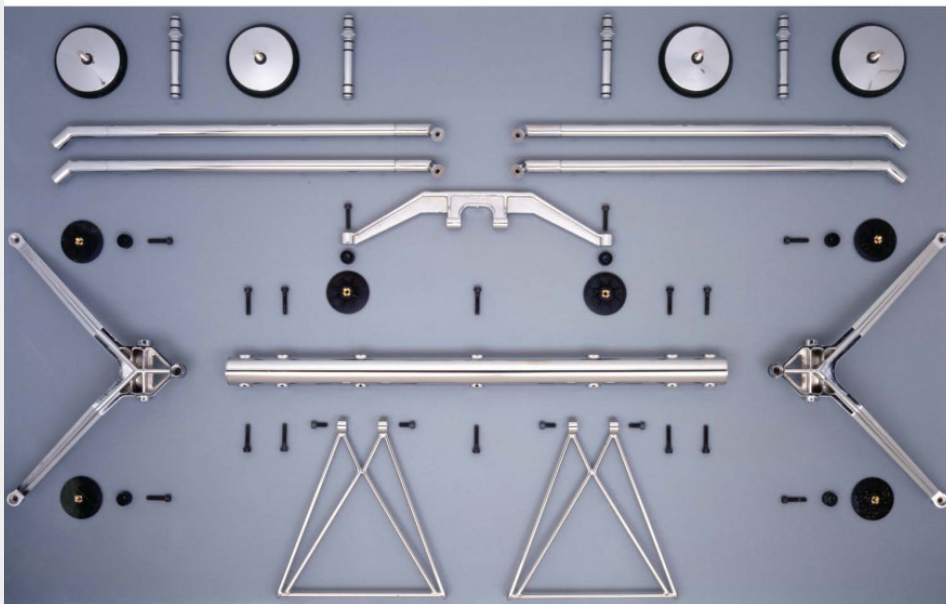
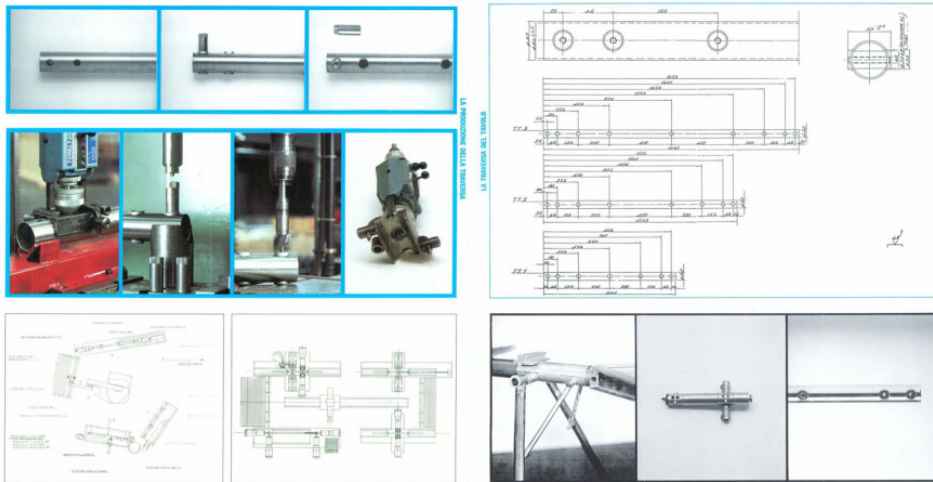


Fig. 15 In alto: fasi di produzione e disegni tecnici esecutivi della traversa del tavolo Nomos progettato da Norman Foster & Partners, Tecno, 1986 / fonte: Domus 679, gennaio 1987, pp. 72-84; in basso: elementi costruttivi del tavolo Nomos System progettato da Norman Foster & Partners, Tecno, 1986 / courtesy Archivio Borsani, Varedo.

7. Gli anni novanta e l'inizio del nuovo millennio

Si collegano a questa filosofia le collaborazioni con altri noti designer e architetti quali Giorgetto Giugiaro, Luca Scacchetti, Justus Kolberg, Gae Aulenti, Yaacov Kaufman, Ricardo Bofill, Jean-Michel Wilmotte, Richard Rogers, Renzo Piano, Rafael Moneo, Jean Nouvel,

Ronald Cecil Sportes, Mario e Claudio Bellini, Jean Marie Duthilleul, Giancarlo Piretti ed Emilio Ambasz, che con la serie di sedute *Qualis* vince insieme alla Tecno il Compasso d'oro ADI del 1991.

Alla fine degli anni novanta,[21] a cavallo del nuovo millennio, le sfide del mercato globale si fanno molto più complesse e la Tecno, per quanto forte d'interessanti commesse nell'ambito dei "grandi lavori",[22] si trova spiazzata nel ritrovare nel disegno dei prodotti, ormai quasi esclusivamente dedicati al mondo dell'ufficio, il filo rosso di quella identità che aveva contraddistinto per alcuni decenni il "progetto" Tecno. In questa fase il CPT mantiene il suo ruolo formale, ma di fatto, venuti a mancare i principali protagonisti,[23] subisce una evidente perdita di slancio progettuale autonomo. Nei primi anni duemila viene proposta una revisione totale sia della *corporate identity*, sia della collezione storica Tecno, affidata a Piero Lissoni. Da questo momento l'azienda si affiderà esclusivamente a singoli designer mettendo fine al lavoro del CPT e all'idea del design partecipato e "anonimo" nato negli anni settanta.[24]

Un esempio di questa fase è il tentativo di proporre una nuova visione dell'ufficio contemporaneo operativo all'insegna della componibilità e della variabilità della forma plastica con il programma *Beta Workplace System*, disegnato nel 2009 da Pierandrei Associati, recentemente premiato con il Red Dot Design Award.



Fig. 16 Sala di lettura della biblioteca e uffici direzionali del Centro de Arte Reina Sofia a Madrid, con l'installazione di oltre 100 postazioni con tavoli del sistema Nomos progettato da Norman Foster & Partners per Tecno nell'ambito dei Grandi Lavori, 2005 / courtesy Archivio Borsani, Varedo.

8. Conclusione

Dichiarava Fantoni nel 1988, in occasione dell'European Design Prize:

Tecno possiede una propria cultura. È una cultura basata sulla cura della qualità, ed è l'eredità più preziosa che ci hanno lasciato i nostri predecessori. Oggi possiamo contare su un'equipe di collaboratori di grande valore, che credono nell'azienda e in se stessi. Dall'esterno preleviamo soltanto alcune competenze specifiche. Questo è il modo migliore per mantenere la nostra qualità al livello che esigiamo (AA.VV., 1988, p. 74).

Quello che la Tecno aveva capito allora che progettare per il mercato è un'azione corale. Un itinerario di gruppo tra il riconoscimento di un bisogno e il soddisfacimento di esso.

L'orchestrazione di questo percorso intellettuale può assumere modi diversi.

Tecno aveva una vocazione storica a gestire all'interno l'intero ciclo progettuale, dal marketing alla distribuzione. Il forte accento sulla responsabilità dell'azienda aveva reso così agevole lo scambio di cultura e la collaborazione con i progettisti esterni. Il CPT era l'organo di questo scambio in cui confluivano gli stimoli e i contatti del sistema delle filiali, dagli ambienti dell'arte, dell'architettura, della ricerca tecnologica, della cultura. Con il CPT, che sviluppava l'idea del prodotto e contemporaneamente il metodo di produzione, le strategie di mercato e di comunicazione, il design Tecno si poteva definire "globale". Oggi sta cercando invece una nuova identità.

Riferimenti bibliografici

AA.VV. (1988). *The European Design Prize 1988*. Copenhagen: European/EEC Design Editions.

Antonelli, P. (1989, novembre). Un Ottagono rettangolare. *Domus* 710, 11.

Bosoni, G. (2011). *Tecno. L'eleganza discreta della tecnica*. Milano: Skira.

Centro Progetti Tecno (a cura di). (1972). Progettare per l'industria: Modus. *Ottagono*, 29, 41-43.

Centrokappa (a cura di) (1985). *Il design italiano degli anni '50*. Milano: RDE Ricerche Design Editrice.

Colonetti, A. (a cura di) (1996). *Oswaldo Borsani: frammenti e ricordi di un percorso progettuale*. Milano: Mazzotta.

Gramigna, G. & Irace, F. (a cura di). (1992). *Oswaldo Borsani*. Roma: Leonardo De Luca Editori.

Grassi, A. & Pansera, A. (1980). *Atlante del design italiano 1940-1980*. Milano: Gruppo Editoriale Fabbri.

Lanzani, E. (1987, gennaio). Foster Associates Sistema "Nomos", Tecno, Milano. *Domus*, 679, 72-84.

Leclair Bisson, D. (2012). *Albert Leclerc*. In Leclerc, A., Caron, G., Bellavance-Lecompte, N. (a cura di), *Albert Leclerc, Ginette Caron, Nicolas Bellavance-Lecompte. Tre generazioni, tre designer del Québec a Milano*. Catalogo della mostra (24 ottobre - 9 dicembre 2012), Palazzo Morando Costume, moda, immagine, Milano.

Molinari, L. (a cura di). (2001). *La memoria e il futuro. I Congresso Internazionale dell'Industrial Design*. Milano: Skira.

Morozzi, C. (1985). *Strutture e invenzioni: Tecno*. In A. Branzi, M. De Lucchi (a cura di), *Il design italiano degli anni '50* (pp. 68-69). Milano: R.D.E.

Nicolin, P. (2011). Castelli di Carte. La XIV Triennale Milano 1968. Macerata: Quodlibet.
Pansera, A. (1978). *Storia della Triennale*. Milano: Longanesi & C.
Pansera, A. (1990). *Il design del mobile italiano dal 1946 a oggi*. Roma-Bari: Laterza.
Rosselli, A. (1954) Disegno fattore di qualità. *Stile Industria*, 1, 1.

NOTE

1. *Arredamenti Borsani Varedo*. Dai primissimi prodotti della bottega di Gaetano Borsani ancora caratterizzati dall'idea di "mobile in stile" legato alla tradizione artigianale della Brianza, si assiste alla nascita, nei primi anni venti, dell'"Atelier di Varedo" e dell'inizio delle esibizioni alle Biennali di Monza del 1925, del 1927 e del 1930 - quest'ultima già Triennale - nella quale esordì il giovane Osvaldo Borsani figlio di Gaetano e fratello gemello di Fulgenzio. Nel 1932 sorge la nuova fabbrica e contemporaneamente si inaugura il negozio, con studio di progettazione, di via Montenapoleone a Milano. Sarà principalmente all'arredo dei grandi ambienti abitativi e degli studi professionali della borghesia lombarda, che l'architetto dedicherà per tutti gli anni trenta e quaranta il proprio impegno. Per ulteriori approfondimenti sulla storia della ABV, di Osvaldo Borsani e della Tecno si rimanda a: Gramigna & Irace, 1992; Colonetti, 1996; Bosoni, 2011. È inoltre in corso un lavoro di ricerca all'interno dell'archivio Osvaldo Borsani (Varedo) in vista della stesura di un nuovo libro e correlata mostra dedicati al lavoro di Osvaldo Borsani dai primi anni trenta fino all'inizio degli anni settanta atto ad approfondire lo sterminato numero di progetti che hanno costruito le solide fondamenta della Tecno.↵
2. Eugenio Gerli si laurea in architettura al Politecnico di Milano nel 1949 e fonda un suo studio di architettura che lo vede coinvolto in progetti come il cinema Ambasciatori a Milano (1954) o la ristrutturazione e il restauro dei Palazzi Castiglioni e Bovara nei primi anni settanta per l'Unione Commercio Turismo in corso Venezia a Milano. Inizia, ancora studente, a sperimentare materiali "nuovi" come il feltro plastico, il compensato curvato, e partecipa nel 1948 a una delle mostre di Fede Cheti con una seggiolina a tre gambe. Collabora poi con la Rima di Padova realizzando una poltroncina da ufficio impernata con un giunto elastico su un sostegno centrale in fusione di alluminio. Nel 1957 ha inizio collaborazione con i fratelli Borsani e la Tecno. Un sodalizio esclusivo che corre in parallelo alla sua attività professionale e talvolta intrecciato con essa, all'interno del CPT e che origina molti dei prodotti realizzati tra la fine degli anni cinquanta e gli ottanta. Tra i progetti di Gerli si ricordano: la sedia smontabile in compensato S3 (1957), la poltrona P28 impostata sul cerchio (1958), il tavolo a farfalla T92 (1960), la sedia impilabile con sedile e schienale in compensato curvo S83 (1962), il tavolo a due altezze T97 (1963), la libreria componibile *Domino* (1965), il carrello bar a due valve B106 *Jamaica* (1966) e le poltroncine della serie 142 (1969 ma ancora oggi in produzione).↵
3. Valeria Borsani, figlia di Osvaldo Borsani e moglie di Marco Fantoni, si laurea in architettura al Politecnico di Milano nel 1967 ed è una dei principali protagonisti della storia del CPT.↵
4. Sorge nel 1962 a Varedo, su progetto di Osvaldo Borsani, una fabbrica verticale di sette piani nella quale le lavorazioni seguono un ciclo di produzione che si svolge dal basso verso l'alto.↵
5. Eduardo Vittoria (Napoli, 12 aprile 1923 - 2009), architetto dopo essere stato chiamato nel 1951 da Adriano Olivetti per progettare il Centro studi ed esperienze di Ivrea, si occupa anche della fabbrica di San Bernardo di Ivrea (1956) e dello stabilimento Olivetti a Scarmagno con Marco Zanuso (1962). Partecipa alle iniziative dell'Istituto nazionale di urbanistica, di cui fino al 1960 è presidente lo stesso Olivetti e segretario Bruno Zevi, e nel 1964 riceve il premio InArch, conferitogli dall'Istituto nazionale di architettura voluto sempre da Zevi, per l'albergo Timi Ama a Capo Carbonara. Nel 1978 fonda la Scuola di Architettura e Design di Ascoli Piceno dell'Università degli Studi di Camerino.↵

-
6. Anche Albert Leclerc, designer canadese, lavorava in quel periodo in stretto contatto con Ettore Sottsass per la Olivetti e sempre per la stessa azienda è stato responsabile degli allestimenti per la Olivetti Corporate Identity. (Leclair Bisson, D., 2012, p.6)↵
 7. Intervista dell'autrice a Marco Fantoni, Milano, 15 settembre 2015.↵
 8. L'apertura della XIV Triennale, dedicata al tema del grande numero, sarebbe dovuta avvenire il 30 maggio 1968, ma in seguito all'occupazione e ai danneggiamenti subiti durante l'inaugurazione da parte di operai, studenti e artisti che chiedevano una direzione democratica di tutti i luoghi e le istituzioni di cultura, fu posticipata al mese seguente. Per altri approfondimenti: Nicolini, 2011.↵
 9. Racconta Fantoni che Osvaldo Borsani lo "obbligò", durante il suo primo anno di lavoro alla Tecno, a conoscere e frequentare tutti i fornitori dell'azienda per apprendere tutti i processi di lavorazione: dalla tranciatura del legname alla lavorazione dei tessuti e delle pelli.↵
 10. Fino agli anni sessanta le lavorazioni metalliche dei prodotti Tecno erano affidate ad aziende esterne. Le componenti metalliche della poltrona *P40* e del divano *D70*, ad esempio, erano realizzate da una ditta metalmeccanica del bresciano (nell'area della attuale Franciacorta) il cui proprietario era un amico di famiglia dei Borsani che produceva principalmente motori per motociclette (intervista dell'autrice a Marco Fantoni, Milano, 15 settembre 2015).↵
 11. Il rapporto stretto e continuo con gli artisti è sempre stato un carattere distintivo della storia della ABV di Gaetano Borsani prima (vedi nota 3), e poi di Osvaldo e Fulgenzio Borsani nel periodo della Tecno. Già dalla fine degli anni venti è possibile rintracciare le collaborazioni con i futuristi Cesare Andreoni e Giandante X, ma sarà soprattutto alla metà degli anni trenta, il sodalizio fra Osvaldo Borsani e Lucio Fontana a dare origine a numerose realizzazioni tra arte e progetto degli elementi d'arredo. Ancora negli anni successivi i Borsani stringono rapporti di amicizia e collaborazione con Adriano Spilimbergo e Angelo Del Bon, e poi Agenore Fabbri, Arnaldo Pomodoro, Fausto Melotti, Aligi Sassu, Gianni Dova e Roberto Crippa (Bosoni 2011, p. 261).↵
 12. Intervista dell'autrice a Marco Fantoni, Milano, 15 settembre 2015.↵
 13. Ivi.↵
 14. Interessante è il progetto di Valeria Borsani (con Alfredo Bonetti) per la serie d'imbottiti *P/PA120, D120 A/B/C* (1966) e l'altrettanto valido progetto di Marco Fantoni con il tavolino per soggiorno *T147* (1970).↵
 15. Uno degli assi portanti del progetto Tecno è stato il sistema commerciale basato sui punti vendita monomarca, secondo la formula "solo Tecno vende Tecno", proposta da Osvaldo Borsani, uno slogan che portò per alcuni decenni l'azienda ad aprire i propri showroom nelle principali città d'Europa (Bosoni 2011, pp. 156-159).↵
 16. Le otto aziende sono: Arflex, Artemide, Bernini, Boffi, Cassina, Flos, ICF e Tecno (Antonelli, 1989, p. 11).↵
 17. L'allestimento nel 1957-58 dell'edificio ENI disegnato da Marcello Nizzoli e Mario Oliveri a San Donato Milanese, era stata la prima importante occasione di occuparsi di un grande progetto speciale per una specifica committenza. Un'esperienza che aveva aperto un ciclo molto importante per la Tecno, vale a dire la progettazione, chiavi in mano, dei cosiddetti "Grandi Lavori" d'architettura relativi a interni di aeroporti, stazioni ferroviarie, grandi palazzi per uffici, ospedali, centri congressi, biblioteche, musei e così via.↵
 18. Intervista dell'autrice a Marco Fantoni, Milano, 15 settembre 2015.↵
 19. Ivi.↵
 20. Ivi.↵
 21. Nel 1992, con la morte di Fulgenzio Borsani, il figlio Paolo, già da qualche anno introdotto in azienda prende il posto del padre, come presidente, in quel ruolo di amministratore economico e gestionale del gruppo che aveva contraddistinto quella metà fondamentale della rinomata coppia di gemelli.↵

-
22. Oggi rinominati *Tecno Engineering*.↵
 23. Valeria Borsani sarà vicepresidente e amministratore delegato dell'azienda sino al 1998, quando decide di uscire dall'azienda sia come amministrazione sia come proprietà insieme al marito Marco Fantoni.↵
 24. La prematura scomparsa di Paolo Borsani nel 2008, al quale segue il giovane figlio Federico, attuale art director e ultimo Borsani a lavorare all'interno dell'azienda, ha suggerito l'ingresso con una quota di controllo di Giuliano Mosconi, già amministratore delegato del Gruppo Poltrona Frau, che ha aggregato note aziende del design del mobile tra le quali Cassina, Cappellini e Alias.↵

Palinsesti

IL LUOGO DI LAVORO SOCIALE, MILIEU COLLABORATIVI PER LA PROGETTAZIONE. ORIGINI, DISCONTINUITÀ E PROSPETTIVE DELLA PROGETTAZIONE PARTECIPATA

Antonio Iadarola, Seconda Università degli Studi di Napoli

PAROLE CHIAVE

Coworking, Design partecipato, Innovazione sociale, Lab, Luoghi di lavoro, Participatory design, Social innovation, Workplace

La preoccupazione della cultura del progetto si è spostata, negli ultimi venti anni, dalla crescita economica all'attenzione per lo sviluppo sostenibile, richiedendo in particolare approcci centrati sull'utente con processi aperti e ambienti di lavoro collaborativi. Oggi il pensiero creativo è applicato a strategie e artefatti che affrontano complessi problemi socio-tecnici: ne derivano criticità metodologiche riguardo l'adozione di approcci sperimentali per le soluzioni che interessano le comunità.

Le esperienze di progettazione partecipata dagli anni Settanta hanno dato vita alla possibilità di utilizzare il design per lo sviluppo di strategie sostenibili a sostegno dell'innovazione diffusa (*grassroot innovation*), trasformando i *milieu* operativi dell'innovazione che però rimangono ancora poco codificati.

L'articolo evidenzia le tappe di questo percorso, considerando come riferimento teorico l'Helsinki Design Lab. Da questa prospettiva, l'analisi storica della progettazione partecipata è fondamentale per re-interpretare il ruolo del designer nelle pratiche collaborative del design per l'innovazione sociale.

1. Dalle cose alle cause

La maturità delle discipline progettuali raggiunta nel secolo scorso ha portato il designer a oltrepassare la mera progettazione di prodotti per aziende. L'attenzione della cultura del progetto si è spostata dalla crescita economica allo sviluppo sostenibile e alle trasformazioni portate da quella che Jeremy Rifkin (2011) definisce terza rivoluzione industriale, sollecitando approcci più centrati sull'utente per facilitare processi aperti in ambienti di lavoro collaborativi. Per leggere questo cambiamento è utile mutare lo schema di riferimento. Tra progettare un oggetto-cosa (*thing*) e progettare una causa (*things*) (Ehn, 2008), la parola inglese *thing* subisce una ridefinizione di significato (da "cosa, entità materiale, oggetto" a "causa, assemblea"), attorno a un "*matter of concern*" che si sviluppa in un certo luogo e in un certo tempo e, attraverso rituali sociali, gestisce discussioni e decisioni politiche. Bruno Latour (Latour & Weibel, 2005) propone, per questo motivo, nel saggio *Making Things Public*, una "filosofia delle cose" nel contemporaneo che renda il discorso sulla produzione materiale argomento di dominio pubblico (Latour & Weibel, 2005).

Possiamo capire meglio questo passaggio se pensiamo ai luoghi tradizionali del lavoro come la fabbrica o l'ufficio, dove la trafila produttiva è finalizzata alla produzione concreta di un oggetto, per esempio un'automobile. In un nuovo scenario, dove la progettazione avverrà attraverso la discussione di una "causa", intesa come problematica generale che investe la comunità, cade la prerogativa di produrre un'automobile per soddisfare il bisogno della mobilità o un elettrodomestico per soddisfare un bisogno domestico. Si penserà invece, attraverso un processo cooperativo e collettivo, a riorganizzazione il sistema per fare in modo che le persone possano spostarsi col minor impatto ambientale ed economico possibile, magari non realizzando un'automobile, ma rendendo gli spostamenti individuali meno necessari attraverso infrastrutture ben distribuite. Dunque i prodotti finali, in questa prospettiva, saranno nuovi sistemi e strategie, cioè nuove interazioni fra utenti e risorse, non necessariamente oggetti fisici. Nella pratica del design contemporaneo un tale approccio alla produzione si riscontra per esempio nel design strategico e dei servizi. I prodotti materiali sono previsti come funzionali ad attuare queste strategie, ma inseriti in un'ottica di accesso invece che di possesso, focalizzati al benessere della comunità e non alla crescita economica delle forze produttive.

Ciò non significa che la cultura contemporanea del progetto debba essere tutta improntata al sociale, ma che, anche laddove le forze produttive siano ancora, e giustamente, finalizzate alla crescita economica, le problematiche di sviluppo sostenibile siano guidate dalla consapevolezza che tutti i beni prodotti hanno un impatto sulla società e di conseguenza, in una certa misura, il processo della loro creazione rientra nel dominio del pubblico. È di interesse collettivo, infatti, l'impatto generato dall'influenza di un prodotto sui sistemi economici, così come il potere abilitante e relazionale della sua fruizione da parte dell'utente e le implicazioni ambientali legati alla gestione del suo ciclo di vita.

Di conseguenza troviamo costruttivo pensare ai *milieu* dell'innovazione come luoghi di produzione di *things* nel senso di "causa", specialmente perché catalizzano aspetti di democratizzazione e apertura dei processi produttivi. Questo aiuta a considerare gli ambienti innovativi semplicemente come una cornice socio-materiale per discussioni partecipate attraverso un approccio agonistico.

Lo sforzo agonistico è descritto da Chantal Mouffe in *The Democratic Paradox* (2000) come il cuore di una vibrante democrazia. La democrazia agonistica non presuppone la necessità del consenso e la risoluzione razionale dei conflitti, ma propone una polifonia di voci che si confrontano vigorosamente, ma con tolleranza e nel rispetto di "costituzioni" emergenti dal dialogo. In questo quadro gli spazi di lavoro "pubblici" sono plurali e luoghi di confronto fra progetti e visioni diverse. Come tali, assomigliano più a processi creativi di innovazione che a processi razionali di *decision-making* (Mouffe, 2000).

È da notare che questa concezione "agonistica" dei processi decisionali collettivi è presente, fin dagli albori, nel movimento scandinavo del design partecipato, e si manifesta soprattutto nel campo dell'innovazione organizzativa sul luogo del lavoro (Bjerknes et al., 1987; Ehn, 2008). Ancora oggi ritroviamo, fra i principi di una buona progettazione del luogo di lavoro, la possibilità dell'utente-lavoratore di prendere parte, attraverso l'espressione dei propri bisogni, alle decisioni aziendali. Nel contesto scandinavo ciò era principalmente indirizzato a trovare modelli di negoziazione per allentare i rapporti di potere fra due gruppi ben distinti: il management e la forza lavoro. Una strategia "agonistica" abbraccia l'idea di convivenza di molti attori che portano sul tavolo del progetto obiettivi e ideologie anche discordanti fra loro, con una ricchezza di contenuti e una complessità di conoscenze che rende il processo progettuale più ricco possibile.

La convergenza fra progettazione di *thing* come “cose” e *thing* come “cause”, di fatto, annulla la distinzione fra designer per il sociale (inteso come supporto a problematiche collettive pressanti) e progettista di servizi e prodotti per il mercato.

Il passaggio da “cose” a “cause” induce altresì il designer ad affiancarsi ad operatori non specializzati, riconoscendo ad essi capacità progettuale: questo viene chiamato ad esempio design diffuso [1] (Manzini, 2015) grazie alle tecnologie abilitanti presenti nell’ecosistema contemporaneo. Di conseguenza due aspetti del progettare si sono trasformati nell’ultimo secolo secondo tale passaggio: i processi del lavoro creativo da individuali sono diventati collettivi; gli spazi del progetto da ambienti di progettazione materiale sono divenuti luoghi adatti a ospitare i processi di creatività collettiva. Queste trasformazioni socio-tecniche possono essere osservate attraverso due lenti di ingrandimento diverse: quella sui tipi di collaborazione designer-utente-comunità e quella sugli spazi di lavoro dall’altro.

2.Sperimentare con la sfera sociale

I processi di design diffuso vedono il designer esploratore e amplificatore di buone pratiche nate all’interno della società grazie a quelle che Ezio Manzini definisce “discontinuità locali” (Manzini, 2015), cioè gruppi di “inventori sociali” che, di fronte a condizioni sociali e tecnologiche critiche, trovano nuovi modi, più sostenibili, di fare le cose rispetto a quelli tradizionali, che si sono dimostrati inefficienti. Possiamo notare discontinuità locali ovunque: ne sono esempi molto diffusi i servizi di mobilità condivisa come il *car o bike sharing* e le reti di distribuzione di cibo biologico come i gruppi di acquisto solidale (Gas). Per l’argomento qui trattato, cioè i luoghi operativi del progetto e dell’innovazione, siamo testimoni negli ultimi due decenni dell’emergere di centri di produzione distribuita, all’interno dei quali si opera in modo più collaborativo: ci si riferisce, per esempio, alle reti dei *makerspace* che offrono in condivisione macchinari per la manifattura, altrimenti inaccessibili al singolo utente, e a quelle dei FabLab, connesse per lo scambio di buone pratiche e lo sviluppo della conoscenza sulla manifattura digitale. E ancora ci si riferisce agli spazi di *co-working*, generati dal fenomeno del lavoro in remoto in Silicon Valley, che offrono postazioni a prezzi vantaggiosi in un ambiente in cui si possono condividere anche conoscenze e risorse con altri membri della stessa comunità. Come si è detto, questi centri, che nascono come episodi singoli da parte di gruppi sociali, sono poi promossi e supportati con gli strumenti culturali e pratici classici del design partecipato, così che possano svilupparsi a livello sistemico in modelli ripetibili in altri contesti socioculturali. Ne deriva però una criticità metodologica: se è vero che questo tipo di design per l’innovazione sociale applica il pensiero creativo a strategie e artefatti che affrontano complessi problemi socio-tecnici, coinvolgendo le comunità stesse nell’elaborazione di soluzioni e di una cultura della cooperazione, ed è vero che il metodo creativo implica un approccio sperimentale fatto di cicli di ideazione, prototipazione e revisione degli aspetti non funzionanti del progetto, è lecito da parte del designer verificare sulle comunità soluzioni non ancora ottimizzate e testate?

Sappiamo che per testare una nuova tecnologia si utilizza l’ambiente controllato e sicuro di un laboratorio prima di proporre le soluzioni al mercato e quindi alla società; invece la sperimentazione di innovazioni sociali, che avviene necessariamente assieme a soggetti

sociali, ha delle ricadute dirette sulle comunità di riferimento. D'altra parte, però, un processo di sperimentazione è necessario per produrre nuovi sistemi socio-tecnici e questo è presente sia nel mondo industriale, per coinvolgere e osservare l'esperienza dell'utente durante la fase di sviluppo prodotto, sia nel terzo settore, per attivare processi di design partecipato su scala urbana, ad esempio di servizi pubblici o di *policy making*. Questi *milieu*, che possiamo definire in modo ampio Innovation Lab, sono descrivibili come piattaforme *multistakeholder*, luoghi cioè dove diversi attori del progetto, talvolta anche con agende contrastanti, si incontrano, discutono, articolano i problemi e sperimentano per risolverli in un ambiente in cui parti della società si invitano per sperimentare soluzioni in maniera sicura e controllata.

Una definizione sintetica di Innovation Lab si trova sul sito dell'Unicef in riferimento al supporto delle Nazioni Unite per lo sviluppo di questo tipo di ambiente di lavoro: We define innovation labs as physical or virtual spaces that enable and support the innovation (technological or otherwise) of those who participate in the space (*Researching Innovation Labs #1: What is a lab?*).

Il design ha sempre apportato contributi, grazie ai suoi strumenti tradizionali di visualizzazione e prototipazione, alla generazione di significati ed artefatti. Oggi vediamo che, progressivamente, il designer sta assumendo un nuovo ruolo di progettista della collaborazione stessa: metodologie di progettazione interdisciplinari riposizionano positivamente il progettista nei processi in cui le scienze umane e la strategia aziendale sono dominanti, rinvigorendo l'idea fondamentale del design come una meta-disciplina, che opera nel sistema di relazioni per costruire visioni future della società.

Vogliamo qui soffermarci su due casi storici di questa evoluzione metodologica: quello della nascita del design partecipato scandinavo negli anni settanta e quello dell'Helsinki Design Lab del 2009. Tali vicende ci portano a formulare delle osservazioni sullo stato dell'arte dei metodi collaborativi di produzione del design contemporaneo.

Esiste una tradizione del design partecipato che occorre qui considerare per metterla a confronto con lo stato dell'arte. Nato in seno alla gestione aziendale, il design partecipato tradizionale, soprattutto di stampo scandinavo, è finalizzato alla democratizzazione dei luoghi di lavoro e coinvolge gruppi di lavoratori nelle scelte di applicazione tecnologiche, anche ai fini di allentare la tensione fra forza lavoro e management (Mulder & Wilke, 1970). In altre parole, è un modo anche per democratizzare le relazioni all'interno di strutture gerarchiche, utilizzando la partecipazione prevalentemente come ricerca contestuale dei bisogni e dei limiti di progetto e validazione delle soluzioni tecniche proposte dagli esperti di design. Lo scopo è quello di rendere più condiviso e democratico il *decision making* su scelte strategiche che investono il lavoratore, come per esempio l'impiego di nuove tecnologie di produzione o strumenti di lavoro.

Oggi questi processi sono messi in atto non solo coinvolgendo i dipendenti delle aziende, ma, attraverso Internet, dagli stessi consumatori. Alcuni casi studio sono noti: come per esempio Google, che dà libertà ai propri dipendenti a tutti i livelli di utilizzare parte del loro tempo per proporre nuovi prodotti e servizi, o Adobe che ha perfezionato un kit chiamato Adobe Kickbox, che contiene istruzioni e una carta di credito con 2000 dollari per prototipare prodotti inediti da proporre all'azienda.

L'avanzamento tecnologico ha anche definito alcune differenze sostanziali coi modelli di design partecipato del passato: fino ai primi anni del nuovo millennio infatti non erano

disponibili piattaforme di co-produzione e quindi neanche ipotizzabili approcci che includessero queste tecnologie abilitanti nel processo. Questo, più che costituire un limite, offre nuove possibilità di affidare ai designer non esperti la partecipazione in attività di produzione materiale e immateriale per alimentare sia la fase ideativa che quella di implementazione (Greenbaum & Loi, 2012).

La sfida del design partecipato, oggi come quattro decenni fa, è quella di fornire possibilità di democratizzazione dei processi di progettazione. Questo significa anche passare da una visione dominante tecnocratica, in cui l'esperto elabora soluzioni in base a valutazioni tecniche e le somministra all'utente, a una visione sociale e quasi politica del lavoro, dove l'esperto costruisce processi di discussione e la soluzione cresce in seno a differenze e controversie affrontate da gruppi di interesse e di utenti all'interno della società.

Il ruolo del designer ricercatore diventa strutturare spazi pubblici agonistici, principalmente facilitando la costruzione di arene di partecipanti eterogenei, legittimando quelli marginalizzati, mantenendo costellazioni di network e lasciandosi dietro, come memoria, repertori su come trasformare socio-materialmente gli spazi di lavoro per produrre innovazione (Björgvinsson, Ehn & Hillgren, 2015).

Vanno sottolineate delle differenze fra il design partecipato scandinavo degli anni settanta, con un focus preciso sulla ricerca di consenso nell'impiego di sistemi tecnologici interni a un'organizzazione e quello del design partecipato dei lab di innovazione sociale contemporanei, dove si sviluppano processi di co-progettazione legati a problematiche socio-tecniche. Oggi i partecipanti dei processi partecipati a cui ci si riferisce sono gruppi di persone che lavorano in rete, sia come network digitale sia come sistema di relazioni libere fra professionisti, aggregati nei luoghi catalizzatori dei *co-working* (Greenbaum & Loi, 2012). Nella tradizione scandinava è stata molto incoraggiata la condivisione del know-how e l'apprendimento reciproco da parte di tutti i partecipanti alla co-progettazione, tema ancor oggi attuale, dove le pratiche di innovazione sociale sono messe in atto, oltre che per elaborare soluzioni, anche per trasferire capacità di gestirle e aggiornarle autonomamente da parte della comunità di riferimento.

Su pratiche analoghe si basa tutto il design definito *human-centered* con diversi filoni di ricerca: negli Stati Uniti attraverso l'*user-centered design* l'utente è osservato nelle sue abitudini per trarre spunti e idee di progetto o in alternativa è chiamato a fornire opinioni e testare prototipi di prodotti. Questo insieme di metodi coinvolge l'utente come "soggetto", in un ruolo sostanzialmente passivo (Sander, 2006). In Europa invece il design partecipato coinvolge l'utente in maniera attiva nel metterne a frutto le capacità creative, le esperienze personali e le conoscenze specifiche riguardo ai temi di progetto. Questo tipo di progettazione include l'utente come "partner" (Sander, 2006) e ha di fatto investito tutte le pratiche della ricerca nel design: qui il termine ricerca include quella accademica di base e quindi la generazione di nuova conoscenza, ma si riferisce più in generale alla fase di reperimento strutturato di dati quantitativi e qualitativi che informa ogni singolo processo progettuale finalizzato allo sviluppo di prodotti e servizi.

La polarità appena descritta è inclusa sull'asse orizzontale di una mappa concettuale tracciata dalla stessa Sander, mentre l'asse verticale separa le pratiche introdotte dal mondo della ricerca da quelle introdotte dal mondo della pratica del design (con le differenze di obiettivi e mentalità che ne conseguono).

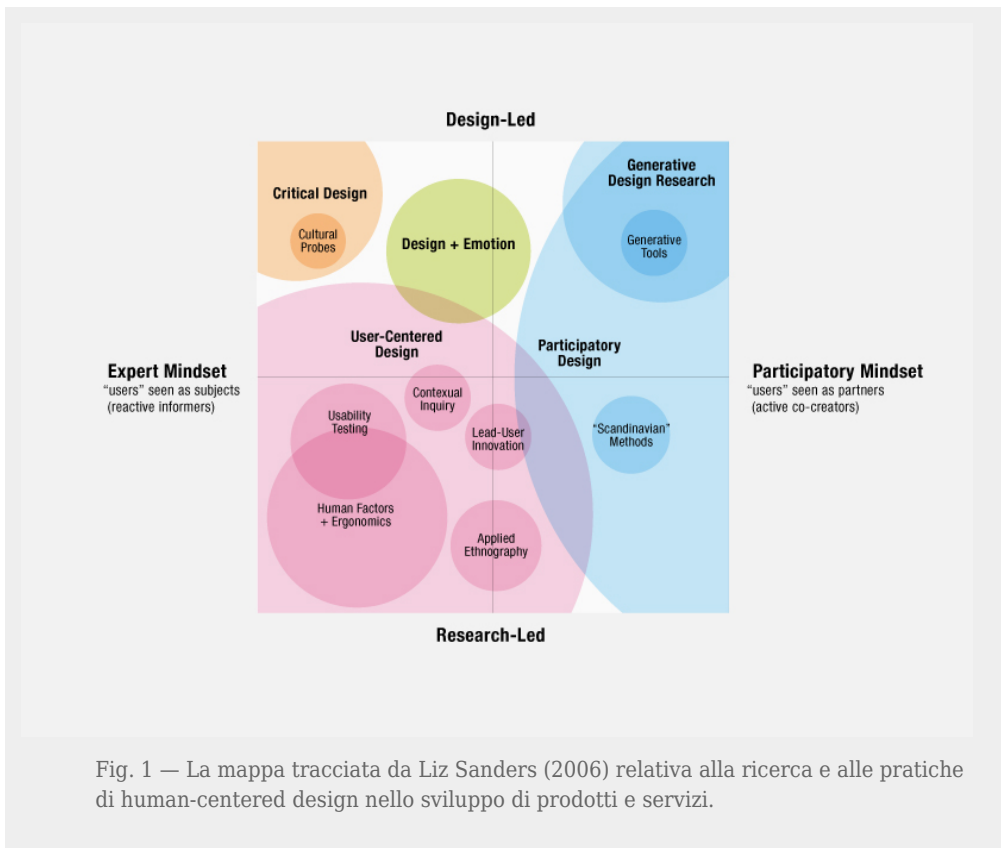


Fig. 1 — La mappa tracciata da Liz Sanders (2006) relativa alla ricerca e alle pratiche di human-centered design nello sviluppo di prodotti e servizi.

La mappa è utile per orientarsi nello scenario delle pratiche emergenti del design - intese come metodi progettuali in cui la dimensione tecnica e quella socioculturale non possono essere scisse - e per distinguerne gruppi di ricerca, comunità di pratica e limiti disciplinari, considerando anche che i diversi raggruppamenti, che apportano contributi di natura diversa, sono complementari e non discordanti o qualitativamente classificabili. Attualmente, osserviamo nei casi di *co-working* relazionale - quelli in cui l'utilizzo degli spazi condivisi per il lavoro è combinato a quello per progetti cooperativi che coinvolgono le comunità creative locali - gli ambienti sono aperti, trasformabili e autogestiti, e sono coinvolti nel processo partecipato i lavoratori cognitivi con un grado di indipendenza di giudizio decisamente maggiore rispetto a quello dei dipendenti in un'organizzazione gerarchica. Per questo la partecipazione, imbastita dal designer della collaborazione, avviene con una *community* poco o non affatto definita, non solo nei contesti di *co-working* relazionali, ma anche in quelli aziendali laddove le aziende sono strutturate come reti piuttosto che gerarchicamente. In presenza di una *community*, quindi, non esiste dirigenza che seleziona accuratamente i partecipanti, per cui si generano altri rapporti sociali, oltre a quello lavoratore/datore di lavoro, come quello di cittadinanza/amministrazione o piattaforme abilitanti/*prosumer*. In questi rapporti le organizzazioni, e di conseguenza il designer della collaborazione come consulente, ambiscono a raggiungere stati di resilienza del sistema e della comunità

piuttosto che ambienti di lavoro democratici, e non perché questi non siano necessari, ma perché il livello di democratizzazione è già soddisfacente. Per Oscar Chapital Colchado il processo di resilienza si realizza quando:

Un gruppo o una struttura sociale, istituzione o nazione forma strutture di coesione, appartenenza, identità e sopravvivenza come strutture sociali illimitate o complesse, sviluppa modi di affrontare eventi e situazioni che mettono in pericolo il gruppo e l'identità, formando linee guida che consentono la sopravvivenza, l'espansione e l'influenza del gruppo. (Chapital Colchado, 2013, p. 89)

Così organizzazioni e comunità, assieme, sono in grado di evolversi alla velocità reale delle condizioni socio-tecniche nelle quali vivono e lavorano.

Il processo, di cui fanno parte *in primis* prototipazione e test di soluzioni socio-tecniche finalizzate allo sviluppo di prodotti-servizi, coinvolge la comunità fin dagli stadi iniziali della progettazione e non solamente nella validazioni di soluzioni ideate a priori dal designer esperto, ma allo stesso tempo riesce a creare valore relazionale, in quanto il lavoro collaborativo aiuta i partecipanti a sviluppare empatia reciproca e a formare una comunità più coesa e produttiva.

Individuando anche in questi casi la "democratizzazione del luogo di lavoro" come obiettivo principale del design partecipato tradizionale, possiamo definire come tratti di novità, nei *co-working* relazionali qui descritti, i punti di incontro fra diverse organizzazioni e inclusivi di qualsiasi tipo di attore sociale. L'incontro di questi elementi eterogenei rende i processi partecipativi portatori di soluzioni positive per tutti i soggetti coinvolti, che intervengono anche nelle decisioni di conduzione del *co-working* stesso. L'impiego avanzato del design partecipato, con l'utente che co-progetta all'atto pratico con il designer esperto, è un campo ancora poco esplorato in letteratura e nella pratica. Un importante riferimento sia teorico che di metodo a riguardo è il volume di Liz Sanders *Convivial toolbox. Generative Research for the Front End Design* (2012). Si tratta di una frontiera di pratiche per il co-design che collega la tradizione del design partecipato con la formazione di nuovi luoghi catalizzatore del progetto, di cui fanno parte gli Innovation Lab, che abbiamo già considerato, e i *co-working* relazionali.

3.L'ergonomia della collaborazione

Gli ambienti di lavoro come spazi fisici dove la progettazione ha luogo vedono una trasformazione da spazi del designer esperto, come detentore della cultura del progetto attraverso la creatività individuale, a spazi che, come abbiamo visto, accolgono la comunità di utenti e portatori di interessi per lo sviluppo collettivo e multidisciplinare del progetto. Se ci riferiamo a modelli identificabili dell'ecosistema dell'innovazione e del mercato, individuiamo i *co-working* e gli Innovation Lab.

In alcuni casi vedremo che questi, se combinati, generano tipologie ibride di spazio di lavoro. Ci riferiamo per esempio a reti e modelli di collaborazione come gli Impact Hub, i Fab Lab ed i Social Lab a sostegno dell'innovazione diffusa e della *grassroot innovation*. Questi da una parte possono essere originati nell'evoluzione degli spazi di lavoro dell'ufficio e della fabbrica, dall'altro, apprezzandone le qualità architettoniche e la funzione socioculturale nello spazio urbano, si avvicinano al concetto di bene comune come la piazza o gli *speaker's corner*.

Per chiarezza di trattazione, però, qui descriviamo i due modelli separatamente.

Come riportato da Deskmag, uno dei portali di riferimento dell'industria del coworking, il termine *co-working* nasce nel 2008 ad opera di Brad Neuburg che apre il primo *co-working space* a San Francisco, lo Spiral Muse, destinato prevalentemente a lavoratori indipendenti dell'industria del web (Dullroy, 2012). L'idea di base di Neuberg fu l'offerta di uno spazio di lavoro in condivisione, per cui di minor impegno economico per i singoli, a una comunità di supporto di lavoratori con interessi e competenze simili.

Il termine si riferisce a diverse tipologie che si ritiene utile specificare, poiché se ne rileva un vuoto tassonomico nella letteratura scientifica.

I *co-working* commerciali sono imprese che offrono spazi e servizi a individui o organizzazioni composte da piccoli team di lavoro. Il modello di business si basa sull'affitto di spazi e l'erogazione di servizi per la produttività come tecnologie per la comunicazione presenti sul luogo di lavoro, logistica o training professionale. Generalmente non è il risultato di processi di progettazione dal basso ma di operazioni di mercato immobiliare da parte di investitori. Esempi di questa tipologia sono i brand We-work, The Yard, Co-work, WorkHub. Un caso studio interessante è ThirdDoor di Londra, uno spazio che integra l'offerta di postazioni di lavoro con servizi per l'infanzia, in modo che i figli possano frequentare la scuola nello stesso edificio in cui lavorano i genitori risolvendo problemi di gestione familiare.

I *co-working* relazionali (o sociali) sono anch'essi imprese, ma assomigliano molto di più a imprese sociali, come notato da Venturi e Zandonai nel rapporto di Iris Network, *L'impresa sociale in Italia. Identità e sviluppo in un quadro di riforma* (Venturi & Zandonai, 2014). Il loro modello di business combina l'affitto di spazi a servizi di incubazione, *mentoring* e consulenza. La differenza che emerge dall'analisi dello stato dell'arte è che nei *co-working* relazionali l'organizzazione è attiva nel supporto dell'ecosistema professionale locale e al prosperare della sua comunità, creando opportunità di crescita per i professionisti sul territorio. Questa tipologia ha opzioni di *membership* più flessibile ed è aperta anche alla cittadinanza attiva tramite collaborazioni con le organizzazioni locali. Esempi sono la rete ImpactHub su tutti o quella di TalentGarden.

I *co-working* interni è la tipologia che utilizza la pratica del co-lavoro per fini strategici. Non sono organizzazioni che offrono spazi, ma che utilizzano la collaborazione e gli spazi relativi per convogliare diversi *stakeholder* in progetti di interesse comune. Possono anche fornire uno spazio a organizzazioni per la loro crescita, come nel caso degli incubatori di impresa. Di conseguenza non ha una base di soci, ma una cordata di *stakeholder* partecipanti ai processi di lavoro che, utilizzando metodi collaborativi, sfruttano gli spazi comuni per condurre progetti complessi che richiedono l'integrazione di ricerca e implementazione. Nel caso siano aziende a implementare internamente questo tipo di *co-working* l'obiettivo è in genere la riorganizzazione dei processi di lavoro e la collaborazione interfunzionale, cioè l'interazione fra diversi dipartimenti dell'organizzazione che normalmente sono separati. Inseriamo in questa tipologia gli incubatori e acceleratori di impresa come Barclays Accelerator, gli Innovation Lab di cui ne fornisce una mappatura la ricerca *Public e Collaborative* del Parsons DESIS Lab [2], i Living Labs e gli spazi interni ad aziende progettati come *co-working*, come nei noti casi di Apple e Google.

I *co-working* ibridi sono organizzazioni che non nascono come *co-working*, ma offrono spazi di lavoro per avvicinare utenti al loro *core business* generalmente ottimizzando l'eccedenza di spazi e l'abbondanza di professionisti nei contesti urbani in cui si trovano. I casi più noti sono le caffetterie in cui il lavoratore può ristorarsi e allo stesso tempo continuare a lavorare,

ma si possono individuare anche altre ibridizzazioni come librerie o showroom *co-working*. o Esempi sono attività commerciali abbastanza comuni come il WhyNot caffè a New York, Open a Milano, Hutspot ad Amsterdam. È interessante notare riguardo a quest'ultima tipologia che la progettazione degli spazi e dei servizi è condizionata dall'obiettivo di ospitare lavoratori indipendenti e *freelancer*. Per esempio i tavoli del WhyNot caffè sono singoli e ogni seduta dispone di una presa di corrente per il proprio laptop.

La tassonomia include molti dei fenomeni emergenti e osservabili nei comportamenti del lavoro contemporaneo come il lavoro remoto, nomadico e precario. Per questo motivo la loro progettazione è necessaria e contribuisce al miglioramento della condizione sociale delle categorie di persone che li utilizzano.

Tutte queste osservazioni sui campi di applicazione di questa ricerca sono quindi rilevanti per la nuova imprenditorialità che si occupa della gestione di spazi di *co-working* e per la sua dell'imprenditorialità all'interno di organizzazioni esistenti. Infatti anche nei casi in cui esistono situazioni di lavoro a distanza è importante considerare tutte le possibilità offerte dal *co-working*. Come sappiamo, l'applicazione delle nuove tecnologie alle strutture aziendali ha portato molti individui a lavorare in maniera indipendente, senza essere legati a alcun luogo particolare. La prospettiva del lavoro virtuale, che negli anni novanta rappresentava una nuova frontiera globale, negli ultimi anni si è modificata facendo riacquistare allo spazio fisico la sua importanza assieme a una rinnovata centralità della dimensione locale del lavoro, arricchito dalle possibilità di comunicazione con reti globali ma anche dalla valorizzazione di rapporti interpersonali. È interessante notare che sembra esserci una convergenza fra il modello di *co-working* relazionale, qui definito, e i *milieu* di lavoro collaborativi che stanno sorgendo anche in seno a organizzazioni private e pubbliche per generare innovazione. Ciò allarga il campo di applicazione della ricerca al ruolo strategico del design(er) nella riorganizzazione del lavoro, ovvero al funzionamento di quelle forme che abbiamo definito Innovation Lab. D'altra parte i Laboratori di ricerca e sviluppo, o quelli scientifici, sono individuabili nella storia della gestione aziendale e della ricerca accademica sin dagli anni settanta. Un tratto comune di questi ambienti tuttavia era una visione centrata sul prodotto piuttosto che un focus socio-materiale sulle relazioni del lavoro (Björgvinsson, Ehn & Hillgren, 2015).

Gli ambienti relazionali qui definiti invece sono più simili, nelle loro dinamiche, a laboratori di design, e rappresentano luoghi allo stesso tempo di apprendimento collaborativo (Binder, 2007) e di produzione intellettuale e materiale in cui la compresenza di soggetti che si integrano a vicenda, o anche che sono in competizione, provoca una riorganizzazione del lavoro che va verso la sostenibilità e la resilienza della comunità.

Esistono tre elementi della relazione fra ambiente di lavoro e creatività sono dimostrati anche empiricamente (Litchfield, Ford, Gentry, 2014). Il primo è il rapporto con gli stati emozionali dell'individuo che, se positivo, aumenta la creatività e l'empatia fra collaboratori facilitando la comprensione reciproca. Il secondo riguarda l'influenza del fattore tempo sulla capacità di creatività, per cui tecniche di improvvisazione e generazione di idee istantanee sono efficienti per far emergere conoscenze pregresse e connessioni inedite, mentre i tempi più lunghi sono adatti a osservare i dati generati nel complesso e individuare pattern. Il terzo è che i materiali, gli oggetti, lo spazio stesso e naturalmente gli strumenti utilizzati possono stimolare o meno processi creativi.

Liz Sanders individua su questa base tre attività fondamentali per la creatività collettiva: *make, tell, enact* (Sanders, 2012). Per accogliere queste attività, un buono spazio per la creatività, quindi per il progetto, deve integrare spazi per il fare e spazi per il pensiero. Un altro caso di sistematizzazione di linee guida per spazi di progettazione lo troviamo nel volume *Recipes for Systemic Change*, che racconta i metodi e i processi utilizzati per realizzare l'Helsinki Design Lab nel 2010 (Boyer, Cook & Steinber, 2013). L'iniziativa rappresenta un caso interessante per due motivi. È l'implementazione di una dimensione progettuale che crea un ponte fra l'agenda delle strutture istituzionali *top down* ed è la spinta di innovazione radicale *bottom up* a opera delle comunità creative. Questi spazi sono definiti genericamente Lab e ne esiste una mappatura denominata *Public and Collaborative* (www.nyc.pubcollab.org) che ne evidenzia la presenza in molte aree del pianeta. La dimensione progettuale, che è per definizione inclusiva di utenti e portatori di interessi in tutte le fasi, richiede una tipologia di ambienti di lavoro specifici, flessibili ed adatti ad assolvere funzioni sociali come quelle collaborative e del lavoro creativo individuale. I criteri che l'Helsinki Design Lab definisce sono:

- la location dello studio, rispetto ai flussi e i fenomeni del contesto urbano, per offrire al designer possibilità di trarre ispirazione dal mondo estero;
- gli spazi relax, per far sì che il lavoro creativo sia interrotto da momenti di decompressione;
- gli spazi per il caffè e le conversazioni casuali che permettono di sviluppare empatia e intesa fra collaboratori;
- gli arredi, che devono fornire il comfort necessario, ma anche avere caratteristiche di trasformabilità e adeguatezza all'uso di materiali di lavoro leggeri come post-it e pannelli per mappature e *brainstorming* collettivi;
- l'equipaggiamento e i materiali di lavoro, che coprano sia i media digitali che quelli fisici, con materiali e dispositivi sempre disponibili in modo che non si blocchino i flussi creativi e le collaborazioni per la ricerca di materiale;
- l'infopoint, attraverso poster o segnaletica, che offre tutte le informazioni di base rispetto al funzionamento dell'ambiente di lavoro, le regole, gli orari, i codici di accesso a rete e server, così che il lavoro creativo non sia interrotto da motivi futili.

Come possiamo osservare, questi criteri, che singolarmente sembrano semplici regole di buon senso, sono in realtà difficili da tenere sotto controllo nella gestione complessiva di uno studio. Inoltre conferiscono importanza a una serie di spazi intermedi, suggerendo che le dinamiche generali del lavoro basato sulla creatività e sulla conoscenza, si servono di tipologie di spazio che permettono al lavoratore una maggiore indipendenza di movimento rispetto all'idea dell'ufficio tradizionale.

Abbiamo quindi visto da un lato come la partecipazione dell'utente e dei portatori di interesse sia entrata sempre più nell'ambiente di lavoro del designer, dall'altro gli spazi intesi come ambienti fisici sono cambiati per effetto delle pratiche di collaborazione, divenute un criterio di progettazione degli spazi stessi, e di converso una frontiera nuova nell'organizzazione dei *milieu* progettuali.

In tale processo di trasformazione dei luoghi di lavoro la storia del lavoro creativo è parallela a quella dell'impiego di processi collaborativi per il lavoro cooperativo. Storicamente l'attenzione alla progettazione dello spazio di lavoro era rivolta al benessere dei lavoratori

con particolare attenzione alle condizioni entro le quali la produttività potesse essere massimizzata. Oggi l'esigenza di inclusività ha rinvigorito la discussione sul "luogo di lavoro sociale". Da contenitori di processi creativi, gli uffici diventano arene di discussione, e così piattaforme abilitanti in cui il designer ha una funzione duplice in quanto svolge da una parte il suo ruolo autoriale, dall'altra quello di curatore di percorsi di creatività collettiva.

Riferimenti bibliografici

- Binder, J.C. (2007). *Global Project Management*. Farnham: Gower Publishing.
- Boyer, B., Cook, J.W. & Steinberg, M. (2011). *In studio: Recipes for Systemic Change*. Helsinki: Sitra.
- Bradley, S. & Upton, M.D. (2011, October). Lean Knowledge Work. *Harvard Business Review*, 10, 100-110.
- Brinkley, I. (2006). *Defining the Knowledge Economy. Knowledge Economy Programme Report*. London: The Work Foundation.
- Busacca, M. (2015). Performatività Del Welfare? Un'analisi delle pratiche e dei discorsi dei Coworking Plus (Co+). In *Atti del colloquio scientifico sull'impresa sociale* (pp. 71-89). Dipartimento PAU (Patrimonio, Architettura, Urbanistica), 22-23 maggio 2015: Università degli Studi Mediterranea di Reggio Calabria.
- Bjerkens, G., Ehn, P., & Kyng, M. (1987). *Computer and Democracy: A Scandinavian Challenge*. Farnham: Gower Publishing.
- Björgvinsson, E., Ehn, P., & Hillgren, P.A. (2015). Participatory design and "democratizing innovation". *Proceedings of the XI Biennial Participatory Design Conference 2015* (pp. 41-50). New York: ACM.
- Center for Social Innovation (2010). *Rigour. How to Create World-Changing Spaces*. Toronto: Center for Social Innovation.
- Center for Social Innovation (2010). *Proof. How Shared Spaces are Changing the World (2010)*. Toronto: Center for Social Innovation.
- Davenport, T.H., & Kirby, J. (2015, June). Beyond Automation. Strategies for Remaining Gainfully Employed in an Era of Very Smart Machines. *Harvard Business Review*, 6, 59-65.
- Delanty, G. (2009). *Community*. United Kingdom: Routledge.
- Dulluroy, J. (2012). *Coworking began at Regus... but not the way they think*. Disponibile in <http://www.deskmag.com/en/coworking-did-begin-at-regus-but-not-the-way-they-think-362> [ultimo accesso 1 marzo 2016]
- Egan, D., & Marlow, O. (2013). *Codesigning Space: Tilt*. United Kingdom: Artifice Books on Architecture.
- Ehn, P. (2008). Participation in design things. In J. Simonsen, T. Robertson, & D. Hakken (a cura di), *Proceedings of the Tenth Anniversary Conference on Participatory Design 2008* (pp. 92-101). In *Proceedings of the Tenth Anniversary Conference on Participatory Design 2008*, October 1-4, 2008, Bloomington, Indiana, USA. New York: ACM.
- Galuska, J.D. (2007). *Mapping Creative Interiors: Creative Process Narratives and Individualized*. Phd dissertation for Department of Folklore & Ethnomusicology, Indiana University.
- Gregory, J. (2003). Scandinavian Approaches to Participatory Design. *International Journal of Engineering*. XIX(1), 62-74.

-
- Greenbaum, J. & Loi, D. (2012, Maj). Participation, the camel and the elephant of design: an introduction. *CoDesign, International Journal of CoCreation in Design and the Arts*, 81-85.
- Hiltunen, E. (2008, September). The future sign and its three dimensions. *Futures*, 40(3), 247-260.
- Harrison, P., Wheeler, C., & Whitehead, C. (2003). *The Distributed Workplace: Sustainable Work Environments*. London: Routledge.
- Hassan, Z. (2014). *The Social Labs Revolution: A New Approach to Solving our Most Complex Challenges*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Huybrechts, L., Storni, C., & Lee, Y. (2014). *Participation Is Risky: Approaches to Joint Creative Processes*. Amsterdam: Valiz/Antennae Series.
- Illich, I. (1973). *Tools for Conviviality*. New York: Harper and Row.
- Kensing, F., & Blomberg, J. (1998, September). Participatory Design: Issues and Concerns. *Computer Supported Cooperative Work*, VII (3), 167-185.
- Latour, B., & Weibel P. (eds.). (2005). *Making Things Public: Atmospheres of Democracy*. Boston: Mit Press.
- Litchfield, R.C, Ford, C. M., & Gentry, R.G. (2014, December). Linking Individual Creativity to Organizational Innovation. *The Journal of Creative Behavior*. IL(4), 279-294.
- Manzini, E. (2015). *Design, When Everbody Designs*. Boston: Mit Press.
- Meroni, A. (2007). *Creative Communities: People inventing sustainable ways of living*. Milano: Edizioni Poli.design.
- Morgan, J. (2014). *The Future of Work: Attract New Talent, Build Better Leaders, and Create a Competitive Organization*. Hoboken: Wiley.
- Mouffle, C. (2000). *The Democratic Paradox*. New York: Verso Books.
- Mulder, M., & Wilke, H. (1970, September). Participation and Power Equalization. *Organizational Behaviour and Human Performance*, 5, 31-38.
- Murray, R., Caulier-Grice, J., & Mulgan, G. (2010). *The Open Book of Social Innovation*. London: The Young Foundation e Nesta.
- Researching Innovation Labs #1: What is a lab?* Disponibile presso <http://www.unicefstories.org/2015/08/12/researching-innovation-labs-1-what-is-a-lab/> [1 marzo 2015]
- Rifkin, J. (2011). *The Third Industrial Revolution: How Lateral Power Is Transforming Energy, the Economy, and the World*. London: Macmillan.
- Sanders, E.B.N. (2006, September). Design Research in 2006. *Design Research Quarterly*, 1, 97-101
- Sanders, E.B.N., & Stappers, P.J. (2012). *Convivial Toolbox: Generative Research for the Front End of Design*. Netherlands: BIS Publishers B.V.
- Serravalli, A. (2011). Democratizing production: challenges in co-designing enabling platforms for social innovation. In *The Tao of Sustainability, Sustainable Design Strategies in a Global Context* (pp. 126-132). Beijing: ChinaHillgren.
- Sidoti, B. (a cura di) (2013). *Euro South Hub. Un progetto europeo per l'innovazione sociale nel Mediterraneo*. Siracusa: Lettera Ventidue.
- Simon, H. (1969). *The Sciences of the Artificial*. Cambridge: Mit Press.
- Troxler, P. (2010, October). Commons-Based Peer-Production of Physical Goods: is There Room for a Hybrid Innovation Ecology. Proceeding in *3rd Free Culture Research Conference*. *SSRN Electronic Journal*. Disponibile presso http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1692617 [3 aprile 2016].

Venturi, P., & Zandonai, F. (2014). *L'impresa sociale in Italia. Identità e sviluppo in un quadro diriforma*. Trento: Terzo Rapporto Iris Network.

NOTE

1. Il termine si riferisce alla capacità progettuale da parte di operatori non esperti grazie al facile accesso a tecnologie abilitanti e più in generale all'accesso aperto alla conoscenza permesso dalla rete. Il termine fa parte della terminologia tecnica del design dei servizi e del design strategico ma Manzini (2015) ne fornisce un'analisi approfondita.↵
2. La ricerca è reperibile all'indirizzo www.nyc.pubcollab.org.↵

Recensioni

ID: 0709

RECENSIONI

DUE LIBRI SULLA RELAZIONE TRA DESIGN E MONDO DELLA PRODUZIONE

Dario Scodeller, Università degli Studi di Ferrara

Orcid ID: 0000-0001-8711-389X

PAROLE CHIAVE

Chiara Alessi, Design italiano, Giulio Castelli

Giulio Castelli, Paola Antonelli, Francesca Picchi (a cura di), *La fabbrica del design*.

Conversazioni con i protagonisti del design italiano, Milano: Skira, 2007. 408 pp. ISBN

978-8861301443. € 30,00

Chiara Alessi, *Design senza designer*, Roma-Bari: Laterza, 2016. 128 pp. ISBN

978-8858122181. € 13



Nove anni intercorrono tra la pubblicazione di *La fabbrica del design. Conversazioni con i protagonisti del design italiano* (2007), curato da Giulio Castelli, Paola Antonelli, Francesca Picchi ed edito da Skira, e *Design senza designer* (2016), di Chiara Alessi, appena pubblicato da Laterza.

Ad accomunarli, oltre al metodo di lavoro – un’indagine basata su interviste – è la scelta di rivolgere l’attenzione ad uno degli aspetti meno conosciuti del design italiano.

Nel caso de *La fabbrica del design* l’obiettivo di Giulio Castelli era quello di “raccontare sessant’anni del design italiano attraverso la voce dei suoi imprenditori” (p. 7), di coloro che avevano realizzato (e spesso contribuito a concepire) i prodotti. Nelle cinquanta interviste che compongono il libro, realizzate nell’arco di un decennio tra la metà degli anni novanta e il 2005, Castelli è tutt’altro che un asettico indagatore e palesa le sue opinioni, passioni e persino ritrosie. Dopo essersi sottoposto per primo al rito dell’intervista da parte della Picchi, in quanto capostipite degli imprenditori del design, il fondatore di Kartell inizia una sorta di peregrinazione, nella quale rievoca e si fa narrare la genesi, i passaggi di mano, le prospettive per il futuro di 27 storiche aziende del *furniture design* italiano.

L’intervista, come strumento d’indagine storica, è efficace quando l’intervistatore conosce a sua volta i fatti e li può confutare o chiedere di precisarli. Nel libro Castelli, assistito da Antonelli e Picchi, guida i propri interlocutori sul filo di un racconto che risulta essere, alla fine, la sua storia del design italiano. Una sorta di *backstage* che rivela, da dietro le quinte, come sono nati i prodotti, quale ruolo hanno avuto i designer e quale gli imprenditori, confermando, fra l’altro, l’importante funzione per lo sviluppo del design giocata dalla distribuzione all’inizio degli anni sessanta.

Al di là degli aspetti aneddotici, capire quanto e in che modo le fabbriche siano state frequentate dai designer, aperte alle loro idee e ai loro contributi, sapere quanto gli imprenditori siano stati disposti a rischiare nella sperimentazione, per istinto, per puro spirito di scommessa o per innamoramento, aiuta a ricostruire una parte della storia del design rimasta quasi sempre nell’ombra.

Castelli però è un intervistatore speciale: conoscendo molto bene il design e sapendo com’è fatto un prodotto, si permette di incalzare amichevolmente i suoi interlocutori. Ad Ernesto Gismondi, ad esempio, dopo averne lodato le qualità imprenditoriali di “verticalizzatore” delle sue organizzazioni, chiede: “Sei d’accordo con me che *Selene* sia sbagliata dal punto di vista tecnologico? È come fare un pollaio in cemento armato” (p. 154). E Gismondi deve ammettere che “alla fine costava veramente troppo” (p. 154). A Roberto Poggi, parlando della sedia *Luisa*, domanda: “Posso fare un ragionamento un po’ da ingegnere? Secondo te l’idea di fare l’incastro nel punto di maggiore sforzo, dal punto di vista costruttivo, è una cosa giusta?” (p. 395). E Poggi si difende prontamente: “Sì. E ti spiego perché. Se realizzi due incastri nel legno e li risolvi con due spine, la reazione è totalmente assorbita dalle spine. Se invece gli incastri sono dentellati, la reazione è data dalla somma delle superfici degli incastri” (p. 395). Magistretti e Albini, i rispettivi progettisti delle sedute, non sono citati in queste riflessioni tra Castelli e i suoi amici, come se fossero questioni che, da sempre, fossero stati abituati a risolversi da soli.

Tra i segni di declino della tradizione industriale del design italiano, Castelli sottolineava allora la trasformazione delle aziende da *product oriented* a *marketing oriented*, in cui la capacità di visione dell’imprenditore abdica all’analisi del cliente e dei consumi.

Ne derivavano alcuni dilemmi (tra cui la delocalizzazione) da cui il design del nostro

paese fatica ancora districarsi e che Castelli sintetizzava parlando di una “sensibilità per la qualità che abbiamo noi, anche in lavorazioni semplici come quella delle plastiche. In Italia abbiamo un *know how* che non si riesce a trasferire. [...] In Italia abbiamo i distretti, in altri paesi no”. (p. 168)

A quasi dieci anni di distanza, il libro di Chiara Alessi riprende idealmente il testimone di quelle interviste e cerca di rimettere a fuoco una situazione divenuta, nel frattempo, molto più complessa, riannodando il filo delle riflessioni sulla manifattura e il produrre in Italia, facendo il punto sulla questione dei distretti e ragionando anche di artigianato, distribuzione e comunicazione.

Pur avendo frequentato e respirato fin da adolescente in famiglia lo “spirito di fabbrica”, Chiara Alessi fa la giornalista, e giornalistico è il suo approccio all’indagine. *Design senza designer* è un *reportage* sulla condizione attuale del design italiano visto “dall’altra parte”. Parlando di design senza parlare di designer (questa la chiave di lettura del titolo che si presta, altrimenti, a essere facilmente frainteso), la Alessi cerca di dare voce a quegli artefici che, a vario titolo, ruotano attorno al mondo della produzione, focalizzandosi sugli “altri” mestieri collegati al design. Il carattere di saggio-inchiesta ha il vantaggio della “presa diretta” e il limite che la voce dell’autrice risulta spesso in secondo piano rispetto a quelle a cui la ricerca dà spazio.

L’uscita del libro è stata anticipata dal video-documentario *Viaggio per luoghi comuni e mestieri speciali*, curato dalla stessa Alessi e presentato lo scorso settembre a *Milano design film festival 2015*, nel quale sono montati frammenti di interviste in un alternarsi di *location* tra laboratori, studi e fabbriche. Leggendo in parallelo il documento filmato e il libro si coglie lo sforzo compiuto: mentre dal video trapela soprattutto l’amarezza degli artefici per la difficoltà a districarsi nel mondo della competizione globale, il libro cerca di volgere in positivo i problemi e le osservazioni raccolti. Questo suo atteggiamento di ricerca, che mescola la speranza per una rinascita del design italiano a una sana disillusione, è tipico delle nuove generazioni di designer a cui la Alessi ha dedicato il suo precedente libro, *Dopo gli anni Zero. Il nuovo design italiano* (Roma-Bari: Laterza, 2014), dove racconta le trasformazioni delle aspettative e delle opportunità della professione del designer.

Design senza designer dipana invece un viaggio per luoghi comuni e mestieri speciali in un percorso in cui si ricuciono alcuni frammenti di un’Italia che, come scrive l’autrice, “fatica a trovare una nuova configurazione produttiva” (p. 26). Da Carate Brianza (Secostampi-Plastamp) a Giussano (Erreplast), a Cantù (Riva 1920), passando per la val Camonica (Creacemento), fino al distretto friulano della sedia di Manzano, per ridiscendere nell’Emilia della ceramica di Fiorano Modenese (Mutina) e oltre ancora, il paesaggio della produzione mostra il proprio carattere resiliente e adattativo. Anche se nella lettura dei territori sfuggono all’autrice alcune sfumature (nel parlare, ad esempio, di Kristalia di Prata di Pordenone, non si fa alcun accenno al fatto che in quel distretto Ikea abbia uno dei maggiori centri di produzione europei), le voci degli interlocutori mettono in rilievo alcune questioni non trascurabili; anche rispetto al ruolo che il progetto potrebbe ancora avere in questa variegata nuova geografia della produzione, nella quale anche le start-up dell’artigianato digitale hanno la loro ragion d’essere nel tentativo dei figli di trovare la propria strada rispetto al modello industriale praticato dai padri.

Il libro si chiude con un capitolo dedicato al rapporto tra comunicazione, critica ed editoria del design. Ciò che l'autrice si chiede, per chiudere, è come mai in Italia, dove vengono pubblicate quasi la metà delle riviste di settore di design e architettura nel mondo, si fatica a sviluppare un approccio critico nei confronti del design? Le risposte sono molteplici (e la nostra rivista, da parte sua, ha dedicato lo scorso numero monografico al tema delle scritture sul design, ricostruendone l'intreccio di ragioni storiche e qualità letterarie), ma il nodo sembra essere nella frattura tra il modo in cui del design si parla è ciò che il design e la sua produzione realmente sono. Una frattura tra cultura e lavoro, tra arte e tecnica, che neppure il superamento dell'idealismo, nel secondo dopoguerra, è riuscito a sanare. Chiara Alessi ricorda la lettera indirizzata da Gaetano Pesce, nel 2010, all'allora Presidente della Repubblica italiana Giorgio Napolitano, nella quale lo pregava di promulgare il discorso d'inizio anno da dentro una fabbrica, come "formidabile segnale". Pesce, come si legge nel libro di Castelli, ha frequentato a lungo le fabbriche del design. Quand'era giovane Cesare Cassina gli passava un mensile per "fare ricerca", senza pretendere nulla di preciso in cambio. E soprattutto senza farlo sapere ai propri fratelli. Quanti imprenditori sarebbero disposti a farlo oggi?

ID: 0710

RECENSIONI

LOST IN TRANSLATION

Elena Dellapiana, Politecnico di Torino

Orcid ID: 0000-0002-2447-0491

PAROLE CHIAVE

Artigianato, Design, Made in Italy

Catharine Rossi, *Crafting Design in Italy. From Post-war to Postmodernism*, Manchester:

Manchester University Press, 2015. 219 pp. ISBN 978-0-7190-8940-4. € 92,99.



Il libro di Catherine Rossi, frutto della sua tesi di dottorato, rappresenta bene una linea di ricerca tipicamente anglosassone portata avanti in particolare dalla scuola dove attualmente la troviamo, la Kingston University di Londra, in cui da anni esiste un corso di studi interamente dedicato alla storia dell'arte e del design, oltre a un centro di ricerca sul design di interni diretto da Penny Sparke.

Adottando la cronologia "classica" applicata al design italiano, dal dopoguerra al post-modern, la ricerca costituisce una novità da molti punti di vista. Il primo, meramente cronachistico ma non per questo meno significativo, è che si tratta di una storia scritta da qualcuno che per motivi anagrafici e geografici non ha assistito di persona a nessuno dei momenti oggetto di racconto. Fuori dalle narrazioni di Gregotti (1982), Branzi (1999), Casciani (2008) e altri, e dunque al riparo da coinvolgimenti diretti e dalle conseguenti

forzature, la trattazione della Rossi risente tuttavia di uno dei *topoi* critici applicati al progetto italiano più frequenti nelle culture anglosassone e statunitense, vale a dire la lettura del progetto, dei prodotti e dei processi produttivi come risultato di un approccio artigianale, lettura messa in pratica fin dal primissimo dopoguerra negli Stati Uniti, con le mostre dedicate dal MoMA e da altre istituzioni al complesso delle arti italiane, incluso il design. *Craftmanship, handicraft* e tutta una gamma di sinonimi di una visione che assume la sfumatura di categoria dello spirito, sono qui la chiave di lettura sia per la scelta degli argomenti sia per la loro interpretazione. Anche questo aspetto costituisce una novità perché la “parte” dell’artigianato è stata considerata dagli storici/designer italiani come la debolezza di un sistema industriale arretrato (Branzi, 2008), laddove altri, tra cui chi scrive (Bulegato&Dellapiana, 2014), hanno cercato di accentuare il ruolo del progetto davvero industriale, soprattutto nelle sue relazioni e nella circolarità tra design e architettura, e dunque a privilegiare il ruolo dei modi del progetto rispetto alla sua realizzazione, manuale o industriale.

Il programma della Rossi è chiaramente espresso: “È necessario rivedere la storia del design italiano del dopoguerra in relazione con il suo rapporto con l’artigianato” e ancora, “La letteratura non sottolinea a sufficienza le coesistenza tra artigianato e industrial design” (p. 3), come chiaramente espressa è la sua continuità con l’approccio critico anglo-americano (p. 4) che l’autrice accomuna alle letture italiane che insistono sull’arretratezza del sistema industriale nazionale.

Il racconto del progetto italiano, a dimostrazione della linea interpretativa, è affrontato attraverso lo sguardo esogeno che si attiva a partire dalle iniziative della House of Italian Handicraft, voluta da Max Ascoli nel 1945 per la diffusione, valorizzazione e commercializzazione dei prodotti italiani negli Usa, fino alla mostra itinerante *Italy at Work*, promossa dal Ministero del Commercio Estero italiano e dalla CNA, ma pagata con i fondi del piano Marshall destinati alle iniziative culturali atte alla ridefinizione delle identità anche produttive, oltre che politiche, dei paesi usciti dalla devastazione del secondo conflitto mondiale. Ma se il grande successo di tutte le iniziative, riflesso nelle vendite e nelle recensioni ospitate sia nelle riviste specializzate sia nei tabloid, è tutto incentrato sull’aspetto artigianale, sulla capacità di fondere progetto e arte ed eseguirlo mediante la sapienza di attenti esecutori, nell’insieme fanno capolino i prodotti Olivetti o Innocenti, la cui valorizzazione è comunque legata alla ricerca formale che assegna a prodotti indubbiamente industriali un’aura di artisticità che sorprende e affascina il pubblico statunitense.

L’analisi procede passando al versante italiano, dove vengono estrapolati gli episodi “artigianali” nelle Triennali del dopoguerra, in particolare nella IX edizione del 1951, svolta all’insegna dell’“Unità delle arti”, dove le sezioni della ceramica, dell’*Architettura Spontanea* (dove c’è già tutto l’impianto della mostra che il MoMA promuoverà nel 1965, *Architecture Without Architects*, curata da Bernard Rudofsky), delle piccole imprese sono interpretate come segno della tendenza artigianale del progetto italiano, per poi affacciarsi alle icone del design italiano degli anni cinquanta, come la sedia Superleggera di Ponti (già celebrato nella mostra americana come autore di un incredibile *pastiche* che coinvolgeva, in ottemperanza alle richieste dei curatori americani, Fornasetti e altri artisti/artigiani) o la poltrona Margherita di Albin, entrambe viste come risultato di un processo progettuale e produttivo che mantiene al suo centro il *crafting*.

Superleggera, Margherita e i primi progetti per Gavina sono poi interpretati come porte che conducono direttamente agli anni del boom, dall'Italia della fame a quella del fine settimana fuori porta e delle utilitarie fino a quella che, grazie al continuo apporto dell'artigianato, immette sul mercato oggetti di lusso - dove per lusso l'autrice intende l'uso di marmo, vetro e finiture accurate - senza attenzione a un paese che continua a rimanere "povero" e che non è coinvolto in una pratica di diffusione di oggetti industriali più "democratici". La XII Triennale del 1960, ricordata per i temi intorno alla scuola - la scuola dei banchi e degli alunni, ma anche le scuole di design -, viene evocata come occasione di discussione proprio sul tema del "lusso", del ripiegarsi sulle pratiche della bottega invece di avviare virtuosi percorsi di diffusione del buon progetto. Si fa riferimento alla discussione ospitata sulle pagine di *Stile industria* e che vede le posizioni di Reyner Banham e di altri autori di grande spessore e notorietà, ma tutti appartenenti all'area culturale statunitense, come di area anglosassone sono le interpretazioni della più ampia storia italiana, quella economica, politica o di costume (Clark, Lumley, Rifkind e altri) alle quali si riferisce la Rossi. Banham, che nel 1959 aveva tuonato contro il neoliberty italiano, trattato come una "infantile regression" (1959, p. 235) oltre che come una colpevole ritirata dal Movimento moderno che è per lui l'unico approccio ancora valido, nel 1960 non può che ribadire le sue critiche - ideologiche, ma soprattutto formali -, insieme al gruppo, evidentemente voluto da Rosselli, di alfieri della causa industriale, di redattori e critici delle maggiori riviste inglesi e americane, che in coro affermano, con Banham, che il design italiano, o quantomeno la sua immagine veicolata alla Triennale, è troppo poco industriale, è fatto a mano ed è regressivo, se non decadente. Ancora con uno sguardo agli Usa si chiude il capitolo sull'avvio del radicalismo, dove Ettore Sottsass jr, importatore insieme a Nanda Pivano della controcultura della beat generation, contesta l'eccesso di artigianato, per poi dedicarsi a produzioni esclusivamente artigianali anche se "non rifinite" (1954, p. 67).

Il passaggio dal radicalismo al postmoderno descritto dalla Rossi diventa così un ottimo esempio di come il crafting sia stato centrale nel progetto italiano. Anche se si tratta di un passaggio lungo quasi venti anni, le persone sono le stesse - Sottsass *in primis* - e i meccanismi sono simili, cessando improvvisamente soltanto l'apporto ideologico.

L'osservatorio di questa fase è ancora fortemente orientato da oltreoceano: la mostra del 1972 curata da Emilio Ambasz apre la vicenda per proseguire con i contatti con il pop e la cultura del *do it yourself* che vede nel gruppo dei *Global Tools* e degli "Earth Whole Catalogue" le due facce di una stessa medaglia per poi sfociare nell'allegria incoscienza del percorso Alchimia-Memphis, dell'idea della "cosmesi universale" e - ancora una volta - nella corrispondenza tra il postmodern italiano e molto edonismo (reaganiano?). Gli approcci (pseudo) marxisti di Enzo Mari, sociali di Riccardo Dalisi o visionari di Ugo La Pietra spingono, come è ovvio, in alto il ruolo dell'*handicraft* negli stessi anni in cui, forse sarebbe opportuno ricordarlo, la mitografia dello "Stile italiano" trova la sua consacrazione definitiva grazie alla moda e, precocemente, al cibo, tutte cose, a cui si associa il lavoro manuale (si veda la mostra *Profilo Italia* curata a Torino nel 1990 da Branzi).

La riconsiderazione del ruolo che l'artigianato assume nella parabola del design italiano operata dall'autrice passa attraverso fatti rilevanti, oggetto di dibattito e ripensamenti soprattutto da parte di figure eterodosse rispetto al panorama dei progettisti, più frequentemente critici, come ben esemplifica l'infelice esito del convegno proprio alla XII Triennale, su "Arte-artigianato-industria" riportato sulle pagine di *Domus* da uno

sconsolato Gillo Dorfles (1960) che non riesce a spiegarsi come i progettisti non siano interessati da un così cruciale snodo. E qui urge ipotizzare una risposta, a Dorfles ma anche al lavoro della Rossi, così assertivo e convincente da spingere a riguardarsi le fonti, a sfogliare le riviste e a tornare sulle cronologie, a porsi ancora domande, e anche in ciò sta il merito della sua ricerca. Se oggi a molto design, soprattutto quello legato ai *makers* e all'*homo faber* (guarda caso!) interessa mostrare il processo più che il progetto il risultato, o l'impressione è che a monte del design italiano, fin dagli anni venti del secolo scorso, ci sia l'interesse per il progetto e per il contributo che questo dà al prodotto, a prescindere dai modi esecutivi. E la straordinaria fiducia nel progetto, nel ruolo demiurgico del progettista, sta alla base di molte incursioni italiane, anche contemporanee, dei designer nelle più chiuse roccaforti dell'artigianalità di tradizione, come la Murano del vetro soffiato, la Toscana della ceramica o della pietra. Il "come" è un evento di mezzo, appunto, che alcuni autori - quali il gruppo intorno a Rosselli e *Stile industria* - spingono senza neppure troppi integralismi verso l'automazione, altri - ad esempio il gruppo intorno a *Domus* e Ponti (ma spesso sono gli stessi) - tendono a considerare solo in occasione di speculazioni disciplinari. Ma allora perché tutta questa rilevanza assegnata al "fatto a mano", che non è certo un'invenzione o una forzatura dell'autrice, ma è ormai connaturata all'identità del progetto italiano? Proprio il percorso delineato dalla Rossi ci suggerisce che si tratti di una visione mutuata dall'approccio statunitense e ritornata, grazie anche alla sua efficacia a livello di marketing globale, come categoria critica e qualitativa a sé stante. L'origine potrebbe essere proprio nella caratteristica del rapporto tra progetto e produzione che negli Usa esclude quasi integralmente l'apporto manuale: alla cultura progettuale americana manca totalmente, fin dai primi flussi migratori europei, la dimensione artigianale, intesa come la intende la Rossi, ovvero produzione realizzata in larga parte "a mano", forte legame tra i materiali e i loro modi di utilizzo, accuratezza nell'esecuzione e - quasi - una visione del mondo. Inoltre, il concetto anglosassone di *craft* è ancora fortemente legato, come la stessa autrice ammette, all'*Arts and Craft* di morrisiana memoria, in chiave fortemente anti-industriale dove l'industria nel mondo tardo vittoriano assume il ruolo di nemese delle aspirazioni al bello delle gilde e delle confraternite. Storicamente, poi, l'accentuazione del lato artigianale e delle piccole e medie imprese corrisponde, negli anni del primo dopoguerra e dell'inizio della vicenda narrata, a un programma economico-politico molto chiaro concepito per l'Europa e per l'Italia in particolare: evitare aspetti concorrenziali con il prodotto industriale Usa e spingere un approccio produttivo abbondantemente sperimentato nel ventennio fascista che, in una fase che non dava sufficienti garanzie sul futuro politico del paese in chiave anticomunista, mira a contenere lo sviluppo della grande industria, relegata a poche realtà "amiche" come la Fiat di Valletta o il polo milanese dei Breda, Falck o Pirelli. Quello che ci racconta il volume della Rossi è pertanto come sia stata accuratamente costruita e rafforzata un'immagine del progetto e del prodotto italiani da parte della cultura inglese e americana. E come questa immagine sia stata prontamente accolta e introiettata da molta critica italiana per la sua incisività ed efficacia nella definizione di una linea nazionale, anche per contrastare - molti progettisti si esprimono in questo senso già dagli anni Cinquanta - la pervasività del progetto scandinavo, come primo indizio di una successiva, e puntualmente verificatasi, globalizzazione del gusto e dei prodotti.

Una traslazione critica, dunque, che può e deve far riflettere sui modi di definizione della cultura progettuale da parte di culture altre e può e deve stimolare ad affacciarsi al panorama critico internazionale per raccontare la stessa storia vista dal punto di osservazione italiano, non in concorrenza, ma con spirito di confronto e collaborazione.

Riferimenti bibliografici

- Banham, R. (1959, April). Neo Liberty. The Italian Retreat from modern Architecture, *Architectural Review*, 747, 232-235.
- Branzi, A. (1984). *La casa calda. Nuove esperienze del design italiano*. Viareggio: Idea Books.
- Branzi, A. (1999). *Introduzione al design italiano*. Milano: Baldini&Castoldi.
- Bulegato, F., & Dellapiana, E. (2014). *Il design degli architetti in Italia 1920-2000*. Milano: Electa.
- Casciani, S., & Sandberg, T. (2008). *Design in Italia. Dietro le quinte dell'industria*. Milano: 5 Continents Editions.
- Dorfles, G. (1960, dicembre). Alla Triennale. Convegno "Arte- artigianato-industria", *Domus*, 373, 37-38.
- Gregotti, G. (1982). *Il disegno del prodotto industriale: Italia 1860-1980*. Milano: Electa.
- Scrivano, P. (2013). *Building Transatlantic Italy. Architectural Dialogues with Postwar America*. Farnham, Uk-Burlington, Usa: Ashgate.
- Sottsass, E. (1954, dicembre). Katsura. Villa imperiale a sudovest di Kyòto, *Domus*, 300, 66-67.

MASSIMO DOLCINI. LA GRAFICA PER UNA CITTADINANZA CONSAPEVOLE

Monica Pastore, Università Iuav di Venezia

Orcid ID: 0000-0002-9348-1688

PAROLE CHIAVE

Grafica di pubblica utilità, Massimo Dolcini, Storia della grafica

Massimo Dolcini. La grafica per una cittadinanza consapevole, mostra a cura di Mario Piazza. Fano, Galleria Carifano di Palazzo Corbelli (3 luglio-10 settembre 2015).

Progetto dell'allestimento e grafico di Leo Guerra.

Catalogo: a cura di Mario Piazza, progetto grafico di Leo Guerra, Verona: Grafiche Aurora, 2015. 152 pp. Ill. ISBN 978-88-97913-34-4. Non in vendita.

A dieci anni dall'improvvisa scomparsa di Massimo Dolcini (Pesaro, 1945-2005), figura di spicco della cosiddetta grafica di pubblica utilità[1] - filone di pensiero e movimento sancito ufficialmente dalla Prima Biennale della Grafica svoltasi a Cattolica nel 1984[2] - una mostra e un catalogo ne ricordano la generosa operosità.

Le precedenti iniziative commemorative ed espositive dedicate a questo grafico, così come la costituzione dell'Associazione Massimo Dolcini pensata per salvaguardarne il patrimonio documentario e trasmetterne l'esperienza di progettista,[3] avevano messo in luce soprattutto la sua prolifica collaborazione con l'amministrazione comunale di Pesaro che a partire dal 1971 si dimostrò pronta e lungimirante nell'avvalersi di un progettista per comunicare con la cittadinanza. Episodi che hanno reso però evidente solo l'ampia produzione di manifesti per la pubblica amministrazione, contribuendo a introdurre un cliché e riconducendo Dolcini, scrive Mario Piazza, curatore della mostra e del catalogo, "dentro lo schema cristallizzato, quello di 'cartellonista sociale'" (2015, p. 14).

Per questo motivo, l'esposizione organizzata dalla Fondazione Gruppo Credito Valtellinese, in collaborazione con AIAP - Associazione italiana design della comunicazione visiva e Assessorato alla cultura del Comune di Fano, e ospitata presso la Galleria Carifano di Palazzo Corbelli a Fano, si pone l'obiettivo di tracciare un percorso critico e più complesso dell'attività professionale di Dolcini. Viene maggiormente sottolineata la sua poliedrica figura di grafico, artista, fotografo, artigiano e operatore culturale (Palma & Carifano, 2015, p. 9), permettendo così anche a un pubblico più vasto di cogliere quali sono stati gli aspetti salienti del suo iter progettuale e di immergersi in profondità nel pensiero e nella ricerca professionale.

Pare doverosa una premessa per inquadrare il periodo di formazione di Dolcini, come viene ricostruito nel catalogo da Piazza (ma non nella mostra) e per anticipare alcuni aspetti della sua figura approfonditi nelle sezioni della mostra. Il fulcro dell'attività di Dolcini è la progettazione grafica, intesa soprattutto come impegno civile verso il mondo.

Dolcini frequenta tra il 1967 e il 1969 il CSAG-Corso Superiore di Arte Grafica a Urbino, una delle poche scuole che in quel periodo permettono la formazione della figura professionale del grafico. L'esperienza di Urbino, assieme alla Scuola Umanitaria a Milano e ai CSDI-Corsi Superiori di Disegno Industriale (a Venezia, Roma e Firenze), rappresenta in quegli anni un momento di dibattito e di sperimentazione didattica nel campo della grafica. Il periodo della sua formazione coincide infatti con la stagione dei grandi tumulti sociali, del fermento culturale e dell'affermazione della controcultura - si usano, ad esempio, fumetto e illustrazione per elaborare nuovi linguaggi visivi -, nonché con il rifiuto del sistema economico capitalista e la volontà dei giovani di voler essere protagonisti della scena socio-politica. Negli anni di permanenza a Urbino, Dolcini segue gli insegnamenti di due protagonisti del panorama italiano: Albe Steiner e Michele Provinciali, che segnano profondamente il suo iter formativo e professionale, nonostante la distanza fra i due approcci. Da una parte, Steiner, grafico che ha coniugato la professione con il suo credo di militante comunista, spinge i propri allievi a considerare il mestiere del grafico strettamente collegato con il bene comune e il conseguente miglioramento sociale; dall'altra parte, Provinciali adotta invece un atteggiamento più intimistico e attento alla pluralità di linguaggi che si stavano sviluppando. Dolcini fa proprie alcune caratteristiche dell'uno e dell'altro: se da Steiner prenderà l'approccio sociale alla grafica, da Provinciali acquisirà il punto di vista intimo e poliedrico che connoterà successivamente i suoi lavori, soprattutto quelli legati alla città di Pesaro. Concluso il percorso formativo, nel 1973 fonda a Pesaro con Jole Bortoli e Mauro Filippini lo studio Fuorischema, che diviene protagonista della proficua produzione grafica relativa alla collaborazione con il comune pesarese.

Proprio da questo nucleo di progetti inizia il percorso di visita della mostra, che si apre con un corridoio in cui sono affissi sulla parete destra alcuni dei manifesti realizzati per il comune a partire dall'autunno del 1971, fornendo un primo quadro dell'approccio di Dolcini: rendere il messaggio chiaro e comprensibile a tutti. La cosa pubblica viene resa palpabile e quotidiana perché vengono rappresentati personaggi e scene corrispondenti alla realtà culturale e sociale di una piccola città di provincia. Gli utenti e i cittadini riconoscendosi nei segni e nelle immagini sono resi partecipi e costruiscono il consenso alla propria amministrazione comunale. I manifesti fanno quindi da specchio alla città e, attraverso di loro, Dolcini ricostruisce la vita degli abitanti in modo da popolare i muri di pensionati, casalinghe, operai, avvocati, amministratori, bambini etc., e imprimendo ulteriore vitalità con l'uso di colori sgargianti e dirompenti.

Sulla parete sinistra, invece, il visitatore trova alcuni dei materiali preparatori (fotografie, schizzi progettuali, provini fotografici) realizzati da e per lo studio Fuorischema.

Le riproduzioni di questi, oltre ad essere affisse sulla parete, sono anche collocate all'interno di teche che corrono lungo la parete stessa. La scelta di mostrare gli strumenti di lavoro del grafico riflette *in primis* la concezione che Dolcini ha della sua professione: non si considerava come il singolo autore e protagonista della comunicazione, né la figura detentrica sia del sapere culturale che di quello estetico, bensì una singola pedina del processo di comunicazione che vedeva coinvolte altre figure ed era il prodotto di una squadra. Ragione per cui questa prima e introduttiva sezione prende il nome de *Il grafico condotto. I manifesti per Pesaro (1971-1985)*. Il titolo nasce dalla metafora del "medico condotto" in cui spesso Dolcini riconosceva la sua professione; come il medico è consapevole che il suo lavoro non sarebbe efficace se non ci fossero altre figure con cui dividerlo, così

in particolar modo la comunicazione per il comune di Pesaro è il prodotto del lavoro del “grafico condotto” con gli amministratori, l’ufficio stampa, i dipendenti comunali, gli stampatori e gli attacchini. Utilizzando questo approccio il progettista mette a servizio la propria professionalità per il bene comune, esprimendo contemporaneamente anche un’idea di “cura” della città, dei cittadini e della collettività. La scelta, come già accennato, di mostrare nella prima parte della mostra il processo progettuale di Dolcini esibendo i materiali preparatori, fa emergere anche le sue grandi capacità come disegnatore e fotografo, tanto che gli artefatti degli anni di Fuorischema sono tutti disegnati oppure realizzati con fotografie rese al tratto (si può notare una similitudine con il linguaggio di Milton Glaser del Push Pin Studio, attivo negli Usa). In particolare, l’utilizzo del disegno, in quanto linguaggio universale, diventa il mezzo per comunicare facilmente con tutti e si manifesta come precisa strategia del progettista e dello studio per unificare concetti astratti e pertinenti a diversi ambiti. La mostra prosegue con una seconda sezione, *L’impegno civile. Propaganda politica e sindacale. L’edicola dei giornali*, che è uno zoom sull’impegno militante di Dolcini, evidenziato dall’esposizione di manifesti di propaganda politica, periodici, copertine e inviti. Tra gli artefatti esposti troviamo i manifesti dei congressi regionali del PCI delle Marche e quelli della FIOM-CGIL e diversi numeri di *Tazebao*, periodico di Democrazia Proletaria. Il linguaggio usato è sempre quello illustrativo e metaforico, che trae ispirazione dall’oralità e dalla cultura materiale. Per comunicare messaggi politici e sindacali sono utilizzati i simboli della quotidianità domestica, ad esempio lo spago o il filo che impacchettano il missile o la pistola, oppure rammendano e aggiustano la bandiera italiana. La strategia di Dolcini è quella di ricreare un ambiente confortevole e un immaginario familiare per gli elettori o i cittadini, calando la politica nel quotidiano così come aveva fatto per la comunicazione per il comune di Pesaro.



Fig. 1 - Sezione della mostra dedicata a *L’impegno civile*

Dopo la breve parentesi dedicata alla comunicazione politica, la mostra richiama l'attenzione dei visitatori sulla grafica di pubblica utilità, introducendo la terza sezione *La grafica utile e di impresa di Fuorischema*. Negli anni settanta e ottanta cresce infatti la fama di Dolcini come esponente della grafica di pubblica utilità e i suoi interessi si radicano sempre più nel territorio marchigiano. Ciò spingerà molte aziende locali a rivolgersi allo studio, introducendo così il lavoro di Dolcini nell'ambito della comunicazione aziendale. Qui però il contenuto dell'esposizione disattende le aspettative del visitatore che si aspetterebbe di trovare i progetti di comunicazione aziendale e invece osserva il sistema visivo identitario realizzato per il Rossini Opera Festival (sostenuto da Scavolini), ponendo così l'attenzione sulla comunicazione per le istituzioni culturali, ambito comunque affine a quello del comune di Pesaro.



Fig. 2 - Sistema visivo identitario per il Rossini Opera Festival

La quarta sezione, dal titolo *Il grafico imprenditore. DolciniAssociati*, mette in luce l'ampliamento e la ristrutturazione dello studio e il cambiamento di ruolo di Dolcini nell'iter del progetto; si sottolinea perciò in questa parte della mostra il passaggio dal "grafico condotto" all'impresa della comunicazione. Il salto di scala che faranno Dolcini e il suo studio all'inizio degli anni novanta riflette sia le esigenze di mercato che la crescita economica e produttiva della regione che, da metà degli anni ottanta, ha dato vita a quello che è stato definito il "modello Marche". I cambiamenti costringono Dolcini a ripensare la propria figura di grafico ricercando le modalità per non rinunciare alla componente ideologica che lo contraddistingue. Attraverso i lavori esposti - le identità visive delle aziende Scavolini, TVS, CMC e IFI - si coglie la volontà di produrre cultura grafica aziendale slegata dalla persuasione commerciale, in voga nell'ambito pubblicitario.

L'immagine prodotta da DolciniAssociati (fondata all'inizio degli anni novanta, art director un giovane Leonardo Sonnoli) è chiaramente altro da quanto visto nelle sezioni precedenti. Cambia soprattutto il linguaggio espressivo, dando più importanza alla funzione della fotografia e della tipografia. La trasformazione sottolinea la capacità di Dolcini di mettersi in gioco: è il momento in cui assume il ruolo di "regista" e non più di autore diretto del progetto, allo scopo di instaurare con i nuovi clienti un rapporto alla pari, da imprenditore a imprenditore.



Fig. 3 - Sezione *Il grafico imprenditore*



Fig. 4 - Sezione *Il grafico imprenditore*



Fig. 5 - Sezione *Il grafico imprenditore*

L'ultima sezione della mostra, *Il grafico artigiano*, è un approfondimento sul tema della cultura materiale che contraddistingue da sempre il pensiero progettuale di Dolcini. Il visitatore ha modo di confrontarsi con la poliedricità del progettista, trovandosi di fronte una varietà di oggetti: le ceramiche da lui realizzate; gli studi e i disegni preparatori per le decorazioni di piatti, sempre di ceramica; le annotazioni di viaggio; le illustrazioni per bambini; le fotografie di famiglia. Si entra quindi in contatto con la sua intimità che appare comunque strettamente connessa con il suo fare progettuale.

Nel complesso il percorso della mostra è abbastanza breve tanto da offrire ai visitatori la possibilità di soffermarsi a lungo sull'analisi dei materiali esposti. Il susseguirsi cronologico delle sezioni è reso chiaro da un allestimento semplice e lineare - su progetto di Leo Guerra - e la comprensione è facilitata anche dall'alternanza ripetuta tra manifesti appesi e artefatti riposti nelle teche. Quest'ultimo espediente espositivo varia solo nella sezione sulla comunicazione politica in cui si è cercato di ricreare lo spazio fisico dell'edicola su una delle quattro pareti della stanza.

Rispetto alla mostra, il catalogo fornisce alcuni testi introduttivi che, come estratti, accompagnano i materiali esposti, e offre la possibilità di approfondire notevolmente le tematiche in mostra, oltre a colmare una lacuna nella scarsa letteratura finora edita dedicata a Dolcini. Dopo l'introduzione firmata a quattro mani dai rappresentanti dei promotori della mostra (Angelomaria Palma e Francesco Giacobbi), il volume si divide in tre parti principali. La prima ospita un saggio di Piazza intitolato *Massimo Dolcini. La grafica per una cittadinanza consapevole* in cui la figura è inquadrata nel contesto storico e approfondita partendo dagli anni della formazione. La seconda è prettamente iconografica; in essa l'ordine delle immagini segue la suddivisione cronologica e tematica delle sezioni della mostra. La terza parte, infine, accoglie come apparati alcuni scritti di Dolcini, indispensabili per comprendere il suo percorso di grafico, che riportano riflessioni personali sul suo operato ed evidenziano fra l'altro l'impegno dell'autore rispetto alla diffusione del progetto in Italia negli anni ottanta e novanta.

Semplicità e linearità connotano il progetto del catalogo - come l'allestimento, sempre di Guerra -, per il quale è stato scelto un formato orizzontale (240×164 mm) che restituisce l'idea di un album di ricordi. La suddivisione tra le tre sezioni è evidenziata dall'uso di due differenti carte: i testi di quella introduttiva e il saggio di Piazza sono riprodotti su carta Woodstock Betulla, mentre la parte iconografica e gli apparati sono stampati su Symbol Matt Plus.



Fig. 6 — Copertina del catalogo Massimo Dolcini. *La grafica per una cittadinanza consapevole*



Fig. 7 - Pagine interne del catalogo



Fig. 8 - Pagine interne del catalogo



Fig. 9 - Pagine interne del catalogo



Fig. 10 - Pagine interne del catalogo

In conclusione, l'intento del curatore di mostra e catalogo di leggere Dolcini nelle sue molteplici sfaccettature ci pare raggiunto, anche per la capacità di mettere in luce i suoi lavori meno conosciuti, allontanando l'attenzione dal solo e celeberrimo lavoro per il comune di Pesaro. Dispiace solo che il catalogo, non essendo in vendita, avrà una diffusione limitata.

Riferimenti bibliografici

- Anceschi, G. (1984). (a cura di). Prima Biennale della Grafica. Propaganda e cultura: indagine sul manifesto di pubblica utilità dagli anni '70 ad oggi. Catalogo della mostra. Milano: Arnoldo Mondadori Editore.
- Archivio Massimo Dolcini. Disponibile presso <http://archivio.massimodolcini.it/public/manifesti/default.aspx> [3 aprile 2016].
- Carta del progetto grafico (luglio, 1989). *Grafica*, 7, 112-113.
- Steiner, A. (gennaio-febbraio, marzo-aprile, maggio-giugno, 1973). La grafica degli Enti Pubblici. *Linea grafica*, 1, 2, 3.
- Steiner, A. (1978). Contributo della grafica per una migliore educazione stradale. In *Il mestiere di grafico* (pp. 82-86). Torino: Einaudi.

NOTE

1. Fu Albe Steiner a teorizzare il rapporto fra grafica e servizi pubblici alla fine degli anni sessanta (Steiner, 1978) e in seguito a coniare la definizione (cfr. Steiner, 1973).↵
2. È storicamente individuato nel periodo che va dal 1971 al 1989 – anno in cui viene redatta la Carta del progetto grafico da parte di Aiap (Carta del progetto grafico, 1989) – ed originato anche dalle vittorie elettorali e dall’insediamento di giunte di centro-sinistra in numerose amministrazioni italiane. Per approfondire le riflessioni teoriche avviate in quegli anni, ad esempio durante un seminario organizzato all’Istituto universitario di architettura di Venezia da Gaddo Morpurgo nel 1979 – fra i partecipanti, Giovanni Anceschi, teorico ufficiale del movimento, e Massimo Dolcini – si veda Anceschi, 1984.↵
3. Cfr. Archivio Massimo Dolcini.↵

Riletture

IL DISEGNO INDUSTRIALE. “IL DESIGNER IN FABBRICA”

Raimonda Riccini, Università Iuav di Venezia

Orcid ID: 0000-0002-2490-9732

PAROLE CHIAVE

ADI, Disegno industriale, Industrial design, Professione del designer

In quelle vere e proprie miniere che sono le riviste aziendali degli anni cinquanta e sessanta, a ben cercare ci si imbatte in filoni aurei, la cui ricchezza e attualità non finiscono di sorprendere. Questa volta tocca alla rivista *Pirelli* (uscita dal 1948 al 1972), crogiuolo come altre sue coeve di informazione tecnico-industriale, elaborazione teorico-culturale e sperimentazione artistico-visiva.[1]

Il testo del 1957 di Giuseppe Forcellini, che qui ripubblichiamo, prende spunto da un documento in elaborazione da parte dell'Associazione per il disegno industriale, ossia di un'ADI giovanissima già alle prese con la questione della professionalizzazione del nascente disegno industriale. La necessità di normare i rapporti contrattuali fra il committente e il *designer* (stampato ancora in corsivo, a sottolinearne la scarsa penetrazione, oltre che in azienda, anche nel linguaggio nazionale) viene vista come un modo per favorire l'ingresso delle competenze del designer all'interno del processo produttivo, in una collaborazione armonica con i tecnici e in funzione del successo commerciale del prodotto, come peraltro già avveniva nei paesi industrializzati, Stati Uniti in testa (“all'estero l'*industrial design* è un imperativo categorico”). In realtà il testo si rivela un efficace resoconto delle difficoltà di affermazione del disegno industriale come professione in Italia. Ricco di annotazioni sulla diffidenza dei tecnici ad accogliere professionisti che consideravano come concorrenti, sulla scarsa propensione degli industriali a cedere parte della propria “sovranità” sui prodotti ad altri, sulla scarsa abitudine a lavorare collettivamente – insomma, sull'individualismo italico –, il testo mostra il retroterra sul quale si è sviluppata nella cultura italiana una mai sopita avversione verso l'idea della produzione di massa come fonte di appiattimento di quella creatività, espressività e qualità estetica vanto del design italiano.

L'Associazione per il disegno industriale sta compilando uno schema di norme generali che serviranno di guida per la stesura dei contratti tra industriali e disegnatori specializzati. È capitato in Italia che qualche grosso complesso industriale, dopo aver affidato a un architetto l'incarico di curare l'elaborazione estetica del prototipo di un determinato prodotto da fabbricare poi in serie, si sia trovato in un bell'imbarazzo di fronte alla necessità di redigere il contratto. Quale e quanto ha da essere l'apporto dell'architetto alla riuscita di un prodotto? E come va intesa la sua partecipazione e come stabilirla in vincoli contrattuali? L'azienda deve poter contare sulla presenza materiale di lui – che ha la sua professione ordinaria e i relativi impegni – e sulla sua funzione di controllo, di collaborazione pratica col

tecnico: ma come e quanto? E a valutare la quantità del lavoro prospettabile per una consulenza come si fa? E il compenso deve essere fisso o a percentuale sulle vendite del prodotto? Né è il caso di dimenticare la faccenda delle prestazioni in esclusiva, e neppure quella dei diritti sul progetto...

“Industrial design, questo sconosciuto”: ecco il primo capitolo, ancora da scrivere, della penetrazione del mondo industriale italiano di questo verbo che si è rivelato all’uomo moderno nella vertigine meccanica della produzione in serie. Di sola macchina l’uomo moderno si è accorto di non poter vivere, come non si vive di solo pane, ed è il “disegno industriale” che deve dargli il controllo di quella meccanizzazione che minaccia seriamente di sopraffarlo. Sono *slogans* sui quali quasi nessuno si sentirebbe oggi di sollevare, in teoria, obiezioni. E intanto, in vista della compilazione di quel primo capitolo che si diceva, conviene notare come di fronte al problema di mettere nero su bianco e stendere il contratto da committente a prestatore d’opera, i dirigenti di una, e non solo una di queste le grosse aziende industriali non sapevano dove andare a parare, e il problema l’hanno risolto con un amichevole invito all’architetto: scrivesse lui stesso la lettera che desiderava ricevere dall’azienda.

Inesperienza, empirismo sono fonte di dubbi, di disagi e, peggio, di equivoci o malintesi. Peggio ancora, possono essere causa dell’insuccesso di una produzione che sotto il segno del disegno industriale era nata magari a titolo di esperimento e di prova di buona volontà, senza troppa convinzione; talché quell’insuccesso diventa una patente di duratura e preconcepita squalifica del disegno industriale stesso, malinconico epilogo di un’impresa affrontata dilettantesca. Premesse e circostanze come queste, tutt’altro che improbabili, non incoraggiano certamente l’industriale e l’esperto della produzione a fare del *designer* un fedele collaboratore.

Le nozze felici fra il disegno industriale e la produzione in serie non si improvvisano: e senza confidenza, anzi intimità, tra tecnica ed estetica del prodotto nella quotidiana vita dell’azienda e dell’officina, non si giunge al traguardo positivo del fatto commerciale, traguardo che valido è solo in quanto il prodotto di quelle nozze vince su mercato, convince i clienti di fronte alla concorrenza. È questo in fin dei conti che importa, anche se la nobiltà di una politica produttiva mira ai risultati di alta classe e ne fa una questione di gusto; e anche se le dissertazioni dei teorici del disegno industriale parlano preferibilmente in chiave di cultura e di civiltà.

A dir vero non sono pochi gli onori tributati al disegno industriale in Italia, e uno dei frutti e insieme degli strumenti sicuramente fecondi è per esempio la costituzione, a Milano, della “Associazione per il disegno industriale”. Ma nell’atmosfera rarefatta delle idee non lavorano le macchine, non si calcolano i costi di produzione. E a questo proposito è interessante sentire un esperto come Antonio Pellizzari, per il quale il disegno industriale si legittima acquisendo diritto di cittadinanza sul piano della produzione, solo in quanto i costi di produzione risultino, grazie a esso, riducibili:

“Qualora l’abbellimento esteriore - egli scrive - non determinasse anche una riduzione dei costi, non si potrebbe parlare di disegno industriale, ma piuttosto di accademismo formale d’utilità davvero discutibile”.

Per soccorrere dunque i professionisti e gli artisti che come disegnatori industriali, in Italia, specializzati non sono (anche se tanti architetti, grafici, pittori hanno i numeri per diventarli); per soccorrere insieme gli industriali loro committenti, e insomma per chiarire come si maneggia praticamente questo *industrial design* senza far torto ai suoi principi

principi tutt'altro che indulgenti, è venuta all' "Associazione per il disegno industriale" l'ottima idea di compilare uno schema di norme generali che servano - e serviranno egregiamente - di guida per la stesura dei contratti nei casi più consueti di rapporto professionale.

Queste norme sono ancora in fase di discussione presso l'A.D.I., e ne daremo qui qualche anticipo. C'è da credere che facilitando la collaborazione fra *designers* e committenti queste norme faranno da battistrada a una sorta di diritto consuetudinario, che potrà formarsi appunto sulla loro scorta, in mancanza non solo di una codificazione vera e propria, ma anche di una prassi spontanea.

Bisogna invece convenire che all'estero l'*industrial design* è un imperativo categorico operante in migliaia di aziende, e che la ricerca del perfezionamento estetico del prodotto non è più un fatto di avanguardia, sta diventando piuttosto, in molti Paesi, costume. Da altro canto il suo rendimento economico è dato per pacifico, talché sono tante le aziende ormai abituate a non muovere un passo senza sentire che ne pensa l'*art director*, e a non mettere in fabbricazione uno spillo se il prototipo di questo non è stato prima distillato a forza di stretta collaborazione fra tecnici e *designers*. Non c'è allora da meravigliarsi che negli Stati Uniti gli *industrial designers* siano più numerosi degli architetti, e che la figura di questo "arbitrer elegantiarum" del mondo tecnico abbia i suoi caratteri professionali definiti e ben quotati sul mercato. Anche Francia, Belgio, Olanda, Inghilterra con il disegno industriale sono lanciaiustissimi, e da qualche poco ci si è messo d'impegno anche il Giappone.

E in Italia? L'italiano - dichiara Gio Ponti - è qualificatissimo per assumere un ruolo di guida nell'*industrial design* (che è un fatto internazionale non tanto legato alle condizioni d'ambiente quanto l'architettura, per esempio); ed è qualificatissimo, l'italiano, perché ha il senso del bello e della proporzione congeniti, e ha potuto affinare sensibilità gusto e capacità espressiva in secoli di esperienze e di glorie artigiane oltreché artistiche. Perché allora tutto ciò non ha giovato a promuovere una maggiore dimestichezza della tecnica produttiva con il disegno industriale? In Italia siamo ancora alla fase pionieristica e romantica, e tanto più meritorie sono dunque le poche aziende, poche, confessiamocelo, che dell'*industrial design* hanno fatto una mentalità e una condizione di lavoro. In Italia i tecnici nutrono diffidenza verso l'*industrial designer*, faticano molto a dirgli di sì nella pratica quotidiana dell'attività produttiva. Presumono di poter fare da sé. Quella specie di "unzione artistica" che il *designer* dovrebbe dare al prodotto che essi sono capacissimi di progettare e fabbricare senza di lui, non va a loro a genio. E si sa come il genio italiano sia di indole individualistica. Al tecnico che si vede e mettere al fianco un *designer* pare che questo sia intruso, venuto lì per farsi bello del lavoro di lui, e per pigliarsene il merito.

È l'individualismo strenuo dell'italiano ad alimentare dunque un fronte segreto di resistenza. Il lievito del lavoro in *équipe* non è certo di marca italiana, e non si insisterà mai abbastanza sul valore della collaborazione, sul concetto del lavoro a squadra. Dice l'arch. Alberto Rosselli, che presiede l'Associazione per il disegno industriale: "È scoraggiante e inutile cercare da soli la soluzione di problemi che per loro natura richiedono contemporaneamente interventi che provengono da più parti. Il disegno, la qualità di un oggetto industriale - ce ne accorgiamo ogni giorno di più - oggi molto meno competenza della tecnica o dell'arte e dell'organizzazione, quanto di quel particolare ambiente in cui tecnica ed arte ed organizzazione abbiamo trovato modo di essere perfettamente assimilati."

L'esito della collaborazione di un artista nella produzione è ancora oggi troppo il risultato di una serie di occasioni fortunate a sfortunate e di successivi e disordinati interventi, di simpatie o antipatie, di compatibilità o incompatibilità, e non di un metodo che riposi sulla fiducia e conoscenza delle capacità e dei limiti di ognuno".

A complicare le cose c'è poi da sospettare che ci si metta proprio quella certa investitura artistica che l'italiano riceve dalla natura, come si è detto che osserva Ponti. Il Curato d'Ars[2] diceva che è più facile convertire un bestemmiatore assassino che un monaco tiepido. E in Italia gli apostoli dell'*industrial design* non si trovano forse a predicare in loro verbo in un ambiente che sotto la specie dei dirigenti, dei tecnici, degli esperti della produzione nasconde "monaci tiepidi" in quantità?

All'*industrial designer* e non occorrerà di essere necessariamente architetto, occorrerà invece una formazione culturale approfondita: quanti invece non sono i professionisti che si sono dedicati al disegno industriale del tutto e sporadicamente, quasi per divertimento? Non può essere, il disegno industriale, un fatto casuale per il disegnatore: tantomeno deve esserlo per l'industria, alla quale spetta di farsene un principio organizzativo, un metodo, una mentalità che orienti tutta la sua politica produttiva. È per questo che è nata l'"Associazione per il disegno industriale", per promuovere esperienze e discussioni, incontri, visita alle fabbriche, contatti con gli esponenti delle simili associazioni straniere; e per offrire documentazioni, per divulgare, in definitiva, fra industriali artisti tecnici e consumatori le virtù del disegno industriale. Il riconoscimento giuridico della professione, la tutela della proprietà intellettuale, l'appoggio all'istituzione di scuole specializzate sono ancora nei propositi dell'Associazione milanese, che non ha voluto assumere carattere professionale e accoglie perciò nel suo seno industriali e architetti, critici e tecnici, pittori e studiosi. Ecco dunque l'Associazione, con lo schema delle norme per i contratti, venire incontro agli industriali di buona volontà che vogliono qualificare la loro produzione, eccola soccorrere quegli architetti e artisti che si cimentano a servizio della produzione stessa, per riscattarli da un certo diletterantismo che li vede magari impegnati nel disegno industriale come fosse un *hobby*, a compensi irrisori; oppure ricevendone di spropositati, altre volte, perché l'industria committente aveva idee grandiose, abituata a trattare in milioni, o non ne aveva, più precisamente, alcuna. Le norme metteranno sull'avviso nei riguardi della quantità del lavoro richiesto al *designer*: perché ci sono industriali che credono limitabile il concorso di lui alla preparazione del disegno, consegnato il quale, tutto il resto tocchi ai tecnici; e ci sono professionisti che credono di cavarsela con un disegno, e poi, costretti dalle circostanze a seguire il processo della realizzazione del prototipo, si accorgono che ci rimettono mesi e mesi di tempo.

Le prestazioni del disegnatore rientrano, nella generalità dei casi, in una delle seguenti categorie: consulenza; prestazione a compenso fisso; prestazione a percentuale (royalty). È importante rilevare come il lavoro del disegnatore venga considerato nelle seguenti fasi: a) stesura dei progetti preliminari comprendente tutti i disegni e modelli atti a individuare in linea di massima le caratteristiche del nuovo prodotto; b) stesura dei disegni costruttivi corredati delle istruzioni necessarie e assistenza alla realizzazione dei prototipi; c) verifica ed approvazione dei materiali e delle attrezzature necessari alla produzione.

In relazione al carattere dell'incarico affidatogli, il disegnatore si impegnerà fra l'altro a conferire con le persone designate dal committente, a recarsi allo stabilimento quando ciò sia ritenuto necessario o conveniente per lo studio dei metodi di produzione; a presentare i disegni entro i termini stabiliti, a collaborare per la riuscita dei modelli e dei campioni, nonché a dare le istruzioni necessarie per la realizzazione dei prototipi, fornendo durante questa fase di lavoro la sua diretta assistenza; ed entrando quindi in rapporto di collaborazione con i tecnici dell'industria perché il progetto esecutivo sia interpretato esattamente. È contemplato anche che il *designer* dia, se richiesto dal committente, il suo consiglio per quanto riguarda la confezione e la presentazione del prodotto al pubblico, e anche il materiale di propaganda.

Le norme, che beninteso definiscono tutti questi elementi con enunciazioni esaurienti, che qui abbiamo solo sfiorato, toccano poi gli impegni che l'industria assume di fronte al disegnatore per accelerare e facilitare la progettazione, trattano dei termini che bisogna sempre precisare, nei contratti, per la consegna degli elaborati da parte del progettista; trattano dei diritti sui progetti, anche nell'eventualità di rescissione dei contratti, e della tutela mediante un brevetto. Quanto alla riservatezza, le norme stabiliscono che il "disegnatore riterrà strettamente confidenziale e riservata qualsiasi informazione o notizia appresa nel corso del suo lavoro sui processi di fabbricazione, sulle direttive e sui procedimenti dell'azienda sua cliente". Per la proprietà intellettuale e la divulgazione viene precisato che il disegnatore "ha la paternità del progetto dei prodotti realizzati nella loro essenza secondo il suo disegno. L'industria potrà valersi e rendere noto il nome del disegnatore per la propaganda del nuovo prodotto nella forma e nello spirito definiti in comune accordo. È opportuno che al disegnatore sia richiesta una approvazione preventiva a discrezione della industria, prima di iniziare qualsiasi tipo di azione che comporti la citazione del nome del disegnatore". Tutto un capitolo delle norme chiarisce poi i termini nei quali si ha da trattare la faccenda del compenso per le prestazioni del *designer*. Nel caso di compenso fisso, la cifra globale può risultare quale somma dei compensi parziali preventivati per le tre fasi del lavoro di progettazione, e cioè per la stesura dei progetti preliminari, per la stesura di quelli esecutivi, e per l'assistenza ai prototipi e la verifica delle attrezzature. "Mentre il compenso per il lavoro corrispondente alla stesura dei progetti preliminari - così si legge sulle norme - viene normalmente stabilito a forfait, il compenso per i disegni costruttivi, l'assistenza e la verifica delle attrezzature per la produzione può essere stabilito a forfait o a ore. È opportuno in ogni caso che il disegnatore presenti al committente un preventivo del tempo richiesto per condurre a termine il progetto: su questo verranno calcolati compensi parziali per le tre fasi della progettazione e il compenso globale, tenendo presente che esso non dovrà superare in ogni caso una cifra massima e non essere inferiore a una cifra minima. Il calcolo verrà effettuato sui valori orari preventivati dal progettista in funzione del carattere del lavoro e delle collaborazioni che esso comporta". In tema di prestazioni a percentuale (royalties), che sono sovente praticate negli Stati Uniti, le norme compilate dall'Associazione dicono precisamente: "Il compenso pagato su una base di royalties rapporta l'utile del disegnatore alla riuscita del prodotto mentre riduce per il cliente le spese iniziali: in linea di massima questa somma iniziale corrisposta al disegnatore sarà computata come anticipo sul conto royalties. La royalty può essere computata in percentuale o sull'importo delle vendite o sul costo di fabbricazione o mediante cifra fissa per unità di prodotto.

Il calcolo preliminare delle royalties avviene su una previsione del numero di unità che verranno prodotte e vendute a partire dalla data fissata di comune accordo all'inizio del programma di produzione o di vendita. Nei termini del contratto potranno essere fissati i limiti di massimo e minimo entro i quali la percentuale potrà aumentare o diminuire rispetto alla base concordata". Il paragrafo prosegue per considerare i casi di esclusiva, o di contestazione, o di mancata osservanza degli impegni di produzione. Tutto ciò, come si è detto, a scampo di malintesi e di sorprese sgradevoli, e soprattutto, nell'interesse di un armonico inserimento del disegno industriale nell'attività produttiva.

Come si vede, quella che voleva essere una rivincita dell'uomo sulla macchina che "minaccia di sopraffarlo" è organizzabile su tutto un fronte normativo, fondamentale, da articolarsi poi quanto si vuole. Su questa base di chiarezza è lecito confidare che i rapporti fra industria e progettisti, abbiano tutto da guadagnare, abbiano da mettere nuove salde radici per fiorire in consapevoli programmi. Per le fortune dell'*industrial design* in Italia si dispone ora di uno strumento pratico, quindi stimolante, che per la prima volta porta un po' di luce d'esperienza là dove non si andava che a tentoni. Era importante, era indispensabile arrivarci, e una simile iniziativa attesta l'esistenza di un "movimento" in atto, oggi, che vuole decidersi a muovere i suoi passi su terreno concreto, su piano commerciale.

Per la prima volta del resto - ed è un altro segno positivo - si deve adesso registrare anche l'istituzione di corsi di disegno industriale: a dar loro vita sono le Facoltà di Architettura di Venezia e di Firenze.

Pubblicato originariamente in *Pirelli. Rivista d'informazione e di tecnica*, X(1), febbraio 1957, pp. 53-55 (si veda <http://www.fondazionepirelli.org/rivista/1957/1-I/sfoggia?pagina=53>).
Introduzione di Raimonda Riccini.

NOTE

1. Per saperne di più, <http://www.fondazionepirelli.org/rivista/> e <http://www.houseorgan.net/it/>.↵
2. Jean-Marie Baptiste Vianney, 1786-1859, parroco di Ars-sur Formans e attivo evangelizzatore [ndr].↵

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

VOL. 4 / N. 7
MAGGIO 2016

DESIGN AL LAVORO:
LA STORIA DEL PROGETTO
FRA STUDIO E IMPRESA

ISSN
2281-7603
