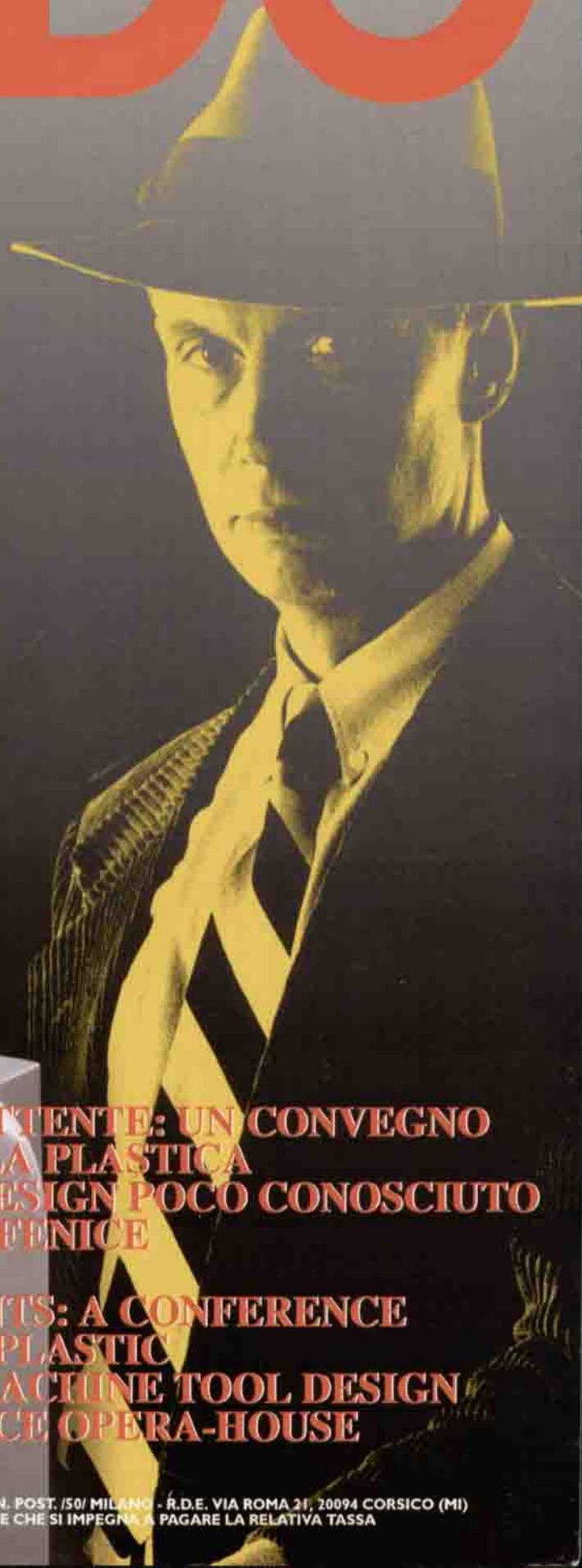


MODDO

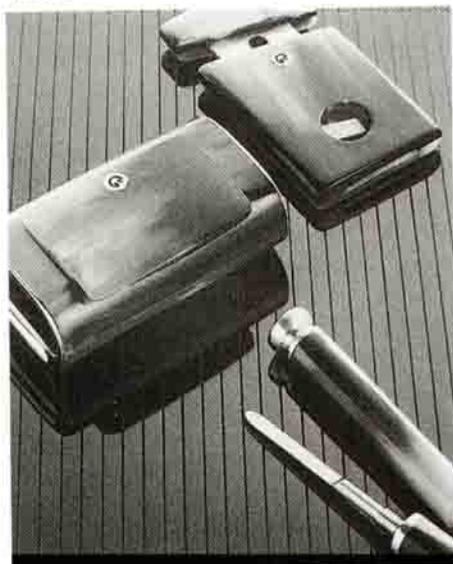


**L'ARCHITETTO E IL COMMITTENTE: UN CONVEGNO
IL RICICLO DELLA PLASTICA
LE MACCHINE UTENSILI: UN DESIGN POCO CONOSCIUTO
IL CASO LA FENICE**

**ARCHITECTS AND CLIENTS: A CONFERENCE
RECYCLING PLASTIC
THE UNSUNG WORLD OF MACHINE TOOL DESIGN
THE CASE OF LA FENICE OPERA-HOUSE**



■ Se il temolo e la trota non fossero ghiotti di quegli insetti che dopo una stagione larvale subacquea emergono alla schiusa che mette loro le ali, probabilmente Furio Minuti avrebbe uno studio più grande e sarebbe un designer imprenditore. Invece lavora solo, dedicando buo-



na parte del tempo libero a coltivare la sua sana passione: la pesca con la mosca (sorta di riflessione attiva che, tra i designer, viene praticata anche da Roberto Pezzetta, responsabile del design Zanussi). Armato di una piccola bobinatrice e di una miriade di fili colorati, piume e perline, Furio Minuti durante l'inverno costruisce sino a mille esemplari di insetti, vermi e pesciolini, idonei a trarre in inganno i pesci che però, se anche abbocheranno, avranno salva la vita. Laureatosi in architettura a Firenze nel 1978 con Adolfo Natalini e una tesi innovativa in plastica ornamentale, appartiene a quella «nidiata» di studenti, tra i quali ricordiamo Michele De Lucchi, Matteo Thun, David Palterer, di cui lo stesso Natalini ha detto che molti sono diventati bravi designer e pochi architetti.

Minuti. Anche se all'inizio ero molto attratto dall'architettura minore e su incarico della Soprintendenza per i beni ambientali e architettonici delle Marche ho recensito praticamente tutte le «case di terra» rintracciabili, spingendomi fino in Abruzzo, poi per carattere e vocazione ho

Le Marche della plastica

Colloquio con Furio Minuti, profondo conoscitore dei materiali plastici, sulla realtà produttiva di una regione di frontiera

di Virginio Briatore

rinunciato alla professione tradizionale. In pratica nella provincia di tangentopoli gli unici progetti veri erano prendere il lavoro e farsi pagare! Infatti guardandoci attorno, di buona architettura se ne vede poca. Stimolato dagli studi che avevo compiuti sulle opportunità della plastica ho

esercitare una sorta di proprietà sulle persone. In realtà dopo un anno è stata la stessa azienda a richiamarmi e nel 1985 è nata la serie «Papillon», sviluppatasi poi negli anni seguenti, il cui portatovagliolini è stato venduto in tre milioni e mezzo di esemplari. D'altro canto, ragionando



fatto domanda di lavoro alla Fratelli Guzzini e siccome il designer interno se ne stava andando mi hanno assunto. Sono rimasto 5 anni e già dopo pochi mesi mi sono ritrovato a essere il «responsabile sviluppo prodotti»; è stata una vera scuola, soprattutto per i rapporti che si sono venuti a creare con i tecnici, i prototipisti, gli stampisti. Di quel periodo molto prolifico i pezzi più interessanti sono la serie Caracas del 1980 e l'insalatiera con i macinini di sale e pepe della serie Season del 1984 che è ancora in produzione.

D. La sua fortuna quindi è stata iniziare con una grande azienda marchigiana, ovvero poter lavorare nella sua regione che è anche una terra di frontiera, considerando che più a sud le aziende design oriented si contano sulle dita di una mano?

Minuti. Certo, anche se è bene capire che per conservare la «fortuna» è necessario non abbassare mai la guardia. Mi spiego meglio: quando ho scelto di lasciare il lavoro interno alla Fratelli Guzzini per esercitare la libera professione ho avuto un periodo molto duro, perché spesso gli imprenditori sono «gelosi» e vorrebbero

sulla realtà marchigiana possiamo dire che la cultura del design ha conosciuto una crescita lenta e faticosa. Ancora oggi c'è molto design sommerso, vige il fai da te, che deriva anche dal fatto che molti nuovi imprenditori sono ex direttori di produzione o tecnici affermati. Quindi è difficile proporre innovazioni legate al design e la risposta classica è: «non si può fare»; ma in realtà il messaggio è: «non abbiamo voglia di fare sforzi, di assumerci nuove responsabilità». Per fortuna l'esempio di aziende storiche trainanti quali Guzzini, Bontempi, Scavolini, Fiam ha tracciato una strada culturalmente più evoluta sulla quale sono sorte aziende di buon livello, tra cui a esempio due con le quali sto lavorando con reciproca soddisfazione: Itema e Tenda Dorica. Che l'importanza del design si stia infine imponendo nella buona realtà produttiva della regione lo dimostra anche la presenza di numerosi designer provenienti da Roma, da Milano e dal Veneto.

D. L'ambiente del progetto e in special modo i giovani designer sono ancora in attesa di regole contrattuali su cui impo-

stare i rapporti di lavoro. Lei come si regola?

Minuti. Io ho scelto il compenso per royalties che è la forma più sana e indipendente: non sei di peso all'azienda, se sbagli due volte sei fuori, ma se il prodotto si vende guadagni. D'altro canto definire il compenso per un progetto è difficile: la fatica fatta non è quantificabile e non si capisce quanto sia il plusvalore del design. Per disegnare le caraffe «Papillon» ci ho messo un anno, con numerosi prototipi, mentre la bilancia «Lady B» è venuta perfetta in soli tre giorni; per cui a volte si ha paura di chiedere troppo, a volte troppo poco. Le royalties sono, usando la lingua marchigiana, «una pace di santi». Certo non tutte le aziende sono corrette e per i giovani entrare non è facile; io so di imprenditori che vedono un progetto e se pare loro interessante con un milione se lo comprano; poi lo cambiano leggermente e via... i giovani dovrebbero trovar la forza di rinunciare al milione, chiedere di seguire la realizzazione e che venga comunque scritto il loro nome, in modo da imparare e avere una referenza.

D. Che strada consiglia quindi, in particolare ai giovani designer che desiderino lavorare nelle Marche?

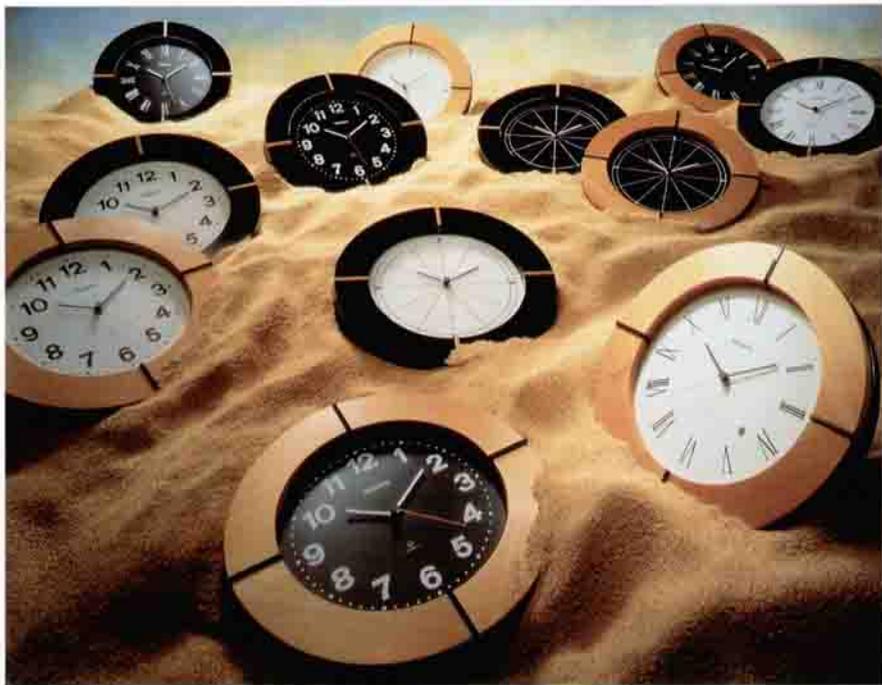
Minuti. Quando il giovane propone dei progetti le possibilità di riuscita sono poche: le aziende migliori hanno già i loro piani progettuali, quelle mediocri speculano sulla sua debolezza contrattuale. Credo che la scelta più costruttiva sia cercare di farsi assumere nelle aziende, con molta umiltà, e poi rubare con gli occhi il mestiere, imparare a conoscere a fondo i materiali. Oppure lavorare in studi già avviati che però qui da noi sono pochissimi.

D. Dopo 15 anni di esperienza, non potrebbe trasmettere un pò del suo mestiere?

Minuti. Io ho scelto di lavorare come un artigiano, perché voglio salvaguardare del tempo per la mia famiglia e per me. Inoltre mi piace creare personalmente le cose, vederle crescere nella testa e nelle mani. Se non riesco a farle da solo mi appoggio ai prototipisti, ai tecnici delle aziende e agli stampisti, persone con le quali si è creato un rapporto di intesa e di stima. Però sono contento quando mi chiamano a insegnare in corsi e convegni vari perché condivido e confronto volentieri le mie esperienze. Anzi una delle cose più tristi e assurde è vedere come il design sia assente dalle scuole normali. Io credo che bisognerebbe educare al design fin dalle elementari così come si insegna a leggere un atlante e a guardare un quadro. Invece nessuno ti insegna la storia del design, ti dice come «vedere» le posate, le lampade, i computer e in generale i milioni di oggetti che influenzano la nostra vita.

D. Qual è l'aspetto più entusiasmante del suo lavoro?

Minuti. Anzitutto c'è la soddisfazione di sapere i propri figli/oggetti presenti nella vita di tante persone, ma dal punto di vista creativo il momento più bello è quando si passa dall'idea al volume, quando la pla-



stica si stacca dallo stampo e una nuova forma si materializza. La plastica è un po' come il vetro: i progetti nascono da un lavoro d'équipe e forse la differenza vantaggiosa delle Marche sta proprio nell'eccellenza degli stampisti, persone che lucidano a mano uno stampo per ore: più viene lucidato, più costa, ma più bello e liscio viene l'articolo.

D. Allora lei è ancora innamorato della plastica!?

Minuti. Anche se da tempo con Rede Guzzini e poi con Tenda Dorica utilizzo legno, metallo, vetro e altri materiali, la plastica resta, forse per questo suo aspetto di creazione delle forme, una continua meraviglia. La plastica è il mondo nuovo che cerca una sua collocazione nell'universo degli oggetti. Un tempo si pensava di poter fare ogni cosa in plastica, ma invece questo materiale non sopporta forzature e a tutt'oggi rifiutiamo di bere ogni giorno da un bicchiere o da una tazzina da caffè in plastica. Però laddove il materiale trova la sua adeguatezza è vincente.

D. In vent'anni non solo la plastica è cambiata, ma si è anche spento il mito del

progresso infinito. Oggi, indipendentemente dal materiale, il designer deve considerare i limiti delle risorse e progettare una nuova etica; che etica segue pensando al futuro?

Minuti. È chiaro che bisogna ragionare in termini di riciclo. C'è un lato che spetta al governo, ma non capisco come mai aziende che fatturano centinaia di miliardi lavorando la plastica non si siano ancora dotate di un istituto di ricerca per studiare le latenti opportunità di riciclaggio. Eppure il problema è evidente anche per loro: nell'ultimo mese il metacrilato è salito da 7.000 a 8.500 lire il chilo. Il compito del designer forse è proprio quello di sensibilizzare senza tregua l'industria. ■

A sinistra, Virgola vasca idromassaggio con box doccia, Itema 1993; tabacchiera, tranciasigari e nettapipe, Rede Guzzini 1984; lampada da tavolo, Rede Guzzini 1993; bilancia, Fratelli Guzzini 1980. A destra dall'alto, orologi da parete Rede Guzzini 1990, selezione premio Bio 13; lavabo-consolle Notorius, Tenda Dorica 1992.

La cultura della climatizzazione

L'evoluzione dei sistemi di controllo del clima nell'esperienza della Rhoss di Pordenone, dalle grandi caldaie per riscaldamento agli innovativi elementi odierni

di Virginio Briatore

■ Riscaldamento e condizionamento sono due indicatori affidabili dello stato economico di una collettività e degli individui.

Pur senza addentrarci in traccati sociopsicografici ci viene spontaneo collegarli all'evoluzione della società, del corpo umano e ad alcuni dei paradossi che attraversano le "macchine": dall'auto, all'elettronica, all'elettrodomestico.

Da un lato, nelle società del benessere, cresce la durata della vita, dall'altro il corpo fisico si degrada e abbisogna di continue protesi o protezioni: occhiali da sole, memorie artificiali, controllo del clima. Un'assuefazione tecnologica che nel settore in questione è particolarmente evidente negli Stati Uniti dove i sistemi di riscaldamento propongono temperature che agli europei paiono elevate e quelli di condizionamento le abbassano oltre misura. Che dire poi del fenomeno condominio - casa unifamiliare? Non riusciamo a vivere isolati e al tempo stesso non sopportiamo i vicini: per cui la tendenza già compiuta nel riscaldamento è l'autonomia e quella in corso nel condizionamento è la parcellizzazione degli impianti ovvero la cellula architettonica autogestita. Infine la questione delle forme e del relativo design: si vorrebbe la tecnologia invisibile, nascosta, e al tempo stesso si spinge per renderla protagonista con segni forti, provocatori o per integrarla nell'ambiente architettonico e onirico, con forme morbide, colorate, amichevoli. Fenomeni che appaiono evidenti ripercorrendo in sintesi la storia della Rhoss,

azienda di Pordenone che è presente in tutti i settori del riscaldamento e del condizionamento civile e industriale con una gamma di prodotti vasta e diversificata. Pierantonio Locatelli, amministratore delegato di Rhoss s.p.a. ci spiega che l'azienda appartiene alla famiglia Locatelli, attiva in Friuli anche in altri settori industriali e in agricoltura, la cui terza generazione d'imprenditori s'affaccia ora al lavoro d'impresa. Nata nel 1968 come una costola della Ceramica Scala, all'epoca leader europeo nella produzione di sanitari, la Rhoss doveva servire ad aggredire il mercato da un lato sinergico. L'anno successivo la famiglia cede per intero le ceramiche a una società americana

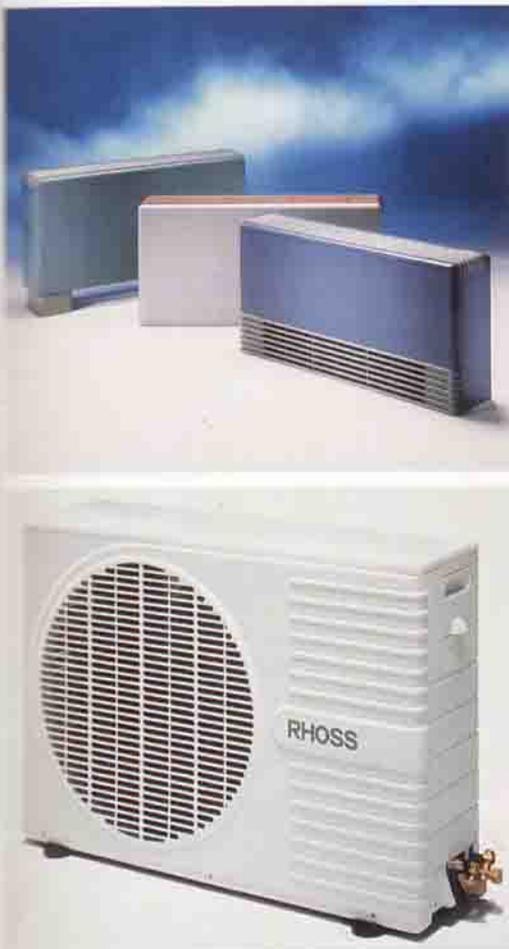


(l'odierna Ideal Standard) e decide di concentrarsi sul nuovo e più promettente settore. Sono gli anni delle grandi caldaie in acciaio, per il riscaldamento a gasolio e Rhoss, anche in virtù d'una partnership tecnica con un'azienda svizzera, conquista in breve interessanti quote di mercato. A conferma che il design non è un processo improvvisabile rileviamo che già nel 1970 le caldaie centralizzate Rhoss, benché destinate al buio perenne delle cantine, erano realizzate in acciaio colorato e con i pannelli dei comandi ben disegnati. Erano anche anni in cui nella ricca e igienica Svizzera si iniziava a lavorare al «trattamento dell'aria»: un'esigenza ancora poco sentita nella ben più calda Italia, ma sufficiente a far individuare alla Rhoss, nel 1972, la possibilità di una nuova branca produttiva.

Nel 1973 l'azienda inizia la produzione di caldaie unifamiliari a gas; il principio era: se si entra nelle case bisogna che la "macchina" sia disegnata e anche modulabile, per essere inserita nell'ambiente. Per cui le caldaie "Sintesi" erano già disponibili in 4 colori e la pubblicità diceva: «Tecnica e disegno».

Per chi avesse scordato la crisi petrolifera del 1974 possiamo dire che fu un fattore frenante per lo sviluppo dei sistemi di riscaldamento e che fu meno avvertita in quella che allora era la nicchia del condizionamento: e infatti nel 1978 Rhoss decise di affrontare questo settore con un progetto più vasto, integrato e competitivo.

La storia recente è di più facile lettura e



fa parte del percorso industriale dell'azienda: dapprima integrare i sistemi di riscaldamento e di condizionamento e subito dopo essere in grado di offrire al mercato e ai grandi contractors dell'edilizia tutti i componenti utili, dai generatori per il caldo e per il freddo agli impianti diffusori.

Oggi la Rhoos è un'azienda che fattura 100 miliardi, impiega 350 persone, opera su 40.000 metri quadri coperti, con gli uffici a Pordenone e due stabilimenti in Veneto e in Friuli dove l'unità produttiva è stata da poco arricchita di un quarto edificio progettato dalla mano esperta dell'architetto Gino Valle, il quale, dal 1959, cura tutti i progetti di architettura industriale della famiglia Locatelli. Distribuita in Italia attraverso 6 filiali l'azienda vende sul mercato nazionale l'80% del suo prodotto anche se la quota estero è in forte crescita.

«Il settore del condizionamento ha conosciuto una veloce espansione e negli anni Ottanta si sono venduti molto i grandi sistemi centralizzati. Poi col l'affacciarsi dell'esigenza domestica è cresciuta la richiesta di unità unifamiliari ed è proprio in questo settore che siamo riusciti a conquistarci una posizione di vertice imposta su tre elementi vincenti: la capacità propositiva, l'articolazione del prodotto e, negli ultimi anni, il design rigoroso ma "umano" dell'architetto Luigi Molinis». La riflessione di Pierantonio Locatelli prosegue e affronta l'evoluzione in corso in questo mondo produttivo così legato alle mutazioni del rapporto uomo/am-

biente: «Le richieste più evidenti oggi sono quelle di avere impianti parcellizzati, sempre più sezionati, ovvero luoghi dove, a esempio, una persona possa decidere di andare in ufficio il sabato mattina senza dover mettere in funzione tutto l'impianto. La tendenza quindi è di avere piccole macchine indipendenti e autosufficienti. In questa parcellizzazione apparentemente facile, perché non comporta tutto il know how di assistenza post vendita e di ingegneria impiantistica necessario a governare i grandi sistemi centralizzati, si sono lanciati molti nuovi produttori tanto che nel settore definiamo il condizionamento «l'industria rifugio». Ma mentre il mercato si è andato riempiendo di offerte per il caldo individuale e per il "freddo in una stanza" gli stili di vita delle persone si sono ulteriormente affinati e precisati. Nelle caldaie murali, a esempio, oggi produciamo ben tre tipologie di caldaie a produzione d'acqua calda istantanea, che sono le più diffuse; ma come scelta produttiva di qualità abbiamo sempre puntato su quelle ad accumulo dove è previsto un "bollitore" che contiene l'acqua. Di fatto in questo momento la domanda per caldaie ad accumulo è in forte crescita dato che il diffondersi dei doppi servizi, dell'idromassaggio e la sovrapposizione degli orari familiari fanno sì che vi sia esigenza di prelievo copioso e simultaneo. Al tempo stesso per tutto quel che concerne il trattamento termico dell'aria il concetto che noi da tempo abbiamo scelto di organizzare, via via sempre più richiesto, è quello della climatizzazione.

Climatizzare è la proposta preferibile: un unico piccolo impianto che in automatico scalda o rinfresca. Ma la parola "climatizzazione" prevede di intervenire anche sull'umidità, sulle polveri sino ad arrivare a quella che è una delle nostre punte di diamante: la cosiddetta "camera bianca" delle sale chirurgiche, dove il trattamento dell'aria è totale.

Il passo necessario ora è contribuire ad accrescere la cultura necessaria alla migliore convivenza tra l'uomo e le mac-

chine predisposte a generargli intorno il clima più adatto al suo benessere. Nel nostro nuovissimo Artemio abbiamo predisposto un efficiente controllore elettronico a microprocessore che è un sistema di autodiagnosi, per cui la persona deve solo scegliere la temperatura ideale e la macchina gestisce il ciclo ottimizzando anche i consumi energetici. In questo split (ossia un sistema diviso in unità esterna e interna, n.d.r.) il terminale a parete può essere dotato, invece che del già performante e semplice filtro in polipropilene, di un sofisticato e più costoso filtro elettrostatico che purifica l'aria da fumo, polveri, polline, parassiti. Ma per convivere meglio con l'ambiente e le problematiche della sostenibilità possiamo anche dire che la premessa è l'educazione alla cura, alla manutenzione anche verso macchine quasi perfette e automatiche. A volte non serve aggiungere un filtro, è sufficiente imparare a pulire con regolarità quello che c'è già».

Disegnato con la consueta proprietà linguistica e profondità di pensiero che contraddistingue il design di Luigi Molinis, il nuovo split Artemio ha suscitato al suo apparire a Parigi nel novembre 1995 uno straordinario interesse. Merito del segno tondeggiante e "radiofonico" che lo rende d'immediata vicinanza e della capacità aziendale di concentrare un'alta tecnologia in un volume contenuto. In questo modo l'unità interna può essere utilizzata nei luoghi più vari e in particolare nei vani, sempre vuoti, sopra le porte. Disponibile in 3 varianti di potenza e in un'unica dimensione, il climatizzatore è dotato di una pompa di calore in grado di invertire il ciclo caldo e freddo (ma è disponibile anche nella versione per il solo condizionamento), dispone di 8 funzioni base di regolazione tra cui la deumidificazione e la ventilazione che consente di scegliere sia la velocità che la posizione del deflettore. Per le opzioni legate al comfort ci sono 10 funzioni e allora si scopre che con "swing" il deflettore può avere un movimento oscillante ad angolazione prestabilita e che un led lampeggiando segnala che è giunto il momento di prendersi cura del filtro dell'aria. Il tutto naturalmente gestito da telecomando, come l'evoluzione della specie umana impone. ■



In alto a sinistra, foto di gruppo dei prodotti per il condizionamento della Rhoos, 1993.

In basso a sinistra, caldaia a gas metano Sintesi con base a terra, 1971.

In alto in centro, ventilconvettore Brio disegnato da Luigi Molinis, e unità esterna del nuovo climatizzatore Artemio, design Luigi Molinis (vedi unità interna in copertina).

In basso a destra, radiatori tubolari della serie Fluxo, in vari colori e misure.