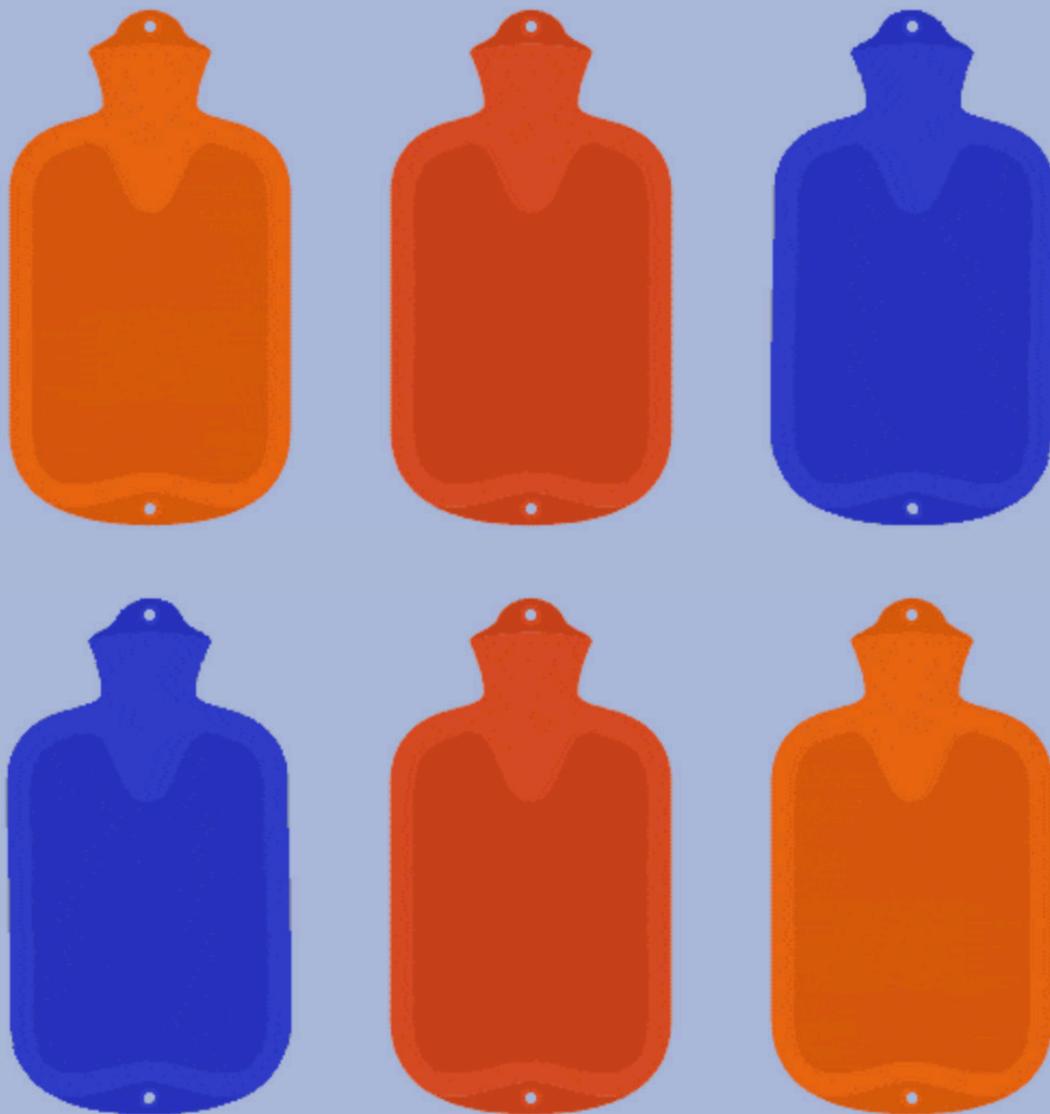


Ais/Design Journal

Storia e Ricerche

BORSE PER ACQUA CALDA, PIRELLI, 1940



AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE

VOL. 2 / N. 4
NOVEMBRE 2014

ITALIAN MATERIAL DESIGN:
IMPARANDO DALLA STORIA

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 Balcıođlu, 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	ITALIAN MATERIAL DESIGN: IMPARANDO DALLA STORIA Giampiero Bosoni, Marinella Ferrara	8
<hr/>		
RICERCHE	“LIEVITARE” LA MATERIA. PIRELLI, LA GOMMA, IL DESIGN E LA DIMENSIONE POLITECNICA NEL SECONDO DOPOGUERRA Marinella Ferrara	13
	MATERIALI E TIPI AUTARCHICI. LA CULTURA DEL PRODOTTO TRA INDUSTRIA E ARTIGIANATO NELL’ITALIA DEI PRIMI ANNI QUARANTA Federica Dal Falco	55
	DALLA CELLULOIDE ALLA PLASTICA BIO: 150 ANNI DI SPERIMENTAZIONI MATERICHE LETTE ATTRAVERSO L’AZIENDA MAZZUCHELLI 1849 Cecilia Cecchini	76
	PAOLO DE POLI (1905-1996), MAESTRO DELLO SMALTO A GRAN FUOCO Valeria Cafà	102
	L’APPROCCIO DELLA FRATELLI GUZZINI AI MATERIALI Valentina Rognoli, Carlo Santulli	113
	PROTAGONISTI E MATERIALI DELLA CULTURA DEL PRODOTTO INDUSTRIALE NELL’ITALIA PIÙ A SUD. INTENZIONI E SPERIMENTAZIONI NELLE FIGURE DI ROBERTO MANGO E NINO CARUSO Vincenzo Cristallo, Ermanno Guida	130
	ABET LAMINATI: IL DESIGN DELLE SUPERFICI Chiara Lecce	151
	IL DESIGN DEI MATERIALI IN ITALIA. IL CONTRIBUTO DEL CENTRO RICERCHE DOMUS ACADEMY 1990-1998 Giulio Ceppi	194
<hr/>		
MICROSTORIE	THE THREAD OF CORONA KRAUSE, BEYOND THE BAUHAUS Matina Kousidi	222
	FRANCO ALBINI E LA GOMMAPIUMA PIRELLI. PER UNA STORIA DELLA SCHIUMA DI LATTICE DI CAUCCIÙ IN ITALIA (1933-1951) Giampiero Bosoni	236
	IL PLISSÉ E LA SETA PER CAPUCCI Sabrina Lucibello	275
<hr/>		
RILETTURE	DESIGN E PROGETTO Augusto Morello	293
	CLINO TRINI CASTELLI: DESIGN PRIMARIO Clino Trini Castelli, C. Thomas Mitchell	305

RECENSIONI	TRAME. LE FORME DEL RAME TRA ARTE CONTEMPORANEA, DESIGN, TECNOLOGIA E ARCHITETTURA	314
	Matteo Pirola	
	MATERIALE CIBO: SPERIMENTAZIONI SU PANE, PASTA E ZUCCHERI EDIBILI	329
	Alessandra Bosco	
	DESIGN IS ONE: THE VIGNELLIS	336
	Gabriele Oropallo	
	CRITICA PORTATILE AL VISUAL DESIGN. DA GUTENBERG AI SOCIAL NETWORK	340
	Dario Russo	

Ricerche

IL DESIGN DEI MATERIALI IN ITALIA. IL CONTRIBUTO DEL CENTRO RICERCHE DOMUS ACADEMY 1990-1998

Giulio Ceppi

Orcid id 0000-0002-8128-0803

PAROLE CHIAVE

Comunicazione dei materiali, Concept di prodotto, Design Primario, Domus Academy, Identità del materiale

Il Centro Ricerche Domus Academy ha avuto primaria importanza nella formazione di una cultura italiana del design dei materiali. A partire dagli incroci tra Design Primario e industria chimica italiana, attraverso protagonisti come A. Branzi, E. Manzini ed A. Petrillo, il tema del design dei materiali diventa portante in Domus Academy, peculiare intreccio tra didattica , ricerca progettuale, consulenza strategica e capacità comunicativa. Alcuni casi quali *NEOLITE-Metamorfofi delle plastiche* ne sono importante testimonianza. Si distinguono tre macro-settori d'intervento progettuale: Concept di prodotto, Design dell'identità e Comunicazione del materiale, sempre connotati da forte interdisciplinarietà e libertà progettuale.

1. Il design dei materiali come disciplina trasversale ed umanistica

All'inizio degli anni '80 il design italiano comprese che la ricerca tecnologica si svolge secondo meccanismi diffusi e ibridi, diversi da quelli tradizionali e ipotizzati all'interno della tradizione anglosassone del design, dove la progettazione sta a valle dell'invenzione tecnologica. Se infatti la prima generazione di materiali artificiali, esplosa nel secondo dopoguerra, permetteva ancora di creare una catena lineare che dalla grande Industria di materie prime scendeva senza problemi ulteriori (se non applicativi) fino nei prodotti commerciali dell'industria di trasformazione, si cominciò ad intuire che i nuovi materiali e le nuove tecnologie costruttive, soprattutto nell'industria polimerica, mutavano profondamente questa linearità.

Il design italiano colse per primo la necessità di interpretare, sperimentare e diversificare questo emergente patrimonio generato da una nuova proliferazione di materie e dalla loro flessibile identità: la piccola e media industria era il terreno ideale dentro il quale sperimentare ed indagare tale patrimonio, coniugandolo con la snellezza operativa e mentale degli studi di progettazione e dei laboratori di ricerca.

Domus Academy (1983) fu per una fortunosa serie di coincidenze uno dei laboratori attivi di tale processo, in cui il design non si occupava più solo della forma delle merci industriali, ma dell'analisi delle possibili applicazioni costruttive ed espressive dei nuovi materiali e delle tecnologie avanzate. Il design diventava quindi terreno di confronto tra ricerca ed applicazione sociale e un Master postuniversitario internazionale, legato al meglio dell'imprenditoria e della progettualità italiana e milanese degli anni '80 e '90, ne fu luogo privilegiato. La verifica progettuale diventa negli anni '80 per l'industria non solo un aspetto culturale e d'immagine, ma parte integrante delle politiche produttive.

In particolare il Centro Ricerche Domus Academy sarà lo strumento per esprimere e incarnare tale nuova relazione tra innovazione tecnica e cultura del progetto. Dice al proposito Ezio Manzini, uno dei protagonisti e testimoni attivi di quegli anni:

“Una volta affermato con forza che la forma si poteva ormai staccare dai vincoli della materia, il problema era quello di non essere travolti da questa inaspettata libertà. Così, dopo aver dichiarato che *tutto è possibile*, ci si cominciò a chiedere cosa di questo tutto-possibile valesse davvero la pena di fare. Liberato dai vincoli della materia e delle convenzioni linguistiche, il progettista doveva trovare altri terreni su cui legittimare le proprie scelte, altri criteri con cui dare senso alle proprie proposte. È a partire da questa consapevolezza che, in quegli anni, si attivarono delle linee di ricerca tendenti a capitalizzare l’esperienza fatta indirizzandola però verso nuovi terreni. Uno di questi fu il terreno dei *nuovi materiali*. Su di esso troviamo progettisti che già da tempo vi operavano, come Gaetano Pesce, Anna Castelli Ferrieri o Clino Trini Castelli, altri che vi entrarono all’inizio degli anni Ottanta, come Alberto Meda, Denis Santachiara o Antonio Petrillo, e altri ancora che emersero nel corso del decennio. Si tratta di progettisti molto diversi per storia e carattere, ma che ebbero in comune l’intuizione che i materiali non fossero solo un supporto neutro, ma che potessero invece tornare a *dire qualcosa*. Come vedremo, le linee di ricerca per raggiungere questo obiettivo furono più d’una. Prima di parlarne è utile però tratteggiare alcuni aspetti del contesto culturale e operativo da cui esse si mossero e con cui entrarono in relazione. Può essere anzitutto ricordato che tutti i progettisti prima indicati, pur seguendo un proprio autonomo percorso, ebbero occasione di collaborare all’attività di Domus Academy (o di esserne tra i promotori). ‘Nuovi materiali e domesticità’ fu infatti il tema su cui, fin dalla sua fondazione nel 1983, vennero impostati diversi progetti all’interno del suo corso di master e su cui il centro ricerche sviluppò le sue prime attività. In quegli anni Domus Academy rappresentò dunque un luogo di incontro, di sperimentazione e di sedimentazione delle esperienze.”(Manzini 1996, p.328)

Quindi fu proprio grazie al respiro culturale di Domus Academy, alla compresenza di aspetti formativi e didattici, all’alternanza di ricerca teorica e sperimentazione materiale, nonché di dialogo aperto e coinvolgimento diretto del mondo delle tecnologia e del management d’impresa, che il design dei materiali si consolidò come esperienza fondante della scuola e come attività pionieristica di un nucleo di professionisti e teorici che ne facevano parte in qualità di docenti, consulenti e collaboratori.

Il design dei materiali nacque dunque come argomento trasversale in una dimensione per necessariamente fluida e dinamica, interconnessa e interdisciplinare, generando un approccio unico e un importante contributo nella storia del design italiano, destinato ad essere di riferimento a future generazioni di progettisti.

2. Un contesto progettuale unico al mondo: Domus Academy

Domus Academy nasce a Milano nel 1983 da un’idea di Maria Grazia Mazzocchi, figlia di quel Mazzocchi editore della Domus di Gio Ponti, insieme ad Alessandro Mendini, Giampaolo Fabris, Alessandro Guerrero, Pierre Restany, come prima scuola italiana post-universitaria di Design. Tra i protagonisti iniziali della didattica sperimentale e innovativa di Domus Academy, che proponeva materie inedite e docenti di valore internazionale, citiamo ad esempio

Emilio Ambasz, Mario Bellini, GianFranco Ferrè, Giorgetto Giugiaro, Hans Hollein, Pierre Restany...solo per fare alcuni nomi. La volontà era quella di creare un luogo di produzione di idee e strumenti operativi capaci di dare risposte progettuali alle grandi trasformazioni della società industriale.

La locandina originale di Domus Academy (progettata da Studio Alchimia) esprime la chiara volontà di cogliere come:

“il rapporto tra l'uomo e i suoi oggetti sia profondamente mutato: in luogo delle semplici funzioni d'uso basate su misure e distanze, sta nascendo un rapporto culturale più complesso e stimolante. I limiti tradizionali del progetto si sono trasformati e dilatati: oltre agli oggetti, luce, colore, suono, microclima, informatica sono oggi nuove strutture culturali dello spazio”.

domus
ACADEMY
Domus Academy - Edificio C II Milano Fiori - 20094 Assago - Italia

Domus Academy è la prima scuola italiana post-universitaria di design.
Il rapporto tra l'uomo e i suoi oggetti è profondamente mutato: in luogo delle semplici funzioni d'uso, basate su misure e distanze, sta nascendo un rapporto culturale più complesso e stimolante. I limiti tradizionali del progetto si sono trasformati e dilatati: oltre agli oggetti, luce, colore, suono, microclima, informatica sono oggi nuove strutture culturali dello spazio. Insieme alla progettazione di nuovi oggetti d'uso Domus Academy è interessata alla sperimentazione di modelli abitativi, cioè alle forme di una rinnovata cultura tecnologica e domestica.

Domus Academy is the first Italian post-graduate school of design.
The relationship between man and his objects is changing: utility functions, based on measurements and distances, are being replaced by a more complex cultural relationship. The traditional limits of design have been transformed and expanded. Besides the objects, light, colour, sound, microclimate and informatics are the new cultural structures of space today. Domus Academy is interested in the testing of new dwelling patterns as well as in the designing of new objects in use: in the forms of renewed domestic and technological culture.

Storia della cultura del progetto	History of design
Cultura del comportamento	The culture of behaviour
Socio-economia previsionale	Socio-economics
Tecnologie industriali	Industrial technologies
Design primario	Primary design
Arredo urbano	Urban furnishing
Nuovi modelli abitativi	New housing models
Il disegno dell'abito	Designing clothes

Brochure Domus Academy, 1984.

Di conseguenza la formula originale che garantirà il successo pluridecennale di Domus Academy include due aspetti fondamentali nella selezione del corpo docente:

- i docenti di base sono quasi tutti solo ed esclusivamente professionisti operanti nel design, nell'architettura, nell'impresa, nelle scienze sociali, principalmente provenienti e relazionati nell'area milanese

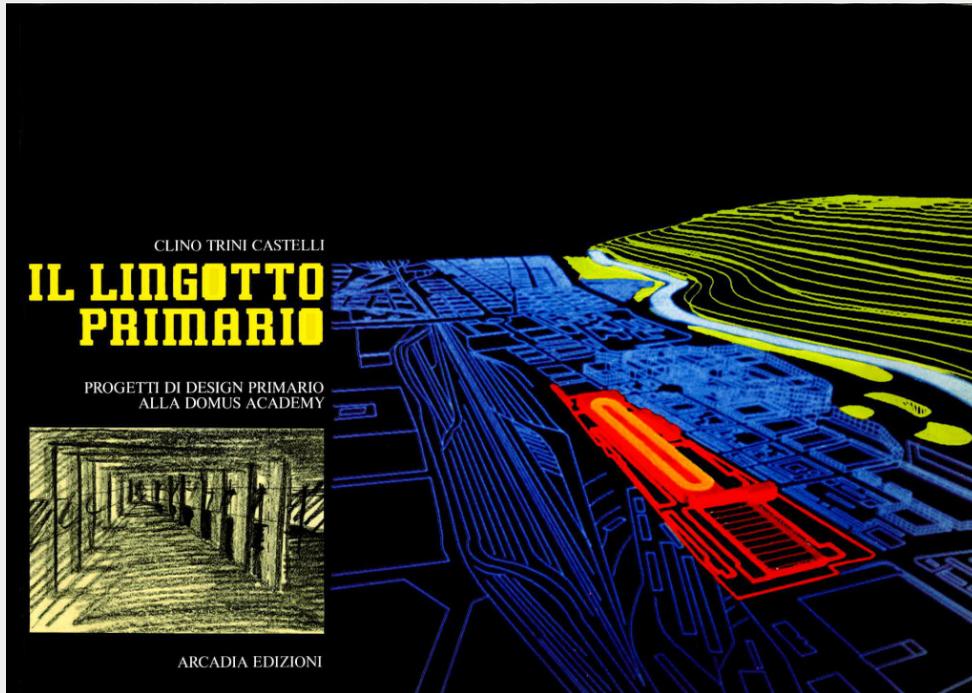
- i *visiting professor* sono una continua presenza internazionale e volutamente interdisciplinare e rappresentano un fattore di grande fluidità e fertilizzazione culturale.[1]

A fianco della scuola opera un Comitato Consultivo con un gruppo di aziende associate che include Abet Laminati, Acerbis, Alcantara, Alessi, B&B Italia, Driade, Flos, Kartell, Olivetti Synthesis, Pininfarina, Pozzi Ginori, Rafal, Zanotta.

Sotto la direzione sapiente e la sofisticata regia di Andrea Branzi, da sempre anima profonda e sottile della scuola, nascono anche alcune interessanti attività di ricerca sui materiali e sul tema della progettazione sensoriale, soprattutto in seno alla cultura emergente del Design Primario.

Un primo documento significativo di questo intreccio tra sensi e materia è dimostrato nella pubblicazione *Il Lingotto Primario* (1985), risultato della partecipazione sperimentale al progetto di riqualificazione dell'importante fabbrica torinese, vinto poi da Renzo Piano. Gli studenti del Master di design elaborano una serie di proposte che riguardano la copertura vetrata dell'edificio, le sedute dell'auditorio, l'impatto del parcheggio, ma partendo dalla volontà di definire attributi percettivi e sensoriali legati alla luce, al colore, al suono...[2] Insieme a Clino Trini Castelli ne è co-autore Antonio Petrillo che sarà proprio colui che riuscirà a tradurre le intuizioni del Design Primario (materia di cui sono entrambe docenti nel Master) all'interno di una specifica tematica del design dei materiali, creando di fatto una nuova dimensione progettuale che incrocia materia, progetto e percezione. Scrive proprio lo stesso Petrillo in "Lettera sul design primario":

"Le ricerche sulla 'superficie reattiva' condotte da Clino Castelli già nel lontano 1972 e l'attività svolta in seguito con Andrea Branzi e Massimo Morozzi sugli aspetti 'soft' di lettura e finitura dei materiali sono le prime dimostrazioni di questo diverso atteggiamento e della volontà di privilegiare l'intervento sugli aspetti della qualità del prodotto che non fossero quelli del suo design formale. Non si trattava infatti di estendere le tradizionali competenze professionali a nuovi settori, bensì di generare nuove attitudini progettuali, di potenziare le capacità di sentire ed essere coinvolti nell'ambiente multimediale e temporale della sensorialità. Andavano costruiti gli strumenti di comunicazione, i linguaggi e le grammatiche capaci di gestire nuove dimensioni".(Trini Castelli & Petrillo, 1985)



Trini Castelli, C. & Petrillo, A. (a cura di) (1985). *Il lingotto primario: progetti di design primario alla Domus Academy*. Milano: Arcadia.

Tra le altre materie di insegnamento presenti infatti sono incluse già dal primo anno: Tecnologie industriali (docenti Valerio Castelli e Alberto Meda), Nuovi Modelli abitativi (docenti Mario Bellini e Giorgio Origlia), Socio-economia previsionale (docenti Giampaolo Fabris e Francesco Morace), Design dell'abito (docente Gianfranco Ferrè): interdisciplinarietà e dilatazione degli ambiti progettuali sono evidenti.

Tra gli animatori di Domus Academy vi è Ezio Manzini, allora giovane docente al Politecnico di Milano, con doppia laurea in Ingegneria e Architettura, che rappresenterà proprio sul tema dei materiali un importante riferimento e sarà cerniera attiva tra la cultura istituzionale dell'università pubblica e quella privata, assai più informale ed eteroclita di Domus Academy. Sarà proprio Manzini il primo direttore e fondatore del Centro Ricerche Domus Academy e colui che farà propria la tematica del Design dei materiali attraverso una serie di convegni, pubblicazioni e mostre sul tema, incrociando industria, didattica e ricerca.

Scrivendo al proposito del ruolo dei materiali in Domus Academy proprio lo stesso Ezio Manzini:

“Il tema dei materiali non solo era importante, ma diventava il terreno stesso del progetto. L'inedita proprietà della materia cui in questo caso si faceva riferimento non era una delle sorprendenti performance dei materiali più avanzati, ma una proprietà diffusa ormai in tutte le attività produttive: quella di essere materiali progettabili su misura, conformabili nei modi più diversi, capaci di veicolare qualsiasi immagine e, pertanto, privi di un'immagine propria. 'Materiali zelig' (come allora vennero

chiamati facendo riferimento al protagonista di un film di Woody Allen che cambiava d'aspetto e di personalità secondo le circostanze), la cui *immagine sincera* era la capacità di assumere qualsiasi immagine il progettista avesse deciso di dargli. Prendere seriamente questo dato di fatto implicava dunque che, confrontandosi con questi materiali per promuoverne la qualità, fosse necessario progettarne non solo le proprietà tecniche, ma anche quelle sensoriali ed estetiche.

È su questa linea di ricerca che il tema dei nuovi materiali si incontrò con le proposte del *design primario* e con i lavori di Clino Trini Castelli e poi di Antonio Petrillo.

Di qui emersero gli strumenti concettuali e operativi per il controllo delle qualità *soft* dei materiali e per la progettazione delle loro identità. Nacque così il *design dei materiali*: un'attività che all'inizio degli anni Ottanta era ancora un terreno di sperimentazione e che oggi è, a tutti gli effetti, un nuovo territorio del design."(Manzini, 1996)

A partire dagli anni '80 Domus Academy diventa uno dei protagonisti attivi del cambiamento della cultura del progetto nel design e nella moda, sviluppando elaborazione metodologica e concettuale nel passaggio verso la società matura, che conferisce a fare di Milano la capitale indiscussa del design.

Nel 1994 Domus Academy riceve il Compasso d'oro alla carriera, proprio mentre gli anni '90 stanno evidenziando profondi cambiamenti sociali e la riflessione emergente intorno ai temi della sostenibilità, della creatività industriale, dei nuovi servizi, del design dell'interazione: il tema del design dei materiali è stato certamente un mezzo per mantenere vivo un ambiente intellettuale attraverso l'incontro e lo sviluppo di relazioni umane, attività fondanti di ogni progetto non tanto sul piano estetico, ma su quello fondante e rilevante dei valori culturali e sociali.

3. La nascita del Centro Ricerche: ricerca e progetto in sinergia

Nel giro di pochi anni ad integrare l'attività didattica si affianca una struttura di ricerca che opera poi fino agli anni 2000, denominata Centro Ricerche (di seguito CRDA), guidata prima da Ezio Manzini e quindi a partire dal 1990 da Antonio Petrillo con Giulio Ceppi come coordinatore, fino alla fine degli anni '90.

Il CRDA è l'interfaccia di Domus Academy con il mondo della produzione. Si propone come una struttura di servizio alle imprese in grado di rispondere alle diverse articolazioni che stava assumendo la domanda di design. Nei documenti promozionali d'allora vengono esplicitamente citati ed evidenziati: ricerca sui materiali, prodotti e tecnologie, studi di tendenze sociali e culturali, progettazione di *concept* di prodotto, strategia di posizionamento e consulenza strategica.

Il CRDA nasce e opera come cerniera attiva tra la didattica e la ricerca, aggregando attraverso il suo esteso network professionisti del settore in qualità di senior e giovani designer ed ex studenti come junior, creando così team multidisciplinari e di forte personalità creativa.

Questa formula è un elemento chiave del suo *modus operandi*: garantisce una grande flessibilità organizzativa e permette di ampliare i terreni di competenza, consentendo di fornire progetti integrati.

I temi di progetto partono originariamente dalla valorizzazione dell'identità dei materiali e dalla ricerca di nuove applicazioni commerciali, espandendo le intuizioni del Design Primario e della progettazione sensoriale alla scala della materia. Soprattutto la ricerca sui materiali polimerici è in primo piano grazie a rapporti con aziende *leader* nel settore (Abet, Kartell, Loric...) come sulle prime aggregazioni di materiali sostenibili di seconda vita, collaborando a monte con gruppi chimici e di trasformazione (Assoplast, Bracco, Enichem, Himont, Montedipe...).

CENTRO RICERCHE



UNA STRUTTURA DI SERVIZIO PER LE IMPRESE

Il Centro Ricerche è l'interfaccia di Domus Academy con il mondo della produzione. Si propone come una struttura di servizio alle imprese in grado di rispondere alle diverse articolazioni che oggi assume la domanda di design: ricerca su materiali, prodotti e tecnologie, studi su tendenze sociali e culturali, progettazione di "concept" di prodotto e di strategie di posizionamento, consulenza strategica, partecipazione alla creazione di strutture di ricerca/progetto interne all'azienda.

Il successo di un'azienda e delle sue offerte sul mercato si collegano infatti sempre più alla sua capacità di rispondere a tematiche complesse (quali quelle della qualità, della sostenibilità ambientale, della diversificazione produttiva, ecc.) la cui soluzione è non solo difficile ma spesso anche diseconomica se affrontata attingendo solo alle risorse interne.

Il Centro Ricerche, operando con il suo staff interno e il vasto network di competenze con il quale è collegato, può sostituire con grande flessibilità ed economia di mezzi, specifici team professionali idonei ai temi da gestire.

D'altro lato, il Centro Ricerche è anche un autonomo promotore di ricerche progettuali. Interagendo con il complesso delle iniziative di Domus Academy, esso svolge una ricerca progettuale di base, elaborando autonomi strumenti concettuali ed operativi, banche dati, informazioni, ecc.

Questa duplice natura di struttura di servizio alle imprese e di autonomo centro di elaborazione costituisce il tratto distintivo del Centro Ricerche e la sua possibilità di svolgere un significativo ruolo nello sviluppo della cultura industriale e del design.

LINEE DI RICERCA

Concept di prodotto
 Design di materiali e semilavorati
 Sviluppo applicativi di nuove tecnologie
 Strategie di posizionamento, di comunicazione e di identità aziendale
 Scenari delle tendenze di design, di prodotto, delle tecnologie
 Redesign ecologico dei prodotti
 Problematiche di riciclo e di impatto ambientale
 Progettazione delle interfacce utente multimediali
 Prodotti ad alta complessità tecnica

HANNO COLLABORATO CON IL CENTRO RICERCHE:

Karin Azzabi
 Francesco Briffari
 Michele Barro
 Massimo Boffa
 Luigi Bisagginio
 Anselmo Bucci
 Archina Bracci
 Giuseppe Caratta
 Barbara Casati
 Diana Castiglione
 Anna Caselli Ferreri
 Pasquale Cau
 Cecilia Fabiani
 Salvatore Giorgetti
 Iain House
 Maarten Kusters
 Franco La Cecilia
 Carla Lanaruchia
 Ezio Manenti
 Jan Marinelli
 Nancy Martin
 Alberto Mida
 Pier Paolo Micheli
 Richard Montoro
 Francesco Morace
 Francesco Musano
 Esperanza Nuñez Castañ
 Marek Roster Potrowski
 Daniela Puppa
 Claudia Ramondo
 Marco Romanelli
 Andrea Sales Acosta
 Renato Saleri
 Paolo Sangalli
 Edward Smith
 Severino Trabellini
 Mario Trimarchi
 Cleo Trini Castelli
 Lucia Vecchia
 Beppe Vicenti
 Ugo Voli






1. Scelta Texture in materiale eterogeneo. Ricerca per Montedipe 1991

2. Sperimentazione a volumetria controllata per agevolare l'impiego. Ricerca per C&A Interdesign 1990

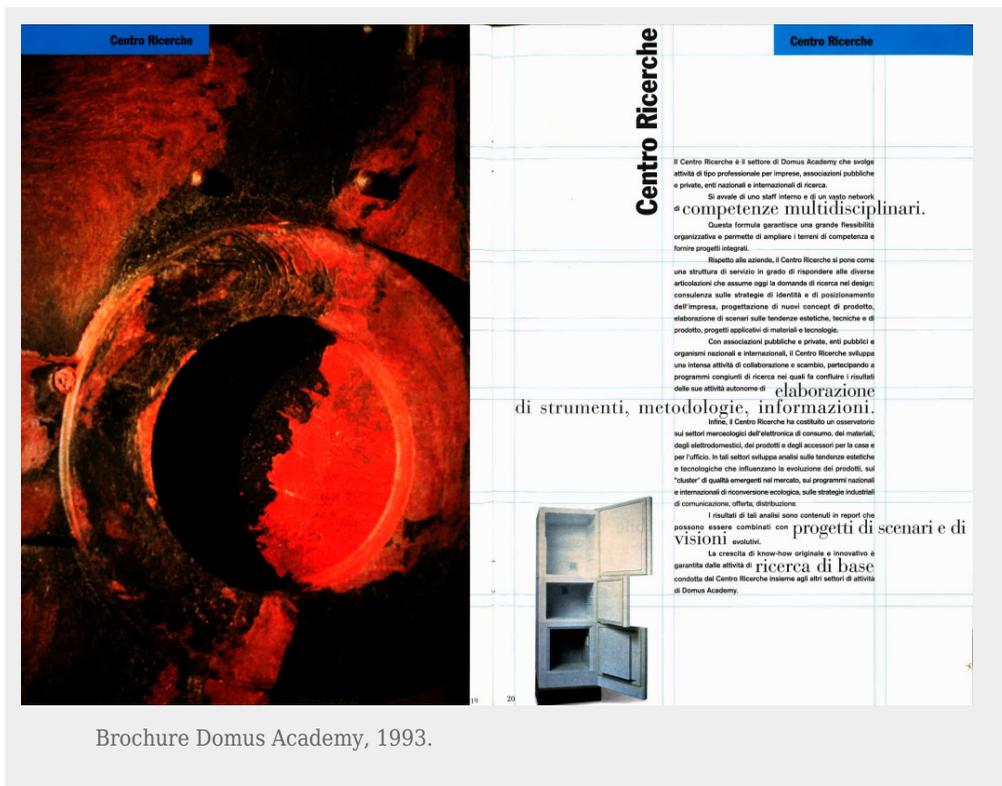
3. Progetto di una interfaccia con materiali misti. Ricerca per C&A 1990

4. Texture. Ricerca per Loric 1988

34

CENTRO DA RICERCHE

Brochure Domus Academy, 1991.



Brochure Domus Academy, 1993.

Parallelamente il CRDA è anche promotore di ricerche progettuali interagendo con il complesso delle iniziative di Domus Academy, attraverso una ricerca progettuale di base, elaborando proprie banche dati, seguendo l'attività di formazione e di ricerca degli studenti del Master. Associazioni di categoria, enti pubblici e privati, organismi nazionali e internazionali, imprese e studi professionali, sono i fattori che il Centro Ricerche riesce ad aggregare e con i quali sviluppare un'intensa attività di scambio, partecipando a programmi congiunti di ricerca nei quali far confluire in maniera condivisa processi e risultati. Antonio Petrillo, napoletano di nascita ma allievo torinese di Ciribini, socio dello studio milanese CDM di Clino Trini Castelli, ne è la principale forza propulsiva, andando a coinvolgere i professionisti e il network di Domus Academy in nuove sfide progettuali richieste direttamente dalle grandi imprese in maniera a volte esplicita e cosciente, a volte in forma ancora inespressa e latente, ma sempre offrendo nuove opportunità di ricerca e lavoro al mondo professionale milanese, costituendo dei team di lavoro fortemente interdisciplinari, ad oggi unici ed irripetibili.

L'orientamento che Petrillo diede al Centro Ricerche era conseguente alla presa d'atto di alcune profonde trasformazioni della società industriale, in particolare della progressiva transizione dalla società delle merci alla società dei servizi, della crisi del marketing come sistema di lettura del mercato e come unica forma d'orientamento per l'iniziativa delle aziende, e della crescente importanza del *corporate design*. Petrillo usava dire che si stava passando da un sistema di circolazione delle merci e dei beni di consumo a un circuito di

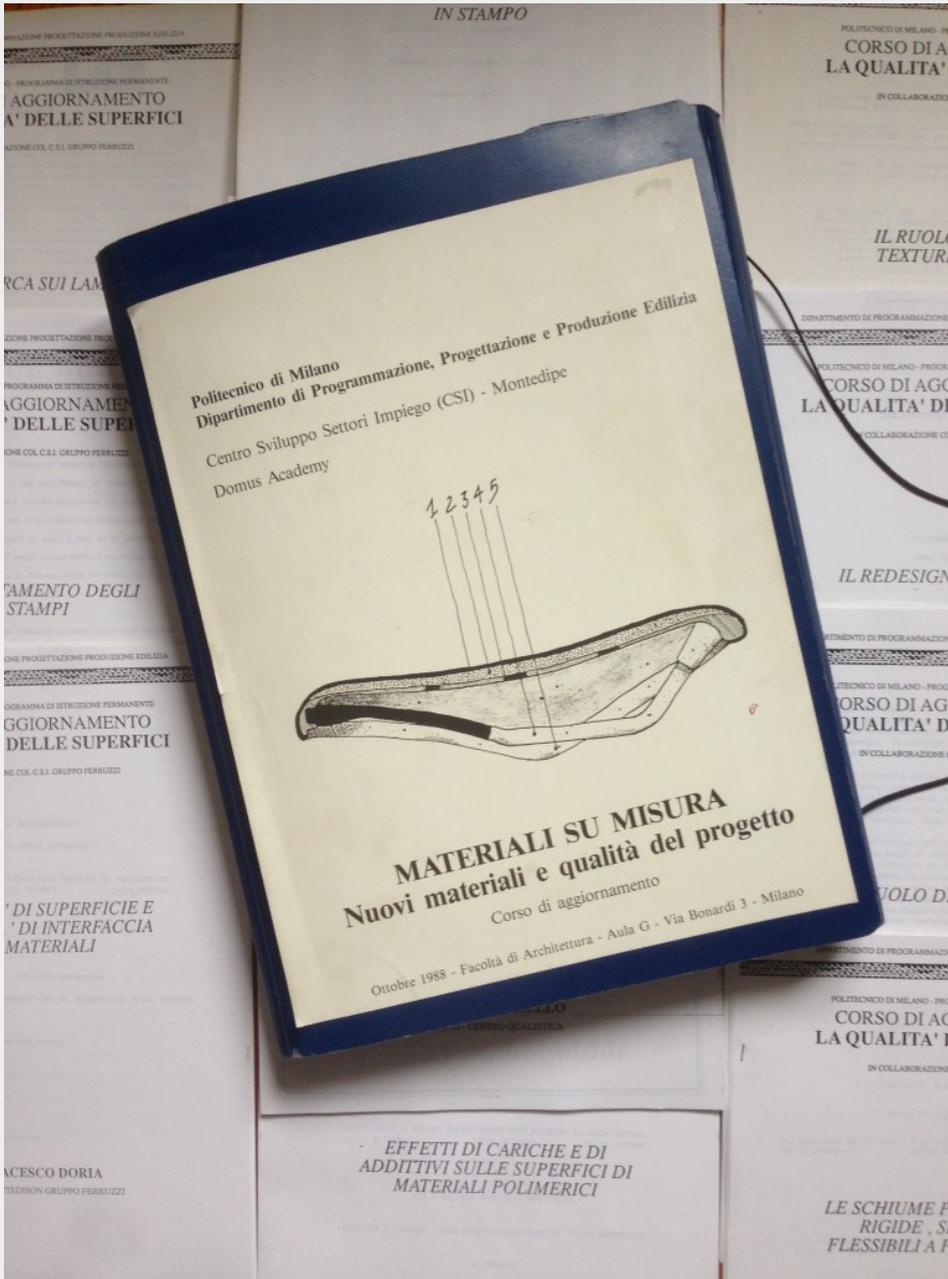
comunicazioni globali: *il contenuto informativo e culturale inserito nel prodotto diventava parte integrante del modo della sua fruizione.*

Ne conseguiva che il lavoro del designer non poteva svolgersi più soltanto nel tradizionale studio- professionale, per la creazione di oggetti “belli”, ma doveva essere sostenuto e orientato da un Centro Ricerche che affrontasse la complessità della nuova realtà industriale, agendo su due piani - l’azienda e il prodotto. Per ciò che concerne l’azienda, il Centro doveva contribuire alla costruzione della sua identità, non tanto come immagine, ma come identificazione di tutto ciò che può costituire la cultura dell’impresa: l’ambiente, l’ecologia, la domesticità dei prodotti ad alto contenuto tecnologico, i nuovi standard di qualità, e su queste basi orientare la filosofia produttiva e le proposte dei prodotti. (Falabrino 2004, p.48)

Questa sua duplice natura di struttura di servizio da un lato e di autonomo centro di elaborazione e osservazione dall’altro costituisce il tratto assoluto e distintivo del CRDA e ne alimenta la possibilità di svolgere un significativo ruolo nello sviluppo della cultura industriale e del design, diventando un luogo di aggregazione professionale e di pensiero. Saranno infatti gli stessi designer a venire spesso al Centro Ricerche per chiedere di svolgere compiti altrimenti insolubili ed impraticabili per le singole realtà professionali, qualora anche si trattasse allora di studi di tutto rilievo come Isao Hosoe o Sottsass Associati, piuttosto che di strutture di ricerca e consulenza come il CSI Montedison o Plasticconsult.

Anche alcune riviste giocarono un ruolo complementare e aggregatore di notevole importanza, in primis MODO, allora diretto da Cristina Morozzi e dove all’inizio degli anni 90 si trovano rubriche e articoli a firma di Branzi, Castelli, Ceppi, Doveil, Hosoe, Manzini, Petrillo, Santachiara...tutti coinvolti nelle attività progettuali del CRDA. Nonostante Domus Academy fosse una scuola privata con poco più di una cinquantina di studenti, tuttavia le relazioni accademiche con il pensiero universitario non vanno dimenticate e ne furono una parte importante, grazie soprattutto al ruolo di mediazione tecnica rappresentato dal Centro Ricerche: tra le numerose attività svolte con il Politecnico di Milano citiamo ad esempio i convegni *Materiali su misura* (1988) e *Chiudere il Cerchio* (1990), solo per fare due casi notevoli..., mentre con il Politecnico di Torino la collaborazione alla prima mostra sulla sostenibilità alla Mole di Torino quale fu *Architettura & Natura* (1992), il concorso sui nuovi sistemi di depurazione delle acque insieme a BioItalia.

Quando questa doppia anima di servizio alle imprese e di ricerca teorica, di relazione con l’industria ma anche di autonomia di pensiero, verrà poi a mancare e la parte commerciale tenderà a prevalere a partire dagli anni 2000, per cui tale passaggio ne decreterà la fine della sua forza identitaria e propositiva e la perdita dell’unicità nel panorama.



Documentazione "Materiali su Misura" 1987.

4. I primi progetti e il ruolo della tradizione progettuale della chimica italiana

Inevitabilmente i temi delle prime ricerche condotte dal CRDA, solo sporadiche dal 1984 al 1990 e quindi in seguito più numerose e continuative, mostrano l'importanza primaria dell'industria chimica e dei materiali polimerici nell'emergente tema del design dei materiali. Infatti, i legami di Ezio Manzini con Montedison e Assoplast, già dimostrati da prodotti teorici quali *La materia dell'invenzione*, si traducono anche in occasioni di incarichi professionali per il Centro Ricerche.

Non è un caso che nel comitato promotore di Domus Academy siedano persone come Giulio Castelli (fondatore di Kartell): fu infatti proprio la partecipazione di Ezio Manzini ed Antonio Petrillo ad un primo tavolo di lavoro del *Progetto Cultura* di Montedison nel 1984 che fece partire le ricerche progettuali per Kartell (1984) e Abet Laminati (1985) e successivamente Sinel (1987) e Lorica (1988). Nel 1987 la pubblicazione di Manzini riceve il compasso d'oro, attraverso il valore di una riclassificazione funzionale e *design driven* delle materie plastiche: l'intreccio di queste ricerche è evidente e non casuale e rappresenta un contributo fortemente originale della cultura del design al mondo dei materiali e della chimica, introducendo nuove categorie legate al "fare" e al "percepire" e non solo al "produrre". La collaborazione fra il Centro Ricerche Domus Academy e il CSI Ricerca Applicata Montedison, riuscì a trattare le due famiglie di plastiche in modo tale che i prodotti delle loro fusioni potessero essere mescolati in un impasto, poi liquefatto e ridotto in granuli: nacque così Neolite, cioè la plastica eterogenea riciclata (il nome era stato inventato da Branzi e da Restany).

Il nuovo materiale ebbe un enorme successo in tutto il mondo, Domus Academy gli dedicò un libro, *Neolite: Metamorfosi delle plastiche*, e Assoplast una mostra che si tenne alla Triennale di Milano, dal 12 aprile al 12 maggio 1991, su progetto di Domus Academy e con la collaborazione di 02 - un gruppo internazionale di giovani progettisti, accomunati dalla volontà di lavorare per l'ecologia. (Falabrino 2004, p.46)

L'apice mediatico e comunicativo del filone di ricerca sui materiali polimerici avviene senza dubbio con *Neolite-Metamorfosi delle plastiche*, commissionata formalmente da Assoplast (1991), ma anticipata da un incarico tecnico sul tema da RPE/Montedipe (1990) e successivamente da due incarichi del Consorzio Replastic (1993-4) sul tema dei contenitori per la raccolta differenziata e delle applicazioni in ambiente esterno: il tema del design dei materiali si incrocia per la prima volta in maniera diretta con il tema della sostenibilità e si parla di "materia seconda", attraverso una forte azione comunicativa che coinvolge il Comune di Milano e la Triennale di Milano, raccontando per la prima volta ai cittadini come i nuovi processi produttivi della sostenibilità implicino nuove logiche comportamentali (la raccolta differenziata) e nuovi conseguenti materiali (le plastiche eterogenee di riciclo). Poche volte credo c'è stato un allineamento di tale forza ed evidenza tra industria, progetto e istituzioni, dato dall'evidente sentore comune della nascita di una nuova *green economy*, di cui si sono poi forse perdute le energie iniziali.

5. Tre possibili approcci progettuali al design dei materiali

Potremmo di conseguenza a quanto sopra detto, proporre e individuare tre grandi filoni tematici o di approccio al design dei materiali che hanno caratterizzato le attività presenti in Domus Academy ed in particolare al Centro Ricerche, provando a definirne attraverso alcuni esempi emblematici le ragioni e le modalità operative.

5.1. Concept di prodotto

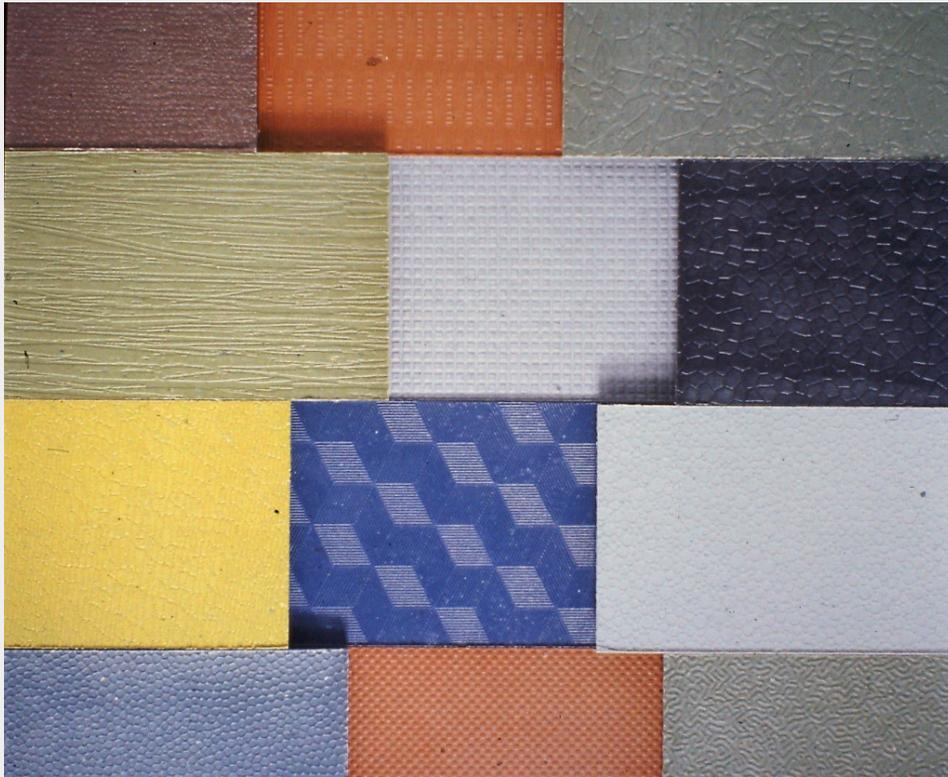
Una parte fondamentale del tema del design dei materiali passa attraverso una domanda di innovazione concentrata sul prodotto, ma dove solo la ricerca di una prestazionalità o un'estetica diversa proveniente dalla materia può garantire una nuova soluzione progettuale. Ne sono attori e testimonianze diretta alcune figure presenti in Domus Academy quali Anna Castelli Ferrieri, autrice della maggior parte degli oggetti Kartell di successo e grande interprete formale dei polimeri ad uso domestico, piuttosto che di Alberto Meda, attento ai nuovi materiali tecnologici ad alte prestazioni e alle loro applicazioni in ambito domestico, ne sono testimoni d'eccellenza.

Le proprietà inedite di alcuni materiali consentono lo sviluppo di nuovi oggetti, generando nuovi linguaggi, come descriveremo nei casi successivamente illustrati. *Ceramiche Ricchetti* Nel caso del progetto per le Ceramiche Ricchetti (1989) l'azienda era fra i primi produttori italiani di piastrelle in ceramica per fatturato e volume di vendita. La richiesta era di concepire una strategia integrata di immagine, comunicazione e sviluppo del prodotto che permettesse di posizionarlo a un livello qualitativo più elevato nella fascia di mercato.[3] La ricerca si è sviluppata a due livelli attraverso la consulenza sulla nuova filosofia del prodotto, dove sensibilizzando i quadri interni dell'azienda alle nuove tematiche, si sono definite le iniziative di comunicazione. Conseguentemente si è lavorato sul design del prodotto per sviluppare le sperimentazioni tecnico-estetiche e "briefing" per le nuove collezioni.

La ricerca è culminata nell'allestimento di una mostra al di fuori degli spazi fieristici tradizionalmente utilizzati dagli operatori del settore, nella quale sono state presentate al pubblico le nuove proposte di prodotto e cui ha fatto seguito un nuovo stile di comunicazione pubblicitaria. In particolare l'idea di inserire elementi in rame all'interno del design della ceramica, ibridandone la natura e includendo un materiale sensibile al passaggio del tempo e all'ossidazione atmosferica, è da considerarsi alquanto originale e innovativa. Il tema di dare qualità all'invecchiamento dei materiali e introdurre organicità in un materiale freddo come la ceramica, ha trovato qui un suo originale e quasi unico contributo.



Prototipo di piastrella con inserto in rame per Ceramiche Ricchetti, 1989.



Prove di texture e colore in plastica eterogenea di riciclo, 1990.

Bertrand Faure Automobile

Prendendo invece il caso di Bertrand Faure Automobile (1990), va considerato innanzitutto che l'azienda francese era uno dei gruppi leader mondiali nella produzione di sedili per auto. La richiesta è stata quella di definire alcuni scenari di previsione sulle evoluzioni future dell'auto al fine di identificare nuovi *concept* per gli interni e le sedute.[4]

La ricerca ha sviluppato inizialmente una lettura comparata dei modi in cui si sono evolute la cultura comfort e le idee di qualità estetica, rispettivamente nei mondi dell'auto e dell'ambiente domestico e quindi un'analisi dell'interfaccia dell'uomo / macchina e delle possibilità di "naturalizzare" i sistemi tecnici di regolazione elettronica degli assetti del sedile; successivamente si è proceduto nell'individuazione di nuovi parametri estetici in relazione alle nuove esigenze e alla crescente attenzione verso gli aspetti ecologici, utili per giungere in fine all'identificazione di una serie di *concept* per il design delle sedute automobilistiche in relazione ai differenti scenari evolutivi.

Greenfrost

Il caso invece del frigorifero monometrico Green Frost per Enichem e Whirlpool (1993) mostra come l'aumento della sensibilità verso l'ambiente rendesse necessari nuovi modi di progettare e di produrre che consentissero un uso più razionale delle risorse energetiche e l'impiego di materiali di facile recupero e riutilizzo.[5]

In questa direzione è stato sviluppato il progetto Greenfrost che testimonia una nuova attitudine industriale e una logica che ottimizza l'intero ciclo di vita del prodotto (dal progetto al consumo sino al successivo recupero).

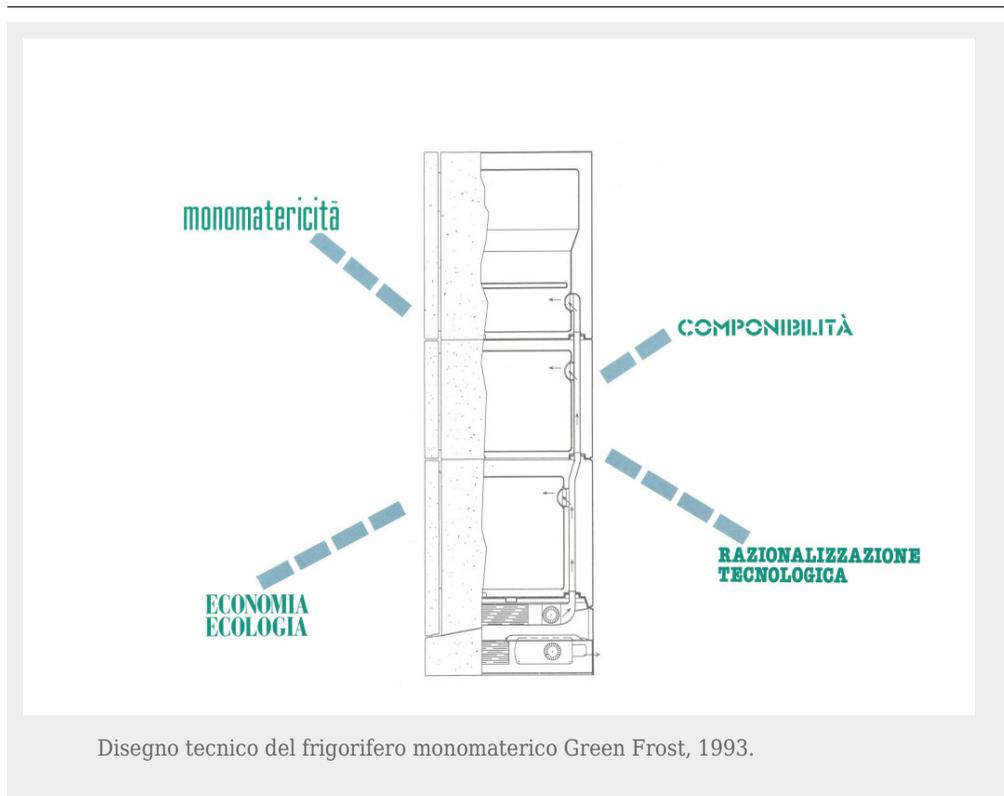
Le potenzialità innovative del progetto risiedevano in tre caratteristiche principali: monomaterialità, componibilità, razionalità tecnologica.

I diversi componenti del frigorifero (mobile esterno, schiuma isolante, cella interna, accessori) sono infatti realizzati con un'unica famiglia di materiali stirenici, che ne consente la totale riciclabilità.

L'architettura a moduli componibili permette una flessibilità di design e una libertà formale e tipologica impensabile con i tradizionali sistemi produttivi. L'utilizzo di una sola classe di materiali realizza una notevole semplificazione del *layout* produttivo permettendo di integrare in un'unica fase e su una sola macchina operazioni prima svolte separatamente in differenti cicli produttivi. in tal direzione risiede il valore fortemente strategico della *partnership* tra Enichem e Whirlpool.

La sinergia di tutte queste caratteristiche garantisce, inoltre, non solo un valore ecologico ma anche l'economicità delle soluzioni realizzabili, consentendo ad esempio di produrre la parte ad alta tecnologia (produzione a freddo) in un paese fortemente industrializzato e delocalizzare la fasi di stampaggio dello stirene anche in alti contesti geografici, abbattendo i costi del manufatto e adattandolo esteticamente ai gusti del mercato locale.

Il prototipo funzionante è stato presentato al Domotecnica di Colonia, ma non si è poi mai proceduti nell'industrializzazione e produzione del frigorifero.



Disegno tecnico del frigorifero monomaterico Green Frost, 1993.

5.2. Identità dei materiali

Un secondo filone progettuale può essere identificato proprio a partire dalla riqualificazione dell'ambiente semiotico di un materiale, dalla ricerca di nuove qualità prestazionali e dal bisogno di una ridefinizione "linguistica" del materiale: un terreno di ricerca altamente sperimentale, dettato dalla nuova condizione di "fluidità" in cui i materiali, soprattutto a base polimerica, si ritrovano a partire dalla metà degli anni '80. Anche la crescente questione della sostenibilità impone nuove prassi, nuove condizioni, nuovi rituali, che passano inevitabilmente attraverso la nascita di materiali inediti, come tutti i materiali di "natura seconda", risultanti di processi di riciclo e recupero: si pone la questione della riconoscibilità di un materiale quanto del suo significato.

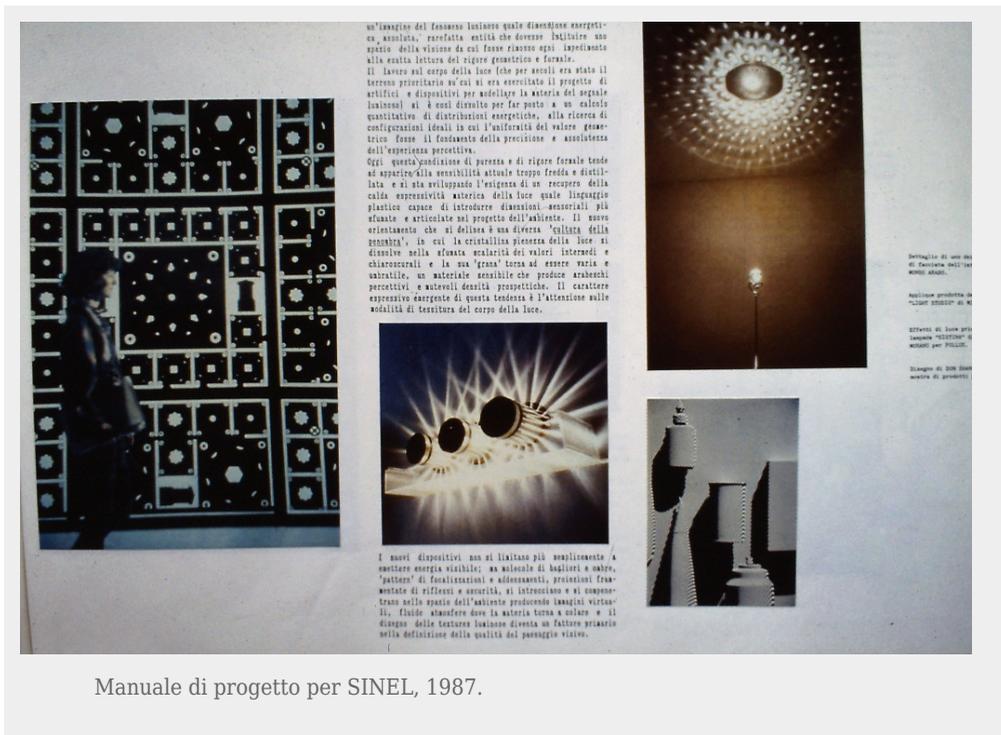
Sinel

Un primo caso di progetto è rappresentato da Sinel (1987), in cui si partì da una tecnologia di pellicole elettroluminescenti molto sofisticata che permetteva la realizzazione di componenti per retroilluminare schermi e display.^[6] Si trattava di prodotti di grande fascino, anche se generalmente poco noti al di fuori degli stretti settori di utilizzo perché nascosti all'interno delle strumentazioni. La richiesta da parte dell'azienda produttrice era di trovare nuovi usi "visibili" ipotizzando nuove tipologie di prodotto e mercati più vicini al consumatore finale, soprattutto in cui le qualità del materiale fossero evidenti e visibili.

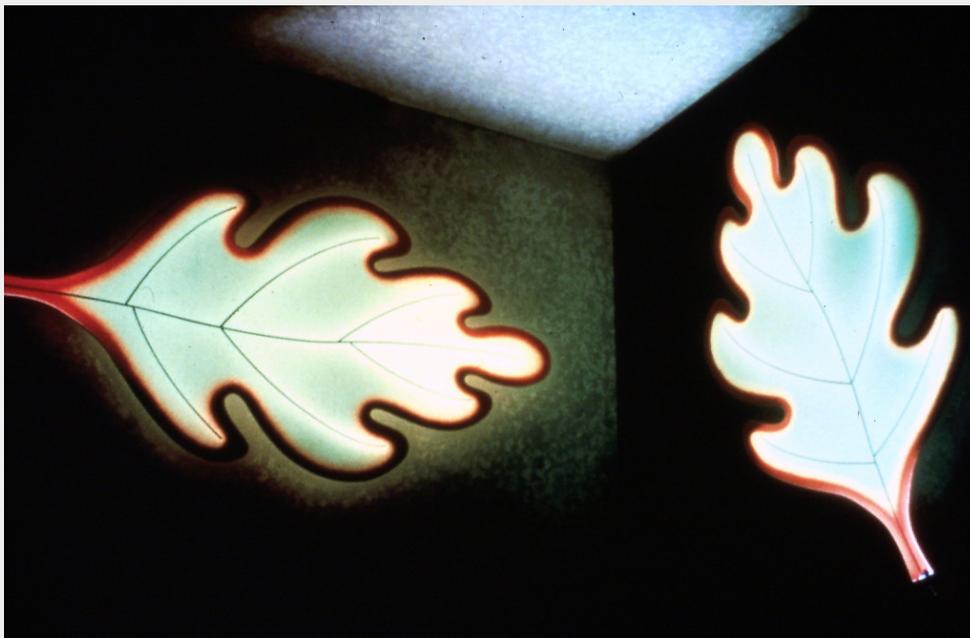
La ricerca ha quindi esplorato le nuove qualità estetiche e prestazionali che la tecnologia e il materiale elettroluminescente possono realizzare per dare origine a nuove tipologie

di prodotti, anticipando di fatto gli scenari della “luce solida” che sono poi divenuti praticabili una ventina di anni dopo con l’esplosione della tecnologia dei led. Ha inoltre sviluppato una serie di idee di prodotto nell’ambito della segnaletica urbana, dell’illuminazione domestica, della decorazione di veicoli privati e pubblici, del design delle interfacce di prodotti con una forte identità tecnica (tastiere a membrana di elettrodomestici e macchini per ufficio, cruscotti di automobili ecc.).

Alcune applicazioni di prodotto alquanto iconiche furono poi visibili nella lampada “Foglia” disegnata da Branzi per Memphis, ma purtroppo Sinel è stata ceduta e ha poi terminato la propria attività nei pochi mesi a seguire.



Manuale di progetto per SINEL, 1987.



Lampada "Foglia" di Andrea Branzi per Memphis, 1988.

Neolite

Un secondo caso emblematico è per certo quello del progetto per l'azienda RPE (Riciclo Plastiche eterogenee. Gruppo Montedison) che aveva sviluppato una tecnologia all'avanguardia in campo internazionale per il riciclo degli aggregati di plastiche eterogenee (ottenuti dalla raccolta differenziata dei rifiuti solidi urbani).[7]

I materiali e i semilavorati presentavano prestazioni tecniche e qualità percettive differenti dalle tradizionali plastiche realizzabili con polimeri vergini.

La ricerca aveva così l'obiettivo di valorizzare la potenzialità intrinseca del materiale, riqualificandone l'immagine di prodotto dall'origine "povera". Il lavoro di design è avvenuto in stretto contatto con la ricerca tecnica per ottimizzarne la formulazione e i processi di lavorazione. Si sono corrette e sviluppate le qualità cromatiche e di finitura superficiale, le *texture*, le possibilità di accoppiamento con altri materiali, gli inserimenti di cariche e di polveri metalliche per nobilitarne le forme di invecchiamento nel tempo. Si sono in tal modo voluti definire i contorni di una possibile identità del materiale che fosse capace di renderlo emblematico di una nuova cultura e sensibilità ambientale. Tutta questa fase di lavoro, di grande valore progettuale e tecnico, divenne la premessa, su decisione politica di Assoplast, per la messa a punto di una grande mostra che esprimesse un nuovo orientamento culturale nella produzione e nel consumo delle materie plastiche.[8] Domus Academy, i giovani designer del *network* internazionale di O2, un grande maestro del design furono aggregati in una sorta di *dream team*, generando un evento di rara potenza mediatica nella nascente *green economy*. L'associazione dei produttori del settore era infatti impegnata a promuovere investimenti sul piano tecnico al fine di favorire lo sviluppo di forme di riciclo fisico, chimico, energetico.

A livello di strategia comunicativa sono state attuate la scelta del nome Neolite, da dare alle plastiche riciclate, come espressione dell'inizio di una nuova era del materiale, oltre all'identificazione dei contenuti e delle parole chiave di una filosofia del riciclo, che non fosse solo una forma di ingegneria tecnica, ma anche la manifestazione di un mutato atteggiamento culturale.

Inoltre si è ritenuto importante definire l'elaborazione degli elementi di un nuovo immaginario ecologico e delle corrispondenti qualità estetiche, attraverso la messa a punto di uno scenario globale in cui fossero ordinate le differenti forme di recupero delle materie plastiche e illustrate le possibilità future di sviluppo applicativo. Operativamente la strategia di comunicazione culminò in una pubblicazione Neolite-metamorfose delle plastiche, catalogo dell'esposizione tenuta alla Triennale di Milano con allestimento di Bruno Munari, in cui i diversi piani sopra esposti si intrecciarono con la volontà di stimolare e far crescere nei consumatori una più matura sensibilità verso i materiali.

Tuttavia, nonostante il grande successo mediatico e concettuale che l'operazione ebbe a suo tempo, così si esprime Ezio Manzini, a distanza di qualche anno, dato che insieme ad Antonio Petrillo e Giulio Ceppi fu tra i curatori della mostra.

Queste esperienze e questa ricerca misero in luce le possibilità, ma anche i limiti, dell'estetica del riciclato. Se infatti è vero che alcuni materiali riciclati *misti* (in cui sono ancora in qualche modo riconoscibili le tracce dei materiali di partenza) presentano una forte caratterizzazione semantica, è vero anche che questa forza espressiva è il riflesso della loro debolezza tecnica: i materiali riciclati misti sono infatti dei materiali a basse prestazioni tecniche e sono una soluzione da praticare quando non c'è possibilità di fare di meglio. Pertanto il loro aspetto quasi-naturale è, in ultima istanza, il segno visibile di un insuccesso. È il risultato dell'incapacità, tecnica e organizzativa, di effettuare quella selezione a monte che li avrebbe resi omogenei (e quindi di maggiore valore). L'ipotesi (semplificatoria) che fosse possibile un'estetica ecologica fondata sull'immagine quasi-naturale di questa famiglia di materiali mostrava dunque la sua inconsistenza operativa, prima ancora che culturale. Il materiale riciclato riconoscibile (e che pone questa riconoscibilità alla base di una nuova estetica) era in definitiva una soluzione marginale. La soluzione *in grande* del problema dei rifiuti richiedeva invece di ottenere da essi dei materiali di buona qualità tecnica. E il materiale riciclato di buona qualità tecnica era, sul piano delle proprietà estetiche, esattamente come tutti gli altri nuovi materiali. Cioè del tutto privo di un'immagine riconoscibile. L'estetica del riciclato non poteva dunque essere il fondamento di alcuna estetica ecologica, ma era solo uno dei tanti linguaggi formali proponibili. (Manzini 1996, p.332)



Campione di Neolite, 1990 (foto Giulio Ceppi).



Allestimento Neolite, Triennale di Milano, 1991.



Materiale comunicativo per mostra alla Triennale di Milano, 1991.

Tefor

Un caso diverso, ma forse meno criticabile è quello condotto qualche anno a seguire dall'eclatante vicenda del Neolite invece sul *Tefor* per Abet (1993): si trattava di partire dagli sfridi termoidurenti della lavorazione industriale del laminato plastico composti da melanina, carta *kraft* e collanti e con l'integrazione di una carica in polipropilene, di dare un'identità degna di tale nome ad un conglomerato già messo a punto dai tecnici di Abet e che avrebbe permesso all'azienda una grande efficienza economica ed ambientale, ottenendo quasi a costo zero un nuovo materiale direttamente da sfridi di produzione.[9] Tuttavia si trattava di un polimero con caratteristiche ben diverse per natura tecnica ed estetica dai laminati decorativi e molto distante quindi dai mercati tradizionali e storici dell'azienda: insieme alla natura identitaria del materiale ne andavano infatti identificati i potenziali mercati di riferimento. Il materiale presentava una fortissima puntinatura superficiale e un colore giallastro di base neutra, su cui si decise di effettuare per bilanciamento una colorazione non in massa, come avviene tradizionalmente per le plastiche, ma per *layer* colorati in trasparenza, operando attraverso delle stratificazioni cromatiche, come avviene in un collage con veline di colore. L'ambito automobilistico (pannellature interne, casseri...) e del tempo libero/arredi per esterno furono identificati come i principali di riferimento, data anche la vicinanza geografica di Abet al mondo Fiat e ad altri produttori piemontesi. Il Tefor è ancora oggi in produzione, a distanza di oltre venti anni.

5.3. Comunicazione del materiale

Una terza attività assolutamente complementare alle prime due, tocca maggiormente gli aspetti di comunicazione di posizionamento strategico del materiale, aiutando il consumatore finale a meglio comprenderne le qualità e le prestazioni. In tal caso il precedente caso del Neolite già è una dimostrazione di come spesso le attività di progetto e comunicazione fossero fortemente integrate e connesse. Spesso però la comunicazione non è finalizzata solo al mercato consumer e B2C, ma si rivolge invece in primis al mondo degli stessi produttori e delle aziende, a partire dal bisogno dei formulatori di materie prime e dei trasformatori di processo di farne capire le effettive potenzialità tecniche od estetiche ai loro potenziali clienti. Vediamo nel dettaglio tre casi specifici di progetto.

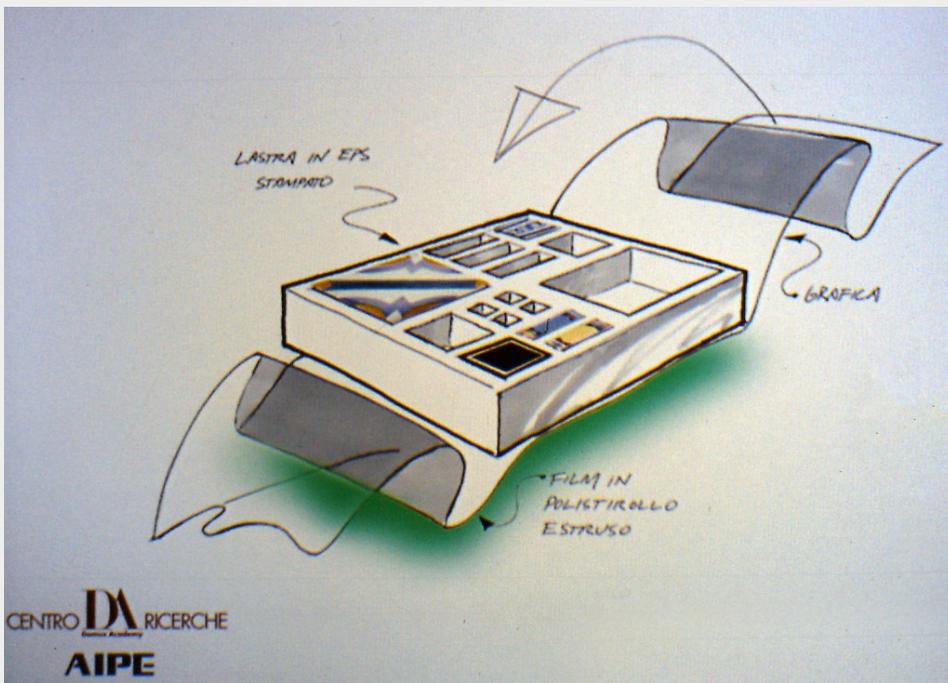
AIPE

La consulenza per AIPE (Associazione Italiana Polistirene espanso), iniziata nel 1993 e generata dal fatto che il polistirene espanso (EPS) si è trovato nei primi anni '90 in una posizione di grande debolezza a causa di alcuni pregiudizi legati alle sue proprietà e all'emergente rilevanza dei dettami ambientali, presentandosi nel complesso come un materiale apparentemente poco performativo e di basso profilo prestazionale.[10] Una campagna di riposizionamento vide tre livelli progettuali interagire tra loro: prima lo sviluppo di nuovi *concept* applicativi nel settore degli imballi (ceramiche, frutta e ortaggi, contenitori per pizze...), quindi la campagna di comunicazione su riviste del settore, parallelamente a corsi formativi e attività di promozione.

La principale difficoltà del progetto è stato l'innalzamento della cultura dei trasformatori e dell'attitudine passiva del loro approccio alla produzione verso invece un ruolo attivo e propositore, che attraverso la realizzazione di modelli e prototipi dimostrasse le nuove potenzialità applicative e commerciali del materiale.



Pagine della campagna promozionale per AIPE, 1993 e seguenti.



Concept di imballo per piastrelle ceramiche per AIPE.



Concept di imballo per mele per AIPE, 1994.

European Acetate Producers

Nel caso invece di European Acetate Yarn Producers (1993), la richiesta era di identificare i contenuti e la strategia di comunicazione comune del gruppo di produttori europei di fibra di acetato.[11]

Il tema è stato affrontato in due direzioni: da un lato far scoprire le potenzialità ancora sconosciute (tecniche, stilistiche, applicative, d'uso, di servizio) della fibra di acetato ai diversi target della catena tessile (clienti diretti e indiretti, stilisti, opinion leader) e dall'altro dare un "senso strategico" al gruppo di produttori.

L'head line "Discover the European Qualities", rappresenta un programma attorno al quale un gruppo di aziende europee, concorrenti fra loro in un'ottica tradizionale a livello di prodotto, si riuniscono per cercare nuovi sviluppi, legati ai differenti valori (di cultura, di ricerca, di tecnologia) delle industrie di diversi paesi europei.

Sono state progettualmente definite sia individuazione di nuove aree di ricerca per la valorizzazione e il redesign della fibra quanto i contenuti "creativi e visuali" della campagna pubblicitaria, arrivando infine all'individuazione di *media* particolari per raggiungere i *target* specifici (cartelle colori, bookmark personalizzati).



Campagna pubblicitaria per European Acetate Yarn, 1993.

Montell

Nel 1994 venne concordata e programmata l'acquisizione da parte della divisione chimica di Shell di Montedison, cedendo di fatto il meglio della chimica italiana ad una multinazionale di origine olandese e creando il nuovo marchio Montell, disegnato da Landor Associates. Al Centro Ricerche toccò il delicato e prestigioso compito di narrare le specificità della nuova azienda, i suoi settori di competenza (allargati dalla fusione delle due realtà) e la dimostrazione di coscienza delle nuove sfide rappresentate dalla sostenibilità e dalla scala globale.[12] In tal senso il polipropilene con la sua elevatissima versatilità si presentava come il polimero capace di garantire flessibilità in fase produttiva e sostenibilità in fase di dismissione e riciclo.

Il progetto incluse l'elaborazione della strategia comunicativa della nuova azienda, leader mondiali nel polipropilene, attraverso la produzione di un allestimento al K95 a Dusseldorf e la realizzazione di un CD interattivo. La scelta comunicativa di rappresentare i mercati applicativi, partendo dalle applicazioni finali di prodotto e non dalle formule o dagli aggregati chimici di base, fu vincente, anticipando l'importanza del valore di filiera per la chimica quanto per il consumatore finale, chiamato sempre più dalla questione ambientale a dover essere o sciente e responsabile negli stili di acquisto e di consumo.

6. La perdita della specificità del Centro Ricerche e il declino operativo

In circa 12 anni di attività il CRDA arriva a completare ben oltre 30 progetti specifici di design dei materiali, fortemente innovativi nella pratiche di lavoro come nella definizione

del tema di progetto inscrivibili nel design dei materiali, oltre ad un'intensa attività di convegnistica e pubblicistica sul tema: il centro Ricerche è stato un attore principe della cultura del design dei materiali e un luogo unico ed eccezionale, fino a quando subentrano alla fine degli anni '90 altre logiche commerciali e se ne perde la specificità dell'operato. Infatti, nel 1995 Antonio Petrillo deve lasciare la direzione del Centro Ricerche per gravi motivi di salute, che purtroppo porteranno alla sua prematura scomparsa non molti anni a seguire, e Marco Susani, ex studente di Domus Academy ed ex Sottsass Associati ne diventa direttore, sempre affiancato da Giulio Ceppi e anche da Frida Doveil in qualità di responsabili di progetto. Tuttavia Susani si dedica principalmente al tema del design delle interfacce e delle nuove tecnologie (Logitech, Philips, Movaid...) perdendo di vista la specificità del design del materiale che viene poi definitivamente abbandonata come competenza con l'arrivo di Elena Pacenti, direttore dopo il 2001, e principalmente dedita al Design dei Servizi e a ricerche in ambito comunitario.

Possiamo però affermare che nella sua stagione più intensa, dal 1990 al 1998 (anno anche della dipartita di Giulio Ceppi per Philips Design) il contributo pratico e teorico, data la presenza di numerosi personaggi direttamente coinvolti, operativamente o teoreticamente, nel design dei materiali quali Andrea Branzi, Francesco Binfarè, Clino Trini Castelli, Anna Castelli Ferrieri, Pasqualino Cau, Giulio Ceppi, Frida Doveil, Eliana Lorena, Ezio Manzini, Alberto Meda, Esperanza Nunez Castain, Antonio Petrillo, Claudia Raimondo, Denis Santachiara... è da ritenersi di primaria importanza per il design italiano e non solo, vista anche la portata internazionale dei progetti e delle aziende coinvolte.

Un caso unico e una storia quindi di grande rilevanza, a cui forse non si è mai dato abbastanza merito, dove l'interdisciplinarietà estrema e la capacità di coniugare liberamente temi, strumenti, soggetti, tanto a monte quanto a valle del materiale stesso, è stata la chiave fondamentale del successo.

Purtroppo, mancata prematuramente la spinta propulsiva di Antonio Petrillo, dell'attività del Centro Ricerche resta oggi solo una eredità frammentata e dispersa, data dall'operare dei singoli designer e protagonisti nel tempo di carriere individuali e singolari. Un patrimonio comunque di grande valore per il carattere autonomo del design italiano e per la sua specifica capacità di porsi domande inesprese e di affrontare problematiche e temi emergenti di valore sociale e culturale.

Riferimenti bibliografici

AAVV, Manzini, E. (a cura di). (1990). *Atti del convegno "Chiudere il cerchio"*. Politecnico di Milano.

AAVV, Manzini, E. (a cura di). (1987). *Atti del convegno "Materiali su misura"*. Politecnico di Milano.

Branzi, A. (1996). *Il design italiano 1964-2000*. Milano: Mondadori Electa.

Ceppi, G. (2011). *Design storytelling*. Milano: Fausto Lupetti Design.

Falabrino, G. (2004). *Il design parla italiano - Venti anni di Domus Academy*. Milano: Edizioni Scheiwiller.

Manzini, E. (1988). *La materia dell'invenzione*. Milano: Arcadia Edizioni.

Manzini, E., Petrillo, E. (1991). *Neolite-Metamorfosi delle plastiche*. Milano: Edizioni Domus Academy.

Manzini, E. (1996). Design dei materiali. In Branzi, A., *Il design italiano 1964-2000*, Milano: Mondadori Electa.

Trini Castelli, C. & Petrillo, A. (a cura di). (1985). *Il lingotto primario: progetti di design primario alla Domus Academy*. Milano: Arcadia.

Materiali

Brochure e materiali promozionali Domus Academy e del Centro Ricerche.

Testi ed elaborati originali di progetto dall'archivio di Giulio Ceppi.

NOTE

1. In tal senso si rimanda al materiale comunicativo e promozionale prodotto da Domus Academy che enfatizza in maniera evidente le centinaia di *visiting professor* ospitati negli anni a livello internazionale.↵
2. Sul Design primario esiste una specifica e ricca bibliografia e storiografia cui non è possibile rimandare in questa specifica sede. Tuttavia si farà riferimento ai tre saggi scritti da Andrea Branzi, Clino Trini Castelli e Antonio Petrillo nel volume in oggetto.↵
3. *Ceramiche Ricchetti* (1989), "Nuove linee di prodotto nei rivestimenti in ceramica". Design team: Cecilia Fabiani, Maarten Kusters, Mario Trimarchi, Ursula Wrangler. Tendenze socio-previsionali: Francesco Morace. Coordinamento: Antonio Petrillo.↵
4. *Bertrand Faure Automobile* (1990), "Nuovi concept per le sedute automobilistiche". Design team: Francesco Binfarè, Giulio Ceppi, Alberto Meda, Antonio Petrillo, Marco Susani. Coordinamento: Antonio Petrillo e Giulio Ceppi.↵
5. *Green Frost per Enichem Polimeri* (1993), "Progetto di frigorifero monometrico con polimeri stirenici". Product design: Alberto Meda con CSI Montedison. Visual Design: Giulio Ceppi. Coordinamento: Antonio Petrillo e G. Piero Pirotta (Enichem).↵
6. *Sinel* (1987), "Ricerca di nuova identità ed applicazioni per i dispositivi elettroluminescenti". Gruppo di progetto: Richard Montoro, Francesco Murano. Consulenti: Andrea Branzi, Clino Trini Castelli. Coordinamento: Ezio Manzini ed Antonio Petrillo.↵
7. *Neolite* per Montedison (1990), "Progetto indentitario e allestimento per le plastiche eterogenee di riciclo". Gruppo di progetto: Karim Azzabi, Michele Barro, Antonio Petrillo (coordinatore), Andreas Salas Acosta Progetto colori e finiture: Esperanza Nunez Castain. Consulente design: Anna Castelli Ferrieri.↵
8. Mostra per Assoplast a cura di Ezio Manzini e Antonio Petrillo con Giulio Ceppi. Allestimento di Bruno Munari con Marco Ferreri. Grafica di Mauro Panzeri. Si veda anche il catalogo *NEOLITE-Metamorfosi delle Plastiche*, Edizioni Domus Academy, 1991.↵
9. *Tefor* per Abet (1993), "Rivalorizzazione del laminato riciclato". Gruppo di progetto: Giulio Ceppi e Claudia Raimondo. Coordinamento: Antonio Petrillo.↵
10. AIPE (1993), "Nuova campagna identitaria per l'EPS". Team di progetto: Giulio Ceppi, Joseph Forakis, Deoksan Lee con Giulia Macchi. Comunicazione visiva: Giulio Ceppi con Massimo Botta. Responsabile di progetto: Giulio Ceppi.↵
11. *European Acetate Yarn Producers* (1993), "Strategia di riposizionamento comunicativo della fibra di acetato". Responsabile di progetto: Ampelio Bucci con Antonio Petrillo. Progetto cartelle colore: Nancy Martin. Progetto grafico: Salvatore Gregoretti. Media planning: Pier Paolo Micheletti.↵
12. *Montell* (1994), "Nuova identità corporativa al K95". Progetto allestitivo: Giulio Ceppi e Dante Donegani. Progetto visivo-multimediale: Giulio Ceppi e Massimo Botta. Progetto dei contenuti: Giulia Macchi e Antonio Petrillo. Coordinamento: Antonio Petrillo.↵

AIS/DESIGN JOURNAL
STORIA E RICERCHE
VOL. 2 / N. 4
NOVEMBRE 2014

ITALIAN MATERIAL DESIGN:
IMPARANDO DALLA STORIA

ISSN
2281-7603
