

Maestrie — *Nella quarta rivoluzione industriale il design italiano è chiamato a rinnovare il suo “umanesimo” superando l’idea di produzione come sola sfida tecnologica.*

Foscarini

Mastery — In the fourth industrial revolution, Italian design is called upon to renew its “humanism”, getting beyond the idea of production as a purely technological challenge.

contributi critici di / *critical contributions by*
Stefano Micelli
Manolo De Giorgi

Maestrie

progetto fotografico di / *photographic project by*
Gianluca Vassallo
Massimo Gardone



“Non si può fare”

— Perché questo libro

“It cannot be done”

— The reasons for this book

Foscarini realizza idee di design e di luce, che nascono dalla libertà di ricerca, espressione e sviluppo, senza alcun vincolo produttivo. Foscarini, infatti, fin dalla sua fondazione è un'azienda senza fabbrica, libera quindi di esplorare materiali e tecniche produttive adatte a sviluppare ogni nuova idea affidandosi alle eccellenze artigianali espresse dal suo territorio.

A volte succede che la presentazione di un nostro progetto raccolga un perentorio “non si può fare”: noi di Foscarini speriamo allora di essere sulla strada giusta, perché abbiamo imparato che questa frase spesso significa “non lo abbiamo mai fatto”. Col vantaggio di non saperne il perché, cominciamo a sperimentare insieme a loro opportunità, segreti e insidie di tecnologie antiche o recenti.

Questo libro racconta come alcune di queste idee siano diventate prodotti di successo attraverso il progetto fotografico di Gianluca Vassallo e i contributi critici di due esperti, Stefano Micelli, economista e Manolo de Giorgi, critico del design. A loro abbiamo chiesto di rappresentare l'incontro tra Foscarini, i designers e le eccellenze artigianali, vera ricchezza del design italiano “Made in Italy”.

Siamo sempre affascinati dalle cose straordinarie che si possono fare con le mani e dal fatto che troppo spesso ci si dimentica di quanto siano attraenti e importanti.

Foscarini brings to life design and light ideas, the result of a freedom in research, expression and development, without any manufacturing constraints. Indeed, since it was established, Foscarini has been a company without a factory, one that is therefore free to explore materials and manufacturing techniques suited to develop every new idea, relying on the locally-sourced craft-based excellence.

Sometimes the presentation of one of our projects meets with a definite “it cannot be done”: here at Foscarini, we hope to be on the right path, because we have learned that this sentence often just means “we haven't done it yet”. With the benefit of not knowing why, we start to experiment opportunities, secrets and pitfalls of technologies old and new, together.

This book explains how some of these ideas have become successful products through Gianluca Vassallo's photographic project and the critical contributions of two experts, Stefano Micelli, an economist, and Manolo de Giorgi, a design critic. We asked them to represent the meeting between Foscarini, the designers and the expert craftsmen, the genuine wealth of Italian design “Made in Italy”.

We are always fascinated by the extraordinary things that can be done by hand and by the fact that people too often forget how attractive and important they are.

Carlo Urbinati,
Fondatore e Presidente Foscarini
Foscarini Founder and President





- 008 *Fare design*
Making design
di / by Stefano Micelli

- 078 *La dimensione nascosta*
The hidden dimension
di / by Manolo De Giorgi

- 156 *Mani nere*
Blackened hands
di / by Gianluca Vassallo

- 158 *Visioni istantanee*
Instantaneous visions
di / by Massimo Gardone

- 173 *Informazioni tecniche*
Technical information

- 176 *Biografie*
Biographies

- 178 *Traduzioni*
Translations



翻译 → p. 178
 Traducciones → p. 184
 Traductions → p. 195
 翻訳 → p. 206
 Übersetzungen → p. 214



Fare design Making design

di / by Stefano Micelli

Nascita di una lampada

Per capire come è nata la lampada Mite ho incontrato Marc Sadler nella sede di FAPS, l'azienda di Fiume Veneto in provincia di Pordenone dove la lampada ha preso forma e dove ancora oggi viene prodotta. Il lavoro di progettazione e di sviluppo di Mite risale alla fine degli anni '90. Il progetto prendeva spunto dalle potenzialità di materiali innovativi come la fibra di vetro e di carbonio. Sadler aveva già messo a punto un prototipo: una piantana con in cima il fanale di un'automobile. Si trattava semplicemente di un'idea che meritava di essere sviluppata con chi questi materiali li conosceva e li sapeva trasformare.

Abbiamo iniziato la nostra conversazione nella piccola sala riunioni vicina all'entrata della sede, ma dopo pochi minuti ci siamo spostati per guardare da vicino alcune lavorazioni che ancora oggi danno forma alla lampada. Ci hanno accompagnato Maurizio Onofri, che di FAPS è proprietario, e Giorgio Valeri che in questi anni ha seguito tutte le sperimentazioni di Sadler. Osservare da vicino macchinari che i tecnici di FAPS hanno saputo personalizzare, guardare al lavoro le operatrici che, come delle sarte, stendono la fibra della Mite prima del passaggio in autoclave, assistere ai passaggi di messa a punto finale del prodotto, sono state attività che hanno contribuito a illuminare la comprensione del progetto.

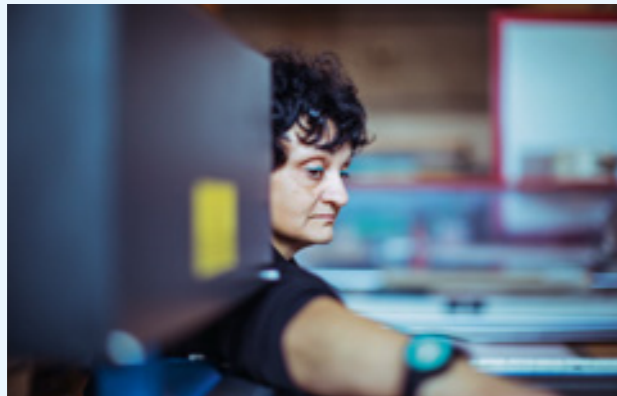
The birth of a lamp

To understand how the Mite lamp happened, I met with Marc Sadler at the headquarters of FAPS, the company based in Fiume Veneto, in the province of Pordenone, where the lamp took form and is still produced today. The design and development of Mite date back to the late 1990s. The project took its cue from the potential of innovative materials like fiberglass and carbon. Sadler had already made a prototype: a floor stand with an auto headlight at the top. It was just an idea that needed to be developed with someone who knew these materials and how to transform them.

We began our conversation in the small meeting room near the company entrance, but soon we were roaming to have a look at some of the phases of workmanship that still go into the lamp today. We were joined by Maurizio Onofri, owner of FAPS, and Giorgio Valeri, who has collaborated on all of Sadler's experiments over the years. Observing the machinery customised by the FAPS technicians, watching the work of the operators, who like dressmakers spread the fibre of Mite before the passage in the autoclave, seeing the phases of the finishing of the product, were all moments that contributed to enhance our understanding of its design.

To understand FAPS we need to backtrack a bit, at this point. FAPS is a company that was already focusing on composite materials at the end of the





Un passo indietro per capire chi è FAPS. FAPS è un'azienda che alla fine degli anni Ottanta punta sui materiali compositi, al tempo una novità assoluta. Dopo aver ragionato a tutto tondo sull'utilizzo di queste innovazioni, decide di investire sulla produzione di canne da pesca sportive: aste lunghe fino a una quindicina di metri caratterizzate da una grande rigidità e leggerezza. La produzione di canne da pesca, insieme ad altre lavorazioni conto terzi in fibra di carbonio, rappresenta per anni l'attività fondamentale di questa start-up ante litteram. Alla fine degli anni Novanta, emerge l'opportunità di utilizzare i materiali compositi anche nell'ambito dell'arredo. Le potenzialità della fibra di vetro e della fibra di carbonio non sono più poste al servizio di particolari performance tecniche ma vengono valorizzate per opportunità diverse, non ultima quella di sviluppare un'estetica innovativa. In questo contesto prende corpo la collaborazione con Foscarini e con Marc Sadler.

Mentre camminavamo fra i macchinari e gli artigiani di FAPS, Sadler ha raccontato degli scontri e della passione con cui l'imprenditore ha seguito tre anni di sperimentazione faticosa ma entusiasmante. Difficile immaginare una multinazionale con un occhiuto controllo di gestione sostenere un percorso sperimentale così impegnativo e costoso: ci vogliono –ricorda lo stesso Sadler – importanti “picchi di irragionevolezza” per

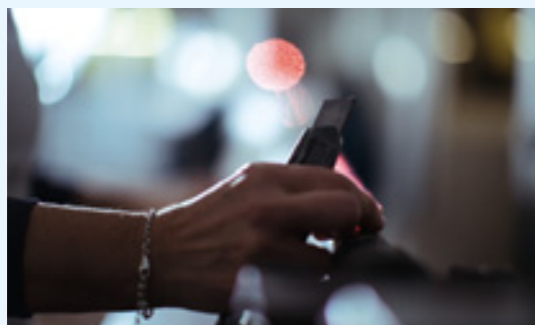
1980s, an absolute novelty at the time. After having fully thought out the use of these innovations, the firm decided to invest in the production of fishing rods for sportsmen: poles with a length of about 15 metres, of remarkable strength and lightness. The production of fishing rods, together with other subcontracted items in carbon fibre, represented the fundamental activity of this start-up for years. At the end of the 1990s the opportunity arose to also use composite materials in the field of furnishings. The potential of fiberglass and carbon fibre was no longer restricted to particular kinds of technical performance, but could also be applied to different situations, last but not least to the development of an innovative image. This was how the collaboration with Foscarini and Marc Sadler began.

Strolling past the machines and craftsmen of FAPS, Sadler told us about the discussions and the passion with which the entrepreneur got involved in three years of difficult but exciting experimentation. It would be hard to imagine a multinational with the typically obsessive controls putting up with such a costly and complex experimental path. Sadler himself admits that major “unreasonable leaps” are needed to discover the potentialities of materials and technologies. Saturdays spent on thinking about alternative prototypes, evenings devoted to exploring uncharted paths. To achieve success passion and obstinacy are both musts. Furthermore, it



Selezione del materiale composito per la creazione di Twiggy — *Selecting the composite material to create Twiggy* — 选用复合材料制作Twiggy — *Selección del material compuesto para la creación de Twiggy* — *Sélection du matériau composite pour la création de Twiggy*
— ページ- Twiggy製作のための複合材料の選択 — *Auswahl des geeigneten Verbundstoffs für Twiggy* — FAPS, 2017





scoprire le potenzialità di un materiale e di una tecnologia. Ci vogliono sabati passati a ragionare su prototipi alternativi e serate dedicate a percorrere strade poco battute. Per riuscire nel compito ci vogliono passione e testardaggine. Non solo. Ci vuole un'azienda – in questo caso Foscarini – che sia in grado di porre dei vincoli economici e temporali affinché questo sforzo sia finalizzato a un prodotto destinato al mercato e non diventi un divertimento da hobbisti.

Dopo tre anni di impegno, di sperimentazione su materiali e prototipi che hanno gradualmente definito il prodotto finale è nata la lampada Mite che ha vinto il Compasso d'Oro nel 2001. Marc Sadler ha sempre testimoniato l'importanza del lavoro svolto in FAPS e ha sempre riconosciuto i meriti dei collaboratori che tanto hanno contribuito a dare forma e qualità al suo progetto. Un ruolo fondamentale, il loro, che spesso il grande pubblico conosce poco e il cui valore è nella maggior parte dei casi colpevolmente sottostimato.

Il ritorno di un protagonista

La storia della lampada Mite non è particolarmente originale rispetto alle vicende del design italiano. Lo sviluppo di nuovi prodotti da parte di designer affermati ha sempre potuto contare, nel nostro Paese, su un'offerta sorprendente di competenze legate allo sviluppo di prototipi. La presenza di

is important that the company – Foscarini in this case – be capable of setting the economic and temporal boundaries, to make sure the effort is aimed at a product for the market, not just an amusement for hobbyists.

After three years of striving, experimenting with materials and prototypes that gradually converged in the final product, the Mite lamp was born, and won the Compasso d'Oro in 2001. Marc Sadler has always spoken of the importance of the work conducted at FAPS, and he has always acknowledged the merits of the collaborators who contributed so much to the form and quality of his project. Theirs is a fundamental role, often unfamiliar to the general public and sadly underestimated in most design chronicles.

The return of a protagonist

The tale of the Mite lamp is far from unique in the history of Italian design. The development of new products by successful designers has always been able to rely, in our country, on a surprising supply of expertise connected with the making of prototypes.

The existence of many small companies and craftsmen has made it possible to pass quickly from a design idea to a three-dimensional manufactured object. This is also true in the world of lighting, which has made use of traditional materials like glass as well as innovative substances like composites. For years the contribution of



Verifica di uniformità del materiale composito — *Checking the uniformity of the composite material* — 検査複合材料の均一性 — *Comprobación de uniformidad del material compuesto* — *Contrôle d'uniformité du matériau composite* — ページ-複合材料の均一性の検査 — *Überprüfung der Gleichförmigkeit des Verbundstoffs* — FAPS, 2017



tante piccole imprese e di artigiani ha reso possibile passare rapidamente da uno spunto progettuale a un manufatto tridimensionale. Questo è vero anche per il mondo dell'illuminazione che ha fatto uso di materiali tradizionali come il vetro soffiato così come di materiali innovativi come i compositi. Per anni il contributo di questo saper fare è stato un fattore essenziale nello sviluppo del design italiano senza tuttavia che ciò si traducesse in un racconto capace di riconoscere e identificare i protagonisti che hanno contribuito all'evoluzione dell'intero settore.

Oggi siamo chiamati a ragionare sui presupposti di una nuova narrazione. Per ragioni diverse. Alla base di questo nuovo racconto del design italiano vi è la necessità di spiegare e rendicontare il valore di oggetti che vengono proposti a una domanda internazionale sempre più attenta e informata. Se oggi ragioniamo sul lavoro artigiano che sta dietro alla produzione di lampade come Mite (così come di altri prodotti nati in circostanze simili) è perché l'acquirente che si avvicina a un prodotto di qualità vuole riconoscere i segni di una cultura materiale e di un saper fare che contribuiscono a modellare oggetti carichi di senso e di prospettiva storica. Il saper fare artigiano che arricchisce e completa il lavoro del designer è un elemento qualificante del prodotto che l'Italia porta sul mercato internazionale. In un mondo in cui proliferano idee e intuizioni di tutti i tipi,



this know-how has been an essential factor in the growth of Italian design, but without ever translating into a narrative capable of recognizing and identifying the protagonists who have contributed to the evolution of the entire sector.

Today our task is to think about the groundwork for a new narrative, for a range of different reasons. Behind this new history of Italian design lies the need to explain and take stock of the value of the objects that are offered to an increasingly attentive and well-informed international market. If today we are thinking about the work of artisans behind the production of lamps like Mite (and other products created in similar circumstances) it is because the potential buyer who approaches a high-quality product wants to be able to recognise the signs of a material culture and know-how that contribute to shape objects charged with meaning and historical perspective. The expertise of the craftsman that enhances and completes the work of the designer is a qualifying factor for Italian products on international markets. In a world where ideas and intuitions of all kinds spread faster and faster, in which hackathons and elevator pitches abound, it is urgent to emphasise the role of companies like FAPS in that are able to nurture the insights and ideas of designers.

The construction of the prototype is an exercise that is not limited to the definition of the quality of the final product. What is proven by the story of Mite, like other similar creations, is that the contribution of





in cui si moltiplicano *hackathon* e *elevator pitch*, è urgente ribadire il ruolo di realtà come FAPS in grado di arricchire e sviluppare intuizioni e progetti ideati dal designer.

La costruzione del prototipo è un esercizio che non si limita a contribuire alla qualità del prodotto finale. Quello che dimostra la storia di Mite, al pari di altri progetti simili, è che il contributo di questi artigiani comprende anche una valutazione di fattibilità tecnica ed economica sul fronte del processo produttivo. Ciò che viene presentato al mercato non è solo qualcosa di coerente e funzionale. È anche un prodotto che mantiene una sua economicità grazie a processi e tecniche manifatturiere sostenibili dal punto di vista dei materiali e del lavoro utilizzato. Chi contribuisce a dare forma al progetto è anche chi poi sarà chiamato a gestire la produzione di un determinato prodotto in piccole o grandi serie. Dall'attenzione alla dimensione della fattibilità manifatturiera emerge la sostenibilità economica del produttore.

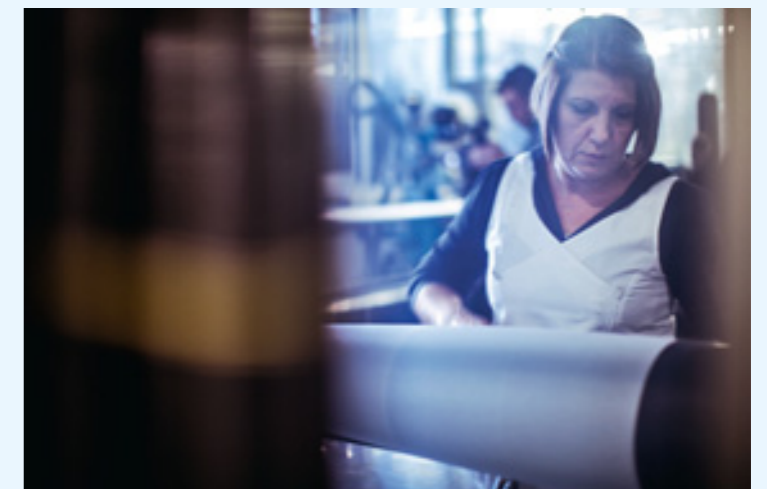
Va da sé che il terzo fattore di successo di un prodotto di qualità è l'impegno e la cura che il committente dedica allo sviluppo del progetto. La diade designer/prototipista trova sponda e vincolo nel committente. Questa abilità nel far crescere un'idea per farla diventare prodotto richiede un impegno

these craftsmen also includes assessment of technical and economic feasibility with respect to the production process. What reaches the market is not just something coherent and functional. It is also a product that conforms to economic parameters thanks to processes and techniques of manufacturing that are sustainable in terms of materials and labour. Those who take part in giving form to the project are the same people who will oversee its production, in small or large quantities. The focus on the dimension of manufacturing feasibility is what leads to the economic sustainability of the producer.

It follows that the third success factor of a product is the commitment and care the client puts into project development. The designer/prototypist dyad finds support and constraint in the client. The ability to nurture an idea and make it become a product requires a commitment that cannot be underestimated. The role of the entrepreneur/producer is crucial to accompany the designer-developer dialectic in all its phases. Innovative products demand an exercise of development and definition that is the result of the encounter between disparate perspectives and forms of knowledge. The company that brings a given product to the market has the job of constantly updating the commitment of the parties, keeping the requirements of the demand



Il tessuto in fibra di vetro viene steso e avvolto a mano sullo stampo di Mite — *The fibreglass fabric is stretched and hand-wrapped onto the mould for Mite* — 拉伸玻璃纤维并用手将其缠绕在Mite的模上 — *El tejido en fibra de vidrio se extiende y se utiliza para cubrir a mano el molde de Mite* — *Le tissu de verre est tendu et enroulé à la main sur le moule de Mite* — ページ-Miteの鑄型の上に手作業で伸ばされ巻き付けられるグラスファイバー製の布地 — *Das Glasfasergewebe wird ausgebreitet und von Hand auf die Form von Mite gewickelt* — FAPS, 2017







024

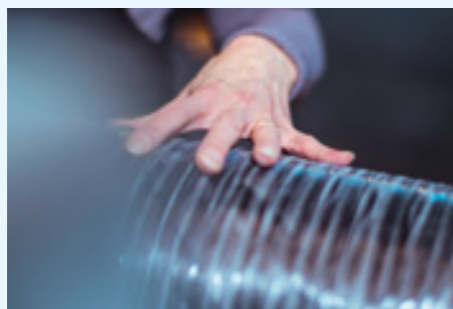
Maestrie



025

Mastery





che non può essere sottovalutato. Il ruolo dell'imprenditore/editore è cruciale nell'accompagnare la dialettica fra progettista e sviluppatore in tutte le sue fasi. Prodotti innovativi richiedono un esercizio di sviluppo e di definizione che è il risultato dell'incontro fra prospettive e saperi distinti. All'impresa che porterà un determinato prodotto sul mercato spetta il compito di rinnovare costantemente l'impegno delle parti tenendo bene a mente le richieste della domanda, i canali di distribuzione, il ruolo dei media.

Alzare il sipario

Per rendere esplicito il valore di un progetto come Mite e, in generale, di tanta parte della produzione di aziende come Foscarini è necessario superare il binomio imprenditore-designer per richiamare sulla scena il saper fare di matrice artigianale che è alla base della fortuna di tanta parte dell'arredo di qualità Made in Italy. Non si tratta, è ovvio, di mancare di rispetto a tanti imprenditori e a tanti designer che hanno fatto la storia del mobile in Italia. Si tratta piuttosto di arricchire il quadro finora proposto per inserire una componente a lungo sottovalutata. È tempo di riconoscere un elemento in grado di caratterizzare una creatività e una prolificità difficile da spiegare, un fattore su cui è stato ed è possibile realizzare obiettivi economici altrimenti difficili da perseguire nelle forme dell'industria tradizionale.

Per un'impresa come Foscarini,

side, the channels of distribution and the role of the media in mind.

The curtain rises

To bring out the value of a project like Mite and, more generally, of much of the output of companies like Foscarini, we need to get beyond the entrepreneur-designer duo and call into play the artisanal know-how that is the foundation of the success of so many of the high-quality furnishings of Made in Italy. Obviously this does not imply any lack of respect for the many businessmen and designers who have written the history of Italian furniture. The idea is instead to expand the narrative formulated to date, to insert a component that has long been overlooked. The time has come to acknowledge a factor capable of determining a prolific creativity that is otherwise hard to explain, a factor that has made it possible to achieve economic objectives that would be very hard to pursue in the order of traditional industry.

For a company like Foscarini, recognising and bringing value to the role of its suppliers in the phase of product development and production are important steps. For many years, people thought that it was possible to build a corporate reputation without calling the dimension of making into play. For years we have thought of the brand, which sums up the values and aspirations of the company, as a true curtain: the world of production was hidden from the gaze of the final consumer,



Fettucce in fibra di materiale composito di diversa tipologia e diversa larghezza vengono avvolte per dare forma a Tress — *Different types and various widths of composite material fibre ribbons are wrapped to form Tress* — 通过缠绕不同类型和宽度的复合材料纤维条制成Tress — *Para dar forma a Tress se utilizan cintas en fibra de material compuesto de diverso tipo y distinta anchura* — *Des rubans en fibre de matériau composite de typologie et largeur différentes sont enroulés pour créer la forme de Tress* — ページ異なる種類の複合材料のファイバーを用いた異なる幅のリボンが巻かれてTressは形作られる — *Unterschiedlich breite Bänder aus verschiedenen Verbundstoff-Fasern werden aufgewickelt, um Tress ihre besondere Gestalt zu verleihen* — FAPS, 2017





Mediante cottura in autoclave la lampada assume la sua struttura definitiva — *The lamp is baked in an autoclave to give it its final structure* — 在高压釜内烤制灯具, 形成其最终结构 — *La lámpara asume su estructura definitiva mediante cocción en autoclave* — *La lampe acquiert sa structure définitive après cuisson en autoclave* — ページ-オートクレーブ焼成により照明器具は最終的な構造を得る — *Durch Erhitzen im Autoklav erhält die Leuchte ihre endgültige Form* — FAPS, 2017



riconoscere e valorizzare il ruolo dei propri fornitori nella fase di sviluppo di prodotto e nella fase di produzione sono passi importanti. A lungo abbiamo immaginato che fosse possibile costruire una reputazione di impresa svincolata dalla dimensione del fare. Per anni abbiamo considerato il *brand*, che dell'impresa sintetizza valori e aspirazioni, come un vero e proprio sipario: il mondo della produzione è stato negato alla vista del consumatore finale perché troppo disordinato, complesso, problematico per essere messo sulla scena, magari di fronte a una domanda internazionale.

I tempi sono cambiati. Chi compra un oggetto di design vuole capire perché un oggetto costa più di un altro, quali ragioni giustificano il suo valore. Non si accontenta più di una generica promessa di qualità ribadita a più riprese sulle pagine pubblicitarie di giornali patinati. Vuole andare oltre. Vuole conoscere l'effettiva qualità di un determinato prodotto e di un determinato processo produttivo. Vuole conoscere i valori e la cultura che hanno reso possibile un determinato manufatto, vuole poter capire le persone e i luoghi che hanno contribuito alla sua genesi.

Questo non significa che la marca sia un concetto obsoleto. Al contrario. Ciò che oggi ci appare inesorabilmente superato è il modo con cui molte imprese hanno costruito un'immagine di sé a prescindere dagli sforzi e dall'impegno di tanti protagonisti lontani dal proscenio. Nel mondo dell'arredo, la possibilità

because it was considered too disorderly, complex and problematic to be put on stage, hopefully in front of an international demand-side audience.

But times have changed. Those who purchase a design object today want to understand why one product costs more than another, the reasons that justify the value. They are no longer convinced by generic promises of quality repeated on the advertising pages of glossy magazines. They want to know more. They want to learn about the effective quality of a given product and a given production process. They want to understand the values and culture that have made a particular object possible, the people and places that have gone into its creation.

This does not mean that the brand is an obsolete concept. Quite the opposite. But what does seem to be irremediably obsolete today is the way many companies have constructed an image for themselves without any reference to the efforts and commitment of all kinds of backstage protagonists. In the world of furnishings, the possibility of narrating and emphasising the passion, dedication and know-how that have made a product like Mite possible now seems like a constituent element of the project and the product as a whole. The curtain rises. The story comes alive. There is a new tale to tell, many tales, in fact. Because every product Foscarini has put on the market has gone through phases of doubt, trial and error, wrong turns, things that are worth bringing to public attention

di raccontare e sottolineare la passione, l'impegno e il saper fare che hanno reso possibile la nascita di un prodotto come Mite appare oggi un elemento costitutivo del valore del progetto e del prodotto nel suo insieme. Il sipario si alza. Il racconto si anima. C'è una nuova storia da raccontare. Anzi, ce ne sono tante. Perché ogni prodotto che Foscarini ha portato sul mercato ha conosciuto incertezze, errori, percorsi interrotti che oggi vale la pena di riportare all'attenzione del pubblico perché parte di un bagaglio di esperienze che sono la storia di un'impresa. Sono l'origine della cura e della passione con cui vengono fatti i suoi prodotti.

Saper fare artigiano e modernità

Rodolfo Dordoni è stato direttore artistico di Foscarini dal 1988 al 1993. Un tempo breve per imprimere una direzione univoca alla produzione dell'azienda nel suo complesso, sufficiente, tuttavia, per sviluppare in prima persona alcuni progetti in grado di segnare il percorso seguito dall'impresa di Venezia. Sono anni in cui alcuni protagonisti dell'illuminazione hanno già impostato strategie originali, dimostrando di potersi imporre nel settore con scelte forti e innovative. Anche aziende come Vistosi e Barovier&Toso avevano già elaborato al tempo una propria cifra progettuale. Questa cifra ancora mancava alla produzione di Foscarini. Serviva un prodotto che fosse capace di imprimere una direzione al lavoro dell'impresa e di lanciare un chiaro segnale al mercato. La lampada Lumiere messa a punto da Rodolfo Dordoni ha rappresentato il manifesto dell'estetica Foscarini segnando una pagina importante nella storia dell'impresa. Il progetto di Lumiere nasce nel 1990 in collaborazione con un'azienda, la Vetrofond, che aveva da poco lasciato Murano per approdare nella terraferma

because they are part of a background of experiences that tells the story of a company. And they lie at the origin of the care and passion that go into its products.

Mastery and modernity

Rodolfo Dordoni was the art director of Foscarini from 1988 to 1993. A short time in which to chart a unified course for the production of the company as a whole, but long enough to personally create a number of projects that have set the path of the Venetian company. Those were years in which some of the protagonists of lighting had already formulated original strategies, approaching the industry with strong, innovative choices. Companies like Vistosi and Barovier&Toso had already developed their own design signatures. This kind of signature was still lacking in Foscarini's output. What was needed was a product that would set the direction of the company's efforts, while sending a clear signal to the market. The Lumiere lamp developed by Rodolfo Dordoni became the manifesto of the Foscarini aesthetic, writing an important page of its corporate history.

The Lumiere project began in 1990, in collaboration with a company – Vetrofond – that had recently left Murano to settle on the mainland near Venice. Linked to the tradition of blown glass, Foscarini wanted to assert its contemporary character by developing a project that would combine the typical poetics of blown glass with technology more in tune with the times. The idea took form in a quick sketch: a sort of cap in blown glass, supported by a base in die-cast aluminium. The timing between the intuition and the product development was also quick. The result mixed two dimensions: the craftsmanship of the Venetian tradition and industrial workmanship of aluminium. The pendulum – Dordoni recalls – swung in the direction of an image more closely connected to the







veneziana. Legata alla tradizione del vetro soffiato, Foscarini vuole dichiarare la propria contemporaneità sviluppando un progetto capace di tenere insieme la poetica tipica del vetro soffiato e una tecnologia al passo coi tempi. L'idea prende forma in uno schizzo informale: un cappello in vetro soffiato sorretto da una base di alluminio pressofuso. I tempi fra l'intuizione e lo sviluppo del prodotto sono brevi. Il prodotto esce integrando le due dimensioni, quella più artigianale legata alla tradizione veneziana e quella più industriale legata all'uso dell'alluminio. Il pendolo – racconta Dordoni – oscilla nella direzione di un'estetica più legata all'utilizzo di nuovi materiali. Foscarini propone una dialettica fra mondi distinti suggerendo un equilibrio originale che diventa il tratto caratteristico di un progetto a lungo termine.

Dopo vent'anni la lampada è stata oggetto di un restyling curato dallo stesso Dordoni. È stata l'occasione per sviluppare una serie di soluzioni innovative, alcune delle quali destinate solo a un pubblico di nicchia. Sono state rinnovate le coloriture, è stata introdotta una variante in vetro specchiato, sono state modificate anche le proporzioni ed il segno nella variante XXS-XXL. Non si è voluto progettare un'altra lampada. Si è trattato dello stesso oggetto con un accento diverso. Il pendolo si è

use of new materials. Foscarini proposed a dialectic between distinct worlds, suggesting an original balance that was to become the characteristic feature of a long-term project.

After 20 years the lamp was the focus of restyling done by Dordoni himself. This was an opportunity to develop a series of innovative solutions, some of which were for only a particular market niche. The colourings were updated, a variation of reflecting glass was introduced, while the proportions were altered, also in XXS-XXL variants. The idea was not to design another lamp, but to approach the same object with a different accent. The pendulum swung in the opposite direction from that of the initial design, moving towards greater emphasis on craftsmanship, and recognition of the manufacturing quality Vetrofond is capable of providing.

The reasons behind this new emphasis lie in a period of sweeping change in demand-side sensibilities. With respect to the past, people who approach a lighting object are looking for a product that can honestly convey a sense of its specificity, its cultural matrix. This does not necessarily imply objects made completely by hand, as Dordoni himself emphasises. "Consumers want manufacturing that is capable of conveying an emotion, often connected



Verifica del diffusore grezzo di Twiggy prima della verniciatura — *Checking the unfinished diffuser of Twiggy before painting it* — 给Twiggy涂色前先检查它上边未完工的扩散器 — *Comprobación del difusor bruto de Twiggy antes del barnizado* — *Contrôle du diffuseur brut de Twiggy avant le laquage* — ページ-Twiggyの塗装前の未加工の状態のシェードの検査 — *Überprüfung des Diffusors von Twiggy vor dem Lackieren* — FAPS, 2017



mosso in una direzione contraria rispetto a quella che aveva caratterizzato il progetto iniziale. Ha spinto verso una maggiore enfasi sul saper fare artigiano e sulla riconoscibilità della qualità manifatturiera che Vetrolfond è in grado di esprimere.

Le ragioni di questa nuova enfasi sono da ricercare in una sensibilità della domanda in grande cambiamento. Rispetto al passato, chi si avvicina all'oggetto di illuminazione chiede un prodotto che sappia dichiarare con onestà la sua specificità e la sua matrice culturale. Il che non significa necessariamente oggetti fatti completamente a mano – come sottolinea lo stesso Dordoni. “La domanda pretende una manifattura in grado di trasferire un'emozione che spesso è legata a dettagli e a particolari riconducibili a una produzione di tipo artigianale”. È una questione di onestà: si tratta di dichiarare in che modo una manifattura artigiana contribuisce effettivamente alla realizzazione di un determinato prodotto e in che modo questa dimensione diviene comprensibile a uno sguardo educato.

Un'idea di qualità che cambia

Una diversa idea di qualità. Su questo terreno si gioca una sfida importante del design italiano. È su questo piano



with details that can be traced back to production involving craftsmanship.” It is a question of honesty, of stating how the craftsmanship effectively contributes to the creation of a given product, and of how this dimension becomes comprehensible to the educated gaze.

An evolved concept of quality

A different idea of quality. This is the terrain of an important challenge for Italian design, on which Italy has to develop a specific idea of value. For many years Italian companies have looked to German manufacturers as the reference point for an idea of quality seen as rigorous compliance with technical standards. For many Italian manufacturers, however, those standards have now been achieved and can be taken for granted. At the furniture fair in Cologne products Made in Italy needn't have any inferiority complex. The issue is that Italian companies now have to express something more. They have to promote objects of superior quality that are capable of conveying an emotion, communicating the cultural value of know-how, igniting empathy with lifestyles and social models.

How can we get beyond the idea of quality seen as standardisation, to promote a project of quality seen as a trigger of



che l'Italia è chiamata a sviluppare una specifica idea di valore. Per molti anni le imprese italiane hanno guardato ai produttori tedeschi come al punto di riferimento rispetto a un'idea di qualità intesa come rispetto di standard tecnici cui adeguarsi in modo rigoroso. Per molti produttori italiani del settore quello standard operativo è ormai un obiettivo raggiunto. Alla fiera del mobile di Colonia il prodotto Made in Italy non ha più particolari timori reverenziali. Il tema è che l'azienda italiana è chiamata a esprimere qualcosa in più. È chiamata a promuovere oggetti di qualità superiore in grado di trasferire un'emozione, di comunicare il valore culturale del saper fare, di innescare empatia con stili di vita e modelli sociali.

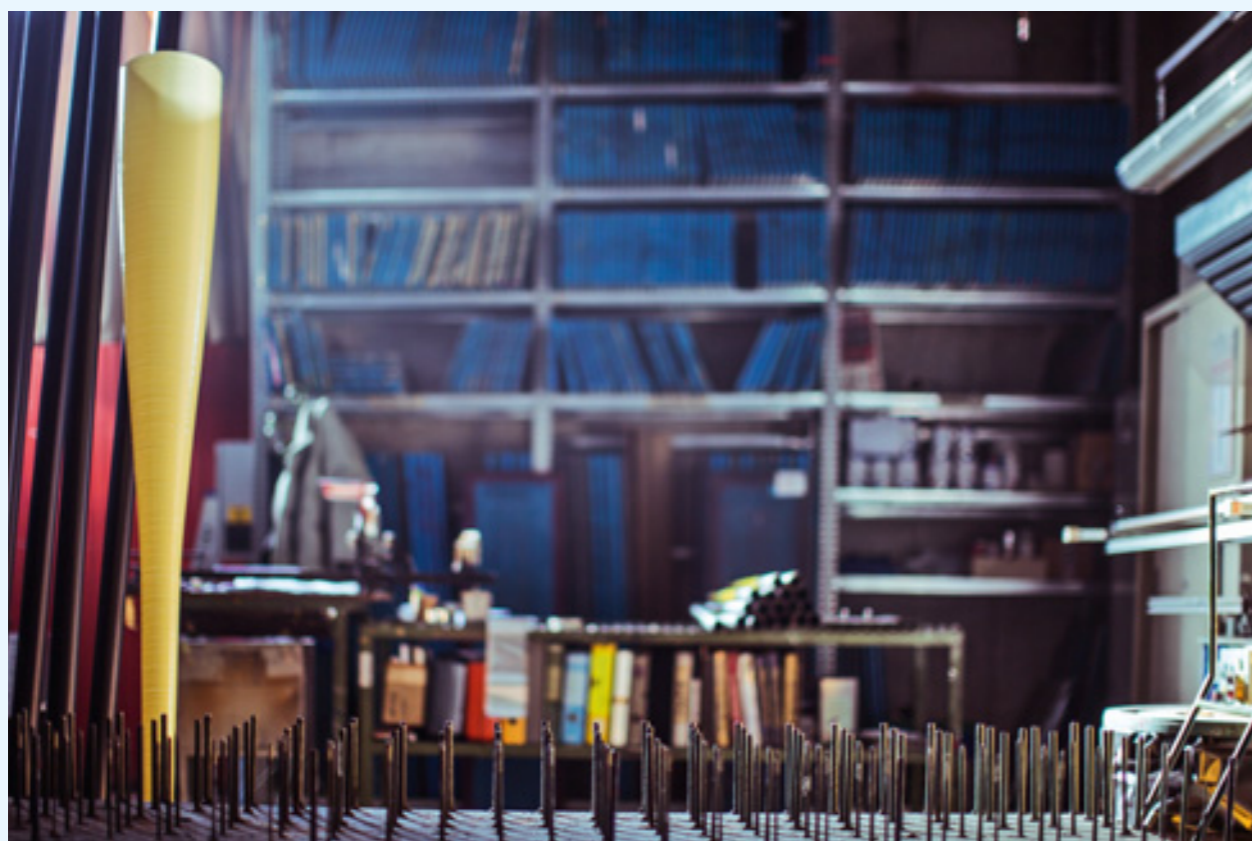
Come superare un'idea di qualità intesa come standardizzazione per promuovere un progetto di qualità inteso come innesco di nuove relazioni sociali e culturali? Il dibattito non è nuovo. Parte di questi temi fanno parte di quella riflessione che più di un secolo fa è stata promossa dal movimento Arts and Craft alla fine dell'800 e che ha saputo attraversare in modo più o meno visibile tutto il secolo scorso. John Ruskin e William Morris hanno sempre immaginato che l'idea di qualità non si limitasse al rispetto di semplici parametri esecutivi, ma che avesse a che fare con la valorizzazione della soggettività del produttore, con la possibilità di creare un collegamento vivo e intenso con la sensibilità e con la cultura di chi ha prodotto un determinato manufatto. L'apprendista scultore al lavoro nel cantiere della cattedrale gotica con il suo segno nella finitura di un gargoyle lasciava una traccia personale del suo impegno in un grande progetto collettivo. Quando guardiamo quelle cattedrali rivediamo un popolo in movimento, un insieme di vite che partecipano a uno sforzo che supera il valore dei singoli e che comunque li contiene e li rispetta.

new social and cultural relationships? The debate is far from new. Some of these themes are part of the reflections proposed over a century ago by the Arts and Craft movement at the end of the 1800s, reflections that crossed the entire 20th century in a more or less visible way. John Ruskin and William Morris always imagined that the idea of quality would not be limited to compliance with mere parameters of execution, but would also have to do with bringing out the value of the subjectivity of the maker, with the possibility of creating a living, intense connection to the sensibility and culture of the producer of a given artefact. The apprentice sculptor at work on the construction site of a Gothic cathedral, with his touch in the finishing of a gargoyle, left a personal trail of his commitment to a major collective project. When we look at those cathedrals we can again see a people in motion, a set of lives taking part in an effort that goes beyond the value of individuals while at the same time it contains them and respects them. Likewise, Italian manufacturing ought to bear witness to the flair and ability of making: a lamp, a wardrobe, a kitchen. The entire chain has to be able to absorb and convey the signs of this expressive ability, bringing them to the market in understandable form. The designer, in particular, has the task of leaving a margin of expressive quality without letting it threaten the overall framework of the production of an object of high quality.

This demand for quality has become a distinctive aspect of products in other fields as well. In the world of fashion and luxury, the appeal of craftsmanship represents a tool to justify often daunting prices. Major luxury brands have learned how to communicate the specific forms of expertise that lie behind their production. In this way, they have stimulated new interest in artisanal work, and they have contributed to reconsideration of its economic and







Allo stesso modo la manifattura italiana è chiamata a testimoniare l'estro e l'abilità della sua manifattura nella produzione di una lampada, di un armadio o di una cucina. L'intera filiera deve dimostrarsi capace di ospitare i segni di questa capacità espressiva e di proporli al mercato in forma comprensibile. Al progettista, in particolare, spetta il compito di lasciare un margine di qualità espressiva senza che ciò possa pregiudicare l'impianto complessivo della produzione di un manufatto di qualità.

Anche in altri campi questa richiesta di qualità è diventata un aspetto distintivo del prodotto. Nel mondo della moda e del lusso, il richiamo all'artigianalità ha rappresentato lo strumento per giustificare un premio di prezzo spesso sorprendente. Grandi marchi del lusso hanno imparato a comunicare la specificità delle competenze che sono alla base delle loro produzioni. Per questo hanno promosso un nuovo interesse verso il lavoro artigiano e contribuito a riproporre il ruolo economico e sociale. In molti casi questo impegno si è spinto oltre il perimetro proprietario della singola impresa, per sostenere scuole, mostre, fondazioni che hanno contribuito a rilanciare il valore del saper fare e un'idea di qualità intimamente legata al gesto educato dell'uomo. Se tante *maison* della moda e del lusso possono oggi posizionare il proprio prodotto entro fasce di prezzo particolarmente impegnative è soprattutto perché in questi anni il legame fra stile, progetto e saper fare ha ritrovato la sua visibilità.

La tradizione democratica del design italiano rende poco praticabile questa strategia. Il contributo del saper fare artigiano non serve dunque a giustificare una qualità superiore, quanto piuttosto a testimoniare la capacità della manifattura italiana di promuovere varietà e personalizzazione. Mescolando – senza finzioni – ciò che è il risultato di un processo di standardizzazione di

social role. In many cases this effort has gone beyond the proprietary confines of the individual company, supporting schools, exhibitions, foundations that have helped to revive an idea of quality closely linked to the cultivated gestures of human beings. If many fashion and luxury houses can now position their products in a particularly challenging price range, it is because in recent years the bond between style, design and know-how has gained greater visibility.

The democratic tradition of Italian design has made this strategy harder to implement. The contribution of craftsmanship does not therefore serve to justify higher quality, but to bear witness to the capacity of Italian manufacturing to respond needs of variety and personalisation. The idea is to mix – without faking it – the results of a process of standardisation of an industrial character with what stands out as the contribution of an individual.

In this sense the evolution of design has to stay in step with the transformation of the small and medium businesses that represent its supply system. Their evolution has to blend managerial rationality with clearly recognizable aspects of craftsmanship. These companies have to be able to develop a digital culture in tune with the times while perpetuating human gestures in an economically sustainable way.

The more the project requires the inclusion of parts that can only be made by expert hands, the more the businesses presently involved in the chain of design production will be forced to rethink their productive capabilities. The issue is to promote automation and digital rationalisation while at the same time reinforcing the experience and manual skill of classic artisans. It is probable that refined and organised craftsmanship can effectively help us to gain acclaim in the world. It can become a distinctive feature of designing and formulating a different kind



tipo industriale e ciò che emerge come contributo del singolo. In questo senso l'evoluzione del design deve procedere di pari passo con la trasformazione di quelle piccole e medie imprese che costituiscono il sistema della fornitura. La loro evoluzione deve promuovere elementi di razionalità manageriale insieme ad aspetti di manifattura artigianale chiaramente riconoscibili. Deve essere in grado di sviluppare una cultura del digitale al passo coi tempi e mantenere un gesto umano in modo economicamente sostenibile. Quanto più si chiede al progetto di includere elementi suscettibili di essere realizzati da una mano esperta, tanto più le imprese che oggi sono inserite all'interno delle reti che partecipano alla filiera del design saranno chiamate a un ripensamento del proprio agire manifatturiero. Si tratta di promuovere automazione e razionalizzazione digitale e di sviluppare al contempo l'esperienza e il gesto di artigiani classici. È probabile che un'artigianalità affinata e organizzata possa effettivamente farci apprezzare nel mondo. Costituisce un segno distintivo nel progettare e nell'organizzare una manifattura diversa. È il nostro punto di forza, forse anche il nostro limite.

Un'estetica della diversità

“Nel momento in cui abbiamo avviato il progetto da cui hanno preso forma le lampade Rituals abbiamo pensato prima di tutto a una sensazione”. Quando Roberto Palomba racconta la nascita di una delle lampade più riuscite di Foscarini ripercorre tutto lo sforzo di immaginazione che si è trasformato, dopo due anni di lavoro, in un oggetto di vetro particolarmente sofisticato. L'obiettivo del progetto era quello di sviluppare una lampada in grado di generare una luce viva, capace di accompagnare la vita della casa facendo da antidoto alle preoccupazioni

of manufacturing. It is our strong point, but perhaps it is also our limit.

The aesthetics of diversity

“When we began the project that led to the Rituals lamps, we were thinking above all about a sensation.” When Roberto Palomba tells the story of one of Foscarini's most successful lamps, he traces back through an effort of imagination that was transformed, after two years of work, into a particularly sophisticated glass object. The aim of the project was to create a lamp that would generate a living light, ready to accompany life in the home and acting as an antidote to the worries of life. A vibrant light that could only be supplied by the use of glass.

The path leading to the development of the prototype was not an easy one. The initial intuition met with encouragement due to the experience of Giancarlo Moretti, founder and still chairman of Vetrofond. The grinding of the glass had to let the light filter through, ensuring the kind of light envisioned in the initial hypothesis. The choice of colour – white – also represented a challenge at the level of prototyping and industrial production. The mould and the subsequent work phases had to be in line with a market price that would make the lamp affordable for a vast range of possible consumers. The final product, the Rituals lamp that has been in the Foscarini catalogue since 2013, is the result of dialogue and interaction between designers who shared a focus on the quality of the project.

What is striking about Giancarlo Moretti is his ability to blend craftsmanship with business organisation, artisanal know-how with limitation of costs. The glassworks at Casale sul Sile is a magical place where master glassmakers and their assistants operate amidst furnaces and workbenches in what seems like a never-ending dance.





del mondo. Una luce vibrante, che solo il vetro può garantire. Il percorso che ha portato alla messa a punto del prototipo non è stato semplice. L'intuizione iniziale ha trovato una sponda nell'esperienza di Giancarlo Moretti, fondatore e ancora oggi amministratore di Vetrofond. Le molature dovevano consentire alla luce di filtrare garantendo un'illuminazione coerente con l'intuizione iniziale. Anche la scelta del colore, il bianco, ha rappresentato una sfida a livello di prototipo e di produzione seriale. Stampo e lavorazioni successive dovevano poi essere in linea con un prezzo di mercato che facesse della lampada un oggetto accessibile a una vasta platea di possibili acquirenti. Il risultato finale, la lampada Rituals in catalogo per Foscarini dal 2013, è il risultato di un dialogo e di un confronto fra protagonisti accomunati dall'attenzione per la qualità del progetto.

Quello che colpisce di Giancarlo Moretti è la capacità di saldare artigianalità e organizzazione di impresa, saper fare artigianale e attenzione ai costi. La vetreria di Casale sul Sile è un luogo magico, dove maestri vetrai, serventi e serventini si districano fra forni e piazze come in un balletto senza sosta. Ci si domanda come possano lavorare tante persone in spazi così angusti senza creare problemi l'uno all'altro. Questo movimento di uomini e canne, sorprendente anche per chi conosce la vita in fornace, è tutto fuorché disordinato. Ciascuna posizione è occupata da un artigiano specializzato in alcune specifiche lavorazioni in modo



One wonders how so many people can work in such a limited space without interfering with each other. This movement of men and pipes, surprising even for those who know about life in a glassworks, is anything but disorderly. Each position is filled by an artisan specializing in certain types of workmanship, to bring out the talents of each individual. Unexpected technological experiments happen from time to time, helping the workers to avoid repetitive activity without particular gratification.

Giancarlo Moretti can boast of two outstanding capabilities. He knows that the expertise accumulated by Vetrofond is a guarantee for those who want to develop innovative products. "If they come to Vetrofond with 100 drawings of new products in one year, we will be able to develop 98 of them. At other glassworks it would be hard to reach 20." The experience gathered in fifty years of on-going work with leading Italian design companies has made Moretti a favourite counterpart for the most demanding designers. Vetrofond's contribution does not only involve product development. The efforts of recent years to improve the company's entire organisation make it an example of economic rationalism to limit costs and guarantee prompt delivery. The know-how of Vetrofond is organised and structured to make the firm competitive with other forms of workmanship of a more strictly industrial character. The continuous drive to improve and the focus on optimizing margins at this glassworks are truly impressive. Thanks to

da valorizzare le inclinazioni di ciascuno. Non mancano qua e là sperimentazioni tecnologiche inaspettate, capaci di sollevare le persone da attività ripetitive senza particolare valore aggiunto.

Giancarlo Moretti rivendica un doppio primato. È consapevole che il saper fare accumulato in Vetrofond è una garanzia per chi voglia sviluppare un prodotto innovativo. “Se arrivano in Vetrofond cento disegni di nuovi progetti in un anno, ne riusciamo a sviluppare novantotto. In altre fornaci è difficile che si arrivi a venti”. L’esperienza sedimentata in cinquant’anni attraverso collaborazioni consolidate con le principali aziende del design italiano ha consentito a Moretti di diventare un interlocutore privilegiato dei progettisti più esigenti. Il contributo di Vetrofond non si limita allo sviluppo. Lo sforzo impresso in questi anni a tutta l’organizzazione fa di questa realtà un esempio di razionalità economica sul versante del contenimento dei costi e della puntualità nelle consegne. Il saper fare di cui Vetrofond è depositaria è organizzato e strutturato in modo tale da rendere questa fornace competitiva con altre lavorazioni di carattere industriale in senso stretto. Colpisce lo sforzo di miglioramento continuo e di attenzione ai margini di cui è stata capace questa fornace. È grazie all’impegno sul versante dell’organizzazione e della tecnologia che oggi è possibile ottenere prodotti magici a prezzi accessibili. Una lezione di cui l’intera filiera del design deve essere orgogliosa.

Il piacere di sperimentare

“Non si può fare”. La nascita della lampada Aplomb ha conosciuto più di qualche problema ai suoi esordi. La scritta “Non si può fare” campeggia ancora in una tavola di progetto che Lucidi e Pevere avevano spedito a Crea, la piccola azienda di Darfo dove oggi le Aplomb vengono prodotte senza interruzione.

these efforts in terms of organisation and technology, today it is possible to create magical products at affordable prices. A lesson that should bring a sense of pride to the entire design production chain.

The pleasure of experimentation

“It cannot be done”. The Aplomb lamp ran into some problems at the start. And the message “it cannot be done” can still be seen on a drawing Lucidi e Pevere sent to Crea, the small company in Darfo where Aplomb lamps are now constantly produced today. “It cannot be done” was what Giovanni Piccinelli wrote to his sons Carlo and Ottavio after having seen the thicknesses suggested by the design duo from Palmanova for the first concrete lamp offered on the market with these technical specifications. Two centimetres was just too thin for traditional workmanship. It was hard to make a suitable mould, just as it would be hard to find a material that could respond to the challenge set out in the design. Crea comes from the world of construction, where the orders of magnitude are different, where weights are much greater, and the forms call for much larger geometric shapes. How could they come to grips with something so small, so thin?

Giovanni Piccinelli has always been a curious craftsman. An inventor. Someone who discovers things. Like many of the great Italian artisans, he has never lost his taste for trial and error, experimentation. He has always had a passion for playing with new mixtures, new materials. Making moulds is an ability Piccinelli has developed through his own initiative, his own stubborn effort. First with the help of a specialist, then as an autodidact, often spending weekends on attempts to invent something new. Paolo Lucidi and Luca Pevere understood him: working with entrepreneurs like Piccinelli is a pleasure, and the only problem is to find a pretext to have fun finding original



Vetrofond
Soffiatura del vetro
Glass-blowing →





“Non si può fare” era quanto aveva scritto Giovanni Piccinelli ai figli Carlo e Ottavio dopo aver visto gli spessori che i due designer di Palmanova avevano suggerito per la prima lampada in cemento proposta sul mercato con queste specifiche tecniche. Due centimetri era una quota troppo limitata per le tradizionali lavorazioni. Difficile confezionare uno stampo adeguato, così come trovare un materiale che rispondeva alla sfida suggerita dal progetto. Crea viene dal mondo dell’edilizia dove gli ordini di grandezza sono diversi, dove i pesi sono di una magnitudo superiore, dove gli stampi richiedono geometrie su formati decisamente più estesi. Come affrontare qualcosa di così piccolo e di così fine?

In realtà Giovanni Piccinelli è sempre stato un artigiano curioso. Un inventore. Uno scopritore. Come molti altri grandi artigiani italiani non ha mai perso il gusto per provare e sperimentare. Sperimentare mescole e nuovi materiali è sempre stata una passione. Fare stampi è stata un’abilità che Piccinelli ha sviluppato con la propria passione e la propria tenacia. Prima con l’aiuto di un costruttore specializzato, poi da autodidatta, dedicando spesso il fine settimana per tentare qualcosa di nuovo. Paolo Lucidi e Luca Pevere lo avevano capito: lavorare con imprenditori come Piccinelli è un piacere, i problemi sono il pretesto per

solutions. The most outlandish technical challenges are the best excuse to discuss things and to test one’s reasoning.

The possibility of finding counterparts of this type is essential for young designers: artisans who are aware, a priori, that the production runs will be small. They do not expect to amortise the costs of the initial experimentation through major economies of scale. Instead, they know that what has been learned in the project phase will get utilised in new, different initiatives, perhaps with other companies. What there is to be learned from a difficult project can be capitalised in the next project. The lesson absorbed from a certain type of product can become material for something else, something different, perhaps for products associated with other sectors.

This is just what happened. From the first moulds of the Aplomb to the present, Crea has radically changed its way of operating on the market. A company that once focused on construction has become a leader over time in the use of concrete in the field of design. The craftsman who constructed houses and buildings now comes to terms with moulds for lamps, tables, pen holders. A radical change of direction that reflects the firm’s ability to solve problems in an innovative way, putting experimental research to work on any challenge suggested by a client. After Foscarini, many other design companies have taken advantage of the inventive



Contenitori di minerali utilizzati per la preparazione del vetro soffiato — Minerals containers used to prepare blown glass — 制备吹制玻璃所用的材料 — Contenedores de minerales utilizados para la preparación del vidrio soplado — Récipients des minéraux utilisés pour la préparation du verre soufflé — ページ-吹きガラスの調合に使用されるミネラル — Behälter für die Mineralien für die Fertigung von geblasenem Glas — Vetrofond, 2017



062

Maestrie



063

Mastery

divertirsi a trovare soluzioni originali. Le sfide tecniche più improbabili sono un buon motivo per discutere e per ragionare. Per designer giovani, la possibilità di trovare interlocutori di questo tipo è essenziale: artigiani consapevoli sanno a priori che le serie di produzione saranno contenute. Non si aspettano di scaricare su grandi economie di scala i costi legati alla sperimentazione iniziale. Piuttosto, sanno che ciò che è stato appreso nell'ambito di un progetto sarà utilizzato nell'ambito di iniziative nuove e diverse, magari con altre imprese.

Quello che è possibile imparare da un progetto impegnativo potrebbe essere valorizzato nel prossimo. La lezione appresa su un certo tipo di prodotti potrebbe diventare materia per qualcosa di diverso e di nuovo, magari per prodotti legati ad altri settori.

E così è stato. Dai primi stampi della Aplomb ad oggi, Crea ha cambiato radicalmente il suo modo di stare sul mercato. Quella che era un'azienda centrata sull'edilizia e sulle costruzioni è diventata nel tempo una realtà leader nell'utilizzo del cemento nel campo del design. L'artigiano che costruiva ville e palazzi ora si confronta con gli stampi di lampade, tavoli e portapenne. Un cambiamento di rotta radicale che asseconda la capacità di un gruppo nel risolvere problemi in modo innovativo, mettendo ricerca e capacità sperimentale in ogni sfida presentata dal committente. Dopo Foscarini sono state molte le aziende del settore che hanno beneficiato della capacità e dell'inventiva di Crea. Negli anni questi artigiani sperimentatori hanno dimostrato di poter contribuire a pieno titolo alla filiera del design più sofisticato grazie alle conoscenze maturate su un materiale come il cemento, a lungo considerato troppo difficile e impegnativo per la gran parte dei progetti dedicati al mondo dell'arredo.

proWess of Crea. Over the years these experimental artisans have demonstrated that they can make a real contribution to the production chain of the most sophisticated design, thanks to know-how developed with a material like concrete that was long considered too hard to handle, too challenging for most projects in the world of furnishings.

An inclusive process

The Italian design companies we have learned to refer to as "editors", or makers of editions, have often had to tolerate the fact of not being able to have and control their own production processes. Those who have applied an organisational model based on independent designers and quality suppliers have often avoided boasting about it, in spite of their awareness of the strong points of this type of structure. The reasons behind this modesty lie in a historical legacy that sees vertical integration of businesses, capable of covering production and sales, research & development and distribution, as the true reference point for the corporation.

In recent years, however, the debate in economics has helped to bring out a different viewpoint. The idea of business networking has gained ground, definitively pushing aside the myth of the factory capable of combining all productive activities inside its boundaries. Many entrepreneurs have become aware of the importance of outsourcing specific manufacturing activities, precisely because they respect paths of specialisation and expertise that could not be replicated within the confines of a single business. Today the idea of open innovation brings another radical step forward for this postulate: we are aware that the world is full of good ideas, perhaps developed by young independent talents, and forms of expertise that deserve to be called into play.





USCITA DI EMERGENZA

USCITA DI EMERGENZA



Un progetto che include

Le imprese italiane del design che abbiamo imparato a chiamare “editori” hanno spesso soprasseduto sul fatto di non governare processi produttivi propri. Chi aveva adottato un modello organizzativo basato su designer indipendenti e fornitori di qualità, pur avendo chiara consapevolezza dei punti di forza di quest’assetto organizzativo, ha spesso evitato di farne una bandiera. Le ragioni di questo pudore vanno cercate in un retaggio storico che vedeva nell’impresa verticalmente integrata, capace di tenere insieme produzione e vendita, ricerca e sviluppo e distribuzione, un protagonista cui guardare come punto di riferimento.

In anni più recenti, il dibattito economico ha contribuito a sviluppare un punto di vista diverso. L’idea di un’impresa a rete si è imposta soppiantando definitivamente il mito della fabbrica capace di integrare al suo interno tutte le attività produttive. Molti imprenditori sono divenuti consapevoli dell’importanza di esternalizzare determinate attività manifatturiere, proprio perché rispettosi di percorsi di specializzazione e di competenze non replicabili all’interno del perimetro di una singola impresa. Oggi l’idea di innovazione aperta (in inglese *open innovation*) radicalizza una volta di più questo assunto: siamo consapevoli che il mondo è pieno di buone idee, magari sviluppate da giovani talenti indipendenti e di competenze che meritano di essere

It is the entrepreneur, together with his staff, who has to grasp the value of these forms of knowledge and these innovators, translating these abilities – still in an embryonic state, in some cases – into market value.

The narrative in which Foscarini wants to be a leading figure today takes this direction into account, and attempts to take another step forward. The company has always been open to the talent of the most outstanding designers, while taking advantage of the knowledge and capacity of businesses that have been able to safeguard and update specific skills in the manufacturing field.

The objective is to acknowledge the value that has been created by the firm’s most prestigious designers and to bear witness to the role and importance of the skills that go into the high quality and aesthetic value of the company’s products. Above all where this dense network of quality suppliers is concerned, Foscarini’s tribute sets out to celebrate social and cultural values. The interplay of relationships and efforts that gives rise to such ambitious projects deserves to be illustrated and thus widely understood and appreciated.

All of the people involved should be given credit where credit is due.

The reasons behind this accent on acknowledging the work of those who share in these experiences have to do with a new idea of economic value. Those who purchase a design object, be it a Mite lamp or a Tress, just to stick with the Foscarini







valorizzate. È l'imprenditore insieme al suo staff a cogliere il valore di queste conoscenze e di questi innovatori e a tradurre queste capacità, in alcuni casi ancora embrionali, in valore di mercato.

Il racconto di cui Foscarini oggi vuole rendersi protagonista prende atto di questa direzione di marcia per spingersi un passo più avanti. L'impresa si apre da sempre al talento dei designer più capaci e valorizza le conoscenze e il saper fare di imprese che hanno saputo custodire e rinnovare una specifica competenza in campo manifatturiero. L'obiettivo è quello di riconoscere il valore che hanno contribuito a creare i suoi designer più prestigiosi e di testimoniare il ruolo e l'importanza di quel saper fare che hanno promosso qualità e valore estetico dei propri prodotti. Soprattutto per quanto riguarda questa fitta trama di fornitori di qualità, il tributo di Foscarini promuove valore sociale e culturale. L'intreccio di relazioni e di impegni che danno forma a progetti così ambiziosi merita di essere presentato e fatto apprezzare. Tutti coloro che ne fanno parte devono trovare il giusto riconoscimento.

Le ragioni di questo impegno a testimoniare il lavoro e a condividere queste esperienze hanno a che fare con una nuova idea di valore economico. Chi acquista un oggetto di design, sia una lampada Mite o una Tress per rimanere nel catalogo Foscarini, non ha bisogno semplicemente di un oggetto in grado di fare luce. Non cerca, genericamente, una



catalogue, do not simply need an object capable of shedding light. They are not seeking a generic technical solution to a problem. Those who approach objects of this type are looking for new social and cultural connections – and sophisticated, original products are the medium. The objects that have led to the fame of Made in Italy in the world respond to this type of need: they are connectors capable of triggering relations between different sensibilities, different cultures. The more this increasingly international and interconnected demand becomes strong and urgent, the more companies will have to learn to narrate their own work and their own world. They will have to state their position. The objects they produce will have to bear witness, in the world, to the substance and value of this cultural proposal, of these social and territorial bonds.

In this perspective, Foscarini's commitment becomes part of a path that has lasted 50 years. The Italian design of the 1960s triggered a challenge to the uniformity of mass production, bringing colour and variety to the logic of industrial manufacturing. The imagination and creativity of human beings finally returned to the centre of production processes that were otherwise ruled only by technical rationales. At the start of the fourth industrial revolution Italian design is ready to renew its "humanism" by again challenging the idea of production as a merely technological pursuit.

soluzione tecnica a un problema. Chi si avvicina a oggetti di questo tipo cerca nuove connessioni sociali e culturali di cui prodotti sofisticati e originali sono il medium. Gli oggetti che hanno reso celebre il Made in Italy nel mondo soddisfano questo tipo di esigenze: sono connettori in grado di mettere in relazione sensibilità e culture diverse. Più questa domanda – sempre più internazionale e interconnessa – diventa forte e urgente, più le imprese dovranno imparare a raccontare il proprio lavoro e il proprio mondo. Dovranno dichiararsi. Gli oggetti che producono dovranno testimoniare nel mondo la consistenza e il valore di questa proposta culturale e di questi legami sociali e territoriali.

In questa prospettiva, l'impegno di Foscari si innesta in un percorso che ha cinquant'anni. Il design italiano degli anni Sessanta ha contribuito a mettere in crisi il grigiore della produzione di massa portando colore e varietà nelle logiche della manifattura seriale. La fantasia e la creatività degli uomini tornavano finalmente al centro di processi produttivi altrimenti dominati dalla sola razionalità tecnica. Agli inizi della quarta rivoluzione industriale il design italiano è chiamato a rinnovare il suo "umanesimo" rinnovando la sfida a un'idea di produzione come sola sfida tecnologica. L'obiettivo in questo caso è riflettere e ripensare il valore degli oggetti che accompagnano il nostro quotidiano. Sempre meno merci, sempre più il tramite che lega una domanda cosmopolita a un mondo di persone e valori che rinnovano attraverso il loro lavoro l'idea di qualità e di bellezza.

The goal, in this case, is to reflect on and rethink the value of the objects that accompany our everyday existence.

Objects that are less like goods and more like intermediaries, to connect cosmopolitan demand to a world of values and people that renew the ideals of quality and beauty through their work.





La Dimensione Nascosta *The hidden dimension*

di / by Manolo De Giorgi

翻译 → p. 180
Traducciones → p. 189
Traductions → p. 199
翻訳 → p. 209
Übersetzungen → p. 219



Canna da soffiatura con la pasta vitrea — *Blowing cane with the vitreous paste* — 帶有玻璃黏的吹制条 — *Barra de soplado con la pasta vítrea* — *Canne de verrier avec la pâte de verre*
— ページ - 吹き竿と溶融されたガラス — *Stab zum Glasblasen mit Glasmasse* — *Vetrofond, 2017*

Parte 1.

Periodicamente torna alla mente la preziosa osservazione di Enzo Mari raccolta in una conversazione di qualche anno fa. In quell'occasione passando in rassegna in un percorso a ritroso quale fosse stato il contributo dei vari imprenditori alla fortuna del design italiano, Mari mi faceva notare col suo radicale piglio come non fosse vero che gli oggetti italiani fossero industriali ma come fossero sempre stati "pensati come industriali, ma prodotti artigianalmente".

Questa sottile e demistificatoria intuizione veniva a galla dopo che per troppo tempo si era steso un velo di Maya, si era calcata la mano su una realtà industriale tutta visibile in apparenza, un'illusione che velava la realtà delle cose che stava invece ben nascosta da tutt'altra parte.

Per decenni si era voluto tacitare l'artigianato e lo si era fatto liquidandolo prima di tutto come un problema di meri numeri: se si trattava di grande o media serie si stava nell'industria, se di piccola serie ci si riferiva alla dimensione artigianale. Era evidente che utilizzando questo parametro l'artigianato usciva polverizzato e largamente sconfitto come una dimensione del tutto superata e fuori dal tempo mentre la serie, la larga serie e le quantità avrebbero finalmente aperto a più larghi mercati.

Ma nessuno nel frattempo aveva interesse a smontare la macchina della produzione e ad andare a radiografare cosa

Part 1.

I am periodically reminded of the valuable observation made by Enzo Mari in a conversation from a few years ago. During a discussion of the tangible contributions of various entrepreneurs to Italian design, Mari pointed out with his radical outlook that Italian products had always been "designed as industrial but were actually hand-crafted".

This subtle distinction clarified a long-standing illusion about Italy's industrial process, while revealing a very important element of Italian production long hidden out of sight.

For decades, the desire had been to "bury" the story of craftsmanship, by passing it off mainly as a matter of size: large or medium-sized production was considered industrial, whereas small production runs were referred to as craft. It was evident that, using this parameter, craftsmanship ended up being largely obscured and relegated to being considered an obsolete and outdated dimension, while large-scale production would open the door to bigger markets.

At the same time, there wasn't real interest in drilling down to what was really happening in the production scene and performing an X-ray of what was going on in Italy in the intermediate passages of production, to verify the actual contribution of the machines versus the continuous adaptation and qualitative checks performed by a skilled worker (or modern





Forno per la ricottura del vetro dopo la soffiatura a bocca nello stampo — *Furnace for curing glass after it has been hand-blown in the mould* — 完成模具内的人工吹制后用于固化玻璃的火炉 — *Horno para la cocción del vidrio tras el soplado a boca en el molde* — *Four pour la deuxième cuisson du verre après soufflage à la bouche dans le moule* — ページ型吹き技法を用い製作された吹きガラスを二度焼きする窯 — *Kühlöfen, in dem das Glas nach dem Einblasen in die Form abgekühlt wird* — *Vetrofond, 2017*



accadeva in Italia nei passaggi intermedi del prodotto per verificare quanto venisse effettivamente eseguito dalla macchina e quanto fosse il contributo di continuo adattamento e rifinitura qualitativa compiuti da un operaio specializzato (o artigiano moderno). Piuttosto il mondo del design preferiva parlare di progetto, di cultura del progetto e dei suoi protagonisti/designer concentrandosi sul livello high della disciplina e sul contributo culturale che questa apportava alla società italiana. In parallelo tratti artigianali di qualità continuavano a svolgere la loro funzione imprescindibile nel prodotto e a rendere possibili tutte le più estreme richieste e forzature volute dai vari progettisti sotto la tenda protettiva di una logica cosiddetta "industriale".

Tutto questo avrebbe preso una diversa piega con il giro di boa del XXI secolo. Nel mondo diventato globale con la presenza di nuovi attori e di palcoscenici emergenti la cultura industriale diventava un fatto oramai universalmente disponibile, semplificata e appiattita nei suoi aspetti tecnologici che ora apparivano a portata di mano per tutte le latitudini del pianeta. Allo stesso modo la cultura dei designer in un mondo super-saturo e privo di vere richieste funzionali (o almeno dove l'offerta di proposte progettuali superava la domanda) si assestava su di un progetto debole in cui l'innovazione era fatta di continui ma piccolissimi scarti in avanti. L'uno e l'altro di questi fenomeni aprivano al design un'autostrada per la semplificazione ma allo stesso tempo portavano ad un prodotto diffuso dalla preoccupante omogeneità. Ciò che invece sembrava sottrarsi a tutto questo era il substrato artigianale di qualità che permaneva nella lavorazione industriale. Lì la differenza l'avrebbe potuta continuare a fare soprattutto lui, l'artigiano, col suo apporto di ricette ancora semi-nascoste e di sprazzi di manualità che ora tornavano in gioco

craftsman). The design world for their part focused on the planning phase, the design culture and its leading players – the designers - emphasizing the added value provided by this discipline to the cultural world. Meanwhile, quality craftsmanship continued to play an essential role in the product, satisfying all the most extreme demands and excesses sought by various designers under the protective banner of a so-called "industrial" logic.

All this took a different direction at the turn of the 21st Century. In a world that had become global with the presence of new players and emerging markets, the industrial culture became a now universally available given, one that was simplified and extended in its technological aspects, which now appeared within reach of all latitudes of the planet. Similarly, the culture of designers in a super-saturated world devoid of genuine functional needs (or at least where the supply of project proposals exceeded the demand) became a weak proposition, and innovation was continuous yet in tiny leaps forward.

Both these phenomena opened up design to an avenue of simplification yet at the same time led to products afflicted by an alarming homogeneity. What seemed to escape all this was in fact the underlying quality craftsmanship which remained a feature of industrial processing. Here, the craftsman in person might still have been able to make a difference, thanks to his contribution of as yet semi-hidden recipes and flashes of dexterity that now came into play as something that made the difference and as an ancient heritage never revealed beforehand. Subsequently during the first decade of the new century, when the industrial turnover for certain products thinned out to the point of barely remaining, even the alibi of figures had to be resized and the role of the craftsman was restored to the honour of the world.





come fattore di differenza e come antica eredità mai rivelata. Quando poi per alcuni prodotti il venduto industriale di alcune aziende nel primo decennio del nuovo secolo si sarebbe assottigliato al punto da stare nel novero delle decine o delle dozzine, anche l'alibi dei numeri si sarebbe ridimensionato e il ruolo dell'artigiano si sarebbe trovato completamente ristabilito all'onore del mondo.

Parte 2.

Ecco l'argomento attorno a cui ruotare: chi fa allora oggi la ricerca? Chi si occupa della complessità?

I mega-marchi nati col nuovo secolo hanno avuto altro a cui pensare e se si sono costituiti è perché volevano mettere ordine nella complessa voce "distribuzione" del design, su quel 40% o 50% che con l'aprirsi del mercato globale creava particolari problemi o altrettante occasioni. Non si sono certo accorpati con il fine di fare della ricerca product-oriented. L'economia di scala esigeva che identità e razionalizzazione costituissero il tema centrale dei nuovi assetti, ma il tipo di prodotto che veniva fuori dalla concentrazione dei marchi era inevitabilmente qualcosa che aveva il sapore del contract: per grandi forniture quindi, né bello né brutto, merceologicamente corretto sì, ma anche sufficientemente piatto per non creare imponderabili salti imponendosi così attraverso una sorta di "indeterminato di qualità".

Per sfuggire a tutto questo l'artigianato era l'unico in grado di proporre ancora qualità e unicità col suo modo semplice e flessibile e di fare il *just in time* a costi relativamente bassi. Lì ci sarebbe stato lo spazio anche per l'errore o per il progetto che non sempre va a buon fine sostenibile però nella fase della sperimentazione senza eccessivi investimenti in una situazione di

Part 2.

Here is the topic on which to focus: who does the research today? Who cares about complexity?

Mega brands born with the new Century have had other things to think about and the reason they were set up was because they wanted to tidy up the complex "distribution" aspect of design, at least the 40% or 50% which with the opening of the global market created particular problems or just as many opportunities. These companies did not have a stake in performing product-oriented research. Economies of scale demanded that branding and rationalisation constitute the central focus of the new structures, but the type of product that resulted from this concentration inevitably had a taste of mass market: in other words, commoditized large supplies of the new economy became sufficiently flavourless so as not to create any unfeasible leaps, thus establishing themselves as products of "undetermined quality".

In contrast, the craftsman emerged as the only one able to offer quality and uniqueness, using simple and flexible methods, producing just in time at relatively low costs. There would still be room for error or failure allowing sustainable experimentation without excessive investment in a market opportunity, which over the last ten years already appeared rather tricky. The craftsman ended up becoming the only one capable of taking bets in the most remote corners of emerging countries, able to craft the item a first time and then perhaps repeat it with a minimal variation thereafter. Or some craftsmen went the direction of operating within the context of a single piece at a time in the "made to measure" sphere, where a prototype and production piece merged into a single-production-run specimen, more often than not with a high degree of





mercato che negli ultimi dieci anni appariva già abbastanza delicata. L'artigiano era l'unico in grado di accettare certe scommesse scriteriate che potevano venire dagli angoli più remoti dei paesi emergenti e di realizzarle una prima volta per poi magari ripeterle poco dopo con una minima richiesta di variazione. Oppure di operare nella sfera del pezzo unico e del capitolo del "su misura" dove prototipo e produzione coincidevano nell'esemplare a tiratura 1 il più delle volte con un alto grado di complessità.

In questo il nostro Paese dimostrava di essere estremamente moderno e del tutto in linea con l'osservazione di Luigi Pasinetti che indicava come "la ricchezza di una nazione industriale è qualcosa di completamente diverso da quella delle nazioni pre-industriali, o piuttosto è qualcosa di più profondo. Essa non è tanto costituita dalla ricchezza di beni che possiede, quanto dalla conoscenza tecnica di come produrli" ⁽¹⁾.

Dalla diversa prospettiva della critica d'arte se ne accorgeva, in una fase di grande espansione industriale come la fine degli anni Settanta, anche Pierre Restany che vedeva l'importanza di questo tratto artigianale quando notava come gli italiani fossero riusciti ad essere dei perfetti ebanisti della plastica che avevano saputo riconoscere "l'intelligenza del materiale". E l'osservazione si sarebbe poi

complexity. In this respect, Italy proved to be extremely modern in keeping with the observation made by Luigi Pasinetti: "The wealth of an industrial nation is something completely different from that of pre-industrial nations, or rather, it is something much more profound. It is not constituted by the wealth of goods it possesses, but rather by the technical expertise on how to produce them" ⁽¹⁾.

This phenomenon was also noticed from the perspective of art criticism during a phase of enormous industrial expansion in the late Seventies, by Pierre Restany. He saw the importance of craftsmanship when he noticed how Italians managed to be perfect cabinet makers of plastic, as they had learned to recognise "the intelligence of the material". This observation could subsequently have been extended to all new materials that emerged from then on as if any form of technical innovation could always be interpreted as "worthy of cabinet makers".

The essence was the expertise in isolating steps of the production process so that a particular phase of the design could be carried out in an improved way, and then connected back to subsequent phases in the production chain: A production line divided into segments, which allowed an almost seamless passage from one to the other of these processing phases. As if editing scenes of a film, this system allowed





potuta estendere a tutti i nuovi materiali che sarebbero comparsi sulla scena da lì in avanti come se qualsiasi forma di innovazione tecnica potesse venir sempre interpretata “da ebanisti”.

Bastava saper sdoppiare determinati passaggi della produzione perché si compisse accanto a noi, al meglio, questa o quella fase del progetto da agganciare poi a quelle successive di una catena.

Una linea di produzione a corrente alternata e segmentata che consentiva però di passare dall'uno all'altro di questi comparti di lavorazione quasi naturalmente. Come in un montaggio cinematografico si riuscivano ad accostare logiche tra loro eterogenee in cui le relazioni e i legami stretti erano costituiti grazie ad un principio di qualità.

Parte 3.

Il carotaggio che abbiamo voluto seguire a proposito del design di Foscarini ruota attorno a tre strutture leggere della produzione legate a tre modi di interpretare la materia. Esse vanno esattamente nella direzione del progetto moderno: si lasciano condurre verso slittamenti progressivi di una materia che si sposta nelle sue modalità di impiego come se nel nuovo secolo acquistasse significati secondi. Intanto non è più la materia ma il materiale e il materiale è una materia già trasformata dalla ri-produzione industriale che ci restituisce un prodotto di seconda derivazione, un prodotto anche ibrido, un prelaborato capace sempre di trasferirsi in qualcos'altro. Nella sua condizione di perenne trasformazione non è più la sua massa ad identificarne la qualità ma le sue possibilità di estensione e di versatilità meglio se declinate nel principio di resistenza+leggerezza+elasticità.

Crea, Vetrofond e FAPS sono le tre aziende in questione e 7, 47 e 35 il rispettivo numero dei loro addetti ai quali

combining contrasting features together, where relationships and close ties were built on the principle of quality.

Part 3.

Foscarini's product development which we wanted to analyse revolves around three simple structures of the production process linked to three distinct ways of interpreting raw material. These go parallel with processes for modern design in that they are led by progressive transformations of raw material, that shifts in its methods of use, as if it gained significant second formats in the new century. In actuality, it is no longer raw material but semi-raw material, as it's been transformed by industrial re-processing, resulting in a secondary product, a hybrid or a pre-processed product that can be transformed into something else. In this condition of constant transformation, it is no longer its mass that defines its quality but the possibility of extension and its versatility, especially when interpreted in terms of "strength+lightweight+elasticity."

The three companies in focus are Crea, Vetrofond and FAPS with 7, 47, and 35 employees respectively, plus maximum two owners per company. These companies work with cement, glass and carbon fibre - the materials that exemplify how a new understanding of raw materials is necessarily accompanied by a phase of adoption and industrial repurposing in the 21st century. The type of conversion is not the same as what happened in 1945 when Iso went from boilers to motor scooters or when Piaggio went from building the shell-structures of bombers to scooters. But it is still the result of reconsidering the company's methods of production as a result of market disruptions, in the current case over the last fifteen years. It is a change in perspective while maintaining specificity. If the framework within which this transformation takes







096

Maestrie



097

Mastery





si aggiungono i loro proprietari, uno o due al massimo per azienda. Cemento, vetro e fibra di carbonio i materiali che aprono il capitolo di come nel XXI secolo un nuovo senso del materiale si accompagna ad una necessaria fase di riconversione e di riposizionamento industriale. Non siamo nel 1945 e il tipo di riconversione non è quella della Iso che passa dalle caldaie alle motorette e neppure quella della Piaggio che passa dalle strutture a guscio dei bombardieri allo scooter, ma è comunque una via per riconsiderare il modo di produrre dell'azienda nato dai sovvertimenti di mercato degli ultimi quindici anni. È un cambio di prospettiva pur rimanendo nella propria specificità. Se anche il quadro viene modificato per operare questa trasformazione, il tema dell'artigianato industriale si ripropone attraverso un medesimo tipo di conduttore e di figura classica del design italiano.

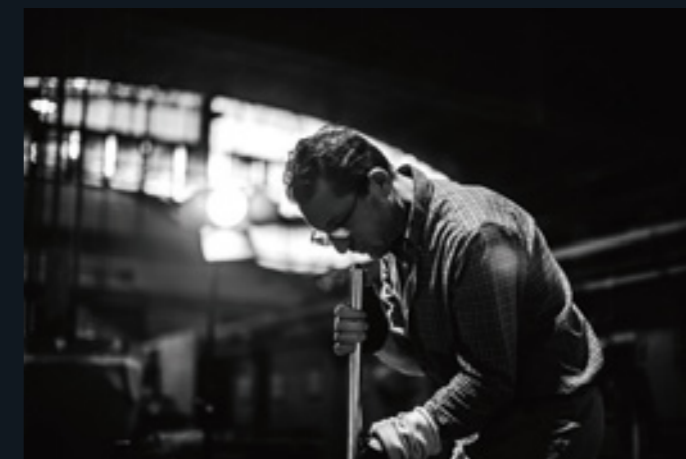
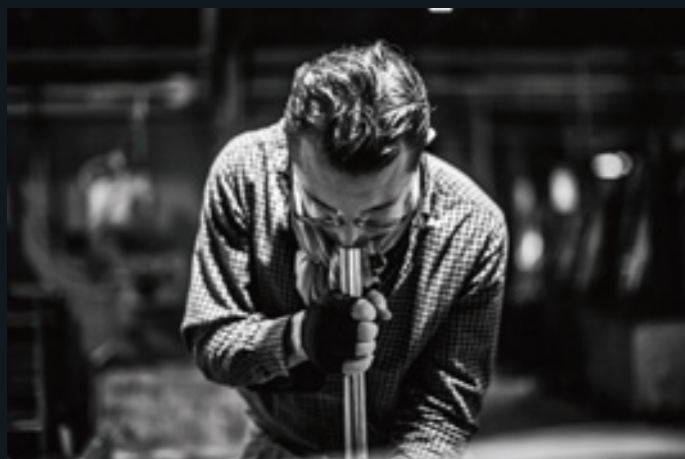
È la stessa figura spuria dell'operaio-artigiano, del padrone-progettista, del produttore-editore a ripresentarsi sulla scena. È il modo italiano di inventare una sorta di solutore di problemi a tutto campo che sta tra tecnica e forma, tra dettaglio e prestazione, tra sottofornitura di qualità e concentrazione di svariate lavorazioni in un'unica persona. Sono figure-perno, centrali per la nostra storia come il Natale Cappellaro operaio della Olivetti, prima montatore delle macchine

place also changes, the theme of industrial craftsmanship once again becomes a key element of Italian design.

We see a fictional figure of the worker/craftsman, the proprietor/designer, the manufacturer/edition-maker that reappears on the scene. This very much represents the Italian way of inventing a sort of all-around problem-solver in a single person that lies between technique and form, detail and performance, quality sub-contracting and concentration of various processing stages. Examples of these pivotal figures central to our history include Natale Cappellaro, a worker at Olivetti who was initially an assembler of MP1 typewriters and then designer of the revolutionary multi-operation calculators; or engineer Carlo Barassi who during the Second World War started with foam pads to protect the tanks on bombers, then went on to the new seats in elastomers for cars, and then the Arflex domestic padding; or Enrico Garbarino who let Ettore Sottsass convince him to venture into the production of "false" laminate surfaces, by coupling some pressed melamine resins to a sheet of plywood or chipboard, with which he invented the Abet Print. In casting the limelight on Crea, Vetrofond and FAPS, Foscarini proves that it believes in this narrative.

Crea was founded by Giovanni Piccinelli. He started out as a cement layer and, after working for a while in





da scrivere MP1, poi progettista delle rivoluzionarie calcolatrici a più operazioni, come l'ingegner Carlo Barassi che parte durante la Seconda Guerra Mondiale dalle protezioni in gommapiuma dei serbatoi dei bombardieri e approda alle nuove sedute in elastomeri prima per l'auto quindi con gli imbottiti domestici dell'Arflex, come l'Enrico Garbarino che si lascia convincere da Ettore Sottsass nell'avventura di produrre superfici "false" in laminato accoppiando ad un foglio di compensato o di truciolare delle resine melamminiche pressate con cui inventa l'Abet Print. Nell'aver puntato l'obiettivo su Crea, Vetrofond e FAPS, Foscariini dimostra di credere in questa dimensione.

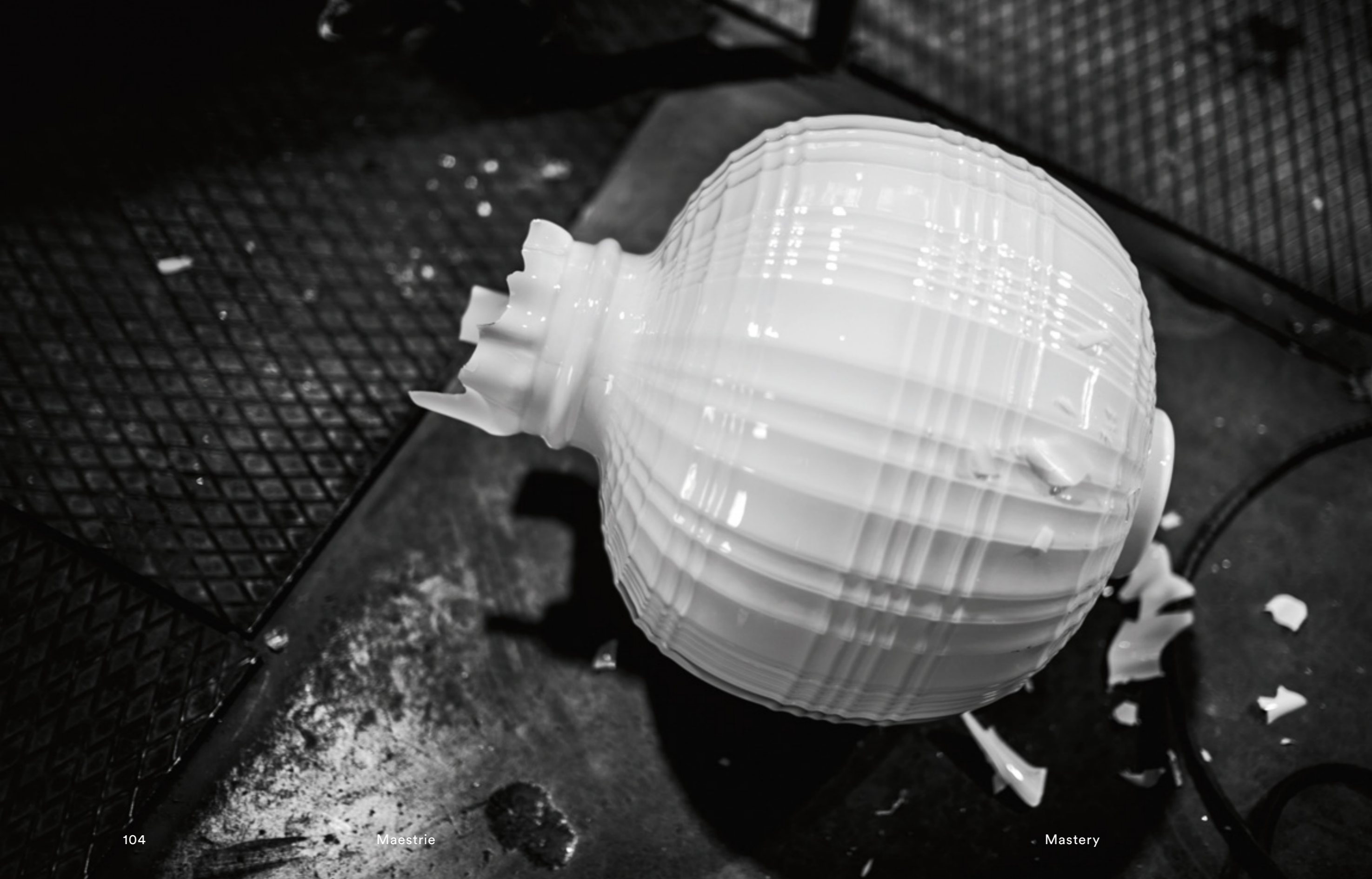
Crea è una creatura di Giovanni Piccinelli che nasce come cementista e dopo aver trascorso un periodo di lavoro in Svizzera, patria del calcestruzzo a vista e dei suoi più raffinati trattamenti, apre la propria azienda a Darfo Boario. I manufatti edili e i componenti in calcestruzzo costituiscono il nocciolo produttivo fino alla fine degli anni Novanta quando la crisi dell'edilizia rende problematico il mercato. Piccinelli vorrebbe quasi abbandonare e mettersi a produrre vasi come passatempo ma proprio in quel momento iniziano a presentarsi richieste per produrre lampade ed elementi di arredo per esterni.

Switzerland – the homeland of exposed concrete and its most refined treatments, he opened his own company in Darfo Boario. Building products and concrete components made up the majority of the output until the end of the Nineties, when the crisis of the construction industry affected the market. Piccinelli almost gave up and started producing vases as a pastime. At that exact moment, he began to receive requests to produce lamps and furnishing elements for outdoor use. He thought that, with smaller-sized products, he would run fewer risks. So he accepted the challenge. His expertise with removing pieces from the mould and with the problems of undercuts enabled him to easily overcome the substantial change in scale of the product.

Meanwhile, concrete building materials remained the core tradition of the company, but the output shifted from thresholds, kerb stones and balustrades, to special orders at a "made-to-measure" scope. For Vittorio Moretti and the Petra cellars designed by Mario Botta in Suvereto, Piccinelli took a gamble and proposed a unique solution to the complex issue of cladding 200 steel pillars. The ribbed concrete sheaths, measuring 3.80 m high and weighing 1500 kg each, were made in two pieces and are a beautiful example of component design.

Crea's partnership with Foscariini







Con manufatti di piccole dimensioni, pensa, si sarebbero corsi meno pericoli e accetta la sfida. La sua esperienza nel valutare lo scasseramento dei pezzi dallo stampo e i problemi di sottosquadra gli fa superare agevolmente questo sostanziale cambio di scala verso l'oggetto.

Allo stesso tempo l'attività sul componente edilizio in calcestruzzo rimane nella tradizione di fondo dell'azienda ma è spostata dalla produzione corrente di soglie, di cordoli o di balaustre alla commessa speciale, al "su misura". Per Vittorio Moretti e le cantine Petra progettate da Mario Botta a Suvereto giocherà d'azzardo e si proporrà per risolvere il problema complesso di rivestire 200 colonne in acciaio. Le sue 200 guaine costolate in calcestruzzo alte 3,80 m. e pesanti ciascuna 15 quintali realizzate in due pezzi sono un bellissimo esempio di disegno del componente. Su un progetto apparentemente improponibile come la lampada Aplomb con riflettore in cemento di Lucidi e Peverè inizia il rapporto con Foscarini.

Crea si era fin lì appoggiata ad un produttore di stampi dell'area bergamasca ma per questo fornitore un oggetto piccolino e delicato come il cono della lampada Aplomb era considerato soprattutto una seccatura. Quando il fornitore di stampi ha prospettato di andare in pensione Piccinelli ha pensato che avrebbe semplificato di molto le procedure se si fosse impadronito della tecnica per produrre gli stampi e così ha fatto. Era troppo aleatorio dipendere da un fornitore per una fase di progetto e così oggi Piccinelli gli stampi ha imparato a farseli da soli in un capannone dell'azienda dove produce anche quelli in gomma e in silicone. Non è tanto il costo di uno stampo (600/700 euro) quanto la perdita di tempo e la scomodità di non poter seguire la continuità del progetto "in casa". Essendo un lavoro in progress e dai tempi talvolta

began on an initially unfeasible project: the Aplomb lamp with a cement reflector by Lucidi e Peverè.

Crea had up until that point relied on a mould manufacturer from the Bergamo area, who thought the small and delicate cone of the Aplomb lamp was mainly a nuisance. When the mould supplier announced that he was retiring, Piccinelli decided to simplify the process by taking charge of the mould production technique. And that is exactly what he did, as depending on a supplier for a crucial phase of the design created too much uncertainty. So Piccinelli learned to make the moulds himself in one of the company's factory buildings, where he also produced moulds in rubber and silicone. Since developing the mould was at times a rather lengthy process, it was better to have do it in-house. Indeed, there were between 200 and 300 test lamps done, before Crea achieved the final solution for the Aplomb.

While at the beginning, the lamp was produced from approximately 5 moulds, these days, Crea uses about 45. Out of a total staff of seven, the production of Aplomb is managed by three workers (Vasile, Radu and Mamadou), two of whom are in charge of casting, and the other finishing. The workers are involved from the casting onwards, but they do not touch the prototypes.

This conversion to the domestic object began with Piccinelli's children, Ottavio (in charge of production) and Carlo (designer in charge of the commercial sector), and it has not been easy. Especially in the sandblasting phase, particular care was required to ensure controlling the consistency in the irregularity in the grain size and open pores of the cement reflector, which the workers initially underestimated, considering it to be a waste of time.

Ottavio took the three workers in charge of producing the lamp to the Salone del Mobile in Milan, to make





Stampi in ghisa per la soffiatura — Cast iron moulds for blowing — 吹制用的铸铁模 — Moldes en hierro fundido para el soplado — Moules en fonte pour le soufflage — ページ-吹きガラス製作用の鑄鉄の鑄型 — Zum Blasen verwendete Formen aus Gusseisen — [Vetrofond](#), 2017



lungi era meglio avere tutto a portata di mano. E in effetti ci sono volute dalle 200 alle 300 lampade di prova per arrivare alla soluzione finale per la Aplomb.

E oggi mentre all'inizio la lampada lavorava su circa 5 stampi ne vengono impiegati attualmente circa 45. Nella piccola azienda di sette persone la produzione della Aplomb è seguita da tre operai (Vasile, Radu e Mamadou) di cui due sono addetti al getto, uno alla finitura. Gli operai sono coinvolti dal getto in poi, ma sui prototipi non ci mettono mano. Con i figli Ottavio (che segue la produzione) e Carlo (progettista che segue il settore commerciale) è iniziata questa conversione all'oggetto domestico che non è stata semplice. Soprattutto nella fase di sabbiatura ci voleva particolare cura per avere sempre una irregolarità controllata della granulometria e del poro aperto nel cemento del riflettore che gli operai all'inizio non prendevano in considerazione giudicandola come una perdita di tempo.

Ottavio ha pensato allora di portarsi a Milano alla Fiera del Mobile i tre operai che seguivano la lampada per far loro capire che questi oggetti erano destinati alla casa e ad un mondo dove la finitura aveva tutt'altro valore.

Prima di passare alla sabbiatura hanno

them understand that these objects were intended for the home and for a world where the finish had quite a lot of value.

So before moving on to the sandblasting phase, they discovered the importance of trimming the edges of the narrow and wide part of the cone by hand with a hose, a crucial step following the burring of the cast. After the lamps pass through a water repellent material finishing process, they are first submitted to the scrutiny of quality control by Foscarini personnel, then sent to Pordenone where the lamps undergo electrification, and then returned to Foscarini's facility in Marcon.

Piccinelli had to grow accustomed to the pace and precision of quality controls that are carried out approximately twice a month, with precise measurements using callipers to check the thickness of the cement. In contrast, previously, the rejected building components after the dismantling of the formworks at times even had differences of several centimetres. This shift to perfection allowed Crea to be able to produce much smaller cement objects like pen holders, curtain rails, taps.

Giancarlo Moretti, one of the two owners of Vetrofond says that he tackles all glass processing phases but considers himself a specialist in the Zanfirico or vetro











così capito l'importanza di rifinire i bordi della parte stretta e larga del cono a mano col flessibile, operazione necessaria in seguito alle sbavature del getto. Quando il tutto è pronto dopo un passaggio attraverso una finitura di materiale idrorepellente e passato al vaglio del controllo di qualità degli uomini Foscarini viene mandato a Pordenone dove le lampade sono sottoposte ad elettrificazione in un tour di ritorno verso Marcon.

Certo Piccinelli si è dovuto abituare ad un altro mondo dove i controlli di qualità che vengono eseguiti circa due volte al mese attraverso precise misurazioni col calibro per il controllo degli spessori del cemento non hanno niente a che vedere con il loro precedente universo dove i ritiri dei componenti edilizi dopo la scasseratura implicavano differenze anche di vari centimetri. Un cemento che ora va verso la miniaturizzazione nel portapenne, nel porta tende, nella rubinetteria che loro producono e di cui seguono perfettamente lo "spostamento".

Giancarlo Moretti, uno dei due proprietari della Vetrofond, confessa di affrontare tutte le lavorazioni del vetro ma di considerarsi uno specialista della tecnica dello zanfirico, procedimento con cui si scaldano in forno delle piastrine per poi

a retorti technique, a method whereby small rod bundles are heated in a furnace and then twisted to obtain a spiral pattern. He says "everyone" uses his facility in Casale sul Sile to blow glass. Louis Poulsen gets supplies from Vetrofond every time they abandon the metal sheets and acrylic globes to tackle glass for the ceiling lamps by Arne Jacobsen or the reflectors of Verner Panton. To blow and decorate glasses, the company prefers to look toward the Veneto region and not to the Germanic/Bohemian territory.

Vetrofond and Foscarini has had a relationship for years and it constitutes an important 20% of Vetrofond's turnover. The skilled Italian glass-blowers go through a lengthy training which takes at least five years. The teams are organised into 3-5 workers who specialise in models by specific manufacturers. In the case of Foscarini there are two teams in charge of production and all five team members switch roles between blowing and finishing. Once the worker has taken the pea, a pear-shaped bolus, with his cane, the vitreous paste is blown and adapted to the mould. This process remains craft-based and little can be done with machines.

In the case of the Rituals lamp by Ludovica and Roberto Palomba, the blowing







venire attorcigliate e ottenere un motivo a spirale. Da lui a Casale sul Sile però soprattutto “vengono tutti a soffiare”. E in effetti la rinomata Louis Poulsen si serve da Vetrofond tutte le volte che abbandona le sue lamiere metalliche e i suoi globi acrilici per affrontare il vetro nelle plafoniere di Arne Jacobsen o nei riflettori di Verner Panton. Per soffiare e decorare i suoi vetri preferisce guardare verso il Veneto che non verso il territorio germanico/boemo. Il rapporto di Vetrofond con Foscari dura da anni e nel loro fatturato costituisce un'importante 20%. Le maestranze dei soffiatori sono tutte italiane e la loro formazione avviene su tempi piuttosto lunghi perché ci vogliono almeno cinque anni per formare un soffiatore. Il lavoro viene organizzato in squadre di 3-5 operai che si specializzano sui modelli di uno specifico produttore. Nel caso di Foscari ci sono due squadre che ne seguono la produzione. In questo caso tutti e cinque i componenti della squadra si scambiano i ruoli tra soffiatura e finitura. Una volta presa con la canna la *pea*, bolo a forma di pera, la pasta vitrea viene soffiata e adattata allo stampo. Il procedimento rimane artigianale e poco si può fare con le macchine. Nel caso della lampada *Rituals* di Ludovica e Roberto Palomba ci vogliono circa tre minuti per la fase di soffiatura e circa dieci minuti per la finitura. Per ottenere quel particolare tipo di finitura gessosa in grado però di mettere in risalto una certa irregolarità nella rigatura, la lampada viene nastrata all'esterno e lavorata in modo da evitare la presenza di macchie per ottenere una distribuzione uniforme del bianco. Solo così si riesce ad ottenere un tono caldo simile a quello della carta di riso (come in certe lampade di Isamu Noguchi) che “spiazza” rispetto alla luminescenza tipica del vetro. Altro modo per trasfigurare l'effetto del vetro è quello di ricorrere a colori spenti che cercano di fondersi maggiormente con

phase takes about three minutes and the finishing about ten minutes. To obtain its particular type of chalky finish capable of enhancing the unevenness of the stripes, the lamp is wheel-ground on the outside and processed in a specific way to avoid spots and to obtain a uniform distribution of the white. This method also ensure glass to emit a warm tone similar to that of rice paper similar to Isamu Noguchi's lamps. Another way to transfigure the effect of glass is to use dull colours that merge with the lamp's surroundings. In the Buds series of lamps by Rodolfo Dordoni, the emphasis is on lowering the glossiness of the glass by using deliberately cold hues of green, grey and brown that involve a specific dosage of tones and the addition of minerals with iron oxides. Each test run commissioned by Foscari – and its secret recipe – is quite complex and costly counting in “about 100 kg of material, the cost of the gas, labour and that of non-production”. But it's clear from talking to him that, Moretti, rather than turning up his nose to the challenge, it actually spurs his passion.

Crea and Vetrofond thus produce innovation in the use of materials, which means, above all, the reversal of its defining technical effect: cement is rendered for domestic use and to lose its brutalist connotation, and blown glass to lose its flamboyant dimension and camouflage itself as much as possible amid the furniture. The result is a disorientation in the perception of the material.

The third case, FAPS, represents an interesting example of developing an innovative but still little exploited material that is rarely used in the domestic environment - carbon fibre, and, as a result, successfully re-orientating the company's core business, which was initially the production of high-performance fishing rods.

Faithful to the logic of composite materials, FAPS integrates fibreglass and







Preparazione della miscela speciale di cemento per la creazione di Aplomb — *Preparing the special cement mixture to create Aplomb* — 准备特殊的水泥混合物来制作Aplomb — *Preparación de la mezcla especial de cemento para la creación de Aplomb* — *Préparation du mélange de ciment spécial pour la création d'Aplomb* — ページ-Aplombの製作に用いるセメントの特別な混合の準備 — *Zubereitung der speziellen Zementmischung für Aplomb* — Crea, 2017



i toni dell'ambiente. Nella serie di lampade Buds di Rodolfo Dordoni si vuole abbassare l'effetto di lucentezza del vetro ricorrendo ai verdi, ai grigi, ai marroni, colori volutamente freddi che comportano un difficile dosaggio nel raggiungimento del tono delle miscele con aggiunte di minerali con ossidi di ferro. Ogni prova di fusione voluta da Foscarini e la cui ricetta rimane gelosamente custodita, è complicata e comporta per Moretti costi piuttosto elevati se si considerano "circa 100 kg di materiale, il costo del gas, la manodopera e quello della mancata produzione" ma si capisce che anche storcendo il naso è un pungolo che lo appassiona.

Crea e Vetrofond producono così un'innovazione nell'utilizzo del materiale che significa soprattutto l'inversione di un effetto tecnico: si chiede al cemento di diventare domestico e di perdere la sua connotazione brutalista, si chiede al vetro soffiato di perdere la dimensione *flamboyante* dell'eccezionale e di mimetizzarsi il più possibile tra i toni dell'arredo di serie. Il risultato è uno spaesamento nella percezione del materiale.

Il terzo caso della FAPS si presenta invece come un interessante esempio di apertura su un materiale innovativo ma ancora poco sfruttato e poco

glass resin with new carbon fibres. For its owner, engineer Maurizio Onofri, this meant opening his market up to a whole new range of commodities and products for diverse sectors, wherever performance and light weight are sought for components. Thus the company has begun to produce industrial rollers, bicycle frames, nautical products, such as cylindrical spinnaker poles, slats for sails and extensions for rudders, as well as continuing to produce fishing rods.

The design world had for years had very little to do with fibreglass (Designed by Richard Sapper in 1986 for B&B Italia, the sophisticated Nena armchair with a fibreglass frame turned out to be too complex for production). Experimentation with the material had been limited to the few experiences of Alias in the seating sector, in trying to find a specific logic in the new composite material that does not imitate any other materials.

The floor lamp designs that Marc Sadler offered Foscarini leveraged the potential of the combination of fibreglass and carbon fibre, involving FAPS in the process of experimentation from the beginning. FAPS works in an economy created of the bonds between these two materials and their synergistic integration: fibreglass, which has characteristics of greater flexibility; and carbon fibre, which



REPUBBLICA
REPUBBLICA
REPUBBLICA







La miscela di cemento viene versata per caduta a gravità nello stampo — *The cement mixture is poured by the force of gravity into the mould* — 靠重力將水泥混合物倒入人工吹制模 — *La mezcla de cemento se vierte mediante caída por gravedad en el molde* — *Le mélange de ciment est coulé par gravité dans le moule* — ページ - 混合されたセメントは手で作られた鑄型の上に自然に注がれる — *Die Zementmischung fließt dank der Schwerkraft in die Form* — *Crea, 2017*



addomesticato nell'ambiente domestico come la fibra di carbonio che va di pari passo con una correzione di rotta sul *core business* dell'azienda un tempo centrato sulla produzione di canne da pesca ad alte prestazioni.

Fedele alla logica del composito FAPS integra il campo della vetroresina e della fibra di vetro con quello delle nuove fibre di carbonio. Per il suo proprietario, l'ingegner Maurizio Onofri significa aprirsi merceologicamente a tutta una nuova gamma di prodotti di settori diversissimi, da esplorare tutte le volte che si ricerca per un componente prestazione e perdita di peso.

Questo significherà che in azienda entreranno rulli per industrie, telai per bicicletta, prodotti nautici come tangoni cilindrici, stecche per le vele e prolunghe di timoni così come permarranno le canne da pesca.

Il design che con la fibra di vetro aveva intrattenuto pochissimi rapporti (la sofisticata poltroncina Nena di Richard Sapper per B&B con struttura in vetroresina nel 1986 si rivelò troppo complessa per la produzione) e che si era limitato alle poche esperienze di Alias nel settore delle sedute dovrà trovare nel nuovo materiale composito una sua logica specifica non imitativa dei materiali che l'hanno preceduto.

instead has greater rigidity. The secrets of the composite lie in the mixing of the types of fibres and resin before they are baked in a furnace.

The Tress lamp is built around the "textile" matrix of a ribbon-component: five overlapping strips of ribbon, of different types and widths, make up its column-body, and carbon fibre is used at the base and at the top of the light source screen.

Mite is a modern Luminator and its variable conical body is the product of processing a modern-day external surface.

At the lamination bench, Fausta and Lia stretch the fibreglass fabric, which they call the skin, and subsequently apply it to the mould ensuring that it adheres fully to the calender. It is an archaic and very delicate homely gesture that is sometimes also performed by men but which they perform with mastery better than anyone else. In the middle of the factory filled with roaring machines, one can peak through the glass into the enclosed processing room for Mite, where the workers carefully apply the skin over to the conic mould, reminding of a seamstress dressing a bride. This vivid image gives an idea of the amount of time and precision necessary for this processing phase. The long black carbon fibre filament completes the structure by passing through the winder. The yellow version is made of the delicate semi-finished Kevlar® yarn more



I progetti di lampade che Marc Sadler propone a Foscarini sembrano centrare nella lampada da terra la tipologia esatta per gli sviluppi possibili dell'accoppiamento tra fibre di vetro e fibre di carbonio e coinvolgere FAPS nel processo di sperimentazione sull'illuminazione.

FAPS lavora allora attorno ad un'economia dei legami tra questi due materiali e sulla loro integrazione sinergica: l'uno, la fibra di vetro, che ha caratteristiche di maggior flessibilità; l'altro, la fibra di carbonio, che ha invece maggior rigidità.

I segreti del composito stanno nella miscelazione tra il tipo di fibre e il tipo di resina prima che vengano cucinati in forno.

Tress è una lampada costituita attorno alla matrice "tessile" del componente-fettuccia, sovrapponendo cinque strisce di diverso tipo di fettuccia e di diversa larghezza che ne costituiranno il corpo-colonna per poi impiegare alla base e nella parte superiore della schermatura del gruppo luce anche la fibra di carbonio. Mite è un Luminator moderno e la sua sezione conica variabile è il prodotto di lavorazione di una pelle dei nostri tempi.

Al banco di laminazione Fausta e Lia stirano il tessuto di fibra di vetro (da loro chiamato pelle) che verrà poi applicato sullo stampo facendolo ben aderire alla calandra. È un gesto arcaico e casalingo molto delicato che talvolta svolgono anche gli uomini ma che loro eseguono meglio di ogni altro. In mezzo ad uno scenario di macchine utensili ad alta tecnologia si apre un passaggio di lavorazione che ricorda la sarta che sta vestendo la sposa, un fermo immagine che ci dà però la misura del tempo necessario a questo passaggio di lavorazione. Il lungo filamento nero in fibra di carbonio ne completerà la struttura passando nell'avvolgitore, mentre la versione in giallo sarà appannaggio del filo di Kevlar® delicato semilavorato più facilmente soggetto a rotture e a scarti.

easily prone to breakages and waste.

The monumental size of the Twiggy lamp required pushing the limits of carbon fibre in terms of scale, with the lamp's long rod that is meant to bend and oscillate, constituting a real technical challenge. In order to achieve the desired mechanical characteristics of the curvature, the rod was divided into two parts. The development of the 320 cm-rod involves creating first a more rigid core made of carbon fibre, and then an upper layer made of reinforced fibreglass, to which clips and reinforcing strips at the tip are added. During development, the lamp had been subjected to a load of 9 kg to verify the overall strength and flexibility of the rod and 150 samples were used to achieve the final design. For Twiggy's diffuser, a glass fabric pigmented with black resin is used. The accumulation of resin is carefully watched and, if necessary, cleaned as the diffuser exits the furnace, in order to achieve a moiré pattern without getting any spots. A top coat of paint which is applied in-house by FAPS gives the lamp its final appearance with black, dirty white, crimson, greige or indigo lacquer for the rod. With the lightness obtained through the composite material, the Twiggy lamp reaches a height of 290 cm, whereas Arco by Castiglioni stands at 250 cm. The weights of the two lamps illustrate the full extent of the decades that have technically elapsed: Twiggy weighs 17 kg, against 64 kg for Arco.

Part 4.

This journey through the contours of industrial craftsmanship is both new and old.

In following a similar strategy for products, Foscarini takes its place, fifty years later, alongside Azucena or by Danese, two companies that bear a historical importance because of their





Creazione del canale di passaggio per il filo elettrico — *Demoulding for passage of the electrical lead* — 导电引线的脱模 — *Creación del canal de paso del cable eléctrico* — *Décoffrage du passage du fil électrique* — ページ - 電気ワイヤーの通過道の解体 — *Ausschalen des Kabelkanals* — *Crea, 2017*

La dimensione monumentale della fibra di carbonio è invece stata spinta e sperimentata sulla Twiggy lampada a vocazione ambientale il cui stelo costituisce una vera scommessa tecnica. Lo stelo si piega e oscilla e per raggiungere le caratteristiche meccaniche per la curvatura è stata scomposta in due pezzi. Lo sviluppo dell'asta di circa 320 cm comporta lo sdoppiamento dello stelo in un primo elemento più rigido nella parte bassa in fibra di carbonio e di un elemento nella parte alta in fibra di vetro rinforzata a cui si sommano fascette e strisce di rinforzo sulla punta. Qui la lampada è stata sottoposta ad un carico di 9 kg per verificarne la tenuta complessiva e la flessibilità dello stelo attraverso i 150 campioni che sono stati necessari per arrivare a determinare l'asta definitiva. Per i diffusori della Twiggy, si utilizza un tessuto di vetro pigmentato con resina nera il cui accumulo di resina va sapientemente dosato e all'occorrenza pulito all'uscita del forno per creare un moirè senza arrivare ad avere macchie.

Un passaggio nella verniciatura che viene eseguita internamente da FAPS darà alla lampada la sua veste definitiva con una laccatura dello stelo in nero, bianco-sporco, cremisi, greige o indaco.

Grazie alla leggerezza ottenuta attraverso il materiale composito la Twiggy raggiunge i 290 cm di altezza, laddove l'Arco dei Castiglioni si fermava a 250 cm. I pesi delle due lampade danno tutta la misura dei decenni tecnicamente trascorsi: 17 kg è il peso della Twiggy, 64 kg quello dell'Arco.

Parte 4.

Questo percorso nelle pieghe dell'artigianato industriale è nuovo e antico allo stesso tempo.

Foscarini si inserisce a distanza di cinquant'anni nello stesso alveo di cultura del prodotto scavato a suo tempo da

journeys against the tides of production. Without ever pursuing production in-house or on-site, these producers, set up in 1949 (Azucena) and in 1957 (Danese), have spread their works across different industrial districts and production centres, at a time when the acquisition and the concentration of manufacturing equipment seemed to be the main prerequisite for credibility in modern design. They easily moved within the networks of industry and of craftsmanship, internalizing the logic of each (Bruno Danese famously requested from a sewage pipe manufacturer to cut a grey polypropylene pipe at 30° angle and constitute a welt to produce the In Attesa waste bin by Enzo Mari). Foscarini is similarly driven by this type of search for a processing phase that can be transferred to a serial product. The way certain manufacturers complaint about Foscarini's meticulous pursuit of the optimum quality standard, seems to me like the same complaints made by industrial craftsmen who produced for Danese. Danese applied a strictly limited and aristocratic policy of authors, representing a continuous self-awareness on design (only Mari, Munari and the two Danese). Foscarini has expanded to a policy of multiple inputs, with about 33 designers contributing the Foscarini catalogue.

This multiplication of contributions subtly shifts the balance from the content of the design to the method of production as the nodal point for the perception of the company.

Today successful operations "can only be carried out through the organisation of provisional devices", temporary smart devices that "avoid all complex structures" as noted by Andrea Branzi⁽²⁾. Provisional and intensely manual aspects make up the defining dimension of today's neo-industrial craftsmanship.

The beauty of this intense exploration, where the process is seldom linear and





Rifinitura a mano dei bordi della lampada — *Hand-finishing of the lamp edges* — 手工加工灯沿 —
Acabado a mano de los bordes de la lámpara — *Finition à la main des bords de la lampe* —
ページ - 照明器具のエッジの手作業による仕上げ — *Manuelle Feinbearbeitung der Ränder* — Crea, 2017







Azucena o da Danese, due aziende che oggi acquistano storicamente un'importanza ancora maggiore per il percorso controcorrente che hanno intrapreso. Senza mai rincorrere l'idea di produrre in proprio ed in sede questi editori/produttori nati rispettivamente nel 1949 (Azucena) e nel 1957 (Danese), hanno triangolato nei distretti industriali e per poli disseminati quando l'acquisizione e la concentrazione dei mezzi di produzione sembrava l'unico presupposto possibile per sedersi al tavolo del progetto moderno. Loro invece si intrufolavano tra le maglie dell'industria e dell'artigianato mescolandone le logiche (è nota la richiesta di Bruno Danese ad un produttore di tubi per condutture fognarie di tagliare a 30° il tubo grigio in polipropilene e di costituire un bordino per produrre il gettacarte *In Attesa* di Enzo Mari). La ricerca del passaggio di lavorazione che possa essere trasferito nel prodotto di serie è la stessa che interessa Foscarini così come certe lamentazioni dei produttori nei confronti di Foscarini per la meticolosa ricerca di standard qualitativo mi sembrano le stesse per cui si lamentavano gli artigiani dell'industria che producevano per Danese. Con la Danese si faceva una politica degli autori limitatissima e aristocratica, quasi una

difficult to programme, is the same that can be found in a high-tech space lab. Continuous work, a state of perpetual modification and improvement can produce the kind of innovation where each micro-step forward can arise from a random combination of steps taken in virtually a state of vague unconsciousness due to this hyper-activity. Wernher von Braun, the German engineer and father of space research, first with the V2 rockets which ravaged London then with the Saturn V spaceship for Nasa, thought about research in the same terms as a craftsman thinks about it, defining it as something "I do when I don't know what I'm doing".

Notes

- (1) Luigi Pasinetti, *Dinamica strutturale e sviluppo economico*, Utet, Turin, 1984, pp. 314-315
- (2) Andrea Branzi, *Modernità debole e diffusa*, Skira, Milan, 2006, pag. 53





continua autocoscienza sul progetto (solo Mari, Munari e i due Danese). Con Foscarini si apre ad una politica a moltissime voci dal momento che i designer che collaborano al catalogo Foscarini sono circa 33.

Questa moltiplicazione di contributi sposta sottilmente l'ago della bilancia dal contenuto del progetto al modo di produrlo come il punto nodale di riconoscibilità dell'azienda. Oggi le operazioni di successo come ricorda Andrea Branzi "possono avvenire solo attraverso l'organizzazione di apparati provvisori", apparati temporanei intelligenti che "evitano ogni struttura complessa"⁽²⁾. Provvisoria e intensamente manuale è la dimensione di questo artigianato neo-industriale.

Il fascino di questa ricerca intensiva basata sul fare che ha spesso un andamento poco lineare e difficilmente programmatico è lo stesso che si può produrre in un laboratorio spaziale ad altissima tecnologia. È il concetto di lavoro continuo, di stato di perenne modificazione e perfettibilità condotto giorno per giorno che può produrre innovazione dove ogni micro-scarto in avanti può scaturire da una combinatoria casuale prodotta in uno stato di vaga incoscienza dovuta a questo iper-fare. Wernher von Braun, ingegnere tedesco padre della più estrema ricerca spaziale prima con i razzi V2 che sconvolsero Londra poi con la navicella Saturno V per la Nasa pensava alla ricerca negli stessi termini in cui vi pensa un artigiano definendola come qualcosa che "faccio quando non so cosa sto facendo".

Note

(1) Luigi Pasinetti, *Dinamica strutturale e sviluppo economico*, Utet, Torino, 1984, pp. 314-315

(2) Andrea Branzi, *Modernità debole e diffusa*, Skira, Milano, 2006, pag. 53



Mani nere
Blackened hands

Ricordo mio padre che io ero un bambino, curvo sul banchetto da orafo, nel freddo di una luce al neon che bagnava le mani enormi. E quelle mani me le ricordo nere entrambe, di resina esausta, tenere con una e spazzolare con l'altra un minuscolo cuore scuro di fiamma. Mi ricordo di me che guardavo mio padre circondato dai santini di mia nonna, appesi allo stesso chiodo del calendario dei carabinieri e mi ricordo che erano accanto alla foto di Maradona, sopra quella di mia sorella da bambina, a sopportare il suono della spazzola, l'odore dell'acido, i desideri di mia madre. Mi ricordo quel cuore stremato dalla volontà, cedere un colpo dietro l'altro, per risplendere d'oro, tra le mani nere di maestria. È così che ho fotografato l'agire paziente di queste anime attente, di questi uomini meticolosi, i luoghi della loro fatica, i segni stratificati, cercando nelle loro mani enormi il cuore che, un gesto alla volta, le illumina di dignità. Le mani di mio padre che, senza averlo visto mai, senza le parole per farlo, mi ha insegnato quel giorno lo stupore per il mondo.

I can remember my father when I was just a boy, hunched over his small goldsmith's bench, his enormous hands illuminated by the cold of a neon light. I remember both those hands of his being completely black from the used-up resin, and I'd watch him as he held a tiny heart, darkened by the flame, in the one hand, brushing it with the other. I can remember how I'd watch my father surrounded by my grandmother's holy cards, pinned up on the same nail as the police calendar, and I remember that there was a photo of Maradona next to them, above the one of my sister as a little girl. I'd sit there putting up with the noise of the brush, the stench of the acid, and my mother's nagging. I remember that heart, battered by willpower, giving in to blow after blow, to then glimmer with gold in the blackened hands of the master craftsman. That's how I picture the patient work of those attentive souls, those meticulous workers, the place where they worked so hard, the embedded marks, trying to see the heart in those enormous hands, the heart that, one movement at a time, made them shine with dignity. My father's hands, without ever seeing it, without any words, taught me the wonder of the world that day.

Gianluca Vassallo



Visioni istantanee
Instantaneous visions

Nel ripercorrere i vecchi gesti di fotografo, ritrovo anche me stesso all'interno di questo progetto di alta artigianalità. Gli spazi di Foscarini si trasformano in un set fotografico, un banco ottico 8x10 e delle pellicole B&W istantanee documentano la chiusura di un ciclo produttivo. Lo still-life della lampada spenta, come scultura, mette in luce la materia, ne documenta la raffinata fattura. È un gioco alla pari, dove il vecchio lavoro del fotografo, che utilizza il banco ottico, fa da specchio al lavoro artigianale dell'operaio.

Tracing back through the old gestures of photography, I also find myself inside this very handmade project. The spaces of Foscarini become a photography set; an 8x10 optical bench and B&W instant film document the conclusion of a production cycle. The still life of the lamp, turned off, like a sculpture, reveals the material, documenting its refined workmanship.

It is a game on equal footing, where the handwork of the photographer, who uses the optical bench, is mirrored by the skill of the worker.

Massimo Gardone



Visioni istantanee
Instantaneous visions





162

Maestrie



163

Mastery



164

Maestrie



165

Mastery



166

Maestrie



167

Mastery



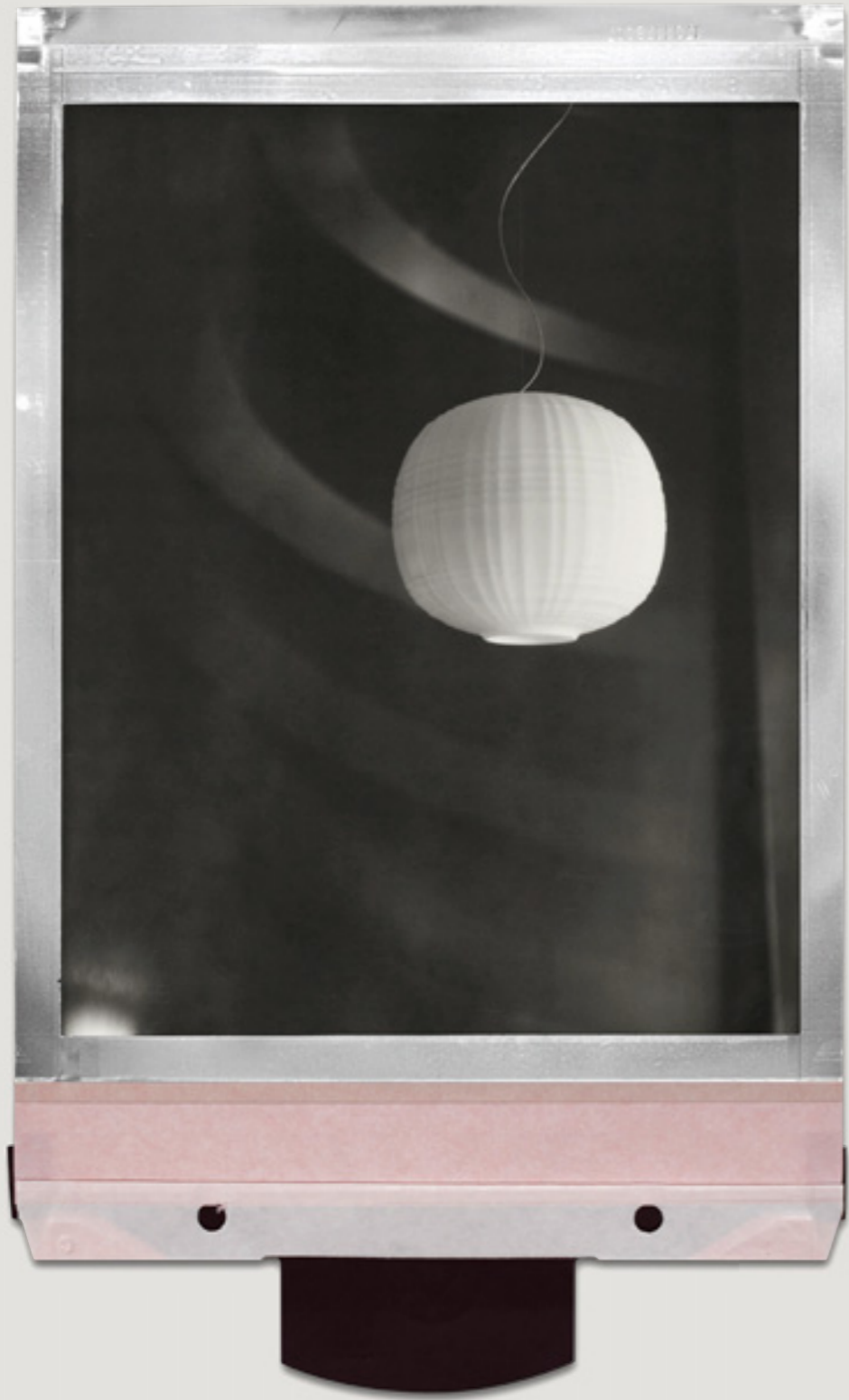
168

Maestrie



169

Mastery



170

Maestrie



171

Mastery

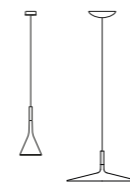


Discover more:
foscarini.com/en/maestrie



Informazioni tecniche Technical information

Aplomb + Aplomb Large
 Lucidi e Pevere, 2010/2016



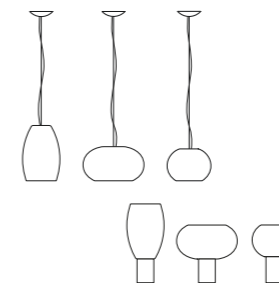
Aplomb
 Ø 17 x h 40 cm
 Ø 6 1/2" x h 14"
 Aplomb Large
 Ø 45 x h 20 cm
 Ø 17 3/4" x h 7 7/8"

Cemento e alluminio.
 Concrete and aluminium.

L'oggetto conserva morfologicamente la traccia di un elemento soffiato mentre per la sua produzione si impiega tecnicamente il cemento con spessori e finiture da materiali domestici. Da una parte con la sabbiatura finale si priva il cemento stesso di ogni effetto brutalista, dall'altra si sottolinea un'irregolarità controllata del materiale grazie ad una granulometria a pori variamente aperti che rendono ogni esemplare unico, leggermente diverso dall'altro.

The object retains morphologically the trace of a blown element, whereas cement is actually used in its production technique, with the thicknesses and finishes of domestic materials. On the one hand the final sanding does away with any brutalist effect on the cement itself, and on the other there is emphasis on the controlled irregularity of the material thanks to a grain size with pores open to various extents, making each lamp unique, just slightly different from the next.

Buds
 tavolo, table
 sospensione, suspension
 Rodolfo Dordoni, 2016



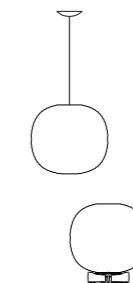
Buds 1
 Ø 26 x h 56,5 cm
 Ø 10 5/16" x h 22 1/4"
 Buds 2
 Ø 41,5 x h 42,5 cm
 Ø 16 3/8" x h 16 3/4"
 Buds 3
 Ø 30 x h 42 cm
 Ø 110 13/16" x h 16 1/2"

Vetro soffiato e PMMA.
 Blown glass and PMMA.

La ricerca di un vetro-massa caratterizzato da toni freddi (grigi, verdi, marroni ottenuti con miscele di minerali mescolati a ossidi di ferro) mira a fondere maggiormente l'oggetto-lampada con i toni dei materiali dell'arredo. Cinque differenti strati vengono sovrapposti nella soffiatura a bocca del vetro per regalare alla lampada la sua veste preziosa ed una differente resa cromatica da spenta e da accesa.

The pursuit of a solid-glass distinguished by cold hues (greys, greens, browns, obtained from a blend of minerals mixed with iron oxides) aims at further merging the lamp-object with the shades of furnishing materials. Five different layers overlap during the hand-blowing of the glass to lend the lamp its precious appearance and a different colour rendering depending on whether it is switched on or off.

Gem
 tavolo, table
 sospensione, suspension
 L+R Palomba, 2017

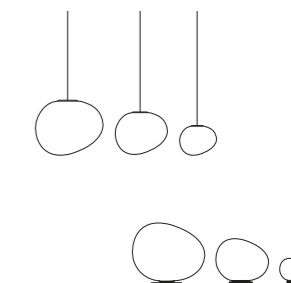


Ø 43 x h 44 cm
 Ø 17" x h 17 3/8"

Vetro soffiato in rilievo e acidato, alluminio satinato con doratura.
 Blown acid-etched glass with reliefs, gold-plating satin aluminium.

Una texture ricca ottenuta grazie alla lavorazione complessa su uno stampo a fermo in cui il soffiatore non ha la possibilità della rotazione. Rilievi e sfaccettature tridimensionali a partire dalla mezzeria si intensificano verso l'alto e verso il basso come in uno schema di onde di frequenza. A rich texture obtained thanks to complex processing in a stationary mould where the blower does not have the opportunity to revolve the item. Reliefs and three-dimensional facets starting from the centre line intensify towards the top and towards the base as if in a diagram of frequency waves.

Gregg
 tavolo, table
 sospensione, suspension
 L+R Palomba, 2007



Gregg grande
 l 47 x p 40 x h 40 cm
 l 18 1/2" x d 15 3/4" x h 15 3/4"
 Gregg media
 l 31 x p 26 x h 26 cm
 l 12 3/16" x d 10 1/4" x h 10 1/4"
 Gregg piccola
 l 13 x p 11 x h 11 cm
 l 5 1/8" x d 4 5/16" x h 4 5/16"

Vetro soffiato acidato.
 Blown acid-etched glass.

Soffiare il vetro in uno stampo a fermo, dove il soffiatore non ha la possibilità di far ruotare il materiale incandescente generando forme sostanzialmente tonde, consente di mimare la struttura di un organismo vivente. La disuniformità del diffusore appare come un modello "familiare" vicino molto più alla morfologia biologico-minerale di una bolla-ciottolo che non ad una tipologia classica impostata sulla geometria.

Blowing glass in a stationary mould, where the blower does not have the opportunity to turn the incandescent material and generate essentially round shapes, makes it possible to mimic the structure of a living organism. The unevenness of the diffuser appears like a "familiar" model that is much closer to the mineral-biological morphology of a bubble-bowl than to the classic type based on geometric shapes.

Informazioni tecniche Technical information

Lumiere
Rodolfo Dordoni, 1990



Lumiere grande
Ø 26 x h 45 cm
Ø 10 1/4" x h 17 3/4"
Lumiere piccola
Ø 20 x h 35 cm
Ø 7 7/8" x h 13 3/4"

Vetro soffiato e alluminio spazzolato o verniciato.
Blown glass and polished or varnished aluminium.

Una genealogia lunga quasi 30 anni racconta le trasformazioni di una famiglia di lampade che si accresce e si consolida attorno al concetto di gene e di specie. La differenza tra una specie ed un'altra sono piccoli spostamenti tipologici, differenze di proporzione e di dimensioni che ruotano sempre attorno al rapporto dialettico tra una struttura in pressofusione di alluminio spazzolato e finito a mano ed un diffusore in vetro soffiato a giro dalle abili mani dei soffiatori veneti.

A genealogy almost 30 years long narrates the transformations of a family of lamps that has grown and consolidated around the concept of genus and species. The difference between one species and the next are small typological shifts, differences in proportions and dimensions that always revolve around the dialectic relationship between a brushed, hand-finished die-cast aluminium frame and a revolving hand-blown glass diffuser crafted by the skilled hands of Venetian glass-blowers.

Mite
Marc Sadler, 2000



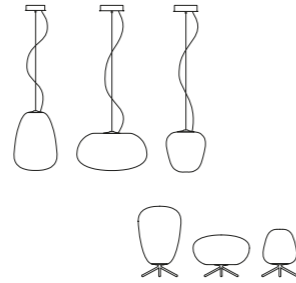
Ø 21 x h 185 cm
Ø 8 1/4" x h 72 5/6"

Tessuto di vetro con fibra di carbonio o Kevlar®, metallo nichelato, acciaio e alluminio.
Fiber glass fabric with Kevlar® or carbonium thread, nickel-plated steel and aluminium.

Una struttura a sezione conica variabile in fibra di vetro sulla quale viene avvolto un filo nero in carbonio oppure giallo in Kevlar® alloggia nella parte superiore una parabola riflettente in alluminio che accoglie la fonte luminosa e proietta la luce emessa verso l'alto. Un saggio moderno sulla perdita di peso rivisitando il volume di ingombro della tradizionale tipologia di colonna luminosa.

A variable conical section fibreglass frame on which a black carbon or yellow Kevlar® thread has been wound houses a reflective aluminium parabola-shaped element at the top which contains the light source and casts light upwards. A modern take on losing weight by restyling the overall volume of the traditional type of light column.

Rituals
tavolo, table
sospensione, suspension
L+R Palomba, 2013



Rituals 1
Ø 24 x h 40 cm
Ø 9 1/2" x h 15 3/4"
Rituals 2
Ø 34 x h 25 cm
Ø 13 1/4" x h 10"
Rituals 3
Ø 20 x h 27 cm
Ø 8" x h 10 1/2"

Vetro soffiato satinato inciso e metallo verniciato.
Blown engraved satin glass and varnished metal.

Un tono di bianco simile a quello delle lampade giapponesi in carta di riso provoca un'emissione luminosa "gentile" fatta di una luce "gessata" e pastosa frutto di una nastratura esterna e di lavorazioni manuali attente ad evitare ogni traccia di macchie. L'effetto irregolare delle striature esterne si ottiene attraverso uno stampo con decorazioni in negativo che ricordano le linee orizzontali del bambù strutturale delle lampade di Isamu Noguchi.

A shade of white similar to that of Japanese rice paper lamps generates a "gentle" light emission made with a "chalky" and pasty light resulting from an external tape-like appearance and manual workmanship focusing on avoiding all traces of spots. The irregular effect of the external stripes is achieved with a mould featuring negative decorations that recall the horizontal silhouettes of the structural bamboo used in Isamu Noguchi's lamps.

Tartan
L+R Palomba, 2015



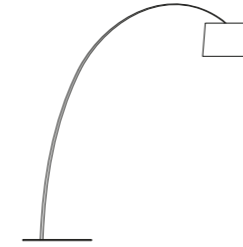
Ø 40 x h 35 cm
Ø 15 3/4" x h 13 3/4"

Vetro soffiato in rilievo e acidato.
Blown acid-etched glass with reliefs.

Un diffusore in vetro con finitura acidata dalla forma controllata sposta il progetto sul tema della decorazione della superficie e della texture, evidenziata da linee a rilievo che seguono la trama di un tessuto scozzese. La superficie del vetro si muove in un chiaroscuro tutto determinato da queste impronte costruite nello stampo.

A glass diffuser with acid-etched finish with a controlled shape shifts the design towards the topic of surface decoration and texture, which is emphasised by the relief lines that follow the pattern of a Scottish fabric. The surface of the glass moves in a chiaroscuro effect that is determined by these specific marks built inside the mould.

Twiggy
Marc Sadler, 2006

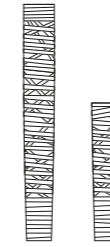


l 170/200 x h 190/290 cm
l 67"/79" x h 85"/110"

Materiale composito su base di fibra di vetro laccato, PMMA, polycarbonato, metallo verniciato e alluminio.
Varnished fibreglass based composite material, PMMA, polycarbonate, varnished metal and aluminium.

Una linea elastica che raggiunge un'altezza massima di 290 cm per un oggetto a dimensione ambientale in cui lo sbalzo del braccio si ottiene con la flessibilità del supporto in fibra di carbonio accoppiata alla fibra di vetro del diffusore. Si ottiene così un oggetto unico, fuori-scala, la cui oscillazione armonica è prevista dal progetto.
A flexible line that reaches a maximum height of 290 cm for a room-sized object whose protruding arm is achieved thanks to the flexibility of the carbon fibre support teamed with the fibreglass diffuser. This makes for a unique object, one that is off the scale, the harmonic oscillation of which is envisaged by the design.

Tress
Marc Sadler, 2008



Tress grande
Ø 25 x h 195 cm
Ø 9 27/32" x h 76 25/32"
Tress media
Ø 24 x h 110 cm
Ø 9 7/16" x h 43 5/16"

Materiale composito su base di fibra di vetro laccato, metallo verniciato e alluminio.
Compound material on lacquered glass fibre base, varnished metal and aluminium.

Cinque fettucce in fibra strutturale di diversa larghezza sovrapposte tra loro rileggono il tipo della lampada in metallo traforato di tradizione araba disegnando una colonna cilindrica fatta di strisce di fibra di vetro e carbonio che modulano il gioco della luce e delle ombre sui muri e sul soffitto.

Five overlapping structural fibre ribbons of varying width provide a new look for the traditional Arab perforated metal lamp, outlining a cylindrical column made of strips of fibreglass and carbon that modulate the game of light and shadows on the walls and ceiling.

Biografie

Biographies

Stefano Micelli

Stefano Micelli è professore di e-business presso il Dipartimento di Management dell'università Ca' Foscari di Venezia. Da vent'anni svolge una continua attività di ricerca sul tema della diffusione delle nuove tecnologie presso le piccole e medie imprese e i distretti industriali italiani. Nell'ambito delle attività di ricerca rivolte all'incontro tra il digitale e il mondo manifatturiero ha condotto diversi studi in collaborazione con banca IFIS e con fondazione Make in Italy ed ha inoltre curato per tre edizioni della "Maker Faire" lo sviluppo di una sezione ad hoc legata al tema del digitale e della nuova manifattura. È autore di diversi articoli e volumi, tra cui il libro "Futuro Artigiano, L'innovazione nelle mani degli italiani", vincitore del premio Compasso d'Oro ADI sul tema della virtuosa contaminazione tra lavoro artigiano ed economia globale.

Stefano Micelli is professor of e-business at the Department of Management of Ca' Foscari University in Venice. For twenty years he has conducted continuous research on the issue of the spread of new technologies in small and medium-sized companies and Italian industrial districts. In the field of digital and manufacturing research, he has conducted several projects in collaboration with Banca IFIS and Make-in-Italy Foundation, and has also developed, for three Italian editions of the "Maker Faire" an ad hoc section linked to the theme of digital and new manufacturing. He has written many articles and books, including the volume "Futuro Artigiano, L'innovazione nelle mani degli italiani", winner of the Compasso d'Oro ADI award, on the theme of positive contamination between craftsmanship and the global economy.

Manolo De Giorgi

Manolo De Giorgi, architetto, ha aperto il proprio studio a Milano nel 1989 occupandosi di ristrutturazioni, interni ed allestimenti. È stato redattore delle riviste *Modo e Domus*. Ha curato le mostre: *Techniques Discrètes* (1991), 45-63. *Un Museo del Design in Italia* (1995), *Marco Zanuso* (1999) *Camera con vista* (2007), *Olivetti. Una bella Società* (2008) *Magnificenza e Progetto* (2009) e i relativi cataloghi. È autore di *Carlo Mollino. Interni* (Segesta, 2004), *Design* (Zanichelli, 2007), *Enzo Mari* (Il Sole/24 Ore, 2011). Dal 2010 collabora con la Fondazione Bassetti indagando il rapporto fra artigianato e design attraverso nuovi medium espressivi come lo spettacolo teatrale *Mani grandi senza fine* (Piccolo Teatro Milano, 2011) e il film *Avanti Artigiani* (2014).

Manolo De Giorgi, architect, opened his studio in Milan in 1989, focusing on renovations, interiors and exhibit design. He has been a member of the editorial staff of the magazines Modo and Domus. He has curated the exhibitions: Techniques Discrètes (1991), 45-63: Un Museo del Design in Italia (1995), Marco Zanuso (1999) Camera con vista (2007), Olivetti: Una bella società (2008), Magnificenza e Progetto (2009), and edited their catalogues. Publications include Carlo Mollino: Interni (Segesta, 2004), Design (Zanichelli, 2007), Enzo Mari (Il Sole/24 Ore, 2011). Since 2010 he has worked with Fondazione Bassetti, investigating the relationship between crafts and design through new expressive media, including the theatre piece Mani grandi senza fine (Piccolo Teatro Milano, 2011) and the film Avanti Artigiani (2014).

Gianluca Vassallo

Gianluca Vassallo vive e lavora a San Teodoro (Sardegna) e nel mondo. Non chiamatelo fotografo perché si offende. Si esprime attraverso il video, il suono, la fotografia, le installazioni con una attenzione particolare all'aspetto relazionale e di processo. Il suo lavoro è stato presentato da istituzioni e gallerie in Italia e all'estero. Tra queste: Caleum Gallery, New York (2017); Fondazione di Sardegna, Cagliari (2016/2017); Padiglione Portogallo Biennale Architettura di Venezia, Venezia (2016); Museo dell'Emigrazione, Asuni (2016); Foscari Spazio Soho, New York (2015,2016); Palazzo della Penna, Perugia (2014); Schauwerk Museum, Sindelfingen (2013, 2014); Museo MAN, Nuoro (2014); Stadtgalerie, Kiel (2014); Tempio di Adriano, Roma (2013); Masedu Museo, Sassari (2013); Fondazione Meta, Alghero (2013); Museo MART, Rovereto (2012); PAN, Napoli (2010). Tra i vincitori del Premio Terna 2013, Menzione Speciale Premio VAF 2014. Tra le operazioni di arte pubblica *Exposed* (2013), *Shoot Me Orlando* (2016), *La Città Invisibile* (2016).

È fondatore e direttore artistico di White Box Studio attraverso il quale offre il proprio sguardo e quello di altri talenti alle aziende del Design Industriale, della Moda, dell'editoria e alle istituzioni culturali.

Gianluca Vassallo lives and works in San Teodoro (Sardinia, Italy) and the world. Do not call him a photographer, because he might take offence. He works through video, sound, photography and installations, with a particular focus on relational and process aspects. His work has been shown in institutions and galleries in Italy and abroad, including: Caleum Gallery, New York (2017); Fondazione di Sardegna, Cagliari (2016/2017); Portuguese Pavilion at the Venice Architecture Biennale, Venice (2016); Museo dell'Emigrazione, Asuni (2016); Foscari Spazio Soho, New York (2015,2016); Palazzo della Penna, Perugia (2014); Schauwerk Museum, Sindelfingen (2013, 2014); Museo MAN, Nuoro (2014); Stadtgalerie, Kiel (2014); Temple of Hadrian, Rome (2013); Masedu Museo, Sassari (2013); Fondazione Meta, Alghero (2013); Museo MART, Rovereto (2012); PAN, Naples (2010). He has won the Premio Terna 2013, and received a special mention for the Premio VAF 2014. His public art projects include Exposed (2013), Shoot Me Orlando (2016), La Città Invisibile (2016). He is the founder and artistic director of White Box Studio, through which he offers his own work and that of other talents to companies in the fields of industrial design, fashion and publishing, and cultural institutions.

Massimo Gardone / Azimut

Massimo Gardone è un fotografo professionista specializzato nell'interpretazione creativa dell'immagine e divide la sua produzione tra progetti commerciali, editoriali e di ricerca pura. Si occupa da molti anni di comunicazione visiva, contaminando grafica, video e design e si serve della fotografia per modellare le immagini, quasi fossero suoni. Ha collaborato con i più importanti grafici italiani e contribuito alla comunicazione di prestigiosi brand. Fondamentali i contributi in qualità di direttore della fotografia nei video di N+N Corsino nonché nell'ideazione dei video *Infinity*, menzione d'onore del Compasso d'Oro ADI 2011 e *Inspire*, entrambi prodotti per Foscari. Le sue opere hanno avuto spazio in mostre collettive e personali presso musei e gallerie in Italia e all'estero.

Massimo Gardone is a professional photographer who specialises in the creative interpretation of pictures, dividing his efforts between commercial and editorial projects and pure research. He has been involved in visual communication for some years, contaminating graphics, video and design, and he uses photography to model pictures, almost as though they were sounds. He has worked with leading Italian graphics experts and contributed to the communication of many prestigious brands. His contribution has been vital as photography director in videos of N+N Corsino as well as in the concept of videos of Infinity, for which he was given honourable mention in the Compasso d'Oro ADI 2011, and Inspire, both products for Foscari. His works have been on display in collective and personal exhibitions in museums and galleries across Italy and abroad.

Artemio Croatto / Designwork

Comunicazione visiva, graphic design, corporate identity, direzione artistica: sono questi gli ambiti nei quali opera lo studio Designwork, fondato a Udine nel 2002 dall'art director Artemio Croatto. Tra i suoi clienti figurano alcuni dei più importanti brand del design italiano e internazionale, note case editrici e istituzioni culturali di rilievo. Nel 2010 Foscari coinvolge Artemio Croatto nella direzione artistica del progetto editoriale "Inventario", per il quale, nel 2014, vince il premio Compasso d'Oro ADI. Nel 2013 inizia la collaborazione con il museo MART di Rovereto e la casa editrice Mondadori Electa, che affidano a Designwork l'immagine e la comunicazione di diverse mostre e cataloghi. Hearst Magazine Italia gli fa realizzare il progetto grafico della rivista "Home" e il restyling di "Elle Decor Italia". Nel 2016 viene elaborato il logo e l'immagine coordinata della Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea di Roma, e da allora lo studio cura la comunicazione degli eventi e delle mostre del museo. Nel 2017 la Treccani gli commissiona il restyling grafico del portale *Treccani.it*, mentre La Biennale gli affida la realizzazione dell'immagine grafica e della sigla di apertura della *Mostra del Cinema di Venezia*.

Visual communication, graphic design, corporate identity, art direction: these are the spheres of activity of Studio Designwork, which was established in Udine in 2002 by art director Artemio Croatto. Its clients include some of the leading brands in Italian and international design, famous publishing houses and major cultural institutions.

In 2010 Foscari involved Artemio Croatto in the art direction of the publishing project "Inventario", for which he won the Compasso d'Oro ADI award in 2014. In 2013 he began his partnership with the MART museum in Rovereto and the Mondadori Electa publishing house, who commissioned Designwork for the image and communication of several exhibitions and catalogues. Hearst Magazine Italia commissioned him for the graphic project for "Home" magazine and for restyling "Elle Decor Italia". In 2016 the logo and corporate identity of the Italian National Gallery of Modern and Contemporary art in Rome was developed, and since then the studio has been in charge of the museum's events and exhibitions communication. In 2017 Treccani commissioned him to restyle the graphics of the Treccani.it portal, while La Biennale appointed him for the conception of the graphic image and opening credits of the Venice Film Festival.

Traduzioni Translations

CN → *Maestrie* (征服) —在第四次工业革命中，意大利设计通过挑战“仅为技术挑战而生产”的理念，再次呼吁了“人文主义”的精神。

“*Non si può fare*” (“不可能做到”) — *Perché questo libro* (为什么是这本书?) — **Carlo Urbinati, Foscarini Founder and President p. 004**

*Foscarini*使设计与灯光创意复苏，在研究、表达和开发方面实现自由，没有任何制造限制。事实上，自成立以来，*Foscarini*就是一家无工厂的公司，因而可以凭借本地采购、以工艺为本的优势，自由地探寻适合新创意的材料和制造技术。有时我们的某个设计显然符合“不可能做到”。此时在*Foscarini*,我们希望正确的道路上，因为我们知道这个句子通常仅表示“我们还未做到”。受益于不知为何，我们开始验证新旧技术所带来的机遇、秘诀以及困难。本手册说明了这些创意是怎样通过*Gianluca Vassallo*的摄影设计作品和经济学家*Stefano Micelli*与设计评论家*Manolo de Giorgi*这两位专家的鉴定文稿最终成功变成产品的。我们邀请他们出席*Foscarini*, 设计师和专业工匠的会议。这是意大利设计“意大利制造”真正的财富。我们总是陶醉于手工制成的奇物，事实上人们通常太容易忘记它们是多么有魅力、多么重要。

***Fare Design* (制造设计) — Stefano Micelli p. 008**

一盏灯的诞生

为了了解*Mite*是如何诞生的，我与设计师马克·萨德勒(*Marc Sadler*)在*FAPS*公司(*Mite*的诞生地及产地)位于意大利波代诺内(*Pordenone*)省菲乌梅威内托市(*Fiume Veneto*)的总部碰了面。*Mite*的设计与发展要追溯至90年代末。玻璃纤维和碳元素等新型材料的潜在可塑性给萨德勒带来了它的设计灵感。那时，他把一个汽车前灯挂在落地架子上，做成了*Mite*灯的雏形。当时它还只是个设想，它需要那些熟悉并且精通新型材料转化的人来将其完善。

我与萨德勒在公司入口处的小会客室开始了交谈，但几分钟后，我们决定去看一下*Mite*生产过程和工

艺。*FAPS*公司总裁毛里奇奥·欧诺菲(*Maurizio Onofri*)及萨德勒长期的实验合作伙伴乔治·瓦勒里(*Giorgio Valeri*)陪同我们一起参观。我们浏览了*FAPS*的技师们为生产*Mite*灯而特别制作的机器；也观看了操作员的工作过程——他们就像裁缝般，在*Mite*进入真空高压炉前为其整理好纤维；我们还观看了灯具的完成阶段。这整个参观过程都加深了我们对这个设计项目的了解。

让我们回过头来了解一下*FAPS*公司：*FAPS*是一个从90年代起就致力研究复合型材料的公司，它在当时是业界的传奇。在充分研究出不同创新材料的用途之后，它决定投资生产长度可达15米的专业钓竿，并以其强韧度和轻盈度著称。这款钓竿的生产、及*FAPS*外包的其它碳纤维产品的生产，曾是该公司多年的主要业务。90年代末，在家具生产中使用混合材料的机遇出现了。对玻璃纤维与碳元素的使用不再受限于特定的技术性能，同时也能应用在其它领域当中。其中一个很重要的用途就是推动创新型美学的发展。*FAPS*与 *Foscarini*和萨德勒就是由此开始合作的。

穿行于*FAPS*的器械与工匠之间，萨德勒给我们讲述了他长达三年的艰难却有趣的实验、参与过的讨论、以及所感受到的大家对设计的激情。很难想象一个管控严格的跨国公司是如何允许这样一条既复杂又耗资的试验道路的。萨德勒自己也承认：为了发现一种材料或是一种科技的潜能，某种“任性的冲动”是必要的。比如：把周六的时间都用来琢磨其它替代性的模型；或是把下班后的时间用来探索未知的实验方向。激情与执着是成功的两个必要条件。此外，*Foscarini*为这个项目所设置的经济及时间上的约束也非常重要——以此保证大家的努力是为了创造一个面向市场的成熟产品，而非只是玩票性质的业余爱好。

经过三年对各种材料和模型 的实验，最终产品逐渐成型——*Mite*诞生了，并且在2001年获得了意大利金罗盘设计奖(*Premio Compasso d’Oro*)。马克·萨德勒经常提到在*FAPS*所进行的工作的重要性，他总是肯定每个参与者的价值——他们每个人都为这个灯的形象和质量做出了巨大的贡献。即使他们并非被公众所知，或在大部分设计编年史中也被低估了重要性，他们的所扮演的角色却是至关重要的。

主角的回归

*Mite*灯的故事在意大利设计上并不罕见。在这个设计国度，一位知名设计师研发出新产品，在很大程度上归功于在模型制作过程中所获得的专业帮助。许多小型公司及手工匠人的存在，使得人们能够将一个设计想法快速地转化成立体三维模型——在照明行业也是一样，无论一个灯具模型使用的是像玻璃这样的传统材料还是新型复合材料。许多年来，这些工匠技师们的专有技术一直是意大利设计能够持续成长的最重要因素，但大家一直都没有意识到这个为整个行业的发展作出贡献的主角。

由于许多不同的原因，我们当下的任务便是要思考一种新的叙述方式。在这个关于意大利设计的新故事中，我们有必要重新解释、评估设计产品的价值，特别是它们现在正面向一个接受度更强、消息更灵通的国际市场。我们今日关注工匠们在*Mite*灯及其它设计产品中所倾注的心血，是因为这些高端产品的潜在买家想要知道在这些意义深刻且有历史内涵的物件后面蕴含着怎样的物质文化和专业知识。工匠和技师们的专业知识改进并完善了设计师的作品，这正是意大利产品在国际市场上获得竞争资格的因素。在这个各种想法和灵感满天飞的世界里，充满了编程马拉松和电梯游说，所以推崇像*FAPS*这样能够培育设计师灵感和项目的公司是很紧要的。

构造模型的过程是一种练习，它并不受限于对最终产品质量上的界定。*Mite*灯的故事就证明了，工匠们对产品的贡献包括了他们在生产过程中对其技术上和商业上可行性的评估，这在其它设计品的生产过程中也是一样的。多亏了一个在选材与劳力分配上具有可持续发展性的流程和技术，最终到达市场的并不只是一件功能性物品，它也是一个具备经济效益的产品。不管产量的大小，启动设计项目的人同时也参与生产的监管。对于生产可行性的关注直接决定了生产者在商业上的可持续性。

一个产品能够成功的第三个因素便是客户对于项目发展所投入的承诺与关怀。设计师与模型师会从客户那里同时获得支持和约束。培育一个设计理念并使其成为一个产品所需要的投入不可小觑。企业家在整个项目中为设计师和制造者之间的协调进行保驾护航是非常重要的。创新型产品需要一个发展和定义的过程，它是不同视角及不同知识形式相碰撞的结果。一个公司将新产品投放

市场必须身兼数职，它要确保各个参与方的持续付出，同时也要关注各方需求、开拓销售渠道并担当传播媒介的角色。

帷幕升起

为了看到像*Mite*这样的设计项目的价值，或者说，看到像*Foscarini*这类型公司出品的价值，我们的目光必须越过企业家和设计师这个组合，去发现隐藏在他们身后的工匠和他们所具备的专项技能，才是“意大利制造 *Made in Italy*”高端家具成功的基础。当然，这完全没有对缔造了意大利家具史的诸多出色品牌或设计师的任何不敬。这个想法只是要拓展一下长期以来人们对这个成功模式的理解，并强调一个一直被忽视的组成部分。现在，我们应该承认这个对实现丰富的创造力起到决定性作用的因素，它使得原本难以盈利的传统工业能够获得经济效益。

从产品开发到生产制作都非常重视和认同供应商的价值，这对于一个像*Foscarini*的公司来说是非常重要的。许多年来，人们认为企业声誉的打造无需展示产品的制造过程。我们一直以来只是更多地考虑树立品牌，体现公司价值和理念，但它就像是一层帷幕——那个制造生产的世界始终隐藏于终端消费者的注视之后，因为对对这个世界的展示被认为太过凌乱、复杂，而且可能产生问题，尤其是在国际需求方的眼中。

但时代已经变了。现今购买设计产品的人会想要知道为什么一件产品会比另外一件贵，价格差异的理由所在。他们不再那么容易被花哨的杂志广告中不断重复的品质承诺所说服。他们想了解更多。他们想了解一件特定产品或一个特定的生产过程所具备的实际品质。他们想知道是什么样的理念和文化使得一个物件得以被创造，还有参与其中的人和地点。

这并不意味着“品牌”是个过时的概念。恰恰相反，今天看来过时得无可救药的，正是许多公司为自己打造形象，却丝毫不提及任何幕后主角的努力或贡献的宣传方式。在家具行业，人们应该讲述并强调对设计的激情、奉献精神及工匠的专业技能，因为正是这些元素使得像*Mite*一样的产品的诞生变成可能，它们使得一个设计项目或一件产品变得完整。帷幕由此升起，整个产品的故事变得生动起来。这是一个全新的故事，实际上，我们有许多新故事要讲。因为*Foscarini*投入市场的每一件产品都经历过质疑、尝试、错误、走弯路等阶段，这些正是值得吸引大众关注的

地方，因为它们是一个公司所经历和体验的一部分，同时也会体现在产品制造时所投入的用心与激情上。

传统工艺与现代性

鲁道夫·道尔多尼(*Rodolfo Dordoni*)曾在1988至1993年间担任*Foscarini*的艺术总监。对于统筹发展一个公司的生产来说，这段时间并不长；但足以创造出一系列作品使得这个威尼斯公司崭露头角。那时，灯具制造业的大头都已定下有力的、创新的基础战略打入行业市场。有些公司，比如*Vistosi* 与*Barovier&Toso*，已经研发出了它们的招牌产品。而当时*Foscarini*的产品系列中仍缺少这种风格鲜明的代表作，一件能够确立企业风格并向市场发出清晰信号的产品。鲁道夫·道尔多尼所设计的*Lumiere*台灯正是*Foscarini*的美学宣言，在企业历史上写下了重要的篇章。

*Lumiere*的设计始于1990年，它是与*Vetrofond*玻璃厂合作生产的，当时该公司刚从穆兰诺岛(*Murano*)迁至威尼斯边上的大陆。带着承载传统的打造无需展示产品的制造过程。我们希望创造一个将吹制玻璃特有的诗意与当代科技相结合的设计。这个想法成型于一张手绘速写——一个铅压铸底座顶着一个吹制玻璃罩子。该设计从想法到产品成型的时间很迅速。其成果包含两个方面：一方面是威尼斯传统玻璃工艺，另一方面则是当代制铅工业。据道尔多尼的回忆，当时*Foscarini*更倾向于树立了一个使用新型材料的公司形象。它提出了两个相去甚远的材料间的辩证法，带出了一种新的平衡，这也成为了此后设计项目的特性。

在二十年后，*Lumiere*参加了由设计师本人道尔多尼发起的“新造型”项目。这是发展一系列创新解决方案的机会，其中部分方案针对的是某些特定市场。有更多新的颜色；加入了不同的反光玻璃；调整了灯的比例；同时也应用到XXS-XXL型号当中。他的理念并不是重新设计一盏灯，而是用不同的手法来诠释同一个物件。这次的局面转向了与初始设计理念不同的方向——更着重于强调工艺性；以及强调*Vetrofond*玻璃厂所提供的生产品质。

这个新重点的出现是由于需求方的感知发生了巨大变化。带着对过去的怀想，购买灯具的人们往往寻找一款产品能够实实在在地体现它自身的特性、文化背景。这并不意味着它需要是百分之百的手工制造。道尔多尼强调到：“顾客们希望制作的过

程包含情感的传达，而产品本身的工艺细节正是这一特性的体现。”这是有关真诚的问题，它说明了工艺如何有效的促成一个产品的创造；而这个过程又是怎样被有经验的消费者所理解。

质量观念的转变

对于“品质”的不同定义，对意大利设计来说是一个重要的挑战，使它不得不发展出自己独特的价值观。多年来，意大利公司以德国制造商严谨的技术标准和承诺作为品质的参照点。然而，对许多意大利制造商来说，如今这些标准已达到，并被视为是理所当然的。在科隆家具展中，意大利制造的产品丝毫不输他人。现在的问题在于意大利公司需要进一步表达更多。他们必须推广能够传递情感、通过专业技能体现文化价值、以及能在生活及社交方式上引起共鸣的高品质产品。

他们应该如何超越“标准化即意味着高品质”的想法，并提倡“高品质的设计应被看作一种对新的社会及文化关系的激发”？这个论点并不新鲜——它曾在19世纪末期的工艺美术运动中作为对设计的反思的一部分被提出，而这种反思以一种更明显的方式贯穿整个20世纪。*John Ruskin*约翰·罗斯金(工艺美术运动的理论指导)及*William Morris*威廉·莫里斯(工艺美术运动的主要实践者)始终认为“质量”并不受限于对于操作参数的达到，它也关于呈现其制作者的主观理念，并具有一种可能性——使人们感到与生产者的情感和文化背景紧密相连。一个在哥特式教堂的建筑工地工作的雕塑学徒，随着他对于一个兽状滴水嘴的逐渐完成，他在这个集体工程中留下了个人的痕迹。当我们观看这些大教堂时，我们仿佛还能看到这些工匠们在活动着——一组生命参与着某种超越个人价值的工作，然而这个群体包含着个体，并尊敬他们。同样地，意大利制造业致力于见证创造力上的天赋与能力，无论是制造一盏灯、一个衣柜或是一个厨房。整个产业链都必须能够吸收并传达这种表达能力，将它以能够被理解的形式带到市场。尤其是设计师，在创作的过程中需要留出一个表达空间，而又不能让其影响高品质产品的整体生产架构。

对品质的要求在其它行业的产品中也变得十分明显。在时尚与奢侈品行业，对工艺的诉求成为了回应其高身的特性、文化背景。这并不意味着早已懂得如何表达自身产品所包含的特有工艺。他们以这种方式激起人们

对手工艺的新兴趣，使得人们重新思考它的经济价值及社会角色。许多时候，这些奢侈品公司的努力已经不再受限于自己公司的范围内，他们赞助学校、展览和基金会这些能够推崇品质的理念并使其与良好教养挂钩的机构。现今的时尚与奢侈品公司如果能将他们的产品置于较高的价格范围内，那是因为近年来，个人形象、设计服饰及工匠的专业知识间的关联比以前更为人所知。

意大利设计的民主传统使得这个营销手段较难实施。手工艺的存在并不能说明一个产品的质量更高，而是为了见证意大利制造业能够响应产品多样化及个人定制需求的能力。这是一个结合工业的标准化特点和突出个体贡献的过程，毫不作假。

这么说来，设计的演变必须与代表其供应系统的中小型企业 的转变同步。它们的发展必须既有管理的理性化元素，又有风格鲜明的传统工艺。它们必须能够在与时俱进地发展数字文化的同时，又以经济可持续的方式延续人性化设计。一个设计项目所需要包含的专业工艺元素越多，参与该设计生产的公司就越会被迫重新思考他们的生产能力。问题的关键在于：在促进自动化和数字合理化的同时，传统工匠的经验与手工技艺也应该强化。也许经过改进并组织精良的手工艺能够有效地使我们获得国际声誉。它可以成为不同类型的制造业中的一个显著特点。它是我们的强项，但可能也是我们的限制所在。

多元化美学

“当我们开始着手设计*Rituals*系列灯具的时候，我们首先想到的是一种感觉。”当罗伯特·帕隆巴(*Roberto Palomba*)向我们讲述*Foscarini*最受欢迎的一款灯具的故事时，他追忆了在两年间将想象力转化成一个精致微妙的玻璃物件的过程。这个设计的目标是要创造一盏能产生灵动的光源、能陪伴人们的居家时光并能拂去烦恼的灯。而这种生动的光只有使用玻璃才能产生。

研发*Rituals*灯模型的道路是崎岖的。*Vetrofond*的创始人兼主席吉安卡洛·莫雷蒂(*Giancarlo Moretti*) 凭由他往日的经验对*Rituals*灯最初的灵感给予了鼓励。但是，对玻璃的打磨必须要使光从其透出，从而保证得到最初想象中的那种光。白色——这个设计师所选的灯光颜色也为其模型的制作及后期的工业化生产带来了挑战。它的模具及后期制作必须考虑到价格能够被大多数消费者接受。最终产品——自2013

以来便一直出现在*Foscarini*商品目录上的*Rituals*灯，是共同关注质量的设计师们对话与交流的结果。

吉安卡洛·莫雷蒂的过人之处是他能很好地结合传统工艺与商业经营，工匠的专有技术与成本控制。位于*Casale sul Sile*的玻璃厂是个神奇的地方，在那里，玻璃工艺大师和他们的助手们游走于熔窑与工作台之间，看起来像是一支从不停息的舞蹈。使人不禁好奇这么多人是如何在有限的空间中一起工作，且不打扰到他人的。玻璃厂中人与吹管的来回移动，甚至对在那里工作的人来说都是杂乱的。那里的每个岗位都分配给擅长该工艺的技师，这样一来每个人都能发挥自己的天赋。意想不到的技术试验时不时会发生，这能避免工人们重复做乏味的工作。

莫雷蒂具备两个值得夸耀的杰出能力。他知道*Vetrofond*工匠所累积的专业技艺对于想做创新产品的客户来说是一种保证。“如果他们一年带100张新产品的设计图来*Vetrofond*, 我们能做出98个。在其他玻璃厂, 能做到20个就很不容易了。”他在50年里积累下来的与顶尖意大利设计公司的合作经验，使他成为苛刻的设计师们最喜欢的合作伙伴。*Vetrofond*的成绩不只在发展产品方面：它近年来对公司自身的组织进行整改，通过控制成本和保证准时交货，成为了“经济理性主义”的范例。*Vetrofond*公司的专项知识技术是条理清晰且有结构的，这使它与业界内更工业化的生产形式能够竞争。这个玻璃厂持续进步的动力，和对利润优化的关注令人印象深刻。由于它在组织和技术方面的努力，我们今天才能以负担得起的价格创造出神奇的产品。这应是令整个设计生产行业感到自豪的一课。

实验的乐趣

“这无法实现。”*Aplomb*灯的设计项目在一开始的时候就遇到了困难。我们依然能在*Lucidi & Pevere*设计师寄给*Crea*公司的一张素描上看到“这无法实现”这句话。*Crea*是位于*Darfo*的一个小公司,也是*Aplomb*灯现今的产地。“这无法实现”, 是乔万尼·皮奇内利(*Giovanni Piccinelli*) 看到来自*Palmanova*帕尔马诺瓦的设计师组合*Lucidi & Pevere*为这个第一个面向市场的水泥灯所设定的灯壁厚度及技术规格后写给他的儿子卡洛(*Carlo*)和奥塔维奥(*Ottavio*)回复。两厘米厚度的灯壁从传统技艺的角度来说实在是太薄了。要做出一个合适的模具很难，就像要为这个设计

1950年，Crea公司生产的水泥灯Aplomb

找到合适的材料一样难。而且Crea公司来自于建筑行业，该行业所接触的数量级完全不同——质量要更多得多，所经手的几何形体也都是更大的。他们要如何对付这个这么小、这么薄的设计呢？

乔万尼·皮奇内利是个总是充满好奇心的工匠。他是一个发明家，一个不断发现新事物的人。像许多意大利工匠一样，他从未失去对试错法和反复实验的热爱。他总是对尝试新材料和新的组合充满激情。制作模具便是皮奇内利通过自己的努力培养出来的能力。刚开始的时候有一个专业模具师帮助他，然后，作为一个自学者，他便时常将周末的时间花在尝试发明新东西上。*Paolo Lucidi* 和*Luca Pevere*这两位设计师能够理解他：与皮奇内利这样的企业家一起工作是一种乐趣，他们要做的就是找到一个问题并享受为其找到创意解决方案的过程。最古怪的技术挑战便是大家进行讨论和测试个人推理能力的最佳理由。

对于年轻设计师来说，能遇到这种合作者是很重要的机遇：那些根据经验能够预料到产量会比较小的工匠。他们并不期望通过规模经济来摊销前期实验的花费。他们知道在项目发展阶段所学习到的东西将会在新的、不同的项目中被使用（也许是和其他公司的合作）。从一个较难的项目中学习到的东西也可以在下一个项目中利用。从某一特定类型的产品中所吸收的知识可以成为创造另一类产品的材料——甚至是不同领域的产品。

这其实正是Crea公司所经历的：从制作Aplomb灯的第一个模具到现在，Crea公司完全地改变了它的市场经营模式。一个曾专注于建筑的公司，随着时间的推移，已经成为在设计领域使用混凝土的领导者。曾经建造房屋和建筑的工匠们现在也做着灯具、桌子、笔筒等模具。这个彻底的方向上的改变，反映了该公司以创新的方式解决问题及对客户提出的任何挑战都能进行试验研究的能力。继*Foscarini*之后，其他设计公司也都纷纷邀请Crea发挥它的创新能力。多年来，Crea充满实验精神的工匠们证实了他们能够对最复杂的设计生产链做出实际贡献，多亏了他们对象混凝土这样被业界认为太难掌控或是对家具设计来说太有挑战性的材料的专有技术。

一个包容万象的项目

意大利设计公司常被称为“编辑者”或者版本的制造者，它们时常要面

对自己无法进行生产、或是无法完全控制产品生产过程的现实。那些采用了独立设计师与高端供应商合作模式的公司，尽管意识到了此结构的优势，往往也会避免对其大肆宣扬。这种谦虚是由于历史曾见证了企业的纵向一体化——一个涵盖了生产和销售、研究及开发还有铺设销售渠道的生产链条，才是企业的真实参照。

然而，近几年来，经济学界的讨论给业界带来了一种不同的观点。企业间相互合作的理念逐渐深入人心，并使得“全能企业”的神话不再流行。许多企业家都意识到将特定的生产步骤进行外包的重要性，这正是因为他们尊重专业化、尊重在单个商业范围中无法被包含的多种专业技能。今天，开放式创新的理念使这个想法更上一层台阶：我们意识到这个世界上充满了好点子，也许其中有许多年轻独立设计师的想法；这时，专业模式就应该发挥作用。在这种情况下，企业家与他的员工们就应该捕捉这些不同形式的知识，留住这些创新者，将他们的这些能力(哪怕仍在萌芽阶段)转化为市场价格。

今日，以*Foscarini*作为主角的新故事走的就是相似的发展方向，并试图能更上一层楼。*Foscarini*一直以来都向最优秀的设计师敞开大门，同时也吸收一些拥有业内某些特有技术的企业的知识与才能。我们要认识到我们最优秀的设计师所实现的价值，也要见证公司产品的高品质和美学价值中所包含的专业技巧的重要性。与其高品质供应商群体所见略同，*Foscarini*致力于体现社会及文化价值。这些充满理想的项目，通过合作者间的共同努力，值得被呈现、被广泛传播和欣赏。所有参与者都应该得到应有的荣誉。

这些想法与一个关于经济价值的新理念相关。那些购买设计品的人，无论他们买的是Mite还是Tress，或是任何*Foscarini*的产品，他们需要的不只是一个简单的照明物件。他们并非在寻找一个技术问题的解决方案。购买这种产品的人寻找的是新的社会联系和文化共同点，而精致、原创的产品正是建立这种联系的工具。它们具有声望的产品正是回应了这样的一种需求：它们是能在不同情感、不同文化之间建立联系的连接点。随着这个在国际与国内不断增长的需求变得越迫切，越来越多的企业需要学会去解说自身的工作和领域。它们必须陈述它们的立场。它们所创造的产品必须在世界范围内证实这一建议的内容与价值，证实这些社会间的纽带和国际间的联系。

从这个角度来看，*Foscarini*的承诺是一条长达50年的道路的一部分。20世纪60年代的意大利设计为单一的大规模生产带来了挑战，为工业生产的潜在逻辑带来了色彩与多样性。人类的想象力与创造力终于回到了生产过程中的中心位置——否则产品生产将只依赖技术逻辑。在第四次工业革命初期，意大利设计通过挑战“仅为技术追求而生产”的理念，再次呼吁了“人文主义”的精神。它的目的，是为了反思我们每日使用的物件的价值。这些物件并非只是商品，它们更像是某种媒介，把都市化需求和一个注重价值理念的世界及不断努力追求理想品质和美的人们连接起来。

La dimensione nascosta
(被隐藏的维度)
— **Manolo De Giorgi**

p. 078

-

我时常会想起*Enzo Mari*在几年前的一次谈话中所提到的一些重要观点。在一次历史性地回顾各个企业家为意大利设计所作出的具体贡献时，*Mari*说出了他看似激进的想法——意大利产品并不是纯粹的工业化生产，反而一直是“以工业化模式来设计，但实际上是手工制作”。马利这个观点的提出是由于意大利产品给人一种“工业化”的幻觉。换句话说，一只沉重的大手将意大利工业显而易见真相遮盖了太久。而某种错误的印象将事实隐藏了起来，真相完全隐匿在某个地方。这几十年间，业界一直有种要“埋葬”手工技艺的趋势，而这种趋势的生成是由于把产品生产单纯地当作一个数字问题来对待：如果一个产品的生产规模是大型或中型的，那么它被称为是工业化的；如果它的生产规模是小型的，那么它被称为是手工的。很明显，使用这种定义方式，手工完全被忽略了，基本上被降级为一个完全老式和过时的领域。而标准生产运作，大规模生产和高产量则开辟了通往更广阔市场的道路。与此同时，没有人想要将生产机器拆卸开来，对意大利的产品制造过程进行一次X光检查，验证机器内部的实际操作，然后再对比地去观察一位经验丰富的工人（或现代匠人）对产品进行持续地改良和完善作出的贡献。反之，业界内更愿意谈论产品规划、设计文化和那些关注工业对意大利所带来的文化贡献及附加值的主要生产商与设计师们。而高

级手工艺的各种特点则在产品中继续起着不可或缺的作用，同时满足着设计师们在“工业化生产”逻辑的掩盖下所提出的一切苛刻或过度的要求。而这一切都随着21世纪的到来而改变了方向。新生产商和新兴市场的出现使世界变得全球化；工业文化则延伸至全球，技术领域在得到拓展的同时也变得简化——这种现象出现在世界各地。同样地，设计师文化在这个超饱和并缺乏真正功能需求（或者说设计提案供大于求）的领域，变得需要依靠持续的微小进步来实现创新。这两种现象使设计走上了一条简单化的道路，也使设计产品受到了令人不安的同质化影响。这些问题的解决方式似乎只能依靠高品质手工艺，这种技能仍旧是工业加工的特点之一。在工业加工中，手工艺人仍然起到了重要作用，他们半开放式的手工秘诀和技术上的纯熟使得产品与众不同；而他们的手艺也是一种未曾对外宣扬的古老遗产。因此，当一些公司的某几类产品订单在21世纪的第一个10年里减至只有十几或几十个，以至于工业数据也不得不有所改变时，工匠们的角色又重新恢复了其世界性的辉煌。

-

我们所要关注的是：现今，谁在进行研究？产品的复杂性是否不再重要？

在21世纪诞生的国际大品牌需要思考别的问题，它们之所以被建立就是因为它们想要肃清设计产业复杂的“分散性”。全球市场的敞开为它们当中40%到50%的品牌创造了机遇，同时也带来了一些问题。它们的资源共享绝对不以产品研究为导向。规模经济这种新结构的中心理念是界定身份和合乎经济原则，但是这种品牌集结后所生产的产品不可避免地具有大众市场的品味：换句话说，大批量供应的商品无论美观与否，作为产品来说无可厚非，但也相当乏味，不能产生任何实质上的飞跃，所以它是一种“品质待定的产品”。

要避免这种情形，手工艺人是唯一的解决办法——他们能够以简单灵活的方式和相对合理的成本及时地生产出高质量产品。还能够为生产过程中的疵漏、或是一个不确保成功的项目留出空间，使其生产上的实验可以持续进行，且毋需在一个近十年来已相对衰弱的市场中过度投资。手工工匠是唯一能够接受某些“愚蠢”赌注的人，这种订单可能来自遥远的发展中国家，而工匠们能够在首次制作出一个产品后，因一个极小的变更要求而将其重新制作。或是一次只做一

个“定制”的单件产品，将打样和产品合并为进行一次生产运行的模式，而这种产品往往有着很高的复杂性。在这方面，意大利做得十分地现代化，也完整地体现了*Luigi Pasinetti*所说的“工业国家的财富与前工业化国家的财富完全不同，更确切地说，它是一些更深刻的东西——它并不是由这个国家所拥有的丰富物资构成的，而是由制造这些物资的专业技术所构成”^[9]。

从艺术评论的角度看来，*Pierre Restany*注意到了这种出现在类似于70年代末的大规模工业扩张时期的现象，当他看到意大利人因为掌握了识别“材料的智慧”而成为完美的塑料柜制造商时，他看到了匠人工艺的重要性。这一观察结果随后被运用到从那时起出现的所有新材料上，仿佛任何形式的技术创新都能被誉为“与橱柜生产商一样棒”。

知道如何将生产过程的某些步骤拆分开来亦十分重要，这样一来设计中的某个阶段就能以更加贴近使用者的方式进行，然后再连结回生产链的下一个阶段。

手工艺人的生产线是持续交替的，并且分为不同的环节，这样也就成就了不同生产阶段的自然过渡。如同将电影场景连接起来，这种过程使得将对立的元素结合在一起变得可能，而不同元素间的关联则建立在质量标准的基础上。

-

关于产品构成，我们想关注的是*Foscarini*设计在生产过程中诠释生产原料的三个简单结构。它与现代设计的方向是完全一致的：对原材料的改革导致了它们在使用方法上的变化，仿佛令它们在21世纪获得了革命性的新形式。实际上，我们所使用的不再是原材料，而是已经过工业制作的半加工原材料。这为我们提供了一种中间产品，甚至是一种混合产品——经过制作并能被转化为它物的产品。在这些材料不断的变化之中，它们不再只是由自身特性而决定质量的商品，而是多种延伸的可能性与多功能性；若从强度、轻度和灵活性的方面来评价这种材料时，更是如此。*Crea*，*Vetrofond*和*FAPS*分别是三家踏足该领域的公司，它们的员工人数分别是7、47和35，和1或最多2个老板。水泥、玻璃和碳纤维这三种材料的应用打开了一个新的篇章，令人了解到在21世纪，对材料的全新认知会伴随着一个必然的转化阶段与产业上的转移。1945年已经是历史，所谓的“转化”指的并不是像*Iso*

从生产烧水壶到制造摩托车，或是*Piaggio*从制造轰炸机外壳转变到做小型摩托。但考虑到市场近15年来受到的波动，这也是一种重新考量公司生产方式的可能性。这是一种有洞察力的改变，同时也保留着公司自身的独特性。但是，如果这种转变所在的产业框架结构也发生变化，那么工业生产中的手工艺就又一次地通过意大利设计的主旋律和经典性回到人们的视野中。

在业界，我们总能看到一些集手工艺人、设计总监和生产商形象于一身的扮演者。这是以意大利方式来发明的一个全能手，能游走在技术和形式、细节与性能、高质量分包和单人处理多环节生产步骤之间。他们的角色至关重要，在意大利设计历史中具有核心地位。例如*Natale Cappellaro*，一位*Olivetti*的工人，他最初是*MPI*打字机的组装者，后来成为在当时具有革命性的多功能计算器的设计师；还有工程师*Carlo Barassi*，他在二战期间用泡沫垫来保护被轰炸的坦克，接着用人造橡胶来做汽车座位，最后设计了*Arflex*家用软垫；以及*Enrico Garbarino*，他被*Ettore Sottsass*说服，将压合的蜜胺树脂附在胶合板或刨花板上，生产了“以假乱真”的层压板表面，他以此工艺发明了*Abet Print*。

*Foscarini*将Crea、*Vetrofond*和*FAPS*置于聚光灯下，以此证明它对这种理念的认同。*Crea*公司是由*Giovanni Piccinelli*一手创立的。他曾是一名水泥工，在瑞士和家乡工作过一段时间并见识了各种混凝土的精良处理方式后，他在*Darfo Boario*开创了自己的公司，主要生产各种混凝土产品和零部件。直料的改革导致了它们在使用方法上的变化，仿佛令它们在21世纪获得了革命性的新形式。实际上，我们所使用的不再是原材料，而是已经过工业制作的半加工原材料。这为我们提供了一种中间产品，甚至是一种混合产品——经过制作并能被转化为它物的产品。在这些材料不断的变化之中，它们不再只是由自身特性而决定质量的商

品，而是多种延伸的可能性与多功能性；若从强度、轻度和灵活性的方面来评价这种材料时，更是如此。*Crea*，*Vetrofond*和*FAPS*分别是三家踏足该领域的公司，它们的员工人数分别是7、47和35，和1或最多2个老板。水泥、玻璃和碳纤维这三种材料的应用打开了一个新的篇章，令人了解到在21世纪，对材料的全新认知会伴随着一个必然的转化阶段与产业上的转移。1945年已经是历史，所谓的“转化”指的并不是像*Iso*

从生产烧水壶到制造摩托车，或是*Piaggio*从制造轰炸机外壳转变到做小型摩托。但考虑到市场近15年来受到的波动，这也是一种重新考量公司生产方式的可能性。这是一种有洞察力的改变，同时也保留着公司自身的独特性。但是，如果这种转变所在的产业框架结构也发生变化，那么工业生产中的手工艺就又一次地通过意大利设计的主旋律和经典性回到人们的视野中。

在业界，我们总能看到一些集手工艺人、设计总监和生产商形象于一身的扮演者。这是以意大利方式来发明的一个全能手，能游走在技术和形式、细节与性能、高质量分包和单人处理多环节生产步骤之间。他们的角色至关重要，在意大利设计历史中具有核心地位。例如*Natale Cappellaro*，一位*Olivetti*的工人，他最初是*MPI*打字机的组装者，后来成为在当时具有革命性的多功能计算器的设计师；还有工程师*Carlo Barassi*，他在二战期间用泡沫垫来保护被轰炸的坦克，接着用人造橡胶来做汽车座位，最后设计了*Arflex*家用软垫；以及*Enrico Garbarino*，他被*Ettore Sottsass*说服，将压合的蜜胺树脂附在胶合板或刨花板上，生产了“以假乱真”的层压板表面，他以此工艺发明了*Abet Print*。*Foscarini*将Crea、*Vetrofond*和*FAPS*置于聚光灯下，以此证明它对这种理念的认同。*Crea*公司是由*Giovanni Piccinelli*一手创立的。他曾是一名水泥工，在瑞士和家乡工作过一段时间并见识了各种混凝土的精良处理方式后，他在*Darfo Boario*开创了自己的公司，主要生产各种混凝土产品和零部件。直料

的改革导致了它们在使用方法上的变化，仿佛令它们在21世纪获得了革命性的新形式。实际上，我们所使用的不再是原材料，而是已经过工业制作的半加工原材料。这为我们提供了一种中间产品，甚至是一种混合产品——经过制作并能被转化为它物的产品。在这些材料不断的变化之中，它们不再只是由自身特性而决定质量的商

品，而是多种延伸的可能性与多功能性；若从强度、轻度和灵活性的方面来评价这种材料时，更是如此。*Crea*，*Vetrofond*和*FAPS*分别是三家踏足该领域的公司，它们的员工人数分别是7、47和35，和1或最多2个老板。水泥、玻璃和碳纤维这三种材料的应用打开了一个新的篇章，令人了解到在21世纪，对材料的全新认知会伴随着一个必然的转化阶段与产业上的转移。1945年已经是历史，所谓的“转化”指的并不是像*Iso*

*Crea*与*Foscarini*的合作则起始于一个看似不可行的项目——由*Lucidi e Pevere*设计的水泥灯*Aplomb*。在那之前，*Crea*一直将模具制作委托给*Bergamo*地区的一个模具制造商，但对该供应商来说，生产锥形的*Aplomb*这么小而精细的物件是非常麻烦的。当模具制造商说他自己要退休时，*Piccinelli*想到如果他自己把模具生产技术的管理接手过来，会使事情变得简单许多，于是他就这么做了。将设计生产的某个阶段依赖于一个供应商会导致太多的不确定性，因此*Piccinelli*现在已经掌握了模具制作，并在自己的厂房同样地使用橡胶和硅胶来制模。与之前非常耗时且无法维持项目的连续性所造成的不便相比起来，制作一个模具的成本显得并不高(600—700欧元)。因为设计生产是一种一直在持续进行的工作，有时过程相当的长，所以最好在工作时所有需要的东西都在手边。的确，在最终实现*Aplomb*的理想效果前，他们做了200到300多个灯进行测试。一开始，一盏灯是由大约5个模具生产出来的，现在，我们需要用到45个模具。在*Crea*这个由7个人组成的小公司里，*Aplomb*的制造由三个工人(*Vasile*，*Radu*和*Mamadou*)负责，其中两人负责铸造，另一个负责最后的修整完工。这些工人们参与铸造及之后的步骤，但他们不涉及样品的设计。*Piccinelli*和他的孩子*Ottavio* (管理生产)和*Carlo*(管理商业部门的设计师)一起启动了公司产品由建筑用品向家居用品的转化，这过程并不容易，特别是在生产的喷砂阶段，需要特别小心，以确保水泥处理表面不规则的颗粒尺寸和气泡开口都能得到控制；而工人们最初没有考虑到这一点，认为这是浪费时间。*Ottavio*曾想过让这三位生产*Aplomb*灯的工人到米兰国际家具展参观，让他们明白这些物件是为了家庭使用，而在这个环境中，表面处理具有完全不同的意义。所以，在进入喷砂阶段之前，工人们非常了解用喷水管修整锥形灯罩窄窄边缘的重要性——这是在铸件去刺边的必要步骤。当一切准备就绪，灯具进入涂防水材料流程并拿去经受*Foscarini*质检员的严格检查后，它们就会被送往*Pordenone*进行电气化，最后返回到*Marcon*(*Foscarini*总部)。很显然，*Piccinelli*不得不习惯于新的业务领域中大约每个月两次根钢柱提出了大胆的方案。他制作了200个肋形混凝土护套，每个都高达3.8米、重1500公斤，并由两个部分组成。这是水泥组件设计中一个出色的例子。

朝小如笔筒、窗帘导轨和水龙头等物件的微型化方向发展，并在他们的监控下确保这种“转变”的完美实现。*Giancarlo Moretti*，*Vetrofond*公司的两位总裁之一，坦言自己负责所有的玻璃加工处理步骤，但同时他认为自己是*Zanfirio*(或*vetro a retorti*)技术的专家——一种将玻璃棒在熔炉中加热，然后扭转成螺旋图案的工艺。最重要的是，只要他同意，在*Casale sul Sile*“大家都可以来吹玻璃”。事实上，著名的*Louis Poulsen*灯具每次弃用金属片或是塑胶球材料来制作*Arne Jacobsen*设计的顶灯或是*Verner Panton*设计的灯罩时，都是找*Vetrofond*来做供应商。当*Louis Poulsen*公司需要吹制玻璃或是要装饰其玻璃材料时，更愿意将目光投向*Veneto*区域，而不是德国或是波希米亚人的国度。*Vetrofond*和*Foscarini*有着多年的业务往来，构成了*Vetrofond* 20%的营业额。熟练的玻璃吹制工人都是意大利人，他们受训练的时间相当长，因为培养一个玻璃技师至少需要五年的时间。*Vetrofond*的工作是由多组3到5名的工人组成的团队来完成的，每一组专门对应一个特定厂商的产品。*Foscarini*的产品由其中两组负责。在小组中，所有五个成员间转换着玻璃吹制和表面成型的角色。工人一拿起*pea*——一个梨形的半液态玻璃，马上用吹杆将这团玻璃浆吹制并放入模具成形。这个过程仍然是以手工为基础的，很少能用机器来完成。以*Ludovica*和*Roberto Palomba*设计的*Rituals*灯为例，吹制过程大约需要三分钟，修整完工的过程则需要十来分钟。这样才能获得特有的使纹理具备纤维感的白色效果，灯的外部是用一种能够避免斑点并得到均匀白色的方式来打磨。这是让灯具获得如同宣纸般温暖色调(可参照*Isamu Noguchi*设计的一些灯)的唯一途径，相对玻璃本身具备的光泽度形成一种“错位”效果。另一种改变玻璃呈现效果的方式则是使用较暗的颜色，使其尽量更完美地与周围的色调融合在一起。这在*Rodolfo Dordoni*设计的*Buds*灯系列中，我们的意图是通过绿色、灰色和棕色的阴影来降低玻璃的光泽度，而这些冷色调涉及到难度较大的配方——对矿物和铁氧化物总量的控制。很明显，*Piccinelli*不得不习惯于新的业务领域中大约每个月两次检查水泥的厚度——这与他先前所接触的行业完全不同，在建筑领域，不合格的零件在拆除模板后会有大至几公分的差异。同样的水泥材料正

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

了他的激情。*Crea*和*Vetrofond*这种在材料使用上的创新首先意味着技术效果的反转：水泥被设计为家用物品并放弃其冷峻的特质；而吹制玻璃则是藏起它华丽的一面，将自身藏匿于一系列家具的色调之中。它们的设计生产是对材料认知的一种巧妙“错位”。

第三个故事则是*Foscarini*与*FAPS*公司的合作，它是一个关于开发鲜为人知的新材料的有趣案例。这种很少在家庭环境中使用的材料就是碳纤维，它的应用研究与*FAPS*公司重新定位以前的核心业务——生产高性能钓鱼竿同步进行。

为了遵循混合材料的生产逻辑，*FAPS*把玻璃纤维与具有碳纤维的玻璃树脂这两种材料结合在一起。对*FAPS*的老板，工程师*Maurizio Onofri*来说，这意味着将他的产品对一个全新的商品范围和高度多样化的市场打开，无论他的客户需要的是一个零件的性能还是更轻的重量。这也意味着，该公司已经开始生产工业滚筒、自行车车架、以及圆柱三角帆杆、帆船板条和船舵的延伸部分等航海产品；当然，还有钓鱼竿。

一些看似与玻璃纤维没有太多关联的设计(*Richard Sapper*在1986年为*B&B*设计的精致的*Nena*扶手椅有着玻璃纤维的结构，在当时被认为过于复杂而无法生产)和受限于*Alias*在座椅方面经验不足的设计产品，都渴望找到自身具有特性且不效仿过往常规材料的新型混合物。

*Marc Sadler*给*Foscarini*设计的落地灯，似乎恰好提供了探索玻璃纤维和碳纤维组合的潜在发展的可能性，它也令*FAPS*公司参与到照明试验的过程中来。因此，*FAPS*以这两种材料之间的联系和它们的混合物为基础而发展业务：玻璃纤维，具有极大的灵活性；而碳纤维，则具有较强的硬度。这个组合的秘密在于将不同类型的纤维和树脂在进入熔炉烘烤前进行混合。*Tress*的成型是缠绕在仿佛是“布料”一样的丝带卷筒上，它将五条不同形状和宽度的细带不断重叠而构成柱身，然后在灯座和光源罩处使用了碳纤维。*Mite*是一款具有现代风格的灯，它所采用的不同的锥形是以现代手法处理产品外观的结果。

在压层台上，女工*Fausta*和*Lia*将玻璃纤维织物(他们称之为外皮)伸展开来，随后将其放于模具中，以确保它能完全附着于压延机。这是一种古老而亲切的姿势，虽然有时也由男性来操作，然而她们比任何人都做得更好。试想一下：在一个充满高科技机器的场景中，大家为一个生产流程

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

留出仿佛是裁缝为新量身做嫁衣的空间，这样的静止画面让我们体会到这个生产流程所需的时间。黑色版本由碳纤维丝通过卷线机成型，而黄色版本则采用特殊半加工的凯芙拉丝制作，这种特殊的材料在加工过程更容易产生耗费。对大尺寸碳纤维的应用和实验则被进一步延续在*Twiggy*氛围灯的设计中——它灯杆的制作是个技术上的难题。灯杆会弯曲并摆动，为了实现灯杆预期弯度的机械特点，它被分为两部分：杆的延伸长达320公分，它的底座是一个由碳纤维制成的坚固部件，而高处的接口则由强化玻璃纤维制成，灯杆的顶端则添加了夹子和加固条。我们让灯杆末端承受9公斤的负荷来验证其强度；我们对150个样品灯进行了实验，来确定灯杆的柔韧性。在*Twiggy*灯罩材料的选择上，我们使用以黑色树脂着色的玻璃纤维织物——该树脂的量是经过精细计算的，这样一来，灯罩在出炉的时候即使需要清理，也只会创造创造一种云纹效果而不会留下任何斑点。

*Twiggy*的灯杆在*FAPS*的厂房里上漆，最终它的外观选择有黑色、灰白/浅灰、艳红色、浅藕荷色或靛蓝色。

得益于轻盈的复合材料，*Twiggy*可以达到290公分的高度；而*Castiglioni*设计的*Arco*则只有250公分。这两个灯重量上的差距足以充分说明了几十年技术研究取得的成果：相对于重64公斤的*Arco*来说，*Twiggy*只有17公斤。

4. 职业生涯

这个对工业手工艺的概略既回顾过去又展望未来。正如五十年前的*Azucena*或*Danese*公司，*Foscarini*凭借采取与其相同的产品文化策略，在市场中占有一席之地。如今看来，这两个公司在反潮流的方面有着更为重要的历史意义。当拥有集中的制造设备似乎是从事现代设计的必要前提时，这两个分别成立于1949年(*Azucena*)和1957(*Danese*)年的发行商和生产商，甚至没有想过要在公司内部生产产品，就已将他们的产品推广到不同的工业区和各地的生产中心。他们游移在工业和艺术之间，混合着这两者的逻辑——比如*Bruno Danese*提出的著名要求，要排水管生产商以30度角切割灰色聚丙烯管，用于制作*Enzo Mari*设计的*In Attesa*垃圾桶。

*Foscarini*也在找寻一个能被转化成一系列产品的加工过程。一些供应商并不理解*Foscarini*对最高

标准孜孜不倦的追求，在我看来这与当年*Danese*工匠们的投诉一样。在*Danese*公司，他们采用了一种严格的对参与者的限制和分等级政策，代表了一种长期的设计上的自有产权(只有*Mari*和*Munari*和两位*Danese*参与设计)。然而在*Foscarini*，我们已经将这种理念拓展到一种多方参与的政策——现在有约33个设计师的作品呈现在*Foscarini*的产品册上。

这个将设计师的参与多元化的办法，巧妙地将平衡从设计内容转到生产方式上，并令其成为*Foscarini*公司的标志性节点。

在*Andrea Branzi*看来，当下的成功运营“只能通过组合临时的设备来进行”——那些“避免所有复杂的构造”的短期而聪明的装置^[2]。这说明短暂且密集的劳作是工业中“新”手工艺领域的特点。这种基于不断实践的高强度研究，其魅力在于它的过程几乎是线性的，并且难以被程序化，如同一个高科技的外太空实验室。它强调这种连续性的过程，这种每天进行的永久性修改和不断完善的状态能够产生创新——每个微小的进步可能来自于某个由于思维的高度活跃性而无意间做出的元素随机组合。德国工程师和极端的太空研究之父*Wernher von Braun*(曾制作出使伦敦受到破坏的V2火箭，以及之后的*NASA*的土星五号宇宙飞船)，对做研究也有着与工匠一样的看法，他将其定义为“当我不知道我在做什么的时候，我就是在做着研究”。

5. 参考文献

(1) *Luigi Pasinetti*, Dinamica strutturale e sviluppo economico, *UTET*出版社, 1984, 第314-315页
(2) *Andrea Branzi*, Modernità debole e diffusa, *Skira*出版社,米兰,2006,第53页

6. 延伸阅读

Aplomb + Aplomb Large
— ***Lucidi e Pever***, 2010/2016
p. 173

这种灯在形态上保留了吹制元件的痕迹，而生产工艺实际使用的是水泥，同时采用了家用材料对灯体进行表面和厚度处理。一方面，随着最终的喷砂处理，水泥表面减少了摩擦力，另一方面，由于开孔孔隙度的变

Mani nere (黑手)
— ***Gianluca Vassallo***
p. 156

在我小的时候，我记得我的父亲在金匠的宴席上佝偻着身子，在冰冷的霓虹灯下清洗着他的一双大手。我记忆中的那那巨掌因常年接触树脂而变得黝黑，他用一只手握笔，同时用另一只手洗刷着被火焰包围着的身处黑暗中的心脏。墙上挂着奶奶的照片，照片的钉子上还钉着有完兵画像的日历，我记得完兵还和马拉多纳站在一起。再上面是我妹妹儿时的照片。我盯着我的父亲，他就是在这样的环境中辛苦劳作。

父亲忍受着刷子的噪音，扑鼻的酸味，同时肩负着母亲的心愿。我记忆中父亲的那颗心被母亲的愿望压得喘不过气来，在经受了接连不断的打击后他屈服了，那颗心灵在黝黑的大手中闪闪发光。我就是这样拍下了这些细心的人，拍下了他们一丝不苟的动作，拍下了他们辛勤劳作的地方以及他们身上那鲜明的阶级标志。他们的大手都秉持着一颗心，心灵的每个动作都能点亮他们的尊严。父亲没有开阔的视野，不知道该用什么样的语言来描述这个世界，但是他的双手仍然在那天让我重新审视了这个充满惊喜的世界。

7. 延伸阅读

Visioni istantanee (实时显现)
— ***Massimo Gardone***
p. 158

回顾原来的摄影姿势，我发现我自己也身处这种非常手工的项目中。*Foscarini*的场所变成了一个摄影现场；一张8x10的光学工作台和B&W即显胶片记录下了一个生产循环的结束。一台静止的关闭的灯，好比一件雕刻品，充分暴露了其制作所使用的材料，记录了它的精细手工艺。这是一场平等的比赛，那些使用光学工作台的摄影师的手工水平完全从工人的手工水平中显现出来。

8. 技术信息

Aplomb + Aplomb Large
— ***Lucidi e Pever***, 2010/2016
p. 173

这种灯在形态上保留了吹制元件的痕迹，而生产工艺实际使用的是水泥，同时采用了家用材料对灯体进行表面和厚度处理。一方面，随着最终的喷砂处理，水泥表面减少了摩擦力，另一方面，由于开孔孔隙度的变

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

化使得每台灯都具有独一无二性，每台灯与其它灯都略有差异。

Buds
— ***Rodolfo Dordoni***, 2016
p. 173

寻找冷色调（灰色、绿色以及从与氧化铁的矿物混合物中获得的棕色）的固体玻璃的目的是将灯具与装饰材料的色调进一步结合。在人工吹制过程中将五个不同的色层叠加形成它豪华的外观，同时根据灯的开关呈现不同的颜色。

Gem
— ***L+R Palomba***, 2017
p. 173

丰富纹理的获得得益于一种静止模内的复杂工艺，吹制者无法旋转制品，玻璃的成型从中心线开始的浮雕和立体刻面如同在频率波图中一样向顶部和底部扩散。

Gregg
— ***L+R Palomba***, 2007
p. 173

将玻璃吹入静止的模具中，由于吹制者不能旋转白炽状的液态材料而无法产生圆形，从而可以模仿一个具有生命力的有机体结构。灯罩的不寻常的非对称性表现出一种“熟悉”的模式，比起经典的几何形状更接近与天然鹅卵石的形态。

Lumiere
— ***Rodolfo Dordoni***, 1990
p. 174

近30年的家谱讲述了一个围绕基因和物种概念发展和巩固的灯的族系的转变。一个物种和另一个物种之间的差异只是微小的改变，比例和尺寸的差异，还与拉丝和手工制作的铝压铸结构以及由威尼斯托吹制玻璃工匠制作的灯罩有关。

Mite
— ***Marc Sadler***, 2000
p. 174

这是一种由玻璃纤维制成截面为圆锥形的灯具，其上部被碳纤维或黄色*Kevlar*®纤维包裹着，顶部的铝制抛物线反射片接纳光源并向上投射出光线。设计师根据现代的减重研究，重新设计了传统灯柱的体积。

Rituals
— ***L+R Palomba***, 2013
p. 174

与日本米纸灯相似的全白色调会产生由“纤细”而柔和的光所发出的射线。这是由手工缝合和纯手工制作带

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

来的效果，可以避免沾染污迹。外部条纹的不规则效果是通过一个负面装饰的模具来获得的，这个模具使人联想到了*Isamu Noguchi*设计的结构竹灯的水平线。

Tartan
— ***L+R Palomba***, 2015
p. 174

玻璃灯罩表面经过酸蚀处理，特意控制的形状赋予了更着重于表面装饰和纹理的设计主题，苏格织物的质地也随浮雕线的使用而更加突出。模具内有特殊的印痕，玻璃的表面在这些印痕所产生的明暗交替作用下来回移动。

Twiggy
— ***Marc Sadler***, 2006
p. 175

这是个可以达到房间大小的灯，它柔軟的线条最大拉伸高度为290cm，它长长的手臂更是得益于具备柔韧性的碳纤维支架和纤维玻璃灯罩，成就了一个独特的超规模物体，它和谐地身体震动也是设计元素之一。

Tress
— ***Marc Sadler***, 2008
p. 175

五种不同宽度的结构纤维束相互重叠，重新诠释了传统阿拉伯风格的金属灯，用玻璃纤维和碳纤维条制成的圆柱，调节了墙壁和天花板上的光线和阴影。

Stefano Micelli
p. 176

*Stefano Micelli*是威尼斯大学管理系电子商务专业的教授。二十年来，他对新技术在中小企业和意大利工业区传播的课题进行了持续性研究。在数字化和制造业研究领域，他与*Banca IFIS*银行和*Make-in-Italy*基金会合作,进行了多个项目的研究，也开展了三次专门以数字化和全新制造业为主题的意式“创客嘉年华”。他著有许多文章和书籍，包括“*FuturoArtigiano, L’innovazione nelle mani degli italiani*”。他曾荣获意大利工业设计协会颁发的*Compasso d’Oro*设计大奖，那届的主题是手工艺与全球经济的建设性交融。

White Box
p. 177

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

的效果，可以避免沾染污迹。外部条纹的不规则效果是通过一个负面装饰的模具来获得的，这个模具使人联想到了*Isamu Noguchi*设计的结构竹灯的水平线。

Tartan
— ***L+R Palomba***, 2015
p. 174

玻璃灯罩表面经过酸蚀处理，特意控制的形状赋予了更着重于表面装饰和纹理的设计主题，苏格织物的质地也随浮雕线的使用而更加突出。模具内有特殊的印痕，玻璃的表面在这些印痕所产生的明暗交替作用下来回移动。

Twiggy
— ***Marc Sadler***, 2006
p. 175

这是个可以达到房间大小的灯，它柔軟的线条最大拉伸高度为290cm，它长长的手臂更是得益于具备柔韧性的碳纤维支架和纤维玻璃灯罩，成就了一个独特的超规模物体，它和谐地身体震动也是设计元素之一。

Tress
— ***Marc Sadler***, 2008
p. 175

五种不同宽度的结构纤维束相互重叠，重新诠释了传统阿拉伯风格的金属灯，用玻璃纤维和碳纤维条制成的圆柱，调节了墙壁和天花板上的光线和阴影。

Stefano Micelli
p. 176

*Stefano Micelli*是威尼斯大学管理系电子商务专业的教授。二十年来，他对新技术在中小企业和意大利工业区传播的课题进行了持续性研究。在数字化和制造业研究领域，他与*Banca IFIS*银行和*Make-in-Italy*基金会合作,进行了多个项目的研究，也开展了三次专门以数字化和全新制造业为主题的意式“创客嘉年华”。他著有许多文章和书籍，包括“*FuturoArtigiano, L’innovazione nelle mani degli italiani*”。他曾荣获意大利工业设计协会颁发的*Compasso d’Oro*设计大奖，那届的主题是手工艺与全球经济的建设性交融。

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

的效果，可以避免沾染污迹。外部条纹的不规则效果是通过一个负面装饰的模具来获得的，这个模具使人联想到了*Isamu Noguchi*设计的结构竹灯的水平线。

Tartan
— ***L+R Palomba***, 2015
p. 174

*Manolo De Giorgi*设计师于1989年在米兰开设了自己的工作室，专门从事翻新设计、室内设计以及展品设计。他是*Modo*与*Domus*杂志的编辑。他担任过多项展会的总负责人：*TechniquesDiscrètes (1991)*, *45-63: Un Museo del Design in Italia (1995)*, *Marco Zanuso (1999) Camera con vista (2007)*, *Olivetti: Una bella società (2008)*, *Magnificenza e Progetto (2009)*,也负责编辑展品目录。发表作品包括*Carlo Mollino: Interni (Segesta, 2004)*, *Design (Zanichelli, 2007)*, *Enzo Mari (Il Sole/24 Ore, 2011)*。自2010年以来，他与*Fondazione Bassetti*合作，通过包括戏剧*Mani grandi senza fine (Piccolo Teatro Milano, 2011)*和电影*Avanti Artigiani (2014)*在内的新形式传播媒体来研究工艺品与设计之间的关系。

Artemio Croatto / Designwork
p. 177

视觉传播、平面设计、企业标识、艺术指导：这些都是*Designwork*工作室的经营范围。*Designwork*工作室由*Artemio Croatto*于2002年在乌迪内创立。其客户包括意大利和国际设计领导品牌、著名出版社以及大型文化机构。2010年，*Foscarini*请*Artemio Croatto*在“*Inventario*”出版项目中担任艺术指导，*Artemio Croatto*因而荣获了意大利工业设计协会颁发的2014年度*Compasso d’Oro*设计大奖。2013年，他开始与位于罗韦雷托的*MART*博物馆和*Mondadori Electa*出版社合作，该出版社委托*Designwork*工作室制作数个展览和手册的影像并负责传播。赫斯特杂志意大利分公司委托他承担“*Home*”杂志以及“*Elle Decor Italia*”的平面设计项目。2016年，位于罗马的意大利国立现代及当代艺术美术馆的商标和企业标识设计出炉，之后该工作室就负责管理博物馆各项活动与展览的传播。2017年，*Treccani*委托他负责*Treccani*门户网站平面设计工作，同时，*La Biennale*委派他负责威尼斯电影节图片构思和开场字幕制作工作。

Massimo Gardone / Azimut
p. 177

*Massimo Gardone*是一名专业摄影师，专门从事图片创意诠释，一边经营商业和编辑项目，一边进行纯研究。他涉足视觉传播已有数年，从事图片、视频与设计后期处理，运用摄影技术所塑造的图片仿若发出声响一般。他与意大利平面设计大师合作，致力于许多至尊品牌的传播。在制作*N+N Corsino*影像资料和英菲尼迪影像资料期间，作为摄影总监的他做出了至关重要的贡献，因而，荣获了意大利工业设计协会颁发的2011年度*Compasso d’Oro*荣誉提名奖，同时也在设计*Foscarini*产品方面获得了灵感。他的作品在意大利国内外的博物馆和艺术馆的公共和私人展览上展出。

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

182

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

Maestrie

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

183

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

Mastery

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

意大利著名设计家阿奇米亚·加蒂

ESP → Maestrías — En la cuarta revolución industrial, el diseño italiano estaba llamado a renovar su “humanismo” superando la idea de producción como único desafío tecnológico.

“No se puede hacer” — Por qué este libro — Carlo Urbinati, Foscarini Founder and President p. 004

Foscarini crea ideas de diseño y de luz, que nacen de la libertad de investigación, expresión y desarrollo, sin ningún vínculo productivo. Foscarini es en efecto, desde su fundación, una empresa sin fábrica y libre de explorar materiales y técnicas productivas adecuadas para desarrollar cada nueva idea, confiando en las excelencias artesanales que expresa su territorio. A veces sucede que la presentación de uno de nuestros proyectos obtiene un perentorio “no se puede hacer”. Para nosotros de Foscarini esta respuesta nos confirma que estamos siguiendo el camino justo, porque hemos aprendido que a menudo significa, en realidad, “no lo hemos hecho nunca”. Con la ventaja de no conocer el porqué, empezamos a experimentar juntos las oportunidades, los secretos y las trampas de tecnologías antiguas o recientes.

Este libro explica cómo se han convertido, algunas de estas ideas, en productos de éxito, y lo hace a través del proyecto fotográfico de Gianluca Vassallo y las contribuciones críticas de dos expertos, Stefano Micelli, economista y Manolo de Giorgi, crítico de diseño. A ellos les hemos pedido que representen el encuentro entre Foscarini, los diseñadores y las excelencias artesanales, la auténtica riqueza del diseño italiano “Made in Italy”. Nos fascinan desde siempre las cosas

extraordinarias que se pueden hacer con las manos y por el hecho que demasiado a menudo nos olvidamos de cuánto son atractivas e importantes.

Crear diseño — Stefano Micelli, p. 008

La creación de una lámpara

Para entender cómo se creó la lámpara Mite me entrevisté con Marc Sadler en la sede de FAPS, la empresa de Fiume Veneto en la provincia de Pordenone (Italia), que es donde la lámpara tomó forma y donde todavía se fabrica en la actualidad. El trabajo de diseño y desarrollo de Mite se remonta a finales de la década de los 90. El proyecto se inspiró en las posibilidades que ofrecían materiales innovadores como la fibra de vidrio y de carbono. Sadler ya había puesto a punto un prototipo, un poste que en la parte superior incorporaba el faro de un automóvil. Se trataba simplemente de una idea que merecía desarrollarse con quien estos materiales los conocía y los sabía transformar.

Empezamos nuestra conversación en la pequeña sala de reuniones cerca de la entrada de la sede, pero a los pocos minutos nos desplazamos para ver de cerca algunos trabajos que dan forma a la lámpara todavía en la actualidad. Nos acompañaron Mauricio Onofri, propietario de FAPS, y Giorgio Valeri, que en estos años ha seguido todas las experimentaciones de Sadler. Observar de cerca las máquinas que los técnicos de FAPS han sabido personalizar, seguir las elaboraciones de las trabajadoras que, como costureras, extienden la fibra de la Mite antes de su paso en la autoclave, asistir a las fases de la puesta a punto final del producto, fueron actividades que contribuyeron a iluminar la comprensión del proyecto.

Un paso atrás para entender quién es FAPS. FAPS es una empresa que a finales de la década de los ochenta apostó por los materiales compuestos que, en aquella época, eran una novedad absoluta. Tras razonar sobre todos los usos posibles de estas innovaciones, la empresa decidió invertir en la producción de cañas de pesca deportivas: varillas de hasta quince metros de longitud que se caracterizaban por una gran rigidez y ligereza. La producción de cañas de pesca, junto con otros trabajos por cuenta de terceros en fibra de carbono, representó durante años la actividad fundamental de esta empresa emergente ante litteram. A final de la década de los noventa, surgió la oportunidad de utilizar los materiales compuestos también en el sector del mobiliario. Las posibilidades de la fibra de vidrio y de la fibra de carbono dejaron de ponerse sólo al servicio de trabajos técnicos especiales y se utilizaron para oportunidades distintas, como por ejemplo la de desarrollar una estética innovadora. En este contexto inició la colaboración con Foscarini y con Marc Sadler.

Mientras caminábamos entre las máquinas y los artesanos de FAPS, Sadler nos explicó los enfrentamientos y la pasión con la que el empresario siguió tres años de experimentación agotadora pero emocionante. Es difícil imaginar una multinacional, con un control de la gestión férreo, apoyar un itinerario experimental tan exigente y costoso. Se necesitan –nos recordó Sadler – importantes “picos de irracionalidad” para descubrir las posibilidades de un material y de una tecnología. Se necesitan sábados pasados a pensar en prototipos alternativos y veladas dedicadas a recorrer caminos poco trillados. Para triunfar en la tarea se necesitan pasión y tenacidad. Y no sólo eso. Se

necesita una empresa – en este caso Foscarini - que sea capaz de establecer vínculos económicos y temporales para que este esfuerzo tenga como finalidad la creación de un producto destinado al mercado y que no se convierta en una diversión para aficionados.

Después de tres años de esfuerzo, de experimentación con materiales y prototipos que definieron gradualmente el producto final, nació la lámpara Mite que ganó el Compasso D’Oro en el 2001. Marc Sadler ha hablado siempre de la importancia del trabajo efectuado en FAPS y ha reconocido siempre los méritos de los colaboradores que han contribuido tanto para dar forma y calidad a su proyecto. El suyo ha sido un papel fundamental que, a menudo, el gran público conoce poco y cuyo valor, en la mayor parte de los casos, está culpablemente infravalorado.

El retorno de un protagonista

La historia de la lámpara Mite no es especialmente original respecto a las vicisitudes del diseño italiano. El desarrollo de nuevos productos por parte de diseñadores consolidados ha podido contar siempre, en nuestro país, con una oferta sorprendente de capacidades relacionadas con el desarrollo de prototipos. La presencia de muchas pequeñas empresas y artesanos ha hecho posible pasar rápidamente de una idea de proyecto a una manufactura tridimensional. Es lo mismo que ha sucedido en el mundo de la iluminación, que ha utilizado también materiales tradicionales como el vidrio soplado y materiales innovadores como los compuestos. Durante años, la contribución de este saber hacer ha sido un factor esencial en el desarrollo del diseño italiano sin que esto se

tradujera, sin embargo, en una historia capaz de reconocer e identificar a los protagonistas que han contribuido en la evolución de todo el sector.

Actualmente estamos llamados a reflexionar sobre las premisas para una nueva narración. Por razones distintas. La base de esta nueva historia del diseño italiano es la necesidad de explicar e informar sobre el valor de objetos que se proponen a una demanda internacional cada vez más atenta e informada. Si actualmente pensamos en el trabajo artesanal que existe detrás de la producción de lámparas como Mite (así como de otros productos creados en circunstancias similares) es porque el comprador que se acerca a un producto de calidad quiere reconocer los rasgos de una cultura material y de un saber hacer que contribuyen a moldear objetos cargados de sentido y de perspectiva histórica. El saber hacer artesanal que enriquece y completa el trabajo del diseñador es un elemento que otorga calidad a los productos que Italia ofrece al mercado internacional. En un mundo en el que proliferan ideas e intuiciones de todos los tipos, en el que se multiplican hackathon y elevator pitch, es urgente reiterar el papel de realidades como FAPS, capaces de enriquecer y desarrollar intuiciones y proyectos pensados por el diseñador.

La construcción del prototipo es un ejercicio que no se limita a contribuir en la calidad del producto final. Lo que demuestra la historia de Mite, al igual que otros proyectos similares, es que la contribución de estos artesanos incluye también una evaluación de factibilidad técnica y económica a nivel del proceso productivo. Lo que se presenta al mercado no es sólo algo coherente y funcional. Es también un producto que mantiene su rentabilidad

gracias a procesos y técnicas manufactureras sostenibles desde un punto de vista de los materiales utilizados y del trabajo realizado. Quien contribuye a dar forma al proyecto es también quien será llamado luego a gestionar la producción de un determinado producto, en pequeña o gran serie. De la atención a la dimensión de la factibilidad manufacturera emerge la sostenibilidad económica del fabricante.

Ni que decir tiene que el tercer factor de éxito de un producto de calidad es el esfuerzo y la atención que el cliente dedica al desarrollo del proyecto. El binomio diseñador/prototipador encuentra ayuda y apoyo en el cliente. Esta habilidad de hacer crecer una idea para hacer que se convierta en un producto precisa un esfuerzo que no se puede infravalorar. El papel y la presencia del empresario/editor es crucial en las conversaciones que tienen lugar, durante todas las fases, entre proyectista y desarrollador. Los productos innovadores necesitan un ejercicio de desarrollo y definición que es el resultado del encuentro entre perspectivas y saberes distintos. A la empresa que presentará un determinado producto en el mercado le corresponde la tarea de renovar de forma constante el compromiso de las partes, sin perder de vista las solicitudes de la demanda, los canales de distribución y el papel de los medios de comunicación.

Levantar el telón

Para conseguir que el valor de un proyecto como Mite, y en general de gran parte de la producción de empresas como Foscarini, sea explícito, es necesario superar el binomio empresario-diseñador para destacar el saber hacer de matriz artesanal que es la base de la fortuna de una gran parte del mobiliario de calidad

Made in Italy. No se trata, obviamente, de faltar al respeto al gran número de empresarios y diseñadores que han hecho la historia del mueble en Italia. Se trata más bien de enriquecer el cuadro propuesto hasta este momento para introducir un componente infravalorado durante mucho tiempo. Ha llegado el momento de reconocer un elemento capaz de caracterizar una creatividad y una prolificidad difícil de explicar, un factor sobre el que ha sido y es posible basar objetivos económicos que, en caso contrario, serían difíciles de desarrollar en las formas de la industria tradicional.

Para una empresa como Foscarini, reconocer y resaltar el papel de sus propios proveedores, en la fase de desarrollo del producto y en la fase de producción, son pasos importantes. Hemos pensado durante mucho tiempo que era posible construir una reputación de empresa desvinculada de la dimensión del hacer. Durante años hemos considerado la marca, que sintetiza los valores y las aspiraciones de la empresa, como un verdadero telón; el mundo de la producción se ha negado a la vista del consumidor final porque era demasiado desordenado, complejo, problemático para ponerlo en escena, quizá frente a una demanda internacional.

Los tiempos han cambiado. Quien compra un objeto de diseño quiere saber por qué un objeto cuesta más que otro, conocer las razones que justifican su valor. Ya no se conforma con una promesa genérica de calidad repetida miles de veces en las páginas publicitarias de periódicos patinados. Quiere ir más lejos. Quiere conocer la efectiva calidad de un determinado producto y de un determinado proceso productivo. Quiere conocer los valores y la cultura que han hecho posible una determinada manufactura, quiere poder entender a las

personas y los lugares que han contribuido a su génesis.

Esto no significa que la marca sea un concepto obsoleto. Al contrario. Lo que actualmente nos parece inexorablemente superado es la forma con la que muchas empresas han construido una imagen de sí mismas independientemente de los esfuerzos y del compromiso de muchos protagonistas que están lejos del proscenio. En el mundo del mobiliario, la posibilidad de explicar y destacar la pasión, el compromiso y el saber hacer que han permitido el nacimiento de un producto como Mite, aparece actualmente como un elemento constitutivo del valor del proyecto y del producto en su conjunto. El telón se levanta. La explicación se anima. Hay una nueva historia para explicar. No, en realidad hay más de una. Porque cada producto que Foscarini ha colocado en el mercado ha conocido incertidumbres, errores, itinerarios interrumpidos que actualmente vale la pena explicar al público, puesto que forman parte de una experiencia que es la historia de una empresa. Son el origen del cuidado y de la pasión con los que se fabrican sus productos.

Saber hacer artesanal y modernidad

Rodolfo Dordoni fue el director artístico de Foscarini del 1988 al 1993. Un tiempo breve para imprimir una dirección unívoca a la producción de la empresa en su conjunto, pero suficiente para desarrollar en primera persona algunos proyectos capaces de marcar el camino seguido por la empresa de Venecia. Se trata de años en los que algunos protagonistas de la iluminación ya habían configurado estrategias originales, demostrando que se podían imponer en el sector con opciones fuertes e innovadoras. También empresas

como Vistosi y Barovier&Toso habían elaborado, ya en aquella época, una propia cifra proyectual. Esta cifra faltaba todavía en la producción de Foscarini. Se necesitaba un producto que fuera capaz de imprimir una dirección al trabajo de la empresa y lanzar una clara señal al mercado. La lámpara Lumiere preparada por Rodolfo Dordoni representó la manifestación de la estética Foscarini y escribió una página importante en la historia de la empresa.

El proyecto de Lumiere nació en el año 1990 en colaboración con una empresa, la Vetrofond, que había dejado desde hacía poco Murano para establecerse en la parte continental de Venecia. Foscarini, unida a la tradición del vidrio soplado, quería hacer constar su propia contemporaneidad desarrollando un proyecto capaz de mantener unido el aspecto poético típico del vidrio soplado y una tecnología actual. La idea tomó forma en un croquis informal, un sombrero en vidrio soplado apoyado sobre una base de aluminio moldeado a presión. Los tiempos entre la intuición y el desarrollo del producto fueron breves. El producto salió integrando los dos tamaños, el más artesanal unido a la tradición veneciana y el más industrial unido al uso del aluminio. El péndulo – explica Dordoni – oscilaba en la dirección de una estética más unida a la utilización de nuevos materiales. Foscarini proponía un diálogo entre mundos distintos, sugiriendo un equilibrio original que se convirtió en el rasgo característico de un proyecto a largo plazo.

Después de veinte años la lámpara se ha sometido a una renovación de imagen de la que se ha ocupado el propio Dordoni. La renovación ha permitido desarrollar una serie de soluciones innovadoras, algunas de las cuales están

destinadas sólo a un público reducido. Se han renovado los colores, se ha introducido una variante en vidrio tipo espejo, se han modificado también las proporciones y el rasgo en la versión XXS-XXL. No se ha pretendido diseñar una nueva lámpara. Se ha tratado del mismo objeto, pero con un acento distinto. El péndulo se ha movido en una dirección contraria respecto a la que había caracterizado el proyecto inicial. Ha empujado hacia un mayor énfasis en el saber hacer artesanal y en el reconocimiento de la calidad manufacturera que Vetrofond es capaz de expresar.

Las razones de este nuevo énfasis tienen que buscarse en una sensibilidad de la demanda en gran cambio. Respecto al pasado, quien se acerca al objeto de iluminación busca un producto que sepa declarar con honradez su especificidad y su matriz cultural. Pero esto no significa necesariamente objetos hechos completamente a mano – como destaca Dordoni. “La demanda pretende una manufactura capaz de transmitir una emoción que a menudo está relacionada con detalles y características que provienen de una producción de tipo artesanal”. Se trata de una cuestión de honradez, se trata de declarar cómo una manufactura artesana contribuye de forma efectiva en la realización de un determinado producto y cómo esta dimensión se vuelve comprensible a una mirada educada.

Una idea de calidad que cambia

Una idea de calidad distinta. Sobre este terreno se juega un reto importante del diseño italiano. Es sobre este nivel que Italia está llamada a desarrollar una idea de valor específica. Durante muchos años, las empresas italianas han tenido a los productores

alemanes como punto de referencia respecto a una idea de calidad, entendida como respeto de estándares técnicos a los cuales adaptarse de forma rigurosa. Para muchos fabricantes italianos del sector, el estándar operativo es un objetivo que ya se ha alcanzado. En la feria del mueble de Colonia, el producto Made in Italy ha dejado de sentir ese temor reverencial. El hecho es que la empresa italiana está llamada a expresar algo más. Está llamada a promover objetos de calidad superior, capaces de transmitir una emoción, de comunicar el valor cultural del saber hacer, de activar empatía con estilos de vida y modelos sociales.

Cómo superar una idea de calidad entendida como estandarización para promover un proyecto de calidad entendido como activación de nuevas relaciones sociales y culturales? El debate no es nuevo. Algunos de estos temas forman parte de esa reflexión que hace más de un siglo promovió el movimiento Arts and Craft, a finales del 1800, y que ha sabido atravesar, de forma más o menos visible, todo el siglo pasado. John Ruskin y William Morris han imaginado siempre que la idea de calidad no se limitaba al respeto de simples parámetros ejecutivos, sino que tenía que ver con la valorización de la subjetividad del fabricante, con la posibilidad de crear una conexión viva e intensa con la sensibilidad y con la cultura de quien ha fabricado una determinada manufactura. El aprendiz escultor que trabajaba en la obra de la catedral gótica, con su rasgo en el acabado de una gárgola, dejaba una marca personal de su esfuerzo en un gran proyecto colectivo. Cuando observamos esas catedrales vemos a una población en movimiento, un conjunto de vidas que participan en un esfuerzo que supera el valor de cada individuo y que, en

cualquier caso, los engloba y los respeta. De la misma forma, la manufactura italiana tiene que ser el testigo de la inspiración y de la habilidad de su manufactura en el proceso de fabricación de una lámpara, de un armario o de una cocina. Toda la cadena de suministro tiene que demostrarse capaz de albergar los rasgos de esta capacidad expresiva y de proponerlos en el mercado de forma comprensible. El proyectista, concretamente, tiene la responsabilidad de dejar un margen de calidad expresiva sin que ello pueda perjudicar la instalación global de la producción de una manufactura de calidad. También en otros campos esta demanda de calidad se ha convertido en un aspecto diferencial del producto. En el mundo de la moda y del lujo, el retorno a la artesanía ha representado el instrumento para justificar un premio a un precio a menudo sorprendente. Grandes marcas del lujo han aprendido a comunicar las habilidades específicas que son la base de sus producciones. Por ello han promovido un nuevo interés hacia el trabajo artesanal y han contribuido a proponer de nuevo su papel económico y social. En muchos casos, este esfuerzo ha ido más allá del perímetro propietario de la propia empresa para sostener escuelas, muestras, fundaciones que han contribuido a activar el valor del saber hacer y una idea de calidad íntimamente relacionada con el gesto educado del hombre. Si tantas maisons de la moda y del lujo pueden colocar actualmente su propio producto dentro de gamas de precios especialmente difíciles es, sobre todo, porque en estos años la relación existente entre estilo, proyecto y saber hacer ha recuperado su visibilidad. La tradición democrática del diseño italiano hace que esta estrategia sea poco practicable. La contribución del saber hacer

artesanal no sirve, por tanto, a justificar una calidad superior, sino más bien para demostrar la capacidad de la manufactura italiana de promover variedad y personalización. Mezclando – sin simulaciones – todo lo que es el resultado de un proceso de estandarización de tipo industrial y lo que emerge como contribución de cada uno.

En este sentido, la evolución del diseño tiene que avanzar a la par con la transformación de esas pequeñas y medianas empresas que constituyen el sistema del suministro. Su evolución tiene que promover elementos de racionalidad empresarial junto con aspectos de manufactura artesanal claramente reconocibles. Tiene que ser capaz de desarrollar una cultura del digital que esté al día y mantener un gesto humano de forma económicamente sostenible. Cuanto más se pide al proyecto que incluya elementos susceptibles de estar realizados por una mano experta, más las empresas que actualmente se encuentran en las redes que participan en la cadena de suministro del diseño tendrán que reflexionar sobre su trabajo de manufactura. Se trata de promover automatización y racionalización digital y de desarrollar al mismo tiempo la experiencia y el gesto de artesanos clásicos. Es probable que una artesanidad afinada y organizada pueda efectivamente hacernos populares en el mundo. Constituye un elemento de identificación en la planificación y en la organización de una manufactura distinta. Es nuestro punto de fuerza y quizá también nuestro límite.

Una estética de la diversidad

“Cuando pusimos en marcha el proyecto del que tomaron forma las lámparas Rituals pensamos en primer lugar en una sensación”.

Cuando Roberto Palomba explica el nacimiento de una de las lámparas más logradas de Foscarini, recorre todo el esfuerzo de imaginación que se transformó, tras dos años de trabajo, en un objeto de vidrio especialmente sofisticado. El objetivo del proyecto era desarrollar una lámpara capaz de generar una luz llamativa, capaz de acompañar la vida de la casa haciendo las veces de antídoto contra las preocupaciones del mundo. Una luz vibrante, que sólo el vidrio podía garantizar. El camino que llevó a la puesta a punto del prototipo no fue sencillo. La intuición inicial encontró una ayuda en la experiencia de Giancarlo Moretti, fundador, y todavía administrador en la actualidad, de Vetrofond. Los biselados tenían que permitir que la luz filtrara garantizando una iluminación coherente con la intuición inicial. También la elección del color, el blanco, representó un reto a nivel de prototipo y de producción en serie. El molde y las elaboraciones sucesivas tenían que estar en línea con un precio de mercado que convirtiera la lámpara en un objeto accesible a una amplia audiencia de potenciales compradores. El resultado final, la lámpara Rituals en catálogo para Foscarini desde el 2013, es el resultado de un diálogo y de un intercambio entre protagonistas que comparten la atención prestada a la calidad del proyecto.

Lo que sorprende de Giancarlo Moretti es la capacidad de unir artesanidad y organización de empresa, saber hacer artesanal y atención en los gastos. La cristalería de Casale sul Sile es un lugar mágico, donde maestros del vidrio, “serventi” (primer aprendiz) y “serventini” (segundo aprendiz), se mueven entre hornos y plazas como un baile sin tregua. Cabe preguntarse cómo pueden trabajar tantas personas en

espacios tan angostos sin crearse problemas los unos a los otros. A este movimiento de hombres y cañas, sorprendente también para quien conoce la vida de una fábrica de vidrio, se le puede decir de todo menos que es desordenada. Cada posición está ocupada por un artesano especializado en algunas elaboraciones específicas para valorizar las inclinaciones de cada uno. Un poco por todas partes se realizan experimentaciones tecnológicas inesperadas, capaces de evitar a las personas actividades repetitivas sin un especial valor añadido.

Giancarlo Moretti reivindica un doble récord. Es consciente que el saber hacer acumulado en Vetrofond es una garantía para quienes deseen desarrollar un producto innovador. “Si llegan a Vetrofond cien dibujos de nuevos proyectos en un año, conseguimos desarrollar noventa y ocho. En otras fábricas de vidrio es difícil que se llegue a veinte”. La experiencia acumulada en cincuenta años, a través de colaboraciones consolidadas con las principales empresas del diseño italiano, han permitido que Moretti se convierta en un interlocutor privilegiado de los proyectistas más exigentes. La contribución de Vetrofond no se limita al desarrollo. El esfuerzo imprimido en estos años a toda la organización transforma esta realidad en un ejemplo de racionalidad económica por lo que se refiere a la contención de los gastos y a la puntualidad en las entregas. El saber hacer a disposición de Vetrofond está organizado y estructurado de tal forma que convierte esta fábrica de vidrio en una fábrica competitiva con otras elaboraciones de carácter industrial en sentido estricto. Sorprende el esfuerzo de mejora continua y de atención a los límites que ha sido capaz de aplicar esta fábrica de vidrio. Gracias al compromiso asumido por lo que se refiere a la

organización y a la tecnología, actualmente es posible obtener productos mágicos a precios accesibles. Una lección de la que toda la cadena de suministro del diseño tiene que sentirse orgullosa.

El placer de experimentar

“No se puede hacer”. El nacimiento de la lámpara Aplomb conoció más de un problema al inicio. El mensaje “No se puede hacer” se encuentra todavía en una tabla de proyecto que Lucidi y Pevere habían enviado a Crea, la pequeña empresa de Darfo donde actualmente se fabrican sin interrupción las lámparas Aplomb. “No se puede hacer” es lo que había escrito Giovanni Piccinelli a sus hijos Carlo y Ottavio después de haber visto los espesores que los dos diseñadores de Palmanova habían sugerido para la primera lámpara en cemento propuesta en el mercado con estas técnicas específicas. Dos centímetros era una cuota demasiado limitada para las elaboraciones consolidadas. Resultaba difícil realizar un molde adecuado, así como encontrar un material que respondiera al reto que sugería el proyecto. Crea proviene del mundo de la construcción, donde la clasificación de los tamaños es distinta, donde los pesos son de una magnitud superior, donde los moldes necesitan geometrías sobre formatos claramente más extendidos. Cómo abordar algo tan pequeño y tan fino?

En realidad, Giovanni Piccinelli ha sido siempre un artesano curioso, un inventor, un descubridor. Como muchos otros grandes artesanos italianos no ha perdido el placer de probar y experimentar. Experimentar mezclas y nuevos materiales ha sido siempre una pasión. Crear moldes ha sido una habilidad que Piccinelli ha desarrollado con su propia pasión y su propio tesón.

Primero con la ayuda de un constructor especializado, luego como autodidacta, dedicando a menudo el fin de semana para intentar conseguir algo nuevo. Paolo Lucidi y Luca Pevere lo sabían, trabajar con empresarios como Piccinelli es un placer, los problemas son el pretexto para divertirse buscando y encontrando soluciones originales. Los desafíos técnicos más improbables son un buen motivo para discutir y para razonar.

Para diseñadores jóvenes, la posibilidad de encontrar interlocutores de este tipo es esencial, puesto que los artesanos conscientes saben a priori que las series de producción serán reducidas. No se esperan descargar en grandes economías a escala los gastos relacionados con la experimentación inicial. Saben, en cambio, que lo que han aprendido en el ámbito de un proyecto se utilizará para otras iniciativas nuevas y distintas, quizá con otras empresas. Lo que es posible aprender de un proyecto exigente podría valorizarse en el próximo. La lección aprendida sobre un cierto tipo de productos podría convertirse en materia para algo distinto y nuevo, quizá para productos relacionados con otros sectores.

Y así ha sido. De los primeros moldes de la Aplomb hasta ahora, Crea ha cambiado radicalmente su forma de estar en el mercado. La que antes era una empresa centrada en el mundo de la construcción, se ha convertido con el tiempo en una realidad líder en la utilización del cemento en el ámbito del diseño. El artesano que construía villas y edificios ahora trabaja con los moldes de lámparas, mesas y lapiceros. Un cambio de rumbo radical que apoya la capacidad de un grupo para solucionar problemas de forma innovadora, aplicando investigación y capacidad experimental en cada reto que presenta el cliente. Después

de Foscari han sido muchas las empresas del sector que han beneficiado de la capacidad y de la creatividad de Crea. Con los años, estos artesanos experimentadores han demostrado que pueden contribuir con todo derecho en la cadena de suministro del diseño más sofisticado, gracias a los conocimientos adquiridos sobre un material como el cemento, considerado durante mucho tiempo demasiado difícil y exigente para gran parte de los proyectos dedicados al mundo del mobiliario.

Un proyecto que incluye

Las empresas italianas del diseño que hemos aprendido a llamar “editores” han postergado a menudo el hecho de no gobernar procesos productivos propios. Quien había adoptado un modelo de organización basado en diseñadores independientes y proveedores de calidad, a pesar de ser muy conscientes de los puntos fuertes de esta estructura organizativa, ha evitado a menudo hacer alarde de ello. Las razones de este pudor se tienen que buscar en un legado histórico que veía, en la empresa integrada verticalmente, capaz de mantener unidas producción y venta, investigación, desarrollo y distribución, un protagonista a tomar como punto de referencia.

En años más recientes, el debate económico ha contribuido a desarrollar un punto de vista distinto. La idea de una empresa en red se ha impuesto suplantando definitivamente el mito de la fábrica capaz de integrar en su seno todas las actividades productivas. Muchos empresarios han tomado conciencia de la importancia de externalizar determinadas actividades manufactureras, precisamente porque respetan los itinerarios de especialización y las capacidades que no es

posible reproducir dentro del perímetro de una simple empresa. Actualmente, la idea de innovación abierta (en inglés open innovation) radicaliza de nuevo este asunto. Somos conscientes de que el mundo está lleno de buenas ideas, quizá desarrolladas por jóvenes talentos independientes y de capacidades que merecen ser valorizadas. El empresario y su plantilla son los que aprecian el valor de estos conocimientos y de estos innovadores y luego traducen estas capacidades, en algunos casos todavía embrionarios, en valor de mercado. La historia de la que Foscari quiere hacerse protagonista, toma nota del rumbo emprendido para avanzar otro paso más. La empresa se abre desde siempre al talento de los diseñadores más aptos y resalta los conocimientos y el saber hacer de empresas que han sabido preservar y renovar una específica competencia en el ámbito manufacturero. El objetivo es reconocer el valor que han contribuido a crear sus diseñadores más prestigiosos y demostrar el papel y la importancia de ese saber hacer que han promovido calidad y valor estético de sus propios productos. Sobre todo, por lo que se refiere a esta densa red de proveedores de calidad, el homenaje de Foscari promueve valor social y cultural. La trama de relaciones y compromisos que dan forma a proyectos tan ambiciosos merece ser presentada y que sea apreciada. Todos los que forman parte de él tienen que recibir el reconocimiento que se merecen.

Las razones de este compromiso para mostrar el trabajo y para compartir estas experiencias están relacionadas con una nueva idea de valor económico. Quien compra un objeto de diseño, tanto una lámpara Mite como una Tress, para no salir del catálogo Foscari, no necesita

sencillamente un objeto capaz de iluminar. No busca, genéricamente, una solución técnica a un problema. Quien se acerca a objetos de este tipo busca nuevas conexiones sociales y culturales que utilizan como trámite estos productos sofisticados y originales. Los objetos que han convertido en famoso el Made in Italy en el mundo satisfacen este tipo de exigencias, son conectores capaces de crear relaciones entre sensibilidades y culturas distintas. Cuanto más esta demanda - cada vez más internacional e interrelacionada - se hace fuerte y urgente, más las empresas tendrán que aprender a explicar su propio trabajo y su propio mundo. Tendrán que declararse. Los objetos que producen tendrán que demostrar en el mundo la consistencia y el valor de esta propuesta cultural y de estos lazos de unión sociales y territoriales. En esta perspectiva, el compromiso de Foscari se une a un itinerario que tiene ya cincuenta años. El diseño italiano de la década de los sesenta ha contribuido a poner en crisis el color grisáceo de la producción de masa, aportando color y variedad en las lógicas de la manufactura de serie. La fantasía y la creatividad de los hombres se colocaban de nuevo finalmente al centro de procesos productivos dominados en caso contrario sólo por la racionalidad técnica. En los inicios de la cuarta revolución industrial, el diseño italiano estaba llamado a renovar su “humanismo” renovando el reto a una idea de producción como único desafío tecnológico. El objetivo en este caso era reflejar y volver a pensar el valor de los objetos que acompañaban nuestro día a día. Cada vez menos mercancías, cada vez más el trámite que une una demanda cosmopolita a un mundo de personas y valores que renuevan, a través de su

trabajo, la idea de calidad y belleza.

La dimensión oculta. — Manolo De Giorgi p. 078

1.

Recuerdo, periódicamente, la preciosa observación de Enzo Mari durante una conversación de hace ya algunos años. En aquella ocasión, repasando hacia atrás cuál había sido la contribución de los diversos empresarios en el éxito del diseño italiano, Mari me hizo notar, con su tono radical de siempre, que no era verdad que los objetos italianos eran industriales, sino que desde siempre se habían “pensado como industriales, pero se fabricaban de forma artesanal”.

Esta sutil y demistificadora intuición surgió después de que, durante demasiado tiempo, se hubiera extendido un velo de Maya, se hubiera forzado la mano sobre una realidad industrial visible en apariencia, una ilusión que cubría la realidad de las cosas y que, en cambio, estaba oculta en otra parte.

Durante décadas se ha querido silenciar la artesanía liquidándola, antes que nada, como un problema de simples números; si se trataba de serie mediana o grande, se hablaba de industria, si se trataba de serie pequeña, se hablaba de dimensión artesanal. Era evidente que, utilizando este parámetro, la artesanía se habría visto pulverizada y derrotada como una dimensión completamente superada y fuera del tiempo, mientras la serie, la gran serie, y las cantidades habrían abierto finalmente a mercados más grandes.

Pero, mientras tanto, nadie se interesó en desmontar la máquina de la producción en radiografiar lo que sucedía en Italia en las fases

intermedias de elaboración del producto, para comprobar lo que realizaba de forma efectiva la máquina y lo que representaba una contribución de adaptación continua y de acabado cualitativo realizado por un obrero especializado (o artesano moderno). El mundo del diseño prefería hablar, más bien, de proyecto, de cultura del proyecto y de sus protagonistas/ diseñadores, concentrándose en el nivel high de la disciplina y en la contribución cultural que aportaba a la sociedad italiana. En paralelo, rasgos artesanales de calidad seguían llevando a cabo su función imprescindible en el producto y hacían posible todas las solicitudes y los forzamientos, incluso los más extremos, que buscaban los diversos proyectistas bajo la cortina protectora de una lógica llamada “industrial”.

Todo ello habría evolucionado de forma muy distinta con el cambio de marcha del siglo XXI. En el mundo globalizado, con la presencia de nuevos actores y de escenarios emergentes, la cultura industrial se convirtió en un hecho ya universalmente disponible, simplificada y aplanada en sus aspectos tecnológicos que ahora aparecían al alcance de la mano para todas las latitudes del planeta. De la misma forma, la cultura de los diseñadores en un mundo muy saturado y sin reales demandas funcionales (o por lo menos donde la oferta de propuestas proyectivas superaba la demanda) se basaba en un proyecto débil en el que la innovación estaba hecha de continuos, pero al mismo tiempo pequeños, pasos hacia adelante. Ambos fenómenos abrían al diseño una autopista para la simplificación, pero al mismo tiempo llevaban a un producto difuso por su preocupante homogeneidad. Lo único que parecía alejarse de todo esto era el sustrato artesanal de calidad que permanecía en el

procesamiento industrial. La diferencia la habría podido seguir haciendo, en ese caso, sobre todo el artesano, con su aportación de recetas todavía semisecretas y de fragmentos de manualidad que ahora volvían a aparecer como un factor de diferencia y como una antigua herencia jamás revelada. Cuando luego, para algunos productos, la cantidad industrial vendida por algunas empresas durante los primeros diez años se redujo hasta el punto de situarse en las decenas y docenas, se revisó la coartada de los números y el papel de la artesanía se restableció completamente al honor del mundo.

2.

Este es, por tanto, el tema sobre el que es necesario hablar: Quién se ocupa actualmente de la investigación? Quién se ocupa de la complejidad?

Las grandes marcas, surgidas con el nuevo siglo, han tenido otras cosas en las que pensar y si se han creado es porque querían poner orden en el complejo apartado de la “distribución” del diseño, en ese 40 o 50% que, al abrirse el mercado global, creaba problemas particulares o muchas otras ocasiones. Seguramente no se unieron con la finalidad de llevar a cabo una investigación orientada al producto. La economía de escala exigía que identidad y racionalización constituyeran el tema central de las nuevas bases, pero el tipo de producto que surgía de la concentración de las marcas era inevitablemente algo que llevaba consigo el sabor del contract, es decir, que estaba pensado para grandes suministros, ni bonito ni feo, correcto como producto sí, pero también suficientemente plano como para no crear imponderables saltos imponiéndose de esta forma a través de una especie de producto “indeterminado

de calidad”.

Para huir de todo ello, la artesanía era la única capaz de proponer todavía calidad e unicidad, con su forma sencilla y flexible, y la única capaz de crear el just in time a un costo relativamente bajo. En ese caso, habría habido espacio también para el error o para el proyecto que no siempre termina de forma correcta, pero que es sostenible durante la fase de la experimentación sin excesivas inversiones en una situación de mercado que, en los últimos diez años, parecía ya muy delicada. El artesano era el único capaz de aceptar algunos desafíos temerarios, que podían llegar desde los rincones más remotos de los países emergentes, y el único que podía realizarlos una primera vez para repetirlos poco después con una mínima demanda de variación. O bien trabajar en el ámbito de la pieza única y del sector “a medida”, donde prototipo y producción coincidían en el ejemplar de tirada 1, la mayor parte de las veces con un elevado nivel de complejidad. En esto, nuestro país demostraba ser sumamente moderno y completamente en línea con la observación de Luigi Pasinetti que indicaba cómo “la riqueza de una nación industrial es algo completamente distinto de la riqueza de las naciones preindustriales, o más bien, es algo más profundo. No está formada por la riqueza de los bienes que posee sino más bien por el conocimiento técnico de cómo producirlos”⁽¹⁾.

De la distinta perspectiva de la crítica de arte, en una fase de gran expansión industrial como el final de la década de los setenta, se daba cuenta también Pierre Restany, que veía la importancia de este rasgo artesanal cuando hacía notar cómo los italianos habían conseguido ser perfectos ebanistas del plástico, al haber sabido reconocer “la inteligencia del material”. Y la observación se habría podido extender a todos los nuevos materiales que

hubieran aparecido en la escena desde ese momento, como si cualquier forma de innovación técnica pudiera interpretarse siempre “como ebanistas”.

Era suficiente saber escindir determinados momentos de la producción para que se cumpliera a nuestro lado, de la mejor forma posible, esta o esa fase de proyecto a unir luego a las sucesivas de una cadena.

Una línea de producción de corriente alterna y segmentada, pero que permitía pasar de uno a otro de estos compartimentos de trabajo casi naturalmente. Como en un montaje cinematográfico, se conseguían combinar lógicas heterogéneas entre ellas en las que las relaciones y los enlaces estrechos se creaban gracias a un principio de calidad.

3.

El sondeo que hemos querido efectuar acerca del diseño de Foscarini gira alrededor de tres estructuras ligeras de la producción unidas a tres formas de interpretar la materia, que van exactamente en la dirección del proyecto moderno, es decir, que se dejan llevar hacia movimientos progresivos de una materia que se desplaza en sus modalidades de uso como si en el nuevo siglo adquiriera otros significados. Para empezar, ya no es la materia sino el material, y el material es una materia ya transformada por la reproducción industrial que nos devuelve un producto de segunda derivación, un producto también híbrido, un preelaborado capaz de transferirse en otra cosa. En su condición de perenne transformación, ya no es su masa la que identifica la calidad sino sus posibilidades de extensión y de versatilidad, todavía mejor si se declinan en el principio de resistencia + ligereza + elasticidad.

Crea, Vetrofond y FAPS son las tres empresas en cuestión y

7, 47 y 35 el respectivo número de los encargados a los que se añaden sus propietarios, uno o dos a lo sumo por empresa. Cemento, vidrio y fibra de carbono son los materiales que abren el capítulo de cómo en el siglo XXI un nuevo sentido del material se acompaña con una necesaria fase de reconversión y de reposicionamiento industrial. No estamos en el 1945 y el tipo de reconversión no es la de la Iso que pasó de las calderas a las motocicletas y ni siquiera la de la Piaggio que pasó de las estructuras laminares para bombarderos al escúter, pero es, en cualquier caso, una forma de reconsiderar la forma de producir de la empresa, fruto de la subversión del mercado de los últimos quince años. Se trata de un cambio de perspectiva aun permaneciendo en la propia especificidad. Aunque el marco se modifica para llevar a cabo esta transformación, el tema de la artesanía industrial se propone de nuevo a través de un mismo tipo de conductor y de figura clásica del diseño italiano.

Es la misma figura espuria del obrero-artesano, del patrón-proyectista, del productor-editor que se presenta de nuevo en escena. Es la forma italiana de inventar una especie de resolutor de problemas a todo campo que se coloca entre técnica y forma, entre detalle y servicio, entre subcontratación de calidad y concentración de varios procesamientos en una única persona. Se trata de figuras-perno, centrales para nuestra historia, como Natale Cappellaro, obrero de la Olivetti, primero montador de las máquinas de escribir MP1 y luego proyectista de las revolucionarias calculadoras de varias operaciones; o como el ingeniero Carlo Barassi, que pasó de las protecciones en gomaespuma para los depósitos de los bombarderos durante la Segunda Guerra Mundial a los nuevos asientos en elastómeros para los automóviles, y luego a los acolchados domésticos de la

Arflex; y como Enrico Garbarino que se dejó convencer por Ettore Sottsass para lanzarse en la aventura de fabricar superficies “falsas” en laminado, uniéndolas a una hoja de contrachapado o de aglomerado de resinas melamínicas prensadas, con las que inventó el Abet Print. Habiendo centrado el objetivo en Crea, Vetrofond y FAPS, Foscarini demuestra creer en esta dimensión.

Crea es una creación de Giovanni Piccinelli que nace como cementista y que, tras haber estado trabajando durante un periodo en Suiza, patria del hormigón a vista y de sus tratamientos más refinados, abrió su propia empresa en Darfo Boario. Los productos para la construcción y los componentes en hormigón constituyeron el centro de su producción hasta finales de la década de los noventa, cuando la crisis en el sector inmobiliario complicó el mercado. Piccinelli estuvo a punto de abandonar y ponerse a fabricar macetas como pasatiempo, pero precisamente en ese momento empezaron a llegarle demandas para fabricar lámparas y elementos de mobiliario para exteriores. Pensó que con productos de pequeño tamaño habría corrido menos riesgos y aceptó el reto. Su experiencia en la valoración del desmoldeo de las piezas y los problemas de corte sesgado le hizo superar fácilmente este sustancial cambio de escala hacia el objeto.

Al mismo tiempo, la actividad con el componente inmobiliario en hormigón permanecía en la tradición de fondo de la empresa, pero se desplazó de la producción corriente de umbrales, bordillos o balaustradas al encargo especial, al encargo “a medida”. Para Vittorio Moretti y las bodegas Petra, diseñadas por Mario Botta en Suvereto, apostó y se propuso para resolver el complicado problema de cubrir 200 columnas en acero.

Sus 200 vainas con nervios en hormigón de 3,80 m de altura y 15 quintales de peso cada una, realizadas en dos piezas, son un ejemplo perfecto de diseño del componente.

La relación con Foscarini empezó con un proyecto aparentemente impensable como la lámpara Aplomb con reflector en cemento de Lucidi y Peverè.

Crea se había apoyado hasta ese momento en un fabricante de moldes de la zona de Bérgamo, pero para este proveedor, un objeto pequeñito y delicado como el cono de la lámpara Aplomb se veía sobre todo como un problema. Cuando el proveedor de moldes decidió jubilarse, Piccinelli pensó que habría simplificado mucho el procedimiento si hubiera adquirido la técnica para fabricar los moldes, y eso es lo que hizo. Era demasiado aleatorio depender de un proveedor para una fase de proyecto y por ello, actualmente Piccinelli ha aprendido a hacerse los moldes en una de las naves de la empresa donde fabrica también los moldes en goma y en silicona. No se trata tanto del coste de un molde (600/700 euros) sino más bien de la pérdida de tiempo y la incomodidad de no poder seguir la continuidad del proyecto “en casa”. Tratándose de un trabajo en curso y con tiempos a menudo largos, era mejor tener todo al alcance de la mano. Y en efecto se necesitaron entre 200 y 300 lámparas de prueba para llegar a la solución final para Aplomb.

Y actualmente, mientras que al inicio la lámpara trabajaba con unos 5 moldes, se utilizan aproximadamente 45. En la pequeña empresa de siete personas, de la producción de la Aplomb se ocupan tres obreros (Vasile, Radu y Mamadou) de los cuales dos se encargan de la colada y uno del acabado. Los obreros se ocupan del trabajo a partir de la colada, no intervienen en los prototipos.

Con los hijos Ottavio (que se ocupa de la producción) y Carlo (proyectista que se ocupa del sector comercial) ha empezado esta conversión hacia el objeto doméstico que no ha sido para nada sencilla. Era necesario, sobre todo en la fase de arenado, prestar una atención especial para obtener siempre una irregularidad controlada de la granulometría y del poro abierto en el cemento del reflector, un detalle que los obreros al inicio no tomaban en consideración, creyéndolo una pérdida de tiempo.

Ottavio pensó entonces en llevarse consigo a Milán, a la Feria del Mueble, a los tres obreros que se ocupaban de la lámpara, para hacerles entender que estos objetos estaban destinados a la casa y a un mundo donde el acabado tenía otro valor.

Así entendieron la importancia de dar el último toque a los bordes de la parte estrecha y ancha del cono a mano, con el flexible, antes de pasar al arenado, una operación necesaria para eliminar las rebabas de la colada. Cuando todo está listo, tras un pasaje a través de un acabado de material hidrorrepelente y tras haber superado el control de calidad de los hombres Foscarini, se manda a Pordenone donde las lámparas se someten a electrificación y luego vuelven de nuevo a Marcon.

Evidentemente Piccinelli se ha tenido que acostumbrar a un mundo en el que los controles de calidad, que se llevan a cabo aproximadamente dos veces al mes mediante mediciones precisas con el calibre para controlar los espesores del cemento, no tienen nada que ver con su precedente universo, donde el recogimiento de los componentes para la construcción tras el desmoldeo provocaban diferencias incluso de varios centímetros. Se trata de un cemento que ahora va hacia la miniaturización

en el lapicero, en las barras para cortinas y en la grifería que producen y del que siguen perfectamente el “desplazamiento”.

Giancarlo Moretti, uno de los dos propietarios de Vetrofond, confiesa que aborda todos los procesos de elaboración del vidrio pero que se considera un especialista de la técnica del zanfírico, un procedimiento con el que se calientan en el horno las plaquitas para luego torcerlas y obtener un tema a espiral. Pero hasta su sede, en Casale sul Sile, sobre todo “vienen todos a soplar”. Y en efecto, la famosa Louis Poulsen trabaja con Vetrofond cada vez que abandona sus chapas metálicas y sus globos acrílicos para abordar el vidrio en los plafones de Arne Jacobsen o en los reflectores de Verner Panton. Para soplar y decorar sus vidrios prefiere dirigirse al Véneto y no al territorio alemán/bohemio. La relación de Vetrofond con Foscarini dura desde hace años y su facturación constituye un importante 20%. Los especialistas del soplado son todos italianos y su formación es muy larga porque se necesitan mínimo cinco años para preparar a un soplador. El trabajo se organiza en equipos de 3-5 obreros que se especializan con los modelos de un fabricante en concreto. En el caso de Foscarini, son dos los equipos que siguen la producción y los cinco componentes del equipo se intercambian los papeles entre soplado y acabado. Tras coger con la barra la pea, la bola de vidrio en forma de pera, la pasta vítrea se sopla y se adapta al molde. El procedimiento es siempre artesanal y se puede hacer poco con las máquinas. En el caso de la lámpara Rituals de Ludovica y Roberto Palomba se necesitan aproximadamente tres minutos para la fase de soplado y unos diez minutos para el acabado. Para obtener ese acabado especial tipo yeso,

que es capaz de hacer resaltar una cierta irregularidad en las ranuras, la lámpara se lija externamente con una cinta y se trabaja para evitar la presencia de manchas y para obtener una distribución uniforme del blanco. Sólo de esta forma se consigue obtener un tono caliente similar al del papel de arroz (como en algunas lámparas de Isamu Noguchi) que “sorprende” respecto a la luminosidad típica del vidrio. Otra forma para transfigurar el efecto del vidrio es el de recurrir a colores apagados que se funden más con los tonos del ambiente. En la serie de lámparas Buds de Rodolfo Dordoni, lo que se quiere es reducir el efecto brillante del vidrio mediante verdes, grises y marrones, colores intencionadamente fríos, que implican una difícil dosificación para alcanzar el tono de las mezclas con adiciones de minerales con óxidos de hierro. Cada una de las pruebas de fusión efectuadas para Foscarini, cuya receta se conserva celosamente, es complicada e implica, para Moretti, costes muy elevados si se consideran “aproximadamente 100 kg de material, el coste del gas, la mano de obra y el de la ausencia de producción” pero se entiende que incluso así se trata de algo que lo apasiona.

Crea y Vetrofond producen de esta forma una innovación en el uso del material que significa sobre todo la inversión de un efecto técnico: se pide al cemento que se convierta en material doméstico y que pierda su connotación brutal, se pide al vidrio soplado que pierda la dimensión flamboyante de lo excepcional y que se mimetice en lo posible entre los tonos del mobiliario de serie. El resultado es una desorientación en la percepción del material.

El tercer caso de la FAPS se presenta, en cambio, como un interesante ejemplo de apertura sobre un material innovador, pero todavía poco aprovechado

y poco domesticado en el ambiente doméstico, como la fibra de carbono, que lleva consigo una corrección de ruta en el core business de la empresa, que anteriormente se centraba en la producción de cañas de pescar de gran rendimiento.

Fiel a la lógica del composite, FAPS integró el campo del vidrio orgánico y de la fibra de vidrio con el de las nuevas fibras de carbono. Para su propietario, el ingeniero Maurizio Onofri, significó abrirse, a nivel de mercancías, a toda una nueva gama de productos de sectores muy distintos, a explorar cada vez que se buscaba, para un componente, prestaciones y pérdida de peso.

Esto significa que en la empresa entraron rodillos para las industrias, cuadros de bicicleta, productos náuticos como postes cilíndricos, listones para las velas y extensiones de timones, así como permanecieron las cañas de pescar.

El diseño, que con la fibra de vidrio había mantenido muy pocas relaciones (la sofisticada butaca Nena de Richard Sapper para B&B con estructura en vidrio orgánico en el 1986 se reveló demasiado complicada para la producción) y que se había limitado a las pocas experiencias de Aliás en el sector de los asientos, tuvo que encontrar en el nuevo material composite una propia lógica específica que no imitara los materiales que lo habían precedido.

Los proyectos de lámparas que Marc Sadler propuso a Foscarini parecían centrar en la lámpara de pie la tipología exacta para los desarrollos posibles del acoplamiento entre fibras de vidrio y fibras de carbono e implicar a FAPS en el proceso de experimentación sobre la iluminación.

FAPS trabajó entonces alrededor de una economía de los enlaces entre estos

dos materiales y sobre su integración sinérgica: una, la fibra de vidrio, que tiene características de mayor flexibilidad; la otra, la fibra de carbono, que presenta, en cambio, mayor rigidez.

Los secretos del composite se encuentran en la mezcla entre el tipo de fibras y el tipo de resina antes de que se cocinen en el horno.

Tress es una lámpara creada alrededor de la matriz “textil” del componente-cinta, superponiendo cinco tiras de distinto tipo de cinta y de distinta anchura que constituirán el cuerpo-columna para utilizar luego, en la base y en la parte superior de la pantalla del grupo luz, también la fibra de carbono. Mite es un Luminator moderno y su sección cónica variable es el producto de elaboración de una piel de nuestros tiempos.

En el mostrador de laminación, Fausta y Lia planchan el tejido de fibra de vidrio (que ellas llaman “piel”, la superficie externa) y que se aplica luego sobre el molde haciendo que adhiera a la calandria. Se trata de un gesto arcaico, casero y muy delicado que a veces llevan a cabo los hombres, pero que ellas realizan mejor que nadie. En medio de un escenario de máquinas y herramientas de alta tecnología, se abre una fase de elaboración que recuerda a la costurera que está vistiendo a la esposa, una imagen fija que nos muestra el tiempo necesario para realizar este trabajo. El largo filamento negro en fibra de carbono completa la estructura pasando por el carrete, mientras la versión en amarillo es una prerrogativa del hilo de Kevlar® delicado y semielaborado que está sujeto con mayor facilidad a rupturas y residuos.

La dimensión monumental de la fibra de carbono se ha utilizado y experimentado en la Twiggy, lámpara con vocación ambiental cuyo poste constituye un auténtico desafío técnico. El poste se dobla y oscila, y, para

alcanzar las características mecánicas para el curvado, se ha dividido en dos piezas. El desarrollo de la varilla de aproximadamente 320 cm implica la duplicación del poste en un primer elemento más rígido en la parte baja en fibra de carbono y de un elemento en la parte alta en fibra de vidrio reforzada, a la que se suman bridas y tiras de refuerzo en la punta.

Aquí la lámpara se ha sometido a una carga de 9 kg para comprobar su resistencia global y la flexibilidad del poste a través de las 150 muestras que han sido necesarias para llegar a determinar la varilla definitiva. Para los difusores de la Twiggy se utiliza un tejido de vidrio pigmentado con resina negra cuya acumulación de resina se tiene que dosificar con sabiduría y, en caso necesario, limpiar cuando sale del horno para crear un muaré sin llegar a tener manchas.

Una mano de barnizado, que FAPS efectúa internamente, dará a la lámpara su aspecto definitivo con un esmaltado del poste en negro, blanco sucio/ gris, carmesí, greige o índigo.

Gracias a la ligereza obtenida mediante el material composite, la lámpara Twiggy alcanza los 290 cm de altura, mientras la lámpara Arco de Castiglioni llegó sólo hasta los 250 cm. Los pesos de las dos lámparas muestran todo el valor de las décadas pasadas respecto a la técnica: Twiggy pesa 17 kg, Arco pesa 64 kg.

4.

Este recorrido por lo recovecos de la artesanía industrial es nuevo y antiguo al mismo tiempo.

Foscarini se introduce a distancia de cincuenta años en el mismo centro cultural ocupado por el producto estudiado en su época por Azucena o por Danese, dos empresas que actualmente adquieren históricamente una

importancia todavía mayor por el recorrido contracorriente que habían emprendido. Sin recurrir nunca a la idea de producir por su cuenta y en su sede, estos editores/fabricantes, que nacieron respectivamente en el 1949 (Azucena) y en el 1957 (Danese), triangularon en los distritos industriales y por los polos industriales diseminados, cuando la adquisición y la concentración de los medios de producción parecía la única premisa posible para sentarse en la mesa del proyecto moderno. Ellos, en cambio, se introdujeron entre las redes de la industria y de la artesanía, mezclando las lógicas (es conocida la demanda de Bruno Danese a un fabricante de tuberías para alcantarillados de cortar a 30° el tubo gris en polipropileno y constituir un borde para fabricar la papelera In Attesa de Enzo Mari). La búsqueda de la fase de elaboración que se pueda transferir al producto de serie es la misma que interesa a Foscarini, así como algunas quejas de los productores con respecto a Foscarini por la meticulosa búsqueda de estándares de calidad me parecen las mismas de las que se quejaban los artesanos de la industria que producían para Danese. Con Danese se efectuaba una política de los autores muy limitada y aristocrática, casi una continua autoconsciencia en el proyecto (sólo Mari, Munari y los dos Danese). Con Foscarini se abre una política con muchas voces, puesto que los diseñadores que colaboran en el catálogo Foscarini son aproximadamente 33.

Esta multiplicación de contribuciones mueve suavemente la aguja de la balanza del contenido del proyecto a la forma de producirlo, como el punto central de reconocimiento de la empresa.

Actualmente, las operaciones satisfactorias,

como recuerda Andrea Branzi “pueden producirse sólo mediante la organización de aparatos provisionales”, aparatos temporales inteligentes que “evitan las estructuras complejas”⁽²⁾. El tamaño de esta artesanía neointustrial es provisional e intensamente manual.

El encanto de este estudio intensivo, basado en el hacer y que a menudo tiene una progresión poco lineal y difícilmente programable, es el mismo que se puede producir en un laboratorio espacial de alta tecnología. El concepto de trabajo continuo, de estado de perenne modificación y perfeccionismo, llevado a cabo día tras día, puede producir innovación y cada mínimo paso hacia adelante puede surgir de una combinación informal producida en un estado de vaga inconsciencia debida a esta hiperactividad. Wernher Von Braun, ingeniero alemán padre del estudio espacial más extremo, primero con los cohetes V2 que devastaron Londres y luego con la nave espacial Saturno V para la Nasa, pensaba en el estudio tal como lo hace un artesano, definiéndolo como algo que “hago cuando no sé qué estoy haciendo”.

Notas

(1) Luigi Pasinetti, Dinamica strutturale e sviluppo economico, Utet, Turín, 1984, págs. 314-315

(2) Andrea Branzi, Modernità debole e diffusa, Skira, Milán, 2006, pág. 53

Manos negras — Gianluca Vassallo p. 156

Me acuerdo de mi padre cuando yo era todavía un niño, mientras trabajaba inclinado en el mostrador de orfebrería, bajo la luz fría de un fluorescente que iluminaba sus enormes manos. Con una de esas manos, que yo recuerdo negras debido a la resina agotada, sujetaba un minúsculo corazón oscurecido por la llama y con la otra lo cepillaba.

Me recuerdo mientras observaba a mi padre, rodeado con las estampas de mi abuela, que estaban colgadas en el mismo clavo del calendario de los carabineros (me acuerdo que estaban al lado de la fotografía de Maradona, encima de la de mi hermana cuando era pequeña), soportando el sonido del cepillo, el olor del ácido, los deseos de mi madre.

Me acuerdo de ese corazón agotado por la voluntad, que cedía tras los golpes recibidos, uno tras otro, para hacer resplandecer el oro entre las manos negras de la maestría.

Y así he fotografiado el trabajo paciente de estas almas atentas, los lugares de su esfuerzo, los signos estratificados, buscando en las manos enormes de estos hombres meticulosos el corazón que les ilumina de dignidad con cada uno de sus gestos.

Las manos de mi padre que, sin haberlo visto jamás, sin las palabras para hacerlo, me enseñó ese día el asombro por el mundo.

Visiones instantáneas — Massimo Gardone p. 158

Mientras con el pensamiento revivo los antiguos gestos de fotógrafo, me reconozco a mí mismo dentro de este proyecto de alta artesanía. Los espacios de Foscarini se transforman en un set

fotográfico, un banco óptico 8x10 y las películas B&W instantáneas documentan el cierre de un ciclo de producción. La naturaleza muerta de la lámpara apagada, como escultura, destaca la materia, documenta su refinada mano de obra. Se trata de un juego a la par, donde el antiguo trabajo del fotógrafo, que utiliza el banco óptico, refleja el trabajo artesanal del obrero.

Informaciones técnicas

Aplomb + Aplomb Large — Lucidi e Pevere, 2010/2016 p. 173

El objeto conserva morfológicamente la apariencia de un elemento soplado, pero para su producción se utiliza técnicamente el cemento con espesores y acabados de materiales domésticos.

Por una parte, con el arenado final se elimina del cemento cualquier posible efecto brutalista, y por la otra se destaca una irregularidad controlada del material gracias a una granulometría, con poros abiertos de distinto tamaño, que consiguen que cada ejemplar sea único, ligeramente distinto de los demás.

Buds — Rodolfo Dordoni, 2016 p. 173

La búsqueda de un vidrio-masa caracterizado por los tonos fríos (gris, verde, marrones obtenidos con mezclas de minerales mezclados con óxidos de hierro) tiene como objetivo fundir mucho más el objeto-lámpara con los tonos de los materiales del mobiliario. Cinco capas distintas que se superponen en el soplado a boca del vidrio para regalar a la lámpara su aspecto precioso y un rendimiento cromático distinto cuando está apagada y cuando está encendida.

Gem — L+R Palomba, 2017 p. 173

Una textura rica que se obtiene gracias al trabajo complejo sobre un molde fijo en el que el soplador no dispone de la posibilidad de rotarlo. Relieves y facetados tridimensionales a partir de la medianería se intensifican hacia arriba y hacia abajo como en un esquema de ondas de frecuencia.

Gregg — L+R Palomba, 2007 p. 173

Soplar el vidrio en un molde fijo, donde el soplador no tiene la posibilidad de hacer girar el material incandescente generando formas sustancialmente redondas, permite mimar la estructura de un organismo vivo. El desnivel del difusor aparece como un modelo “familiar” mucho más cercano a la morfología biológica-mineral de una burbuja-guijarro que a una tipología clásica basada en la geometría.

Lumiere — Rodolfo Dordoni, 1990 p. 174

Una genealogía que dura desde hace 30 años cuenta las transformaciones de una familia de lámparas que crece y se consolida alrededor del concepto de gen y de especie. La diferencia entre una especie y la otra son pequeños desplazamientos tipológicos, diferencias de proporción y de tamaño que giran siempre alrededor de la relación dialéctica entre una estructura en aluminio moldeado a presión, cepillado y acabado a mano, y un difusor en vidrio soplado, mientras las hábiles manos de los sopladores venecianos lo giran.

Mite — Marc Sadler, 2000 p. 174

Una estructura de sección cónica variable en fibra de vidrio, en la que se enrolla un hilo negro en carbono o bien amarillo en Kevlar®, aloja en la parte superior una parábola reflectante en aluminio que acoge la fuente luminosa y proyecta la luz emitida hacia arriba. Un ensayo moderno sobre la pérdida de peso revisitando el volumen que ocupa la tradicional tipología de columna luminosa.

Rituals — L+R Palomba, 2013 p. 174

Un tono de blanco similar al de las lámparas japonesas en papel de arroz provoca una emisión luminosa “amable” hecha de una luz “rayada” y pastosa fruto de un encintado externo y de elaboraciones manuales que intentan evitar cualquier residuo de manchas. El efecto irregular de las estrías externas se obtiene a través de un molde con decoraciones en negativo que recuerdan las líneas horizontales del bambú estructural de las lámparas de Isamu Noguchi.

Tartan — L+R Palomba, 2015 p. 174

Un difusor en vidrio con acabado acidado y de forma controlada desplaza el proyecto sobre el tema de la decoración de la superficie y de la textura, resaltada por líneas con relieve que siguen la trama de un tejido escocés. La superficie del vidrio se mueve en un claroscuro completamente determinado por estas huellas construidas en el molde.

Twiggy — Marc Sadler, 2006 p. 175

Una línea elástica que alcanza una altura máxima de 290 cm para un objeto de

tamaño ambiental en el que la oscilación del brazo se obtiene mediante la flexibilidad del soporte en fibra de carbono asociada con la fibra de vidrio del difusor. De esta forma se obtiene un objeto único, de otra medida, cuya oscilación armoniosa está prevista por el proyecto.

Tress
— **Marc Sadler, 2008**
p. 175

Cinco cintas en fibra estructural de distinta anchura, superpuestas entre ellas, ofrecen una nueva lectura del tipo de lámpara en metal perforado de tradición árabe, diseñando una columna cilíndrica hecha de tiras de fibra de vidrio y carbono que modulan el juego de la luz y de las sombras en las paredes y en el techo.

Biografías

Stefano Micelli
p. 176

Stefano Micelli es profesor de e-business en el Departamento de Management de la universidad Ca' Foscari de Venecia. Desde hace veinte años lleva a cabo una actividad continua de investigación sobre el tema de la difusión de las nuevas tecnologías ante las pequeñas y medianas empresas y en los distritos industriales italianos. En el ámbito de las actividades de investigación basadas en el encuentro entre el mundo digital y el mundo manufacturero, ha llevado a cabo diversos estudios en colaboración con banca IFIS y con la fundación Make in Italy. Se ha ocupado también, durante tres ediciones, de la "Maker Fairy", el desarrollo de una sección ad hoc relacionada con el tema del mundo digital y de la nueva manufactura. Es autor de diversos artículos y volúmenes, entre los que destaca el libro "Futuro Artigiano, L'innovazione nelle mani degli italiani",

ganador del premio Compasso D'Oro ADI sobre el tema de la virtuosa contaminación entre trabajo artesano y economía global.

Manolo De Giorgi
p. 176
Manolo De Giorgi, arquitecto, ha abierto su propio estudio en Milán en el 1989 ocupándose de reestructuraciones, interiores y equipamientos. Ha sido redactor de las revistas Modo y Domus. Se ha ocupado de las muestras: Techniques Discrètes (1991), 45-63. Un Museo del Design in Italia (1995), Marco Zanuso (1999) Camera con vista (2007), Olivetti. Una bella Società (2008) Magnificenza e Progetto (2009) y los respectivos catálogos. Es autor de Carlo Mollino. Interni (Segesta, 2004), Design (Zanichelli, 2007), Enzo Mari (Il Sole/24 Ore, 2011). Desde el 2010 colabora con la Fundación Bassetti investigando la relación entre artesanía y diseño a través de nuevos medios expresivos como el espectáculo teatral Mani grandi senza fine (Piccolo Teatro Milano, 2011) y la película Avanti Artigiani (2014).

Gianluca Vassallo
p. 176
Gianluca Vassallo vive y trabaja en San Teodoro (Cerdeña) y en el mundo. No lo llamis fotógrafo porque se ofende. Se expresa a través del vídeo, el sonido, la fotografía, las instalaciones con una atención especial al aspecto de las relaciones y del proceso. Diversas instituciones y galerías han presentado su trabajo en Italia y en el extranjero. Entre ellas: Caleum Gallery, Nueva York (2017); Fondazione di Sardegna, Cálter (2016/2017); Padiglione Portogallo Biennale Architettura di Venezia, Venecia (2016); Museo dell'Emigrazione, Asuni (2016); Foscari Spazio Soho, Nueva York (2015,2016); Palazzo della Penna, Perugia (2014); Schauwerk Museum,

Sindelfingen (2013, 2014); Museo MAN, Nuoro (2014); Stadtgalerie, Kiel (2014); Tempio di Adriano, Roma (2013); Masedu Museo, Sassari (2013); Fondazione Meta, Alguer (2013); Museo MART, Rovereto (2012); PAN, Nápoles (2010). Uno de los ganadores del premio Terna 2013, mención especial premio VAF 2014. Entre las operaciones di arte público Exposed (2013), Shoot Me Orlando (2016), La Città Invisibile (2016). Es fundador y director artístico de White Box Studio a través del cual ofrece la propia mirada y la de otros talentos a las empresas del diseño industrial, de la moda y del sector editorial y a las instituciones culturales.

Massimo Gardone
/ **Azimut**
p. 177

Massimo Gardone es un fotógrafo profesional especializado en la interpretación creativa de la imagen y divide su producción entre proyectos comerciales, editoriales y de investigación pura. Se ocupa desde hace muchos años de comunicación visual, contaminando gráfica, vídeo y diseño, y utiliza la fotografía para moldear las imágenes, como si fueran sonidos. Ha colaborado con los gráficos italianos más importantes y ha contribuido en la comunicación de prestigiosas marcas. Son fundamentales sus contribuciones en calidad de director de la fotografía en los vídeos de N+N Corsino, así como en la ideación de los vídeos Infinity, mención de honor en el Compasso d'Oro ADI 2011 e Inspire, ambos fabricados para Foscari. Sus obras han tenido espacio en muestras colectivas y personales de museos y galerías en Italia y en el extranjero.

Artemio Croatto
/ **Designwork**
p. 177

Comunicación visual, diseño gráfico, identidad corporativa y dirección artística. Estos son los ámbitos en los que se mueve el estudio Designwork, fundado en Údine en el 2002 por el director Artemio Croatto. Entre sus clientes se encuentran algunas de las marcas más importantes del diseño italiano e internacional, famosas editoriales e instituciones culturales destacadas. En el 2010 Foscari ofreció a Artemio Croatto la dirección artística del proyecto editorial "Inventario" con el que, en el 2014, ganó el premio Compasso D'Oro ADI. En el 2013 inició la colaboración con el Museo MART de Rovereto y la editorial Mondadori Electa, que confiaron a Designwork la imagen y la comunicación de diversas muestras y catálogos. Hearst Magazine Italia le hizo realizar el proyecto gráfico de la revista "Home" y la renovación de imagen de "Elle Decor Italia". En el 2016 se elaboró el logo y la imagen coordinada de la "Galleria Nazionale d'Arte Moderna e Contemporanea" de Roma, y desde entonces el estudio se ha ocupado de la comunicación de los eventos y de las muestras del museo. En el 2017 la Treccani le encargó la renovación de imagen gráfica del portal Treccani.it, mientras La Biennale les encomendó la realización de la imagen gráfica y de la música de apertura de la "Muestra del Cinema" de Venecia.

FR → Savoir-faire
— **La quatrième révolution industrielle est en marche et le design italien est appelé à renouveler son « humanisme » en dépassant l'idée selon laquelle la production se résumerait à un défi purement technologique.**

« Pas faisable »
— **Pourquoi ce livre — Carlo Urbinati, Foscari Founder and President**
p. 004

Foscari réalise des idées de design et de lumière, des idées qui naissent d'une liberté de recherche, d'expression et de développement, sans aucune contrainte de production. En effet, Foscari a toujours été une entreprise sans usine, libre donc d'explorer des matériaux et des techniques de production adaptées pour développer de nouvelles idées, grâce à l'appui fourni par l'artisanat d'excellence présent sur son territoire.

Lors de la présentation de certains projets, il arrive que l'on nous réponde sur un ton péremptoire : « ce n'est pas faisable ! ». Pour nous de chez Foscari, cela signifie que nous sommes sur la bonne voie, parce que nous avons appris que cette phrase signifie en réalité : « on n'a jamais fait ça ! ». Ne connaissant pas les motifs de cette réponse, nous nous mettons à expérimenter avec eux les opportunités, les secrets et les pièges de techniques anciennes ou récentes.

À travers les photos de Gianluca Vassallo et les contributions critiques de deux experts, Stefano Micelli, économiste et Manolo de Giorgi, critique de design, ce livre raconte le parcours de quelques-unes de ces idées, devenues aujourd'hui des produits de succès, et illustre la rencontre entre Foscari, les designers et les excellences artisanales, véritable trésor du design italien

« Made in Italy ». Nous sommes toujours fascinés par tout ce que l'on réussit à faire avec les mains et par le fait que l'on oublie trop souvent à quel point elles sont attirantes et importantes ».

Faire le Design
— **Stefano Micelli**
p. 008

La naissance d'une lampe

Pour comprendre comment la lampe Mite avait vu le jour, je suis allé rencontrer Marc Sadler au siège de l'entreprise FAPS à Fiume Veneto dans la province de Pordenone, le lieu où la lampe a pris forme et où elle continue d'être fabriquée aujourd'hui encore. La conception et le développement de Mite remontent à la fin des années 90. Le projet s'inspirait du fort potentiel représenté par des matériaux innovants tels que les fibres de verre et de carbone. Sadler avait déjà mis au point un prototype : un lampadaire surmonté d'un phare de voiture. Ce n'était encore qu'un embryon d'idée qui méritait d'être développé par des personnes capables de maîtriser et de transformer ces matériaux.

Nous avons commencé à parler dans la petite salle de réunions située à quelques pas de l'entrée de l'entreprise. Quelques minutes plus tard, nous la quittions déjà pour aller regarder de près certaines opérations qui aujourd'hui encore permettent de donner forme à la lampe. Maurizio Onofri, propriétaire de l'entreprise FAPS, et Giorgio Valeri, qui a suivi durant ces années toutes les expérimentations de Sadler, nous emboîtent le pas. Observer de près les machines que les techniciens FAPS ont su personnaliser, regarder travailler les opératrices qui, à l'instar des couturières, étendent la fibre de Mite avant le passage à l'autoclave, assister aux dernières mises au point du

produit, tout cela a permis d'éclairer ma compréhension du projet.

Mais revenons un moment sur l'entreprise FAPS. À la fin des années quatre-vingt, FAPS mise sur les matériaux composites, une nouveauté absolue pour l'époque. Après avoir raisonné à 360° sur l'utilisation de ces innovations, l'entreprise décide d'investir dans la production de cannes à pêche sportives, avec des tiges extrêmement solides et légères, pouvant aller jusqu'à quinze mètres. Pendant plusieurs années, la production de cannes à pêches représente, en plus de quelques autres usinages en fibre de carbone pour le compte de tiers, la principale activité de cette start-up avant la lettre. À la fin des années quatre-vingt-dix, l'entreprise saisit l'opportunité qui se présente à elle d'utiliser les matériaux composites dans le secteur de l'ameublement. Le potentiel des fibres de verre et de carbone n'est plus utilisé pour obtenir des performances techniques particulières mais pour d'autres objectifs, notamment pour mettre en valeur une nouvelle approche esthétique. C'est dans ce contexte que se développe la collaboration avec Foscari et Marc Sadler.

Tandis que je déambule entre les machines et les artisans de FAPS, Sadler me parle des moments de tension et de la passion avec laquelle l'entrepreneur a suivi les trois années d'expérimentation : trois années éprouvantes mais exaltantes. Difficile d'imaginer une multinationale à la gestion très serrée entreprendre un parcours expérimental aussi laborieux et coûteux : il faut - comme le rappelle Sadler lui-même - une bonne dose « d'irrationalité » pour découvrir tout le potentiel d'un matériau et d'une technologie. Il en faut des samedis passés à raisonner sur des alternatives de prototypes, et des soirées consacrées à étudier des pistes

peu explorées. Pour réussir cette tâche, il faut une bonne dose de passion et d'opiniâtreté. Mais ce n'est pas tout. Il faut une entreprise – dans ce cas Foscari – capable de fixer des limites en termes de budget et de temps, pour que cet effort soit finalisé en un produit destiné au marché et ne reste pas un pur divertissement d'amateurs.

Au bout de trois années d'application, d'expérimentation sur les matériaux et les prototypes qui ont progressivement abouti au produit final, la lampe Mite a fini par voir le jour, cette même lampe qui a remporté le prix du Compasso d'Oro en 2001. Marc Sadler a toujours souligné l'importance du travail réalisé par FAPS et toujours reconnu les mérites de ses collaborateurs qui ont participé à donner forme à son projet et à lui apporter de la qualité. Leur rôle, absolument essentiel, est souvent peu connu du grand public, et la valeur de leur travail la plupart du temps injustement sous-estimée.

Le retour d'une figure de proue

L'histoire de Mite n'est pas particulièrement originale dans la chronologie du design italien. Dans notre pays, le développement de nouveaux produits par des designers affirmés a toujours pu compter sur une offre surprenante de compétences liées au développement de prototypes. La présence d'un si grand nombre de petites entreprises et d'artisans a permis de passer rapidement d'une idée à peine ébauchée à un objet en 3D. Cela est vrai aussi pour le monde des luminaires, où l'on a utilisé des matériaux à la fois traditionnels, tels que le verre soufflé, et innovants, comme les composites. Pendant des années, ce savoir-faire a participé au développement et à l'histoire du design italien, sans que l'on puisse pour autant

identifier clairement les acteurs ayant contribué à l'évolution de l'ensemble du secteur.

Aujourd'hui, nous sommes appelés à raisonner sur les bases d'un nouveau fil narratif. Pour des motifs différents. Cette nouvelle narration du design italien s'impose par la nécessité d'expliquer et de raconter la valeur d'un certain nombre d'objets proposés à un marché international toujours plus attentif et informé. Si l'on raisonne aujourd'hui sur le travail artisanal qui caractérise la production de luminaires tels que Mite (et d'autres produits créés dans des circonstances analogues), c'est parce que l'acheteur potentiel d'un produit de qualité veut reconnaître les signes d'une culture matérielle et d'un savoir-faire qui contribuent à donner forme à des objets chargés de sens et d'une perspective historique. Le savoir-faire artisanal qui enrichit et complète le travail du designer est un élément qualificatif du produit que l'Italie porte sur le marché international. Dans un monde où prolifèrent idées et intuitions de toute sorte, où se multiplient les phénomènes d'hackthon et les exercices d'elevator pitch, je dirais qu'il est urgent de rappeler le rôle d'entreprises telles que FAPS, qui sont à même de valoriser et de développer des intuitions et des projets conçus par un designer.

La construction d'un prototype est un exercice qui ne se limite pas à contribuer à la qualité du produit final. L'histoire de Mite nous montre bien que, comme dans d'autres projets comparables, le travail de ces artisans participe également à une analyse de faisabilité technique et économique du processus de production. Les produits présentés sur le marché ne se limitent pas à être cohérents et fonctionnels. Ce sont aussi des produits qui restent raisonnables en termes de prix, grâce à des processus et des techniques de fabrication

rationnels du point de vue des matériaux et du travail. Qui contribue à donner forme au projet sera appelé par la suite à gérer la production d'un produit en petites ou grandes séries. De l'attention portée à la faisabilité technique et financière de la fabrication dépend la viabilité économique du producteur.

Il va de soi que le troisième facteur de succès d'un produit de qualité est le dévouement et le soin que le donneur d'ordre apporte dans le développement du projet. La dyade designer/prototypeur trouve à la fois appui et entrave en la personne du donneur d'ordre. Cette habileté à faire grandir une idée pour qu'elle se matérialise en un produit nécessite un dévouement qu'il ne faut pas sous-estimer. Le rôle de l'entrepreneur/éditeur est crucial tout au long de la relation entre concepteur et développeur. Les produits innovants passent par un exercice de développement et de définition qui est le fruit de la rencontre entre des perspectives et des savoirs distincts. À l'entreprise qui présentera le produit sur le marché revient la tâche de renouveler constamment l'engagement des parties sans perdre un instant de vue les exigences de la demande, les canaux de distribution et le rôle des médias.

Lever le rideau

Afin d'explicitier la valeur d'un projet comme Mite et, plus généralement, d'une bonne partie de la production d'entreprises comme Foscarini, il convient de dépasser le binôme entrepreneur-designer pour rappeler sur scène le savoir-faire artisanal qui est à la base du succès d'une bonne part des produits d'ameublement de qualité Made in Italy. Il ne s'agit pas bien sûr de minimiser le rôle des nombreux entrepreneurs et designers qui ont fait l'histoire du meuble en Italie, mais plutôt d'élargir le cadre proposé

jusqu' alors pour y intégrer une figure longtemps mésestimée. Le temps est venu de reconnaître la valeur d'un élément capable de caractériser une créativité et une prolificité difficile à expliquer, un facteur qui a permis de réaliser des objectifs économiques autrement difficiles à atteindre dans les formes de l'industrie traditionnelle.

Pour une entreprise telle que Foscarini, la reconnaissance et la valorisation du rôle de ses fournisseurs pendant les phases de développement puis de production représentent une démarche significative. Nous avons longtemps pensé qu'il était possible de construire une réputation d'entreprise sans la lier à la dimension du faire. Pendant des années, nous avons considéré la marque, censée synthétiser les valeurs et les aspirations de l'entreprise, comme un véritable rideau : le monde de la production a été complètement occulté au regard du consommateur final, car jugé trop désordonné, complexe, voire même problématique pour être exposé aux feux des projecteurs, au vu peut-être aussi d'une demande internationale.

Mais les temps ont changé. Qui achète un objet de design veut comprendre pourquoi tel objet coûte plus cher que tel autre, et les raisons qui justifient sa valeur. Le consommateur ne se contente plus d'une promesse générique de qualité, répétée à l'envi sur les pages de publicité sur papier glacé des magazines. Il veut en savoir plus. En savoir plus sur la qualité effective de tel produit et de tel processus de production. Sur les valeurs et la culture qui ont rendu possible la fabrication de tel objet, sur les personnes et les lieux qui ont participé à sa genèse.

Cela ne signifie pas que la marque est un concept obsolète. Au contraire. Ce qui apparaît aujourd'hui comme inexorablement dépassé, c'est la façon dont beaucoup d'entreprises ont construit

leur image, en omettant complètement la part d'efforts et de dévouement apportés par un grand nombre de protagonistes déclarés absents de la scène. Dans le monde de l'ameublement, la possibilité de raconter et de souligner toute la passion, le dévouement et le savoir-faire qui ont rendu possible la naissance d'un produit tel que Mite apparaît aujourd'hui comme indissociable de la valeur du projet et du produit en lui-même. Le rideau se lève. Le récit s'anime. Une nouvelle histoire à raconter. Que dis-je, plusieurs. Car chaque produit que Foscarini a proposé sur le marché a connu sa part d'incertitudes, d'erreurs et d'interruptions qu'il vaut la peine de rappeler à l'attention du public. Car toutes ces vicissitudes font partie d'un bagage d'expériences qui constituent l'histoire d'une entreprise, l'origine du soin et de la passion avec lesquels elle fabrique ses produits.

Savoir-faire artisanal et modernité

Rodolfo Dordoni a été le directeur artistique de Foscarini de 1988 à 1993. Un intervalle de temps trop bref pour imprimer une direction univoque dans la production de l'entreprise, mais suffisant pour lui permettre de développer un certain nombre de produits capables de marquer le parcours de l'entreprise vénitienne. Une période pendant laquelle certains grands noms de l'éclairage ont déjà mis en place des stratégies originales et démontré leur capacité à s'imposer dans le secteur avec des choix forts et innovants. Des entreprises comme Vistosi et Barovier&Toso par exemple avaient déjà élaboré leur empreinte conceptuelle. Une empreinte qui manquait encore dans la production de Foscarini. Il fallait pour cela un produit capable d'imprimer une direction au travail de

l'entreprise et de lancer un signal clair au marché. La lampe Lumiere mise au point par Rodolfo Dordoni a représenté le manifeste de l'esthétique Foscarini et marqué une page importante dans l'histoire de l'entreprise.

Le projet de Lumiere débute en 1990 en collaboration avec une entreprise appelée Vetrofond, qui venait de quitter l'île de Murano pour s'installer sur la terre ferme. Liée à la tradition du verre soufflé, Foscarini voulait déclarer son caractère contemporain en développant un projet capable de réunir la dimension poétique du verre soufflé et une technologie actuelle. L'idée se profile dans une esquisse informelle : un chapeau en verre soufflé soutenu par une base en aluminium moulé sous pression. De l'intuition au développement du produit, tout va très vite. Une fois sorti, le produit intègre les deux dimensions : la dimension artisanale liée à la tradition vénitienne et la dimension plus industrielle liée à l'usinage de l'aluminium. Le pendule – raconte Dordoni – oscille vers une esthétique davantage liée à l'utilisation de nouveaux matériaux. Foscarini propose une dialectique entre des mondes distincts, suggérant ainsi un équilibre original qui devient la marque de fabrique d'un projet à long terme.

Vingt ans plus tard, Dordoni se penche sur le restylage de la lampe, l'occasion de développer une série de solutions innovantes, certaines n'étant destinées qu'à un public de niche. De nouvelles teintes, une nouvelle variante en verre miroir, de nouvelles proportions et de nouvelles lignes dans les modèles XXS-XXL. Il ne s'agissait pas de concevoir une nouvelle lampe. Le but était de garder le même objet, mais en déplaçant l'accent. Le pendule penche alors dans la direction opposée par rapport au projet d'origine. L'emphase porte alors sur le savoir-faire artisanal

et sur la reconnaissance de la qualité que Vetrofond est à même d'exprimer dans ses processus de fabrication.

Les raisons de ce choix dérivent des changements observés dans la sensibilité de la demande. Contrairement au passé, quand on s'intéresse à un luminaire, on recherche un produit qui affiche purement et simplement sa spécificité et sa matrice culturelle. Ce qui ne signifie pas forcément – comme le souligne Dordoni lui-même – des objets entièrement fabriqués à la main. « La demande prétend une fabrication capable de transférer une émotion, qui est souvent liée à des détails évoquant une production de type artisanal ». Tout est une question d'honnêteté : il s'agit de déclarer dans quelle mesure la fabrication artisanale contribue effectivement à la réalisation d'un produit donné et dans quelle mesure cette dimension peut être accessible à un œil éduqué.

Une idée de qualité qui change

Une autre idée de la qualité. C'est sur ce terrain que se joue l'important enjeu du design italien. C'est sur ce plan que l'Italie est appelée à développer sa propre idée de valeur. Pendant des années, les producteurs allemands ont représenté pour les entreprises italiennes la référence en ce qui concerne l'idée de qualité, entendue comme le strict respect de standards techniques. Pour de nombreux producteurs italiens du secteur, ce standard opérationnel est désormais atteint. Au salon du meuble de Cologne, les produits Made in Italy s'affirment maintenant sans crainte révérencielle. Mais l'entreprise italienne est appelée à exprimer quelque-chose en plus. Elle est appelée à promouvoir des objets d'une qualité supérieure, capables de transmettre une émotion, de communiquer la

valeur culturelle du savoir-faire, de susciter l'empathie envers des styles de vie et des modèles sociaux.

Comment dépasser l'idée de la qualité perçue comme une forme de standardisation et promu comme l'amorçage de nouvelles relations sociales et culturelles ? Le débat n'est pas neuf. Certains de ces thèmes s'inscrivent dans la réflexion portée à la fin du XIXe siècle par le mouvement Arts and Crafts et qui a su traverser de façon plus ou moins visible tout le siècle dernier. John Ruskin et William Morris ont toujours imaginé que l'idée de qualité ne se limitait pas à respecter de simples paramètres exécutifs, mais qu'elle comprenait aussi la capacité à valoriser la subjectivité de celui qui produit un objet donné, de même que la possibilité de créer un lien vivace et intense avec la sensibilité et la culture du producteur. En imprimant sa marque dans la finition d'une gargouille, l'apprenti sculpteur d'un chantier de cathédrale gothique laissait une trace personnelle de son travail au sein d'un grand projet collectif. Et lorsque nous regardons aujourd'hui ces cathédrales, c'est tout un peuple en mouvement que nous revoyons, un ensemble de vies rassemblées dans un effort qui dépasse la valeur de l'individu mais qui le contient et le respecte en tant que tel. De la même manière, la production manufacturière italienne est appelée à témoigner du génie et de l'habileté de son savoir-faire dans la production d'une lampe, d'une armoire ou d'une cuisine. L'ensemble de la filière doit se montrer capable d'intégrer les marques de cette capacité d'expression et de les proposer au marché sous une forme compréhensible. Au concepteur revient la tâche en particulier de laisser une marge de qualité expressive, sans que cela ne nuise au système d'ensemble

de la production d'un objet de qualité.

Dans d'autres domaines aussi, cette exigence de qualité est devenue un aspect distinctif du produit. Dans le monde de la mode et du luxe, la référence à la dimension artisanale a été un levier pour justifier des majorations de prix parfois surprenantes. De grandes marques du luxe ont appris à communiquer sur la spécificité des compétences qui sont à la base de leurs productions. C'est pour cette raison qu'elles ont commencé à promouvoir un nouvel intérêt pour le travail artisanal, contribuant ainsi à en réévaluer le rôle économique et social. Dans plusieurs cas, cet engagement a dépassé le périmètre de l'entreprise elle-même pour soutenir des écoles, des expositions ou des fondations qui ont contribué à relancer la valeur du savoir-faire et une idée de qualité intimement liée au geste éduqué de l'homme. Si tant de maisons de mode et de produits de luxe peuvent aujourd'hui positionner leur produit dans des gammes de prix particulièrement élevées, c'est bien parce qu'au cours de ces années, le lien entre style, concept et savoir-faire a retrouvé toute sa visibilité.

Or, la tradition démocratique du design italien rend cette stratégie difficilement envisageable. La contribution du savoir-faire artisanal ne sert donc pas à justifier une qualité supérieure, mais plutôt à démontrer la capacité de la manufacture italienne à promouvoir la variété et la personnalisation, en combinant – sans supercherie aucune – ce qui relève d'un processus de standardisation de type industriel et ce qui émerge en tant que contribution individuelle.

En ce sens, l'évolution du design doit aller de pair avec la transformation des PME qui constituent le tissu des fournisseurs. Leur évolution doit mettre en avant des éléments

de rigueur managériale ainsi que des aspects liés à la fabrication artisanale facilement accessibles. Elle doit permettre de développer une culture numérique à la page, tout en conservant un geste humain à un coût économiquement viable. Plus on exige du projet qu'il intègre des éléments susceptibles d'être réalisés par une main experte, plus les entreprises qui font actuellement partie des réseaux participant à la filière du design seront appelées à repenser leur mode de fabrication. Il s'agit de promouvoir l'automatisation et la rationalisation numérique tout en développant l'expérience et le geste d'artisans classiques. Il est probable qu'un artisanat raffiné et organisé puisse effectivement nous valoriser aux yeux du reste du monde, dans la mesure où il constitue un trait distinctif dans la conception et l'organisation d'un mode de fabrication différent. C'est notre atout, mais aussi notre limite.

Une esthétique de la différence

« Lorsque nous avons lancé le projet qui a donné naissance aux lampes Rituals, nous pensions avant tout à une sensation ». Dans son récit sur la genèse d'une des lampes les plus réussies de Foscarini, Roberto Palomba revit tout l'effort d'imagination qui s'est transformé, au bout de deux années de travail, en un objet de verre particulièrement sophistiqué. L'objectif du projet était de développer une lampe capable de générer une lumière vive à même d'accompagner la vie de la maison et de faire office d'antidote contre les préoccupations du monde extérieur. Une lumière éclatante comme seul le verre peut en produire.

Le parcours qui a conduit à la mise au point du prototype n'a pas été simple. L'intuition initiale s'est appuyée sur l'expérience de Giancarlo

Moretti, fondateur et aujourd'hui encore administrateur de Vetrofond. Le meulage devait permettre à la lumière de filtrer tout en maintenant la cohérence avec l'intuition initiale. Le choix de la couleur, le blanc, a lui aussi représenté une pierre d'achoppement au niveau du prototype comme pour la production en série. Le moulage et les usinages successifs devaient également être en ligne avec un prix de marché qui devait rendre la lampe accessible à un large éventail d'acquéreurs potentiels. Le résultat final, la lampe Rituals présentée dans le catalogue Foscarini de 2013 est l'aboutissement d'un dialogue et d'une confrontation entre personnes partageant la même attention pour la qualité du projet. Ce qui frappe chez Giancarlo Moretti, c'est sa capacité à souder artisanat et organisation d'entreprise, le savoir-faire artisanal et la maîtrise des coûts. La verrerie de Casale sul Silé est un lieu magique où maîtres verriers et employés évoluent tels des fourmis dans une fourmilière, entre les fours et les postes de soufflage comme dans un ballet ininterrompu. On se demande comment autant de personnes arrivent à travailler dans des espaces aussi exigus sans se gêner les uns les autres. Or ces mouvements d'hommes et de cannes, qui surprennent même ceux qui connaissent la vie dans les fours, sont tout sauf désordonnés. Chaque position est occupée par un artisan spécialisé dans un certain nombre d'opérations spécifiques afin de mettre en valeur les dispositions de chacun. Ici et là, on y trouve curieusement quelques expérimentations technologiques capables de replacer l'homme dans des activités répétitives et plutôt peu créatrices de valeur.

Giancarlo Moretti revendique une double primauté. Il sait que le savoir-faire accumulé par Vetrofond est

une garantie pour quiconque voudra développer un produit innovant. « Sur cent dessins de nouveaux projets qui arrivent chez Vetrofond chaque année, nous réussissons à en développer quatre-vingt-dix-huit. Dans d'autres fours, on arriverait difficilement à vingt ». L'expérience acquise au cours de cinquante années de collaborations consolidées avec les principales entreprises du design italien a permis à Moretti de se placer en interlocuteur privilégié des concepteurs les plus exigeants. Mais la contribution de Vetrofond ne se limite pas au développement. L'effort insufflé pendant toutes ces années à tous les niveaux de l'organisation fait de cette entreprise un exemple de rationalisme économique d'un point de vue de la maîtrise des coûts et du respect des dates de livraison. Le savoir-faire dont Vetrofond est la dépositaire est organisé et structuré de sorte à en faire un four compétitif sur d'autres techniques d'usinage à caractère industriel au sens strict. On est frappé par l'effort d'amélioration continue et l'attention aux marges de cette entreprise. Car c'est grâce aux efforts consentis sur le plan de l'organisation et de la technologie qu'elle est aujourd'hui à même d'obtenir des produits magiques à des prix accessibles. Une leçon dont l'ensemble de la filière du design doit être fière.

Le goût de l'expérimentation

« Pas faisable ». La naissance de la lampe Aplomb s'est avérée dans les premiers temps un parcours semé d'embûches. L'expression « Pas faisable » trône encore sur une planche de projet que Lucidi & Pevere avaient envoyée à Crea, la petite entreprise de Darfo où les Aplomb sont aujourd'hui produites en continu. « Pas faisable », c'est ce que Giovanni Piccinelli avait écrit

aux enfants Carlo et Ottavio après avoir vu les épaisseurs que les deux designers de Palmanova avaient suggérées pour la première lampe en ciment proposée sur le marché avec de telles caractéristiques techniques. Deux centimètres, c'était trop peu pour les techniques traditionnelles. Difficile de fabriquer un moule adapté, difficile aussi de trouver un matériau qui puisse relever le défi posé par le projet. Crea est une entreprise du secteur du bâtiment, où les ordres de grandeur sont différents, où les poids sont d'une magnitude supérieure, où les moules présentent des formats nettement plus importants. Comment réaliser un objet si petit et si fin ?

Giovanni Piccinelli a toujours été un artisan curieux. Un inventeur. Un découvreur. Comme bon nombre d'autres grands artisans italiens, il n'a jamais perdu le goût de l'expérimentation. Tester des mélanges et de nouveaux matériaux a toujours été une passion pour lui. L'art de réaliser des moules est une aptitude que Piccinelli a développée grâce à sa passion et à sa ténacité. Avec l'aide d'un constructeur spécialisé d'abord, puis en autodidacte, consacrant souvent des week-ends entiers à essayer quelque-chose de nouveau. Paolo Lucidi et Luca Pevere l'avaient bien compris : travailler avec des entrepreneurs tels que Piccinelli est un plaisir, où les difficultés deviennent un prétexte pour s'ingénier à trouver des solutions originales. Les défis techniques les plus improbables représentent un excellent motif de discussion et de réflexion.

Pour de jeunes designers, la possibilité de trouver des interlocuteurs de ce type est essentielle : des artisans perspicaces savent a priori que les séries de production seront peu nombreuses. Ils ne s'attendent pas à répercuter sur de grandes économies d'échelle

les coûts liés à l'expérimentation initiale. Ils sont en revanche conscients que ce qu'ils ont appris dans le cadre d'un projet pourra être réutilisé pour d'autres initiatives nouvelles, peut-être même avec d'autres entreprises. Ce que l'on a pu apprendre d'un projet difficile pourrait porter ses fruits dans le prochain. La leçon apprise sur un certain type de produits pourrait donner matière à quelque-chose d'autre, quelque-chose de neuf, pourquoi pas dans d'autres secteurs.

Et c'est ce qui s'est produit. Entre les premiers moules d'Aplomb et aujourd'hui, Crea a changé radicalement sa façon d'aborder le marché. Ce qui n'était autrefois qu'une entreprise concentrée sur le secteur du bâtiment est devenue au fil du temps un des leaders de l'utilisation du ciment dans le domaine du design. L'artisan qui construisait villas et immeubles se confronte maintenant avec des moules de lampes, de tables et de porte-stylo. Un changement de cap radical qui suit la capacité d'un groupe à résoudre les problèmes avec une approche innovante, à travers la façon de placer la recherche et la capacité d'expérimentation au cœur de chaque défi présenté par le donneur d'ordre. Après Foscarini, de nombreuses autres entreprises du secteur ont pu bénéficier de la capacité et du génie inventif de Crea. Au fil des années, ces artisans expérimentateurs ont montré combien ils pouvaient contribuer à part entière à la filière du design plus sophistiqué, grâce à des connaissances solides sur un matériau spécifique tel que le ciment, longtemps considéré comme trop difficile et problématique pour la plupart des projets consacrés au monde de l'ameublement.

Un projet qui intègre

Les entreprises italiennes du design, que nous avons appris à appeler « éditeurs », ont

souvent contourné le problème de maîtriser des processus de production propres. Celles qui avaient adopté un modèle organisationnel basé sur le schéma designers indépendants et fournisseurs de qualité, bien que conscientes des avantages qu'elles pouvaient tirer de ce mode d'organisation, ont souvent évité d'agiter ce genre de drapeau. Les raisons de cette pudeur résident dans un héritage historique où l'entreprise verticalement intégrée, capable de grouper production et vente, R&D et distribution, était considérée comme la référence absolue.

Plus récemment, le débat économique a contribué à faire émerger un point de vue différent. L'idée d'une entreprise en réseau s'est imposée au point de supplanter définitivement le mythe de l'usine capable d'intégrer en interne toutes les activités de production. Nombre d'entrepreneurs ont pris conscience de l'importance d'externaliser certaines activités de production, dans le souci justement de respecter les parcours de spécialisation et de compétences non répliquables au sein d'une seule et même entreprise. Aujourd'hui, l'idée d'innovation ouverte (en anglais open innovation) radicalise une fois encore cette thèse, conscients que nous somme de ce que le monde regorge de bonnes idées, parfois développées par de jeunes talents indépendants, et de compétences qui méritent d'être valorisées. C'est l'entrepreneur, entouré de son équipe, qui saisit la valeur de ces connaissances et de ces innovateurs ; c'est lui qui traduit ces capacités, parfois embryonnaires, en valeur de marché.

La voie que veut suivre aujourd'hui Foscarini va dans ce sens, et même au-delà. L'entreprise s'ouvre depuis toujours au talent des meilleurs designers et valorise les connaissances et le savoir-faire d'entreprises qui ont su

préserver et renouveler une compétence manufacturière spécifique. L'objectif est de reconnaître la valeur que ses designers les plus prestigieux ont contribué à créer, et de montrer le rôle et l'importance de ce savoir-faire qui ont promu la qualité et la valeur esthétique de ses produits. À l'égard surtout du dense réseau de fournisseurs de qualité, la contribution de Foscarini promeut la valeur sociale et culturelle. L'entrelacs de relations et de rencontres qui donne vie à des projets aussi ambitieux mérite d'être présenté et apprécié. À tous ceux qui en font partie doit arriver la juste reconnaissance.

Les raisons de cet engagement à révéler cette phase cachée de l'iceberg et à partager toutes ces expériences découlent d'une nouvelle idée de la valeur économique. Quiconque achète un objet de design, que ce soit une lampe Mite ou une Tress pour rester dans la sphère Foscarini, n'a pas simplement besoin d'un objet capable d'éclairer. En général, ce n'est pas une solution technique à un problème qu'il recherche. Quiconque s'intéresse à des objets de ce type cherche de nouvelles connexions sociales et culturelles dont les produits sophistiqués et originaux sont le médium. Les objets qui ont rendu célèbre le Made in Italy dans le monde répondent à ce type d'exigences, dans la mesure où ils représentent des connecteurs capables de mettre en relation des sensibilités et des cultures différentes. Plus cette demande – toujours plus internationale et interconnectée – se fait forte et urgente, plus les entreprises doivent apprendre à parler de leur travail et de leur univers. Plus elles doivent se révéler. Les objets qu'elles produisent doivent afficher aux yeux du monde la consistance et la valeur de cette proposition culturelle et de ces liens sociaux et territoriaux.

Dans cette perspective,

l'engagement de Foscarini s'inscrit dans un parcours entrepris il y a cinquante ans. Le design italien des années soixante a contribué à bouleverser la monotonie de la production de masse en apportant de la couleur et de la variété dans les logiques de la production en série. Au final, la fantaisie et la créativité des hommes reviennent au centre de processus de production autrement dominés par le seul rationalisme technique. À l'aube de la quatrième révolution industrielle, le design italien est appelé à renouveler son « humanisme » en dépassant l'idée selon laquelle la production se résumerait à un défi purement technologique. L'objectif dans ce cas est de réfléchir et de repenser la valeur des objets qui accompagnent notre quotidien, non plus en tant que simples marchandises, mais en tant que trait d'union entre une demande cosmopolite et un monde de personnes et de valeurs qui, à travers leur travail, renouvellent l'idée de qualité et de beauté.

La dimension cachée — Manolo De Giorgi p. 078

1.

Il y a une remarque d'Enzo Mari qui me revient régulièrement à l'esprit. Une remarque très fine recueillie lors d'une conversation remontant à quelques années. Alors que nous passions en revue les différentes étapes du design italien tout en analysant la part prise par les différents entrepreneurs dans cette réussite, Mari me répétait avec son dogmatisme bien à lui qu'il réfutait la conviction selon laquelle les objets italiens étaient industriels. Pour lui, ils avaient toujours été « pensés pour être industriels, mais produits de façon artisanale ».

Une intuition pointue et démythifiante émergeait ainsi

pour lever enfin le voile de Maya qui recouvrait depuis trop longtemps une réalité industrielle qui ne l’était qu’en apparence. Une illusion qui voilait une réalité des choses qui existait bel et bien à l’abri des regards.

Pendant des décennies, l’artisanat avait été littéralement ignoré et réduit à une simple question de chiffres : s’il s’agissait d’une production de grande ou moyenne série, on la qualifiait d’industrielle, la dimension artisanale étant réservée aux petites séries. Il est clair qu’à l’aune de ce paramètre, l’artisanat arrivait largement perdant, pulvérisé, dépassé et hors du temps, tandis que la production de série, la grande série et les quantités industrielles allaient porter au final à des marchés plus grands.

Or personne n’avait intérêt à démonter cette machine productive et de réaliser une radiographie à l’échelle nationale du cycle de production pour vérifier ce qui était effectivement exécuté par la machine et ce qui relevait des opérations continues d’adaptation, de finition, de fignage et d’amélioration qualitative réalisées par un ouvrier spécialisé (c’est-à-dire l’artisan moderne). Le monde du design préférerait parler plutôt de projet, de culture du projet et de ses protagonistes/ designers, en se focalisant sur la partie high de la discipline et sur la contribution culturelle qu’elle apportait à la société italienne. Parallèlement, des caractéristiques artisanales de qualité continuaient de remplir leur fonction indispensable dans le produit, et à faire rentrer dans le domaine du possible les requêtes et les exubérances les plus extrêmes des différents concepteurs, sous le couvert d’une logique dite « industrielle ».

Mais tout allait changer avec le tournant du XXI^{ème} siècle. Dans un monde globalisé caractérisé par la présence

de nouveaux acteurs et de nouvelles scènes émergentes, la culture industrielle était devenue à la portée de tous, simplifiée et lissée de ses aspects technologiques qui étaient à présent disponible à toutes les latitudes. De même, dans un monde hyper-saturé et dépourvu de véritables demandes fonctionnelles (ou tout du moins là où l’offre de projets dépassait la demande), la culture des designers manquait d’ambition, avec un projet faible, où l’innovation, bien que constante, ne se faisait que par de micro pas en avant. L’un et l’autre de ces phénomènes ouvraient grand au design la voie de la simplification, qui conduisait dangereusement à un produit diffus et homogène. Le substrat artisanal de qualité qui demeurait dans la production industrielle semblait en revanche échapper à cette logique. C’est là que l’artisan, avec ses recettes encore à demi cachées et sa manualité, avec ce patrimoine ancien jamais révélé, pouvait continuer à faire la différence. Et quand, pendant la première décennie du nouveau siècle, certaines entreprises allaient voir les ventes de certains produits industriels tomber au point de se quantifier en dizaines ou en douzaines, l’alibi des chiffres allait tomber lui aussi pour redonner tout son rôle à l’artisan et redorer son blason aux yeux du monde.

2.

La question se pose alors : qui s’occupe aujourd’hui de la recherche ? De la complexité ?

Les grandes marques qui ont vu le jour au début du nouveau siècle avaient d’autres chats à fouetter, et si elles se sont constituées, c’est parce qu’elles voulaient mettre de l’ordre dans le système complexe de la « distribution du design, sachant qu’avec la mondialisation, 40 ou 50% créait des problèmes particuliers et autant d’opportunités. Elles ne se sont

certes pas regroupées pour faire de la recherche orientée vers le produit. Pour répondre au principe des économies d’échelle ; l’identité et la rationalisation devaient occuper une place centrale, mais le type de produit qui ressortait de la concentration des marques avait inévitablement un style typiquement contract : parfait pour les grandes fournitures, ni beau ni laid, correct d’un point de vue technique, mais suffisamment plat pour ne pas créer de sauts imprévus, en s’imposant par là même à travers une sorte d’« indéterminé de qualité ».

Pour échapper à tout cela, l’artisanat était seul en mesure de proposer encore de la qualité et de l’unicité, de sa manière simple et flexible, et d’assurer le just in time à des coûts relativement bas. Dans cette dimension, on avait encore droit à l’erreur et il y avait de la place pour les projets qui n’aboutissaient pas forcément tous, pour une expérimentation qui ne se traduisait pas par des investissements excessifs, dans une situation de marché qui apparaissait déjà depuis quelques années relativement délicate. L’artisan était le seul capable d’accepter certains paris un peu fous qui pouvaient arriver des coins les plus perdus des pays émergents, et de les réaliser une première fois pour ensuite les refaire peu longtemps après avec de minimes variations. Ou bien de faire dans la pièce unique et le « sur mesure », où prototype et production coïncident avec l’exemplaire 1/1, la plupart du temps avec un niveau élevé de complexité. En cela, notre pays montrait à quel point il était moderne et en ligne avec l’observation de Luigi Pasinetti qui affirmait que « la richesse d’une nation industrielle est quelque-chose de complètement différent de celle des nations pré-industrielles, ou plutôt quelque-chose de plus profond. Moins liée à la valeur des bien

possédés, elle représente la connaissance technique nécessaire pour les produire »^[O].

C’est depuis une perspective différente, celle du critique d’art, que s’en apercevait aussi Pierre Restany, dans une phase de grande expansion industrielle telle que la fin des années 70. Ce dernier voyait bien l’importance de cette caractéristique artisanale lorsqu’il affirmait que les Italiens avaient réussi à devenir de parfaits ébénistes du plastique et à reconnaître « l’intelligence du matériau ». Et cette observation aurait pu être généralisée à tous les nouveaux matériaux qui allaient apparaître successivement sur la scène, comme si n’importe quelle forme d’innovation technique pouvait toujours s’interpréter « à la façon des ébénistes ».

Il suffisait de savoir dédoubler certains passages de la production pour produire, près de chez nous, et de la meilleure façon qui soit, telle ou telle phase du projet qui allait ensuite s’enchaîner aux phases successives d’une chaîne.

Une ligne de production à courant alternatif et segmentée, mais qui permettait de passer presque naturellement d’un compartiment d’ouvroison à l’autre. Comme lors du montage d’un film, on parvenait à associer des logiques hétérogènes, où les relations et les liens étroits étaient constitués grâce à un principe de qualité.

3.

L’analyse en profondeur que nous avons voulu mener concernant le design de Foscarini s’articule autour de trois structures légères de la production, liées à trois façons d’interpréter la matière. Ces dernières s’inscrivent parfaitement dans la direction du projet moderne et se laissent conduire vers des glissements progressifs d’une matière aux modalités d’emploi mouvantes,

comme si elle avait acquis, avec le nouveau siècle, des sens seconds. Entre temps, on ne parle plus de matière, mais de matériau, et le matériau est une matière déjà transformée par la re-production industrielle qui nous restitue un produit de deuxième dérivation, produit parfois hybride, un pré-fabriqué toujours capable de se transformer en quelque-chose d’autre. Dans sa condition de transformation perpétuelle, ce n’est plus sa masse qui en marque la qualité, mais ses possibilités d’extension et de polyvalence, à plus forte raison si elles sont déclinées dans le principe de résistance+légèreté+élasticité.

Crea, Vetrofond et FAPS sont les trois entreprises en question, personnifiées respectivement par 7, 47 et 35 salariés, sans compter leurs propriétaires, soit une ou deux personnes au maximum par entreprise. Ciment, verre et fibre de carbone sont les matériaux qui ouvrent le chapitre consacré au fait que, au XXI^{ème} siècle, donner un sens nouveau au matériau va nécessairement de pair avec une phase de reconversion et de repositionnement industriel. Nous ne sommes plus en 1945 et le type de reconversion actuel n’a plus rien à voir avec celui de Iso qui passe des chaudières aux mobylettes, ou de Piaggio qui passe de l’aéronautique au deux-roues. Or il s’agit néanmoins d’une démarche qui vise à repenser la façon de produire de l’entreprise, en fonction des bouleversements de marché de ces quinze dernières années. Un changement de perspective, tout en restant fidèle à ses spécificités. Et s’il faut modifier le cadre pour que la transformation s’opère, voilà que la question de l’artisanat industriel se pose à nouveau, et que se profile encore une fois ce même type d’acteur et de figure classique du design italien.

Il s’agit de cette même figure mêlée de l’ouvrier-artisan,

du patron-concepteur, du producteur-éditeur. La façon italienne d’inventer une sorte de solveur de problèmes tous azimuts – technique, forme, détail, prestation, sous-traitance de qualité, concentration de nombreux usinages – en une seule et même personne. Des figures-clé, centrales pour notre histoire, à l’instar de Natale Cappellaro, ouvrier d’Olivetti, premier monteur des machines à écrire MP1 puis concepteur des révolutionnaires calculatrices à plusieurs opérations, ou de l’ingénieur Carlo Barassi, qui démarre pendant la deuxième guerre mondiale avec des protections en mousse pour les réservoirs de bombardiers avant d’arriver aux nouveaux fauteuils en élastomères, pour l’automobile d’abord, puis pour le mobilier de maison Arflex, ou bien encore d’Enrico Garbarino qui se laisse convaincre par Ettore Sottsass de se lancer dans l’aventure des « fausses » surfaces en laminé, et finit par inventer l’Abet Print en associant un panneau de contreplaqué ou d’aggloméré avec des résines mélaminiques pressées. Le fait d’avoir dans sa visée Crea, Vetrofond et FAPS montre que Foscarini croit en cette dimension.

Crea est une créature de Giovanni Piccinelli, un ancien cimentier qui, après une période de travail en Suisse, la patrie du béton apparent et de ses finitions les plus raffinées, crée sa propre entreprise à Darfo Boario. Jusqu’à la fin des années quatre-vingt-dix, lorsque la crise du bâtiment pèse sur les affaires, Crea produit principalement des éléments de construction et des composants en béton. Piccinelli est sur le point d’abandonner le marché et de se mettre à produire des pots de fleurs en guise de passe-temps. C’est à ce moment que se présentent des demandes pour produire des lampes et des accessoires de décoration pour extérieurs. Avec des objets de plus petite taille, pense-t-il, les

risques allaient être réduits en proportion. Il décide de relever le défi. Grâce à son expérience du décoffrage des pièces et des problèmes de contre-dépouille, il réussit aisément cet important changement d’échelle, du module pour bâtiment à l’objet.

Si l’activité sur les composants de construction en béton demeure dans la tradition de l’entreprise, elle passe toutefois de la production courante de traverses, bordures ou garde-corps aux commandes spéciales et au « sur mesure ». Pour Vittorio Moretti et les caves Petra conçues par Mario Botta à Suvereto, il fait le pari de résoudre le problème complexe du revêtement de 200 colonnes en acier. Ses 200 gaines rainurées en béton de 3,80 mètres de haut et de 15 tonnes chacune, réalisées en deux pièces sont un magnifique exemple de design du composant.

C’est sur un projet apparemment infaisable tel que celui de la lampe Aplomb de Lucidi & Pevere avec un réflecteur en ciment que commence son rapport avec Foscarini.

Jusqu’à présent, Crea s’appuyait sur un producteur de moules de la région de Bergame. Or pour ce fournisseur, produire un moule aussi petit pour un objet aussi délicat que le cône de la lampe Aplomb représentait un souci plus qu’autre chose. Lorsque son fournisseur de moules a annoncé qu’il allait prendre sa retraite, Piccinelli a pensé que le moment était venu d’acquérir les techniques de production des moules et de simplifier ainsi considérablement la gestion du travail. Dépendre d’un fournisseur pour une phase de projet représentait en effet beaucoup trop d’aléas. Piccinelli a donc appris à fabriquer ses propres moules dans un bâtiment de l’entreprise où il les produit encore aujourd’hui, en caoutchouc et en silicone notamment. À faire la différence, ce n’était pas tant le

coût du moule (600/700 euros) que la perte de temps et le désagrément de ne pas pouvoir assurer la continuité du projet au sein de l’entreprise. S’agissant d’une procédure parfois longue et nécessitant des ajustements continus, mieux valait avoir tout sous la main. De fait, il a fallu pour Aplomb entre 200 et 300 essais avant d’arriver à la lampe finale.

Et on utilise aujourd’hui 45 moules contre 5 au début. Dans la petite entreprise de 7 salariés, la production d’Aplomb est suivie par trois ouvriers (Vasile, Radu et Mamadou), dont deux sont préposés à la coulée, et un à la finition. Les ouvriers interviennent sur la coulée mais ne touchent pas aux prototypes. C’est avec les enfants de Giovanni, Ottavio (qui supervise la production) et Carlo (concepteur suivant les aspects commerciaux) qu’a commencé cette conversion à l’objet domestique. Un parcours difficile, surtout pour la phase de sablage, qui nécessitait un soin tout particulier pour obtenir une irrégularité contrôlée de la granulométrie et du pore ouvert dans le ciment du réflecteur, un aspect que les ouvriers négligeaient au début, le considérant comme une simple perte de temps.

Ottavio a alors eu l’idée d’emmener les trois ouvriers en question au Salon du Meuble de Milan pour leur faire comprendre que ces objets étaient destinés à la décoration d’intérieur et à un monde où la finition avait une valeur importante.

C’est ainsi qu’ils ont compris l’importance de figoler à la main, avec un tuyau, les bords des parties étroite et large du cône, une opération nécessaire pour éliminer les excédents de ciment appris à fabriquer au sablage. Après une finition imperméabilisante et le passage au contrôle qualité de Foscarini, les objets sont envoyés à Pordenone où sera montée la partie électrique de la lampe

avant son retour vers Marcon.

Bien sûr, Piccinelli a dû s’habituer à un autre monde. Fini le temps où les différences de taille dues aux retraits des modules de construction après le décoffrage se mesuraient en centimètres. Aujourd’hui, les contrôles qualité ont lieu deux fois par mois environ et consistent en des mesures très précises au calibre pour vérifier les épaisseurs du ciment. Un ciment qui se miniaturise aujourd’hui de plus en plus : porte-crayons, tringle de rideaux et jusqu’à la robinetterie, que l’entreprise produit et dont elle suit parfaitement l’évolution.

Giancarlo Moretti, l’un des deux propriétaires de Vetrofond, affirme maîtriser tous les usinages du verre et se considère un spécialiste de la technique du Zanfirico, une technique selon laquelle on chauffe plusieurs cannes dans un four avant de les torsader pour obtenir un motif en spirale. Mais chez lui, à Casale sul Sile, on vient surtout « pour souffler ». La célèbre marque Louis Poulsen se sert de Vetrofond à chaque fois qu’elle délaisse ses tôles métalliques et ses globes acryliques pour travailler le verre des plafonniers d’Arne Jacobsen ou les réflecteurs de Verner Panton. Pour souffler et décorer ses verres, elle préfère se tourner vers la Vénétie plutôt que vers les territoires germaniques ou la Bohême. Le rapport entre Vetrofond et Foscarini dure depuis des années et se traduit par 20% de son chiffre d’affaires. Les souffleurs sont tous italiens et leur formation s’étale sur au moins cinq ans. Le travail est organisé en équipes de 3-5 ouvriers qui se spécialisent sur des modèles d’un fabricant spécifique. Ainsi, deux équipes suivent la production de Foscarini. Dans ce cas, les cinq membres de l’équipe peuvent échanger leurs places entre le soufflage et la finition. Après le prélèvement de la masse de verre en forme de poire (la pea

en dialecte vénitien), celle-ci est soufflée à l’intérieur du moule. Le processus demeure artisanal et les machines ne servent pas à grand-chose ici. Dans le cas de la lampe Rituals de Ludovica et Roberto Palomba, il faut compter environ trois minutes pour le soufflage et environ dix minutes pour la finition. Pour obtenir le type de finition particulier recherché, à savoir cet aspect gypseux caractéristique capable de faire ressortir l’irrégularité des stries, la lampe est cerclée à l’extérieur et usinée de façon à éviter la présence de tâches et obtenir une répartition uniforme du blanc. Ce n’est que de cette manière que l’on obtient ces tonalités chaudes évoquant le papier de riz (comme dans certaines lampes d’Isamu Noguchi) qui surprennent par rapport à la luminescence typique du verre. Une autre manière de transfigurer l’effet du verre est de recourir à des couleurs ternes qui se fondent plus facilement avec les teintes d’un intérieur. Dans la série de lampes Buds de Rodolfo Dordoni, l’idée est de diminuer l’effet brillant du verre par le recours à des verts, des gris et des marrons, des couleurs volontairement froides qui comportent un dosage difficile pour l’obtention de la teinte des mélanges créés avec l’adjonction de minéraux avec des oxydes de fer. Chaque essai de fusion souhaité par Foscarini, dont la recette est secrètement gardée, est compliqué et comporte pour Moretti des coûts assez élevés si l’on considère qu’il faut compter « environ 100 kg de matériau, le coût du gaz, de la main-d’œuvre et de la perte de production ». Malgré ces difficultés, on sent Moretti animé par la passion.

Crea et Vetrofond innovent ainsi dans l’utilisation du matériau qui représente surtout l’inversion d’un effet technique : on demande au ciment de devenir un matériau domestique et de perdre sa connotation un

peu grossière ; on demande au verre soufflé de perdre sa dimension flamboyante et de se mimétiser le plus possible avec les tonalités des meubles de série. Le résultat est un dépaysement dans la perception du matériau.

Le cas de FAPS se présente en revanche comme un exemple intéressant d’ouverture sur un matériau innovant mais encore peu utilisé et peu présent dans les espaces domestiques tel que la fibre de carbone, traduisant un changement de cap de ses activités autrefois concentrées sur la production de cannes à pêche de compétition.

Fidèle à la logique de ce matériau composite, FAPS intègre le domaine de la vitrorésine et de la fibre de verre avec celui des nouvelles fibres de carbone. Pour le propriétaire de l’entreprise, l’ingénieur Maurizio Onofri, cela revient à ouvrir sa production à toute une gamme de produits appartenant à des secteurs les plus divers et à explorer à chaque fois que l’on recherche des composants à la fois légers et performants.

C’est ainsi que l’entreprise va se mettre à produire, en plus des cannes à pêche, des roulements pour l’industrie, des cadres de vélo, des produits nautiques tels que des tangons cylindriques, des éclisses pour les voiles et des rallonges pour timon.

Tandis qu’avec la fibre de verre, le design n’avait fait l’objet que de rares collaborations (le fauteuil sophistiqué Nena de Richard Sapper conçu en 1986 pour B&B avec une structure en vitrorésine s’était révélé trop complexe pour la production) qui s’étaient limitées aux quelques expériences d’Alias dans le secteur des chaises, il devra trouver, avec ce nouveau matériau composite, une logique spécifique qui ne cherche pas à imiter celle des matériaux précédents.

Pour les projets de lampes que Marc Sadler propose à

Foscarini, la typologie parfaite pour les évolutions possibles de l’association entre fibres de verre et fibres de carbone s’avère le lampadaire et il fait donc appel à FAPS pour le processus d’expérimentation sur l’éclairage.

FAPS travaille alors sur une économie des liens entre ces deux matériaux et sur leur intégration synergétique : la fibre de verre, pour sa grande flexibilité, et la fibre de carbone, plus rigide.

Les secrets du composite résident dans le mélange entre le type de fibres et le type de résine avant leur fusion au four.

Tress est une lampe dont la matrice « textile » est obtenue par la superposition de cinq bandes de ruban de type et de largeur différents constituant le corps-colonne, avec également de la fibre de carbone au niveau de la base et de la partie supérieure de l’écran de protection du groupe lumineux. Mite est un lampadaire moderne, dont la section conique variable est le résultat de l’usinage d’une surface extérieure de notre époque.

À l’atelier de laminage, Fausta et Lia repassent le tissu en fibre de verre (qu’elles-mêmes appellent « peau ») qui sera ensuite appliqué sur le moule en le faisant bien adhérer à la calandre. Un geste archaïque, domestique et très délicat, qu’exécutent aussi parfois les hommes, mais jamais aussi bien qu’elles. Dans un décor de machines-outils haute technologie s’ouvre une phase d’usinage qui rappelle le travail d’une couturière habillant une mariée, un instantané qui nous donne la mesure du temps nécessaire à cette étape de production. Le long filament noir en fibre de carbone viendra compléter la structure en passant dans l’enrouleur, tandis que la version jaune mettra à l’honneur le délicat fil en Kevlar® semi-fini, plus fragile et produisant plus de déchets.

En revanche, la dimension

monumentale de la fibre de carbone a été poussée et expérimentée sur la Twiggy, une lampe dont la vocation est d’occuper l’espace. Sa tige, qui se plie et oscile, représente en soi une véritable prouesse technique. Pour atteindre les caractéristiques mécaniques voulues pour la courbure, elle est composée de deux pièces. La tige d’environ 320 centimètres comporte la présence dans la partie basse d’un premier élément plus rigide en fibre de carbone et d’un élément en fibre de verre renforcé dans la partie haute, avec des renforts au niveau de l’extrémité. Pour réaliser la tige définitive, 150 échantillons ont été nécessaires, chacun ayant été soumis à une charge de 9 kg pour vérifier la flexibilité et la stabilité de la lampe. Pour les diffuseurs de Twiggy, on utilise un tissu en verre pigmenté avec une résine noire dont l’accumulation doit être savamment dosée et éventuellement nettoyée à la sortie du four pour créer un effet moiré sans produire de taches.

Un dernier laquage de la tige exécuté dans l’entreprise FAPS donnera à la lampe son aspect définitif en noir, blanc sale/gris, cramoisi, greige ou indigo.

Grâce à la légèreté obtenue à l’aide du matériau composite, Twiggy peut atteindre les 290 cm de hauteur, alors que l’Arco des frères Castiglioni ne dépassait pas les 250 cm. Il suffit de jeter un œil aux poids de ces deux lampes pour prendre la mesure des progrès techniques réalisés pendant toutes ces décennies : 17 kg pour la Twiggy, 64 pour l’Arco.

-
-
-
4. Ce parcours dans les méandres de l’artisanat industriel est à la fois neuf et ancien. Cinquante ans plus tard, Foscarini s’insère dans le même lit de culture du produit creusé

à l’époque par Azucena ou Danese, deux entreprises qui jouissent aujourd’hui d’une importance encore plus grande pour le parcours à contre-courant qu’elles ont entrepris. Sans jamais courir après l’idée de produire eux-mêmes et dans leur propre site, ces éditeurs/ producteurs nés respectivement en 1949 (Zucena) et 1957 (Danese) ont roulé leur bosse dans des secteurs industriels et à travers des pôles disséminés à une époque où l’acquisition et la concentration des moyens de production apparaissait l’unique solution possible pour aborder le projet dans une approche moderne. En se faufilant à travers les mailles de l’industrie et de l’artisanat, ils ont échappé à toutes les logiques (on connaît la demande faite par Bruno Danese à un fabricant de tuyaux d’assainissement de couper un tube gris en polypropylène à 30° pour constituer la bordure de la corbeille à papier In Attesa d’Enzo Mari). C’est cette même recherche de l’étape d’usinage à transférer dans le produit de série qui intéresse Foscarini, et il me semble que certaines plaintes des producteurs vis-à-vis de Foscarini pour sa recherche méticuleuse de standards de qualité reprennent celles des artisans de l’industrie qui produisaient pour Danese. Chez Danese, on menait une politique très exclusive et aristocratique concernant les auteurs, une sorte d’autoconscience continue sur le projet (uniquement Mari, Munari et les deux Danese). Chez Foscarini, où le nombre de designers collaborant au catalogue s’élève à environ 33, on s’ouvre à une politique polyphonique.

Cette multiplication des contributions fait subtilement pencher la balance du contenu du projet vers la façon de le réaliser en tant que marque essentielle de reconnaissance de l’entreprise.

Aujourd’hui, comme le rappelle Andrea Branzi,

les réussites « peuvent se produire uniquement à travers l’organisation de dispositifs provisoires », des dispositifs temporaires intelligents qui « évitent toute structure complexe » ⁽²⁾. Provisoire et intensément manuelle, telle est la dimension de cet artisanat néo-industriel.

Le charme de cette recherche intensive basée sur le faire, qui a souvent une évolution peu linéaire et difficilement programmable est le même que celui que l’on peut produire dans un laboratoire spatial de très haute technologie. C’est le concept du travail continu, d’état de modification perpétuelle et de perfectibilité poursuivi jour après jour qui permet d’innover là où la moindre avancée peut être le fruit d’un hasard produit dans un état d’inconscience vague due à cet hyper-faire. Avec les missiles V2 qui s’écrasèrent sur Londres d’abord, puis avec le vaisseau Saturn V réalisé pour la NASA, Wernher von Braun, ingénieur allemand et père de la recherche spatiale la plus extrême, pensait à la recherche dans les mêmes termes qu’un artisan en la définissant comme quelque-chose que « je fais quand je ne sais pas ce que je fais ».

- Notes bibliographiques**
- Luigi Pasinetti, Dinamica strutturale e sviluppo economico, Utet, Torino,1984, pp. 314-315
 - Andrea Branzi, Modernità debole e diffusa, Skira, Milano, 2006, p. 53

Mains noires — **Gianluca Vassallo** p. 156

Je me rappelle mon père lorsque j’étais enfant, qui était penché sur l’établi d’orfèvre, dans la froideur d’une lumière au néon qui inondait ses mains énormes. Et ces mains je les revoie toutes les deux noires, de vieille résine, avec l’une qui tenait et l’autre qui brossait un minuscule cœur assombri par la flamme. Je me souviens de moi regardant mon père entouré des images pieuses de ma grand-mère, accrochées au même clou que le calendrier des Carabinieri, et je me souviens qu’elles étaient à côté des photos de Maradona, au-dessus de celle de ma sœur enfant, qu’elles enduraient le son de la brosse, l’odeur de l’acide, les désirs de ma mère.

Je me souviens de ce cœur épuisé par la volonté, qui cédait un peu plus à chaque coup, pour resplendir d’or, entre les mains noires de maestria.

C’est ainsi que j’ai photographié l’action patiente de ces âmes attentives, de ces hommes minutieux, les lieux de leur peine, les signes stratifiés, en cherchant dans leurs mains énormes le cœur qui, un geste après l’autre, les illumine de dignité.

Les mains de mon père qui, sans l’avoir jamais vu, sans les mots pour le faire, m’a enseigné ce jour à m’étonner du monde.

Visions instantanées — **Massimo Gardone** p. 158

En exécutant les anciens gestes de photographe, je me retrouve moi-même dans ce projet au caractère artisanal très marqué. Les espaces de Foscarini se transforment en set photographique. Un banc optique de 8x10 et des pellicules en noir et blanc instantanées témoignent de la fermeture d’un cycle de production. La nature

morte du projecteur éteint, tel une sculpture, met en valeur la lumière et documente sa facture raffinée. C'est un jeu à armes égales, dans lequel les gestes manuels éprouvés du photographe, qui utilise le banc optique, font écho au travail artisanal de l'ouvrier.

Informations techniques

Aplomb + Aplomb Large

— **Lucidi e Pevere, 2010/2016**
p. 173

Si l'objet conserve dans sa morphologie la trace d'un élément soufflé, sa production fait appel au ciment, avec des épaisseurs et des finitions typiques des matériaux domestiques. Le sablage final permet d'une part de lisser l'effet brutaliste de ce matériau et d'autre part, de mettre en valeur une irrégularité contrôlée, grâce à une granulométrie où les pores sont plus ou moins ouverts, ce qui permet d'obtenir un exemplaire unique à chaque fois, légèrement différent de tous les autres.

Buds

— **Rodolfo Dordoni, 2016**
p. 173

La recherche d'une masse de verre aux tons froids (gris, verts, marrons, obtenus à partir de minéraux mélangés à des oxydes de fer) vise à fondre ultérieurement l'objet-lampe avec les tons des meubles. Cinq couches successives soufflées à la bouche donnent à la lampe un aspect précieux caractéristique et un rendu chromatique différent lorsqu'elle est allumée ou éteinte.

Gem

— **L+R Palomba, 2017**
p. 173

Une texture riche obtenue grâce à un procédé de fabrication complexe sur un moule à l'arrêt où le souffleur n'a pas la possibilité de le faire tourner. Les reliefs et les

facettes en 3D s'intensifient à mesure que l'on s'éloigne de la ligne médiane, à l'image des ondes de fréquence.

Gregg

— **L+R Palomba, 2007**
p. 173

Le fait de souffler le verre dans un moule à l'arrêt, lorsque le souffleur ne peut pas faire tourner la masse incandescente pour générer des formes fondamentalement rondes, permet de mimer la structure d'un organisme vivant. L'absence d'uniformité du diffuseur apparaît comme un modèle « familial », beaucoup plus proche de la morphologie biologique et minérale d'une bulle ou d'un galet que d'une figure géométrique classique.

Lumiere

— **Rodolfo Dordoni, 1990**
p. 174

Une généalogie de près de 30 ans raconte les transformations d'une famille de lampes qui grandit et se consolide autour du concept de génétique et d'espèce. La différence entre une espèce et l'autre consiste en une série de petits écarts typologiques, différences de proportions et de dimensions, toujours en relation avec le rapport dialectique entre la structure moulée sous pression en aluminium brossé et finie à la main, et le diffuseur en verre soufflé ouvré en rotation par les mains expertes des maîtres verriers vénitiens.

Mite

— **Marc Sadler, 2000**
p. 174

À l'intérieur d'une structure conique en tissu de verre veiné d'un fil de carbone noir ou jaune de Kevlar®, une parabole réfléchissante en aluminium accueille la source lumineuse dans la partie supérieure, projetant la lumière vers le haut. Un essai moderne sur la perte de poids, à travers la revision de l'encombrement de la colonne lumineuse classique.

Rituels

— **L+R Palomba, 2013**
p. 174

Un ton de blanc semblable à celui des lampes japonaises en papier washi provoque une émission lumineuse douce, crayeuse et même pâteuse, fruit d'un enrubannage extérieur et de finitions manuelles exécutées avec le plus grand soin pour éviter toute trace de tache. L'effet irrégulier des stries externes s'obtient grâce à un moule avec des motifs en négatif évoquant les lignes horizontales du bambou, présentes dans les structures des lampes d'Isamu Noguchi.

Tartan

— **L+R Palomba, 2015**
p. 174

Un diffuseur en verre traité à l'acide et caractérisée par une forme contrôlée place l'accent sur le thème du motif de la surface et de la texture mise en valeur par des lignes en relief qui reprennent la trame d'un tissu écossais. La surface du verre est un jeu de clair-obscur déterminé par ces empreintes réalisées dans le moule.

Twiggy

— **Marc Sadler, 2006**
p. 175

Une ligne élastique pouvant atteindre jusqu'à 290 cm de hauteur pour un objet aux dimensions importantes, et dont la courbe est obtenue grâce à la flexibilité du support en fibre de carbone couplée au tissu de verre du diffuseur. Résultat : un objet unique, hors échelle, dont l'oscillation harmonieuse fait partie intégrante du projet.

Tress

— **Marc Sadler, 2008**
p. 175

Cinq rubans en fibre structurelle de différentes longueurs qui se superposent, dans une relecture des lampes en métal ouvragé de la tradition arabe, pour dessiner une colonne cylindrique composée de bandelettes en tissu de verre

et carbone qui modulent un jeu d'ombres et de lumières sur les murs et le plafond.

Biographies

Stefano Micelli

p. 176
Stefano Micelli est professeur d'e-business au Département de Management de l'Université Ca' Foscari de Venise. Depuis une vingtaine d'années, il mène une recherche continue sur le thème de la diffusion des nouvelles technologies dans les petites et moyennes entreprises et dans les différents secteurs industriels italiens. Dans le cadre des recherches consacrées à la rencontre entre le numérique et le monde de la manufacture, il a mené différentes études en collaboration avec la banque IFIS et la Fondation Make in Italy. Il s'est par ailleurs occupé de suivre, pendant trois éditions de la manifestation « Maker Faire », le développement d'une section ad hoc liée au thème du numérique et de la nouvelle manufacture. Il est l'auteur d'articles et ouvrages divers, dont le volume Futuro Artigiano, L'innovazione nelle mani degli italiani, (Futur Artisan, L'innovation dans les mains des Italiens), lauréat du prix Compasso d'Oro ADI, sur le thème de la contamination vertueuse entre le travail artisanal et l'économie globale.

Manolo De Giorgi

p. 176
Ayant ouvert son propre cabinet d'architecture à Milan en 1989, l'architecte Manolo De Giorgi s'occupe de restructurations, de décoration d'intérieurs et d'installations. Rédacteur des revues Modo et Domus, il a organisé les expositions suivantes : Techniques Discrètes (1991), 45-63. Un Museo del Design in Italia (1995), Marco Zanuso (1999) Camera con vista. (2007), Olivetti. Una bella Società

(2008) Magnificenza e Progetto (2009), pour lesquelles il a également dirigé la rédaction des catalogues. Il est également l'auteur de Carlo Mollino. Interni (Segesta, 2004), Design (Zanichelli, 2007), Enzo Mari (Il Sole/24 Ore, 2011). Depuis 2010, il travaille en collaboration avec la Fondation Bassetti pour étudier le rapport entre artisanat et design à travers de nouveaux moyens d'expression tels que la pièce de théâtre Mani grandi senza fine (Piccolo Teatro Milan, 2011), et le film Avanti Artigiani (2014).

Gianluca Vassallo

p. 176
Gianluca Vassallo vit et travaille à San Teodoro (Sardaigne), ainsi que dans le reste du monde. Le qualifier de photographe serait réducteur dans la mesure où il s'exprime à travers la vidéo, le son, la photo et les installations, avec une attention particulière à l'aspect relationnel et processuel. Parmi les institutions et les galeries en Italie et à l'étranger qui ont présenté son travail, citons : Caleum Gallery, New York (2017) ; Fondazione di Sardegna, Cagliari (2016/2017) ; Pavillon Portugal Biennale d'Architecture de Venise, Venise (2016) ; Museo dell'Emigrazione, Asuni (2016) ; Foscari Spazio Soho, New York (2015,2016) ; Palazzo della Penna, Pérouse (2014) ; Schauwerk Museum, Sindelfingen (2013, 2014) ; Museo MAN, Nuoro (2014) ; Stadtgalerie, Kiel (2014) ; Temple d'Hadrien, Rome (2013) ; Masedu Museo, Sassari (2013) ; Fondazione Meta, Alghero (2013) ; Museo MART, Rovereto (2012) ; PAN, Naples (2010). Gianluca Vassallo figure parmi les lauréats du Prix Tema 2013, et obtient la mention spéciale du VAF 2014. Parmi les projets d'art public, citons Exposed (2013), Shoot Me Orlando (2016), et La Città Invisibile (2016). Fondateur et directeur artistique de White Box Studio, il offre son regard et celui d'autres

talents aux entreprises des secteurs du design industriel, mode, édition, ainsi qu'aux institutions culturelles.

Massimo Gardone

/ Azimut

p. 177
Massimo Gardone est un photographe professionnel spécialisé dans l'interprétation créative de l'image et partage sa production entre des projets commerciaux, éditoriaux et des travaux de recherche pure. Il s'occupe depuis de nombreuses années de communication visuelle, qu'il conçoit comme une contamination entre graphisme, vidéo et design, et se sert de la photographie pour modeler les images comme s'il s'agissait de sons. Il a collaboré avec les graphistes italiens les plus importants et contribué à la communication de marques prestigieuses. On remarquera tout particulièrement ses contributions en tant que directeur de la photographie dans les vidéos de N+N Corsino, ainsi que dans la conception des vidéos Infinity, mention d'honneur du Compasso d'Oro ADI 2011, et Inspire, tous deux produits par Foscari. Ses œuvres ont fait l'objet d'expositions collectives et personnelles dans des musées et galeries en Italie et à l'étranger.

Artemio Croatto

/ Designwork

p. 177
Communication visuelle, graphic design, corporate identity, direction artistique : ce sont les secteurs de spécialité du cabinet Designwork, créé en 2002 à Udine par le directeur artistique Artemio Croatto. Le cabinet compte parmi ses clients quelques-unes des principales marques du design italien et international, des maisons d'édition célèbres et des institutions culturelles majeures. En 2010, Foscari invite Artemio Croatto à participer à la direction artistique du projet

éditorial « Inventario » qui, en 2014, lui a valu le prix Compasso d'Oro ADI. En 2013, il commence une collaboration avec le musée MART de Rovereto et l'éditeur Mondadori Electa qui confie à Designwork la gestion de l'image et la communication de nombreuses expositions et catalogues. Pour Hearst Magazine Italia, il réalise le projet graphique de la revue « Home » et le restyling du magazine « Elle Decor Italia ». En 2016, suite à l'élaboration du logo et de l'image coordonnée de la Galerie Nationale d'Art Moderne et Contemporain de Rome, le cabinet s'occupe de la communication des manifestations et des expositions du musée. En 2017, l'encyclopédie Treccani lui commissionne la refonte du site Treccani.it, tandis que la Biennale de Venise lui confie la réalisation de l'image graphique et du spot d'ouverture du Festival du cinéma de Venise.

いようだ。職人のノウハウの貢献は、最上級の品質の製品であることの証明には役立たない、反対に多様性と個別化の必要性に応えるイタリアのマニュファクチャの能力を証明するものとなる。「いかさま」無しで混ぜてみると、全ては工業の特色の基準化のプロセスの結果であり、浮かび上がるものは、個人の貢献である。

その意味でもデザインの進化は、供給システムを形成する中小企業の変化と同じ速さで進むべきである。それらの進化は、明らかに認識可能な手工業のマニュファクチャの様相と共に、管理の合理的要素を満たさなければならぬ。時代と共にデジタル文化を拡大させ、経済的に継続できるやり方で、人間性になかった行為を保持する能力がなければならぬ。エキスパートの手で作られた要素を含んだプロジェクトを求めるほど、今日デザインのサプライチェーンに加わるネットワークの中に入った企業は、製造に関する能力を再考する必要性に迫られることになる。課題は、オートメーションとデジタルの合理化の促進と、それと同時に職人の経験と古典的で見事な技に再び注目させることである。おそらく、洗練されて秩序だった職人の技は、私達が世界中から称賛されることを助けてくれるだろう。異なるマニュファクチャを企画しプロジェクトする中で、明確に区別 のつく特徴を形成する。それは私たちの強みでもあり、又おそらく私たちの限界でもある。

多様性の美学

「私達が照明器具*Rituals*へとつながるプロジェクトを開始した時、とりわけ感覚について考えていた。」*Roberto Palomba*氏は*Foscarini*社で最も成功した照明器具の一つの誕生を語る時、2年間の仕事の後、とりわけ、洗練されたガラスのオブジェクトへと変形させた想像力に費やした、全ての労苦を回想した。プロジェクトの目的は、家にいる時のパートナーとして日々の心配事を忘れさせてくれる、生き生きとした明かりを灯すことのできる照明器具をつくり出すことであった。振動する明かり、ガラスのみがそれを保証できる。

プロトタイプの明確化への行程は容易なものではなかった。最初の直感はい*Vetrofond* 社の創設者で、今日も代表取締役を務める*Giancarlo Moretti*氏の経験によって生かされた。最初の直感では、研磨すること、凝集性のある照明を保証しながらも、光を浸透させることだった。色彩の選

択においても、白色、それはプロトタイプのレベルと量産に対する挑戦を象徴していた。多くの購入者の手の届く値段の照明器具を作るために、鋳型やそれに続く加工は、市場の価格につり合っていなければならなかった。その最終結果として、2013年度の*Foscarini* 社のカタログに載っている照明器具「*Rituals*」は、プロジェクトの質に重きを置いたデザイン設計者たちのダイアログと相互作用の結果である。

*Giancarlo Moretti*氏の最も衝撃を受けた所は、職人の技と事業の組織化、職人のノウハウと値段の限界をブレンドできる彼の能力である。*Casale sul Sile*にあるガラス製工場は一風変わった所で、ガラス工芸の巨匠や弟子たちが、窯と仕事台の間で途切れの無いバリエーションの様に作業をしている。どのようにしたら、このような息の詰まる狭い場所で、多くの人が揉め合うことなく仕事ができるのか不思議であった。人々とパイプの動きは、ガラス製造所での生活を知っている者にとっても驚くべきことであった。散らかっていることを除いては、各位置には、其々の才能を活かせる様に特別な加工の専門の職人がついていた。時々予想外な技術の実験が行われ、特に満足感の無い反復作業をする人々を明るい気持ちにさせていた。

*Giancarlo Moretti*氏は二つの抜き出た能力を誇らしく思っていた。彼はい*Vetrofond*社で積み重ねたノウハウは、革新的な製品の開発を望む者にとって、ある種の保証の様な物であることを認識していた。「もし*Vetrofond*社に一年間に100の新しいプロジェクトのデザイン設計がやって来たとしても、98は開発できるだろう。よそのガラス製造所では20に達するのもしないだろう。」イタリアのデザインの主たる企業との強固なるコラボレーションを通じて、50年間に蓄積された経験は、*Moretti*氏を、最も人気のあるデザイン設計者にとつての、カウンターパートにした。*Vetrofond*社の貢献は製品の開発だけではなかった。数年間の組織全体に刻み込まれた努力は、コスト抑制による経済的合理性と、引き渡しの正確さ等の実績をつくり上げた。更に、*Vetrofond*社のノウハウは、厳密な意味で工業的性格を持つ、その他の種類の加工の断固たる堅い合い手になれるほどに組織化し構造化した。絶え間ない改善や、ガラス製造工場が持っていた限界を超えるために費やされた努力には強い感銘を受けた。組織化とテクノロジーに費やした努力のおかげで、今日、素晴らしい製品が購入可能な値段で提供できるようになった。デザ

インのプロダクションチェーン全体が誇りにおもうべく学びであった。

| |
|---|
| 実験の喜び |
| 「できない。」照明器具「 <i>Aplomb</i> 」の誕生には多くの問題がその始まりにあった。「できない。」という文字が <i>Lucidi</i> 氏と <i>Pevere</i> 氏が、今日も「 <i>Aplomb</i> 」が途切れることなく製造されている <i>Darfo</i> にある中小企業 <i>Crea</i> 社に送った設計ボードに、今もなお浮き立っている。「できない。」は、市場に向けた、特殊な技術を必要とするセメント製の最初の照明器具の開発のために、 <i>Palmanova</i> 社の二人の設計者が提案した厚みを知った時に、 <i>Giovanni Piccinelli</i> 氏が息子の <i>Carlo</i> と <i>Ottavio</i> に書いたものだ。2センチの数字は伝統的な加工にとってあまりにも薄かった。プロジェクトが示唆した挑戦に応じる素材を見つける事と同様に、適切な鋳型を制作することは難しかった。 <i>Crea</i> 社は、もとはと言えば建築業界の出身で、そこでは発注される大きさも異なり、重さもそのレベルは桁違いで、鋳型は疑う余地もなく大型な幾何学的形状が求められていた。どのようにしてこのように小さくて薄い物に挑めばいいのか？ |
| 実際、 <i>Giovanni Piccinelli</i> 氏は常に好奇心旺盛な職人である。発明家である。発見者である。その他の偉大なイタリアの職人と同様に、試したり実験したりすることへの興味が失われることは決してなかった。合成実験と新素材には常に熱心であった。鋳型を作ることは <i>Piccinelli</i> 氏が情熱的かつ一徹に磨いた技量である。最初に専門の建設者の助けを借り、その後は独学で、何か新しいものを見出すためにしばしば週末を用いていた。 <i>Paolo Lucidi</i> 氏と <i>Luca Pevere</i> 氏は、 <i>Piccinelli</i> 氏のような企業家と共に働くことは喜びであり、トラブルはオリジナルな解決策を見つけることを楽しむための口実に過ぎないことを知っていた。最も不可解な技術的チャレンジは議論し推論するための良いきっかけになる。 |
| 若手のデザイナーにとって、このタイプのカウンターパートを見つけることは不可欠の要素である。自覚した職人は事前に、製造は小規模になる可能性があるのを知っている。初期の実験に関する費用の償却を大きな規模の経済に期待しない。むしろ、プロジェクトの企画で学び取ったことは、もしかしたら違うアプローチの異なる新規企画で用いることができる可能性があることを知っている。骨の折れるプロジェクトで |

習得可能な事柄は次の機会で生かせるかもしれない。あるタイプの新製品に関して学んだ教えは、何か異なる新しい素材になるかもしれない、それはその他の分野の製品のためかもしれない。まさにそのようにして、

「*Aplomb*」の最初の鋳型から今日に至るまで、*Crea*社は市場での存在の仕方を激しく変えていった。建設や建造業界を中心に活動してきた企業が、時と共にデザイン業界のセメント使用に関するリーダーとなった。別荘やビルを建設していた職人が、今では照明器具、テーブル、ペンホルダーの鋳型を扱いようになった。発注主からの如何なる注文に対しても動じないその実験能力や研究により、革新的な方法で問題を解決する企業の能力に反映された、根本的な方向性の変化が行われた。*Foscarini*社の後に、業界の多くの企業が*Crea*社の想像力と才能の恩恵を受けた。近年、これらの実験を行う職人は、長い間インテリア業界の多くのプロジェクトにとって、あまりにも難しく、苦勞を伴うと考えられていたセメントの様な素材を熟知することで、最も洗練されたデザインのプロダクトチェーンにあらゆる点で有効に貢献できることを示した。

| |
|--|
| プロジェクトが含むもの |
| 自らの生産プロセスの管理をしない事実を許容する、イタリアのデザイン関係の企業を私達は、「エディター」と呼ぶようになった。フリーランスのデザイナー、優秀な調達業者をベースにした組織モデルを適応した者は、この整備された組織の長所を良く認識しているながらも、しばしばそれを自慢すること避けてきた。この謙虚さの裏にある理由は、企業が参考とする、販売、研究、開発そして配給の統括能力を持つ事業の縦方向での統合に見られる、歴史的遺産の中に存在する。 |

最近、経済的論争は、異なる視点から開発に貢献するようになった。全ての生産活動をその内部に総合させることのできる工場神話は決定的な地位を失い、ビジネスネットワークの考えが定着した。多くの企業家が、特定の生産活動に関しての外部委任の重要性を認識するようになったのは、専門化への道のりと、境界のある個々の事業では応答することのできない専門的知識を尊重しているからである。今日オープン/ペーションの考え方は、この推定の方へ急速な前進をもたらした：この世界には素晴らしいアイデアがあふれているのを知っている。おそらく、素晴らしい能力を持つ若いフリーランス

の才能によって開発されるかもしれない。企業家はそのスタッフと共に、これらの知識と、これらの改革者の持つ価値を理解し、幾つかは芽生えたばかりだが、これらの能力を市場の価値へと変換させねばならない。

*Foscarini*社が物語る、今日主役に抜擢したい人物とは、一歩前に進むために、この方向性を重視する者である。企業は、卓越した能力を持ち、ビジネスの知識やノウハウの利用の仕方を認識し、製造分野において、特別なスキルを更新し保護できる設計者に対しては、常に扉を開いてきた。目的は、企業が優秀なデザイナーをつくり出す重要性を再認識すること、自社の製品の品質と外観美を向上させた、ノウハウの役割と重要性を証明することである。とりわけ、優秀な調達業者の網の目の細かいネットワークに関しては、*Foscarini*社は、その社会的そして文化的な功績を褒め称える義務がある。関係の相互作用と努力は、世に出る評価されるべき価値のある野心的なプロジェクトに形を与えることができる。そして、全てこれらのことに関与した者は相応しい評価を受けるべきである。

仕事に関しての陳述とこれらの経験を分かち合う理由は、新しい経済的な価値観と関係がある。*Foscarini* 社のカタログに載っている「*Mite*」や「*Tress*」の様なデザインオブジェクトを購入する者は、ただ単純に明かりを灯すだけの照明器具を必要としていない。問題に対して一般的な技術的ソリューションを探していない。このようなタイプの製品に近づく者は、独創的で洗練された製品を媒体として、社会的かつ文化的な新しい繋がりを探しているのである。世界中で絶賛されているメイドインイタリーの製品は、その種の必要性を満たすことができる：それらは異なる感性と異なる文化を関連付けることができるコネクターである。-益々国際的で相互利用的なこの要求が強くなり、緊急を要すれば要するほど、企業も固有の仕事と固有の世界を語ることを学ぶ必要性に迫られる。自らを表明するべきである。企業が製造するオブジェクトは世界に、本質と文化的提案の重要性、社会的かつ地域的な結び付きを証言するべきである。

この眺望で、*Foscarini*社の活動は、50年間の道のりと結びつく。60年代のイタリアのデザインは、大量生産の灰色を弱体化し、工業生産のロジックに色彩と多様性をもたらすことに挑戦した。人間の想像力と創造力はようやく製造プロセスの中心となった。さもなければ技術の合理性のみが支配していたことであろう。第四次産業

革命の初めに、イタリアのデザインは、製造の考えへの挑戦を単なる技術的な挑戦と取り換えることで、自身の「ヒューマニズム」を一新する必要に迫られた。この場合の目的は、私たちの日々の暮らしに伴う製品の価値を熟考し再考することである。商品となる物は更に少なく、コスモポリタ的な要求を、自らの仕事を通じて、美しさと品質の概念を改革する人々と、その価値の世界へと繋ぐ媒介はさらに増える。

La dimensione nascosta (隠れたディメンション) — *Manolo De Giorgi p. 078*

| |
|--|
| 1. |
| 何年か前の <i>Enzo Mari</i> との会話の中で得た、彼の貴重な観察を定期的に思い出す。その際に、イタリアのデザイン業界で成功を収めた、幾人かの企業家によってもたらされた実体的な功績を経時的に回顧していたが、 <i>Mari</i> は彼の激しい眼差しと共に、イタリアの製品は単なる工業製品ではなく、反対に常に「工業製品としてデザインされたが、実際は手工業であった」ことを指摘した。 |
| 幻影のペールがあまりにも多くの時間それを覆い隠していた後に、この繊細で信じ難い見解はもたらされた。全く別の場所に隠されていた物事の真実を覆っていた幻影が、明らかに見えていた工業の現実を覆い隠していたのである。 |
| 何十年もの間、とりわけ単なる数字の問題として、職人の技能を葬り去ることが望まれていた：中規模もしくは大規模のプロダクションランの場合なら工業として、生産量が少ないのなら手工業の次元として考えられた。このパラメーターを用いれば職人の技能が人々の目に留まるとは稀となり、既にすたれて時代遅れのディメンションとして、その大部分の格下げが余儀なくされるのに対して、スタンダードプロダクションラン、大規模なプロダクションランと大量生産は、遂に大型の市場のルートを開くことは明白であった。 |
| 同時に、実際どれだけが機械により施行され、どれだけが専門の作業員(もしくは現代的な職人)によって行われた継続的な適応と質の高い仕上げ作業により貢献されたかを調べるために、製造機械の解体や、イタリアで製造の中間段階の経過で何が起こっているかを見抜く行動に興味を持つ者は皆無であった。むしろデザイン業界は、 |

ハイレベルな規律とイタリア社会にもたらされた文化的貢献に焦点を当て、ブランニング、設計文化、そしてそれらの主役/デザイナーについて語ることを好んだ。それと並行して、熟練した職人の技能は、製造において不可欠な役割を持ち続け、いわゆる「工業」と言う名の理論の保護的な天幕の下で、様々な設計家達によって突き付けられた、極端な要求と度を過ぎた探求をも満足させた。

これら全ては21世紀のターニングポイントと共に、異なる方向性を持ったであろう。新しい俳優と新規の舞台が存在するグローバル化した世界では、工業文化はもはや遍く要求に応じられる現実となり、その技術面においては単純化そして拡張され、当時地球上の至る所で手の届くものとして出現していた。真に機能する要求に欠けた(もしくは少なくとも設計提案の供給が必要を上回った) 途轍もなく飽和した世界にあるデザイナー文化もそれと同様であり、開発を絶え間なく行っはいたが、飛躍できずにいる弱々しいプロジェクトをベースに成り立っていた。これらの現象は両者ともデザインに単純化の道を開いたが、同時に懸念的な均一性を持つ普及品の製造をもたらした。しかしながら、これら全てからの逃れの道は、実際、その工業的プロセスの特徴の中に残る下層に横たわっていた職人の技の巧みさの中にあるように思われる。かつて明かされたことのない古代の遺産として、そして異なりを要因として、その時第一線に戻ろうとしていた、未だに半分隠されたままの制作法や巧みな技を用いることができる職人こそが、違いをつくり出したのである。その後、いくらかの製品に関して、新世紀の最初の数十年間における幾つかの企業の売却数は減少し、残っている製品はおよそ10か20に留まり、数字においても減少が実証され、職人の役割に完全なる名誉が再びもたらされることになった。

| |
|--|
| 2. |
| ここで焦点を当てるテーマとは：それでは今日誰がリサーチを行っているのか？ 誰が複雑さに立ち向かっているのか？ |
| この新しい世紀に誕生したメガブランドには他にも考えるべきことがあった。設立の理由は、デザインの複雑な「配給」の状況に秩序を与えることに、製造機械の解体や、イタリアで製造の中間段階の経過で何が起こっているかを分ける方法を知るだけで十分ではいたが、同様にチャンスの場でもあるグローバルなマーケットへの進出を果 |

たした。プロダクトアウトリサーチの目的で、合併したのではないことは明確であった。経済スケールは、アイデンティーターと合理化が新しい構造の中核となるテーマを形成することを要求したが、メーカーが力を注いで完成させた製品のタイプは、どこか大衆市場感が漂うものになっていた：大量供給の場合は、良くも悪くもなく、商品カテゴリーとしては正しいが、しかし不確定な飛躍を生じさせないために、かなり味気の無いものとなっていて、この様にして自らを一種「曖昧な品質の製品」として定着させた。

これら全てから逃れるために、職人は単純で柔軟性のある方法をもって、変わらない品質と単独性を提供し、比較的低いコストで*just in time*を行うことができる唯一の存在であった。そこには間違いや、必ずしも成功したと言えないプロジェクトもあったはずだが、しかし、それは、過去10年間でかなりデリケートに過ななと思われる、市場の状況の中で過度な投資無しに継続可能な実験であった。職人は唯一非常識なリスクを伴う掛けを引き受ける能力を持っていた。それはとてつもなく遠い新興国の一角から生じたものかもしれない、初めての製造から直後の最小限の変形タイプの依頼での再製造かもしれない。もしくはプロトタイプや製造ピースがシングル製造連の見本と一致する、シングルピースの範囲での作業や、「サイズがびったりの」球体であり、その多くは大変な複雑さを伴う。そのことに関して我が国はとてつもなく現代的であり、「工業先進国の豊かさは、工業発展途上国のそれとは何か完全に異なっているか、もしくは何か更に奥深い。それは所有物の豊かさによって構成されるのではなく、どの様に製造するかof技術の知識によるものである。」⁽¹⁾という*Luigi Pasinetti*の観察と全てが繋がってくる。

異なる観点を持つ芸術評論家は、70年代の終わりの様な工業的大発展の段階で、この現象に既に気付いていた。「素材の持つ知性」に気づくことを学んだイタリア人が、どの様にして完璧なプラスチックの家具職人であり得るかを知った時、*Pierre Restany*もまた職人の技の大切さを知った。その後、シーンに登場した全ての新素材にまで観察は広がり、それ以降は、技術的革新の全ての形は常に「家具職人に値する」ものとして解釈付けられた。それは我々の直ぐ側で成し遂げられたので、生産プロセスの特定のステップを分ける方法を知るだけで十分ではいたが、同様にチャンスの場でもあるグローバルなマーケットへの進出を果

ショーンチェーンの次の段階へ導入されていくのである。

進行する交互しセグメントに分割された生産ラインは、しかしながら、これらのプロセスの段階の一方から他方へと自然な移行をほぼ可能にしている。まるで映画のモンターージュのように、異なる特徴を共に結び付けることが可能で、品質原理の上に緊密な関係と繋がりが築き上げられている。

-
-
-

我々が追隨したいと願っていた *Foscarini* のデザインに関しての製品構成は、原材料を解釈する三つの方法に結び付いた製造プロセスの、三つのシンプルな構造の周りを取り囲んでいる。それらは現代的なデザインの的確な方向へと進んでいる : それらは新しい世紀の中で、意味深い第二のフォーマットを得たかのように、使用方法がシフトした原材料の進歩的な変換の方向へ導かれていた。実際それらはもはや原材料ではなく半原材料と呼べるものであり、そして半原材料とは、二次製品、ハイブリッド製品、常に何か別の物に姿を変えることができる、前処理製品に至るまでを私達に供給する工業的再加工によって、形質転換された原材料のことである。絶え間ない変化の条件の中では、その品質を鑑定するのはもはやその質量ではなく、拡大と多用途性の可能性であり、更には耐久力+軽さ+伸縮性の観点から解釈される。

今から取り上げるのは *Crea* 社、*Vetrofond* 社、*FAPS* 社の3社で、7人、47人、35人、が其々の従業員の数であり、そこに一人、最大で二人の経営者数が各社にプラスされる。セメント、ガラス、カーボンファイバーは、どの様にして21世紀に転換の段階の必要性と、工業の配置転換に伴われた、原材料の新しい理解が生まれたかを物語る章を開くマテリアルである。今は1945年ではない、再転向のタイプはポイラーからオートバイへ移行した*Iso*や、堅い構造の爆撃機からスクーターに変容した*Piaggio*とは同じではない、しかしながら、今も尚、この15年間に及ぶ市場の混乱から生じた、企業の製造様式を再考する方法である。それが持つ特性は変わらないままでの見方の変化であり、この変容をもたらすための構造の中身は変化したとしても、工業的職人の技能が持つテーマはもう一度、同一のタイプの指導的主題とイタリアのデザインのクラシックな姿を通して再び思い起こされることであろう。

それはシーンに再び姿を現す作

業員-職人、経営者-設計者、製造者-出版社と同様の偽りの姿を持つ。技術と形の間、ディテールと性能の間、下請の質と唯一の人物により専念された多様な処理等、全ての分野においてある種の問題解決人をつくり出すのがイタリアのやり方である。 *Olivetti* の工具 *Natale Cappellaro* は、最初はタイプライター *MP1* の組み立て工員であったが、その後マルチオペレーションを行う革新的な電子計算機的设计家となった。技師 *Carlo Barassil* は、第二次世界大戦中に爆撃機のタンクのフォームパッドの保護から始まり、最初は自動車用の材料エラストマーを用いた新しいシート、後に *Arflex* の家庭用クッション材に行き着いた。 *Enrico Garbarinol* は *Ettore Tossass* によって、プレスしたメラミン樹脂に合板もしくチップボードをカッピングした「フェイク」な表面を持つラミネートの製造に対しての確信が与えられ、 *Abet Print* を開発した。彼らは我々の歴史の支えそして中核であった。 *Crea* 社、 *Vetrofond* 社、 *FAPS* 社をフォーカスすることにより、 *Foscarini* はこのディメンションを信じることを証明した。

Crea 社は *Giovanni Piccinelli* によって作られたが、彼はセメント職人としてキャリアを開始した。とても繊細な処理が施される打放しコンクリート の故国とも言えるスイスで数年仕事をした後、 *Darfo Boariol* に自らの会社を設立した。建築製品とセメント製のコンポーネントは、建築業界の経済的危機が市場に困難をもたらした90年代の終わりまで生産的中核を成していた。 *Piccinelli* は撤退を覚悟し、気晴らしに花瓶を製作していたが、まさにその時、野外で用いるインテリアのエレメントや照明器具の注文を受け始めた。小さいサイズの製品ならばリスクが少ないと考え、チャレンジを決心した。アンダーカットの問題やパーツの鑄型からの取り出しの判断に関しての豊かな経験から、製品に関してのこの実質的なスケールチェンジの難題を容易く乗り越えた。

同時に、コンクリート建築コンポーネントに関する事業は、会社の伝統としての中核のまま残し、需要の多いスレッシュホールド、縁石、パラスターの特別注文の「寸法に合わせた」製造へと移行していった。 *Vittorio Moretti* にとって *Mario Botta* によって設計された *Suvereto* にあるワイナリー *Petra* はまさにギャンブルであり、200本の銅鉄の柱の外装についての複雑な問題の解決を提案した。肋骨で補強されたコンクリート製の200のシー스는、高さ

3,80 m、其々の重さは15トンで、二つのパーツから成り立ち、コンポーネントデザインの手本となった。

ランプシェードがセメントである *Lucidi* と *Pevere* による *Aplomb* の様な一見実行困難なプロジェクトから *Foscarini* とのパートナーシップが始まった。

Crea 社はベルガモ地方の鑄型製造者に仕事を委任していたが、この業者にとって、照明器具 *Aplomb* の円錐形のように小さくてデリケートな物体は、まさしく煩わしい代物であった。鑄型製造業者が近く引退することを知った折に、 *Piccinelli* は鑄型製造の技術を習得して自らが行えばプロセスは大幅に単純化するだろうと考え、そしてそれを実行した。プロジェクトのある段階を業者任せにすることはあまりにも不確実であったので、 *Piccinelli* は当時ゴムとシリコンの製造も扱う会社の工場の一角で、自分で鑄型を製造する方法を習得した。委託の問題は鑄型にかかるコスト(600/700 ユーロ)ではなく、時間のロスと自社でプロジェクトの流れを管理できない不便さであった。それは進行中の作業であり、多くの時間が必要とされる場合があるので、全てを身近で行うことが望ましかった。実際 *Aplomb* の最終的解決策を見出すために200から300個の実験用の照明器具を必要とした。

最初は照明器具の製造には約五つの鑄型が用いられたのに対し、現在では約45の鑄型を用いている。7人から成る中小企業で、 *Aplomb* の製造に3人の工具 (*Vasile* と *Radu* と *Mamadou*) が携わっていたが、そのうちの二人は成型を専門とし、後の一人は仕上げを担当していた。 工具は鑄型には関与するが、その後のプロトタイプには関わらない。息子の *Ottavio* (製造管理) と *Carlo* (営業部の設計者) と共に始めた、この家庭用製品への変換は容易ではなかった。とりわけサンドブラスト加工の段階では、ランプシェードに用いるセメントに開いた細孔と、粒径が常に不規則性を保つための管理には特別なケアを必要としたが、工具は最初時間の無駄だと判断しそのことを重要視しなかった。

そこで *Ottavio* は、照明器具製造に携わる三人の工具を、ミラノの家具見本市に連れて行くことを思いしたが、それは彼らが携わっている製品は家庭向けであり、その仕上げは今までは全く異なる意味を持つことを理解させるためであった。

サンドブラストの段階に移る前の、円錐の細い部分と太い部分の、エッジのトリミング処理と順応的な手仕

事の重要性、そしてそれに続く、鑄型の接ぎ跡を取り除く作業の必要性を理解した。撥水性の素材の仕上げのプロセスと、 *Foscarini* の係員による厳しい品質管理検査の終了後、全ての準備が整い、照明器具が電化される *Pordenone* へと送られ、 *Marcon* へと戻る。

当然のことながら、ここではセメントの厚みを検査するために、ゲージを用いた特別な測定が一月月に約二回も行われ、型枠からの取り外しの後で、数センチの差が生じることをさえあつた不良の建築コンポーネントを製造していた、彼らの以前の領域とは何ら関係を持たないこの別の世界に、 *Piccinelli* は慣れる必要があった。彼らの製造するセメントは今や鉛筆立て、カーテンレール、蛇口等、小型化が進み完璧な「移行」を行っている。

Vetrofond 社の二人の経営者の一人である *Giancarlo Moretti* は、全てのガラス加工に挑戦してきたが、彼自身はザンフィロコ技術や、ガラス棒を窯で熱し、螺旋形のモチーフを得るために捻る、ルトリー技法を専門にしていると語った。しかしながら彼の工房 *Casale sul Sile* ではとりわけ、「全ては吹いて作られる」のである。実際、 *Vetrofond* 社から供給を受けた有名な *Louis Poulsen* 社は、 *Arne Jacobsen* の天井灯や *Verner Panton* のランプシェードの制作においてガラスへの挑戦を試みるために、それまで用いていた金属の薄板とアクリルの球体を断念した。彼は吹きガラスやその装飾に関しては、ドイツ/ボヘミアの土地ではなく *Veneto* 州のものに参考にすることを好んだ。 *Vetrofond* 社の *Foscarini* 社との関係はもう何年にも及び、両社の総売上高の20%にも及ぶ。熟練した吹きガラス職人は全員イタリア人であり、吹きガラス職人の育成には最低でも5年を有し、長い年月が必要とされる。仕事は特定のメーカーのモデルを専門とする3-5人の工具のチームで行われる。 *Foscarini* 社場合には2チームが製造に加わっている。この場合にはチームのメンバー全員5名が、ガラス吹きと仕上げの役割を交代で行っている。ある時は、梨の形の丸い塊 *pea* をカンナと呼ばれるガラス棒と共に用い、ガラス質のベースは吹かれてから型に適應された。プロセスは手工業のままで、機械でできることは少してあった。 *Ludovica* と *Roberto Palomba* の照明器具 *Rituals* の場合には、吹きガラスの技を用いたプロセスには約3分間、仕上げには約10分間かかる。特別なタイプの石膏の様な仕

20世紀のデザイン — 20

上げを得るには、ストライプの中のある種のむらを強調することが必要で、照明器具の表面はホイール-グラウンドされるが、これは白色を均一に分配するために、シミができることを避けるための加工法である。このようにしてのみ和紙 (*Isamu Noguchi* の照明器具の様な) で作られたものによく似た、温かみのある色調が得られ、ガラス照明の典型である蛍光灯に比べて、「置き換える」ことができるのである。その他のガラスの効果を変貌させる方法は、環境の色調に程よく溶け込むマットな色を用いることである。 *Rodolfo Dordoni* による照明器具 *Buds* のシリーズにおいて、我々の目論見は、グリーン、グレー、ブラウンの色合いを用いてガラスの光沢効果を抑えることであり、そこで酸化鉄とともにミネラルを加えた、望みの色をつくり出す混合比が難しいと言われる寒色を故意に使用した。 *Foscarini* によるその方法が門外不出となっている全ての溶解の実験は、 *Moretti* にとつて複雑で、そして忍耐が必要とされた。「約100kgの素材、ガス代、人件費、製造に繋がらなかった物の分」など巨額の費用がかかったが、馬鹿馬鹿しいことは刺激的でもあった。

Crea 社 と *Vetrofond* 社は、この様にして素材の使用に関して革新的な製造を行ってきたが、それはとりわけ技術的效果の反転を意味する : セメントを家庭用品に変化させ粗野なイメージを取り除き、そして吹きガラスにはフランプワイア的なディメンションを失わせ、何か例外的なものとして、連続生産の家具の色調の中で可能な限りそれ自体をカモフラージュさせている。その結果、素材の認識が難易になっている。

三番目のケースは *FAPS* 社の場合であり、これまでの例とは異なり、革新的でありながら、家庭ではあまり用いられない、未だあまり開発が進んでいない素材の道を開いた好例である。その一例として挙げるのは、会社のアビジンスの新しい方向付けに深く関連するカーボンファイバーであり、以前は高性能の釣りざお製造に焦点を当てていた。

合成素材のロジックに忠実に、 *FAPS* 社はガラス樹脂とガラスファイバーの分野に新しいカーボンファイバーを組み込ませた。経営者である技師 *Maurizio Onofri* にとってそれは、彼のマーケットに全く異なる分野の新しいラインアップの製品をスタートさせる意味を持ったが、性能が良くて重量を抑えることのできるコンポーネントの探索は、常に冒険的であった。

これはまた、釣りざおは当然として、工業的ローラー、自転車用のフレーム、円筒形の帆のポール、帆のスラット、舵のエクステンションの様な海上用の製品に企業が新しく着手することを意味する。

デザインとガラスファイバーの関係はあまり長く続かず(1986年に *B&B* のために設計された、ガラス樹脂のフレームを持つ *Richard Sapper* による洗練されたアームチェア *Nena* の製作は、あまりにも複雑であった)、そして *Alias* 社は椅子の分野に関してあまり経験が無いことが限界になり、以前に着手した素材をまねたものではなく、特別なロジックを持つ新しい複合素材を見つける必要があった。

Marc Sadler が *Foscarini* 社に提案した照明器具のプロジェクトは、まさにガラスファイバーとカーボンファイバーのコンビネーションの可能性を秘めた開発に、最適なフォーマットのフロアスタンドランプの様に思われ、 *FAPS* 社も照明の実験プロセスに参加した。

FAPS 社はこの二つの素材の経済的繋がりとその共同作用性を持つ統合について研究してきたが、そこから得た答えは、ガラスファイバーの特徴は最大の柔軟性を持つが、一方のカーボンファイバーは反対にとても硬いということであった。

複合の秘密は、窯に入れられる前のファイバーの種類と樹脂の種類の場合にある。

Tress はリボン-コンポーネントの「繊維」マトリクスを元にして作られた照明器具であり、異なるタイプのリボンと異なる幅を持つ五本の細長い帯を重ね合わせてボディ-柱を形成し、そしてベースとライトソーススクリーンの上部にカーボンファイバーを用いた。 *Mite* はモダンな照明器具で、その可変の円錐形の部分は近代的な外観処理の成果である。

匠延台では、 *Fausta* と *Lia* が、ガラスファイバーの生地 (彼女らははスキャンと呼ぶ) を伸ばした後、カレンダーにびったりと付着させながら鑄型に当てている。旧式で女性的でとても繊細な作業であるが、時折男性によっても行われることがある、しかしながら彼女達は誰よりもこの作業を上手にこなす。ハイテクノロジーの工作機械の中で、花嫁に衣装を着せるお針子を思わせる処理段階が始まり、この静止したイメージは、しかしながらこの処理段階にどれだけ時間が必要かを教えてくれる。カーボンファイバーの長くて黒いフィルムが、リワインダを通ることによりその構造を完璧にされるのに

対し、イエローヴァージョンは切れやすく消耗の多い繊細な半加工のケブラー繊維糸が専用的に用いられる。

カーボンファイバーの望々たるディメンションは、環境対応の照明器具 *Twiggy* に対して推奨され実験が重ねられ、そのアーム製造にはまさに技術的挑戦が強いられた。アームは折れ曲がり上下可能で、屈曲において要望されたメカニズム的な特徴を得るために、二つのパーツに分ける必要があった。320 cmのロッドの開発には、カーボンファイバー製の下側の更に硬い第一のエレメントと、先端にクリップと強化用のバンドが加えられた強化ガラスファイバー製の上側のエレメントに分割された。ここで照明器具は、全体的な強度を検査するために約9kgの重さが課せられ、アームの柔軟性を知るために150本のサンプルが用いられたが、それらは最終的なロッドの決定を下すために必要であった。 *Twiggy* のランプシェードに対しては、黒い樹脂によって色づけられたガラス繊維が用いられているが、樹脂の蓄積に関しては慎重に分量が量られ、シミが無いモアレ模様を形成するために、窯から出る時にクリーンにされる必要がある。

ニス塗りの過程は *FAPS* 社の工場内で行われ、アームにブラック、オフホワイト、カーマインレッド、グレー、インディゴのラッカーを塗り照明器具の最終的な外観を決定づける。

複合材料から得た軽さにより *Twiggy* の高さは290cmにまで達した、一方の *Castiglioni* の *Arcol* は250 cmの高さで立っていた。二つの照明器具の重さには、この数十年間の技術の進歩が表れている: *Twiggy* は17kg、 *Arcol* は64kg口である。

-
-
-
-

この工業の輪郭に沿った行程は、同時に新しくも古くもある。 *Foscarini* は50年の隔たりの後、 *Azucena* 社と *Danese* 社が、当時開拓していたのと同様の製品文化の戦略を用いている。この二つの企業は、時代に反する歩みを行い、今日、その歴史的に重大な業績は一層讃えられている。社内生産や現地生産の考えの後を追いかける事が無かった、これらのデザイナー/メーカーの設立は1949年 (*Azucena* 社) 、そして1957年 (*Danese* 社) であり、買取や製造方法への集中が、現代的プロジェクトのテーブルに座ることのできる唯一の必要条件であるかのように思われていた時、彼らは業務を異なる工業地域や散在する生産拠点へと広げてい

った。其々のロジックを混ぜ合わせながら、工業と手工業の網の目の中に入り込んだ (*Bruno Danese* は排水管製造者へ灰色のポリプロピレンの管を30度に切断するように要求したことや *Enzo Mari* の肩籠 *In Attesa* 製造に縁を求めたことは有名である)。連続生産へと移行できる処理フェーズの研究は *Foscarini* が興味を持つものと同じであるが、細部にまで容赦せず最適な品質スタンダードを探索する、 *Foscarini* に対しての製造者の不平は、 *Danese* 社のために製造していた工業的職人の不平と同じ様に思える。 *Danese* 社は制作者に関しての制限が強く、排他的なポリシーを持ち、プロジェクトに関して自己認識を持ち続けている (*Mari* と *Munari* そして二人の *Danese* のみ)。 *Foscarini* は多くの労働資本を受け入れる開かれたポリシーを持ち、 *Foscarini* のカタログを彩るコラボレーションを行うデザイナーが約33人いる。

企業を認識しうるポイントとして、この多くの助力はプロジェクトの内容から製造方法に至るまでの秤の針を少しだが動かす。

今日成功したオペレーションは、 *Andrea Branzi* の言葉「暫定的な器具の構成を通じてのみ遂行することができる」に思い出される様に、「全ての構造の複雑化を避ける」⁽²⁾一時的で賢い器具である。暫定的かつ徹底的な手作業は、このネオ・工業的な職人の技能のディメンションである。

プロセスがかるうじて直線的であり、プログラムし難い実行を基にしたこの徹底的な研究の魅力は、ハイテクの大きい研究所での製造と同じである。日々行われる継続する仕事、絶え間ない変更と完全へのコンセプトにより革新的な製造が可能になり、それはハイパー-アクティビティに然るべき、無意識で漠然とした状態から誕生した偶発的な組み合わせから生じた、前進する非常に小さいステップがもたらしたものである。最初はロンドンを驚愕させたV2ロケットで、そして *Nasa* のサターン5型ロケットで知られる、最も過激な宇宙研究の父であるドイツ人の工学者 *Wernher von Braun* は、研究に対して、職人の考えと同じ「何をしているかわからない時でもする」というモットーを持っていた。

20世紀のデザイン — 20

外部リンク

- 「参考文献」

(1) *Luigi Pasinetti* 著「Dinamica strutturale e sviluppo economico」、*Utet* トリノ、1984年、314-315ページ

(2) *Andrea Branzi*、「Modernità debole e diffusa」、*Skira*、ミラノ、2006年、53ページ

- 「Mani nere (黒い手)」

— *Gianluca Vassallo* p. 156

私が子供だった頃の父を思い出す、金属細工人の長椅子に座り背中を丸めていた父のことを、ネオンの冷たい明かりが彼の大きな手を照らし出していた。使い果たした樹脂により真っ黒になった彼の両手を覚えている、炎によって黒ずんだ小さなハートを片方の手で握り、反対側の手でブラシがけをしていた。カラビニエーリのカレンダーと同じ釘で留められていた祖母が集めていた聖人画に囲まれた父を見ていた自分自身を覚えている。姉が子供の頃の写真の上にあったマラドーナの写真が聖人画の近くにあったことを覚えている。私はそこにいてブラシがけの音と酸の匂いと母の小言に耐えていた。意志の力に打たれていたあのハートの事を覚えている、熟練した技を持つ真っ黒な手の中で黄金の光を放つために打撃に耐え続けていたあのハートの形を。それ故、私は注意深い魂を持つ人々の忍耐強い仕事を、細心な仕事人達を、彼らが労苦した場所を、埋め込まれた印を写真に撮るようになった、一つの動作毎に威厳で輝いていた彼らの大きな手の中にハートを見出すために。私の父の手、これまでにそれを見る事無く、それをするための言葉もなく、あの日の世界の驚きを私に教えてくれた。

- 「*Visioni istantanee (スナップショットのヴィジョン)*」

— *Massimo Gardone* p. 158

写真撮影の古いジェスチャーを回想中に、質の高い職人技を用いるこのプロジェクトの中に自分自身をも再び見出した。*Foscarini*の空間は撮影セットへと変化し、8×10のオプティカルペンチと生産サイクルの終了を記録する*B&W*インスタントフィルム。消灯した*still-life*の照明器具、まるで彫刻の様、素材を明らかにし、洗練された仕上げを裏付ける。それは同等のゲー

ム、写真家の手仕事の場所、オプティカルペンチの使用、工具が行う職人技と重なる。

- 「*Informazioni tecniche (技術的情報)*」

- 「*Aplomb + Aplomb Large — Lucidi と Pevere, 2010/2016*」

p. 173

シェードは形態学的に見て吹きガラスのオブジェが持つ輪郭を保持していますが、その製造には、厚みがあり家庭用品向けの仕上げが施されたセメントが技術的に用いられています。特徴の一つである最終的なサンドブラスト処理はセメントから全ての荒々しい印象を取り除き、そして他の特徴である不規則に開いた砂粒の様な穴によりコントロールされた素材のイレギュラー感が強調され、其々の照明器具を唯一にし、他の物と僅かな違いを与えています。

- 「*Buds — Rodolfo Dordoni, 2016*」

p. 173

特徴が寒色（酸化鉄とミネラルの混合から得たブラウンとグレーとグリーン）であるガラス一塊の探求は、調度品用の素材のトーンを用いることにより、オブジェ照明器具に最大限融合させる目的で行われました。職人による吹きガラスの製作中に異なる五つの層をオーバーラップさせ、照明器具に高級な装いと消灯時と点灯時で異なる色彩的效果を与えています。

- 「*Gem — L+R Palomba, 2017*」

p. 173

リッチなテクスチャーは、吹きガラス職人がガラスを回転させることのできない型吹き技法の複雑なプロセスから得られます。レリーフと3次元的なファセットが、センターラインから勢いを増しながら上方へそして下方へと向かう様はまるで連続する波の様です。

- 「*Gregg — L+R Palomba, 2007*」

p. 173

吹きガラス職人が高温の素材を回転させることが出来ない状態で、本質的な丸みを持った形を形成する型吹き技法で製作され、生命を宿した有機物の構造を真似ることを可能にさせます。幾何学的な定義を持ったクラシクな類型ではなく、形態論的にバイオロジカルー鉱物に比例する泡一石に

近い不定形なシェードが「親しみを」感じさせるモデルです。

- 「*Lumiere — Rodolfo Dordoni, 1990*」

p. 174

約30年間の系譜が、属と種のコンセプトを成長そして強化させた照明器具のシリーズの変化を物語ります。ある種と他の種の違いは小さなタイプロジーのシフトであり、プロポーションとディメンションの違いは、手作業で仕上げられたプレス鑄造の艶消しアルミニウムのフレームと、ヴェネト州の吹きガラス職人の巧みな技を持つ手の中で回転されて作られた吹きガラス製のシェードの間に存在する、弁証法的な関係を中心として常にその周りを回っています。

- 「*Mite — Marc Sadler, 2000*」

p. 174

ガラスファイバー製の変動的な円錐曲線の形を持つフレームの上に、黒い炭素繊維糸かイエロー-Kevlar®が巻き付けられ、上部にあるアルミニウム製の反射機能を持つ放射線型のエレメントが光源を収納し、上方へと光を放ちます。円柱形の照明器具の伝統的な類型のポリウム全体を再考することにより、重量を減らすことが出来たのは正に現代技術の恩恵と言えます。

- 「*Rituals — L+R Palomba, 2013*」

p. 174

この照明器具が持つホワイトトーンは和紙で作られた日本の照明器具に似ています。テーピングが施された様な外観と如何なる欠点も見逃さない注意深い手作業による加工のおかげで、「石膏」のような柔らかさのある光が「穏やかな」輝きをもたらしています。外側の溝のイレギュラーな効果は凹状の模様を持つ鑄型を通じて得られ、*Isamu Noguchi* による照明器具の竹ひごの骨組みの水平ラインを思い起こさせます。

- 「*Tartan — L+R Palomba, 2015*」

p. 174

ETCHING仕上げが施されたガラス製のシェード、コントロールされた形がデザインを、スコットランドの生地の柄を真似た立体的なラインにより強調された表面装飾の要素を持つテクスチャーのトピックスへと移行させています。鑄型の内側にある刻印によりもたらされたキアロスクーロ効果が、ガラス

の表面を揺れ動いています。

- 「*Twiggy — Marc Sadler, 2006*」

p. 175

伸縮性のあるラインが最大290 cmの高さに達する室内照明に最適な大型の照明器具、アームの前方へのカーブは、グラスファイバー製のシェードと一連となったカーボンファイバーの支柱の柔軟性によって得られました。この様にしてユニークでスケール外の照明器具が誕生し、調和的な振動もデザインの一環です。

- 「*Tress — Marc Sadler, 2008*」

p. 175

構造上の役目を持つファイバー製のオーバーラッピングされた幅の異なる5本のリボンは、伝統的なアラビア風の穴の開いた金属製の照明器具に新しいリルクを与え、グラスファイバーとカーボンのストリップによって作られた円筒形の柱のデザインは、壁と天井に反映された光と影の遊びに変化をもたらします。

- 「*Manolo De Giorgi*」

p. 176

Manolo De Giorgi, 建築家、1989年、ミラノに彼の研究所を設立し、改築、インテリアデザイン、ベースデザインを専門に活動している。雑誌「*Modo e Domus*」の編集者も務めた。また数々の展覧会の監修を手掛けた： *Techniques Discrètes* (1991年)、 *45-63: Un Museo del Design in Italia* (1995年)、 *Marco Zanuso* (1999年) *Camera con vista* (2007年)、 *Olivetti: Una bella società* (2008年)、 *Magnificenza e Progetto* (2009年)、またその際に関連カタログの編集も行った。 *Carlo Mollino: interni in piano-sequenza* (Segesta, 2004年)、 *Design* (Zanichelli, 2007年)、 *Enzo Mari (Il Sole/24 Ore, 2011年)*の著者でもある。2010年からは財団法人 *Bassetti*とコラボレーションを開始し、演劇*Mani grandi senza fine* (Piccolo Teatro Milano, 2011年)そして動画 *Avanti Artigiani* (2014年)等の新しい表現的なメディアを通じた手工業とデザインの関係を研究している。

- 「*Gianluca Vassallo*」

p. 176

*Gianluca Vassallo*は、イタリアのサルデーニャ島にある*San Teodoro*に住まい、そこを拠点に活動を行っている。彼が気分を害する

- 「*Biografie (バイオグラフィー)*」

- 「*Stefano Micelli*」

p. 176

*Stefano Micelli*は、ヴェネツィアにあるCa' Foscari大学の経済学部のe-businessの教授である。中小企業とイタリアの工業地帯における新しいテクノロジーの普及をテーマにした研究を20年間続けている。デジタルと製造におけるリサーチの分野において、*Banca IFIS*や財団法人 *Make-in-Italy*とのコラボレーションにより行われた数々のプロジェクトの指揮を取り、更に、デジタルと新しい製造のテーマとリンクしたhocセッションの発展に関した「*Maker Faire*」のイタリアエディションを三回に渡って監修した。異なる書籍や記事を執筆し、その中には「*Futuro Artigiano, L'innovazione nelle mani degli italiani*」があり、手工業とグローバル経済の間におけるポジティブな混成のテーマにおいて *Compasso d’Oro ADI*で賞を受けた。

- 「*Manolo De Giorgi*」

p. 176

Manolo De Giorgi, 建築家、1989年、ミラノに彼の研究所を設立し、改築、インテリアデザイン、ベースデザインを専門に活動している。雑誌「*Modo e Domus*」の編集者も務めた。また数々の展覧会の監修を手掛けた： *Techniques Discrètes* (1991年)、 *45-63: Un Museo del Design in Italia* (1995年)、 *Marco Zanuso* (1999年) *Camera con vista* (2007年)、 *Olivetti: Una bella società* (2008年)、 *Magnificenza e Progetto* (2009年)、またその際に関連カタログの編集も行った。 *Carlo Mollino: interni in piano-sequenza* (Segesta, 2004年)、 *Design* (Zanichelli, 2007年)、 *Enzo Mari (Il Sole/24 Ore, 2011年)*の著者でもある。2010年からは財団法人 *Bassetti*とコラボレーションを開始し、演劇*Mani grandi senza fine* (Piccolo Teatro Milano, 2011年)そして動画 *Avanti Artigiani* (2014年)等の新しい表現的なメディアを通じた手工業とデザインの関係を研究している。

- 「*Gianluca Vassallo*」

p. 176

*Gianluca Vassallo*は、イタリアのサルデーニャ島にある*San Teodoro*に住まい、そこを拠点に活動を行っている。彼が気分を害する

ので、彼のことを写真家と呼んではならない。関係性とプロセスの様に焦点を当てたビデオ、サウンド、写真、インスタレーションを通じて表現活動を行い、多くの彼の作品はイタリア国内や海外の協会やギャラリーで展示された。その中には、*Caleum Gallery*, ニューヨーク (2017年); *Fondazione di Sardegna*, カッリャリ (2016年/2017年); *Portuguese Pavilion* (ヴェネツィア建築ビエンナーレ)、ヴェネツィア (2016年); *Museo dell’Emigrazione*, アズーニ (2016年); *Foscarini Spazio Soho*, ニューヨーク (2015年と2016年); *Palazzo della Penna*,ペルージャ (2014年); *Schauwerk Museum*, ジンデルフィンゲン(2013年と2014年); *Museo MAN*, ヌーオロ(2014年); *Stadtgalerie*, キール (2014年); *Temple of Hadrian*,ローマ (2013年); *Masedu Museo*,サッサリ (2013年); *Fondazione Meta*,アルゲーロ (2013年); *Museo MART*, ロヴェレート(2012年); *PAN*, ナポリ (2010年)があり、また2013年の *Premio Terna*で受賞し、2014年の*Premio VAF*で特別賞を受けた。彼のバブリックアートプロジェクトには、*Exposed* (2013年), *Shoot Me Orlando* (2016年), *La Città Invisibile* (2016年)が含まれる。彼は又、自ら創設しアートディレクターを務める*White Box Studio*を通じて、彼や他の才能ある者の作品をインダストリアルデザイン、ファッション、出版業界に関する会社や、文化的団体に提供している。

- 「*Massimo Gardone / Azimut*」

p. 177

*Massimo Gardone*はプロの写真家で、画像のクリエイティブな解釈を専門とし、商業的もしくは出版的なプロジェクトと純粋な探求を区別した活動を行っている。長年グラフィック、ビデオ、デザインをミックスした視覚的コミュニケーションに携わり、まるでそれらがサウンドの様な感覚で写真を用いてイメージを形作る。著名なイタリア人のグラフィックデザイナーとコラボレーションを行い、高級ブランドの広報活動に貢献した。 *Infinity*ビデオの企画と同様に、*N+N Corsino*のビデオの写真ディレクターでは質の高い仕事が称賛され、2011年度の*Compasso d’Oro ADI*と*Inspire*では選外佳作賞を受賞したが、どちらも*Foscarini*のための作品が認められた。イタリアや海外の博物館やギャラリーにおいての個展や、コレクティブな展覧会に作品

が展示された。

- 「*Artemio Croatto / Designwork*」

p. 177

視覚的コミュニケーション、グラフィックデザイン、コーポレートアイデンティティ、芸術監修: 2002年、ウーディネにアートディレクター *Artemio Croatto* によって設立された*studio Designwork*の活動範囲は、これら全ての分野に及ぶ。顧客には国内外で名を知れる有名ブランド、大手出版社、文化的機関等がある。2010年に*Foscarini*は*Artemio Croatto*を、2014年に*Compasso d’Oro ADI*で賞を受けた出版プロジェクト「*Inventario*」のアートディレクターに抜擢した。2013年にはロヴェレートにある博物館*MART*や、*Designwork*に様々な展示会やカタログの画像管理と情報伝達を委任した出版社*Mondadori Electa*とのコラボレーションが開始された。 *Hearst Magazine Italia*では雑誌「*Home*」のグラフィックプロジェクトの企画や、「*Elle Decor Italia*」のレスタイリングを委任した。2016年には*Galleria Nazionale d’Arte Moderna e Contemporanea di Roma*のロゴ製作とイメージコーディネートを行い、その後、彼の事務所は博物館の展示会やイベントの広報に携わるようになった。2017年には*Treccani*は*Treccani.it*のポータルのグラフィックのレスタイリングを委任し、また、ビエンナーレは彼に、ヴェネツィア映画祭の展示会のグラフィックイメージとオーブニングクレジットの制作を委任した。

DE → Virtuosität — In der vierten industriellen Revolution ist die Welt des italienischen Designs aufgerufen, ihren „Humanismus“ wiederzufinden und die Idee einer rein technologisch orientierten Produktion hinter sich zu lassen.

“Das kann man nicht machen” — Warum dieses Buch — Carlo Urbinati, Foscarini Founder and President p. 004

Foscarini setzt Design- und Lichtideen um, die ohne jede Produktionsbeschränkung aus der Freiheit von Forschung, Ausdruck und Entwicklung entstehen. Foscarini ist nämlich seit seiner Gründung ein Unternehmen ohne Fabrik, also frei, um für die Umsetzung jeder neuen Idee geeignete Materialien und Produktionstechniken zu erforschen und damit Handwerksbetriebe im Gebiet zu betrauen. Manchmal passiert es, dass die Präsentation eines unserer Entwürfe ein entschiedenes: „Das kann man nicht machen“ erntet: Wir von Foscarini hoffen dann, dass wir auf dem richtigen Weg sind, denn wir haben gelernt, dass dieser Satz oft „Das haben wir noch nie gemacht“ bedeutet. Mit dem Vorteil, nicht den Grund dafür zu kennen, beginnen wir gemeinsam Möglichkeiten, Geheimnisse und Gefahren alter oder neuer Technologien zu erforschen. Dieses Buch erzählt anhand des Fotoprojekts von Gianluca Vassallo und der kritischen Beiträge von zwei Experten, Stefano Micelli, Ökonom, und Manolo de Giorgi, Designkritiker, wie einige dieser Ideen zu erfolgreichen Produkten wurden. Wir haben sie gebeten, die Begegnung zwischen Foscarini, den Designern und den

Handwerksbetrieben, dem wahren Schatz des italienischen „Made in Italy“-Designs, darzustellen. Wir sind stets von den einzigartigen Dingen fasziniert, die man mit den Händen kreieren kann, und von der Tatsache, dass man zu oft vergisst, wie anziehend und wichtig sie sind.

Making Design (Design heute) — Stefano Micelli, p. 008

Die Entstehung einer Leuchte

Um mehr über die Entstehungsgeschichte von Mite zu erfahren, treffe ich Marc Sadler in der Fertigungsstätte von FAPS – jenem Unternehmen in Fiume Veneto in der Provinz Pordenone, wo die Leuchte entwickelt wurde und bis heute gefertigt wird. Die Planung und Entwicklung von Mite reicht bis zum Ende der 1990er-Jahre zurück. Den Ausgangspunkt für das Projekt lieferten die neuen Möglichkeiten innovativer Materialien wie Glas- und Kohlenstoff-Faser. Sadler hatte bereits einen Prototypen entwickelt: eine Stehleuchte mit einem Autoscheinwerfer an der Spitze. Eine Idee, die es wert war, sie zusammen mit jemandem weiterzuentwickeln, der die entsprechenden Materialien kannte und verarbeiten konnte.

Unser Gespräch beginnt im kleinen Sitzungssaal neben dem Eingang des Unternehmens. Doch schon nach wenigen Minuten gehen wir weiter, um uns einige der Arbeitsschritte, die der Leuchte noch heute ihre Form verleihen, aus der Nähe anzusehen. Uns begleiten Maurizio Onofri, Eigentümer von FAPS, und Giorgio Valeri, der in den vergangenen Jahren die Versuche von Sadler begleitete. Die von den Technikern von FAPS eigens angepassten

Maschinen aus nächster Nähe zu sehen, die Arbeiterinnen dabei zu beobachten, wie sie mit gekonnten Handgriffen, ähnlich denen einer Schneiderin, die Fasern von Mite ausstreichen, bevor diese in eine Art Ofen kommen, und bei der abschließenden Fertigstellung des Produkts dabei zu sein, hilft mir, das Projekt Mite besser zu verstehen.

Aber gehen wir einen Schritt zurück und werfen wir einen genaueren Blick auf FAPS. Das Unternehmen setzt Ende der 1980er-Jahre auf Verbundwerkstoffe – damals eine absolute Neuheit. Nach umfangreichen Überlegungen zur möglichen Nutzung dieser Innovation entschließt man sich, in die Produktion von Sportangeln zu investieren – bis zu 15 Meter lange Ruten, die sich durch hohe Stabilität und ein geringes Gewicht auszeichnen. Die Herstellung von Angelruten sowie andere Formen der Verarbeitung von Kohlenstoff-Fasern für externe Auftraggeber sind für einige Jahre das Hauptgeschäft des „Start-up“-Unternehmens. Ende der 1990er-Jahre beginnt man, Verbundwerkstoffe auch im Bereich der Möbelherstellung einzusetzen. Das Potenzial von Glas- und Kohlenstoff-Fasern wird nunmehr nicht allein zur Fertigung von Produkten mit besonderen technischen Eigenschaften genutzt, sondern auch für andere Zwecke, nicht zuletzt zur Entwicklung von neuen ästhetischen Lösungen. Vor diesem Hintergrund beginnt die Zusammenarbeit zwischen Foscarini und Marc Sadler.

Während wir zwischen den Maschinen und Handwerkern von FAPS umhergehen, erzählt Sadler von den Diskussionen zwischen ihm und Maurizio Onofri und von der Leidenschaft, mit der der Unternehmer drei Jahre lang die ebenso anstrengenden

wie faszinierenden Versuche begleitete. Es ist schwer, sich ein multinationales Unternehmen mit einer wachsenden Controlling-Abteilung vorzustellen, das so aufwändige und teure Versuchsreihen zulässt. Es braucht auch immer wieder ein „Höchstmaß an Unvernunft“, um die tatsächlichen Möglichkeiten eines Materials und einer Technologie zu entdecken, erinnert sich Sadler. Es braucht viele Samstage, an denen man über alternative Prototypen nachdenkt, und viele Abende, an denen man sich auf Wege abseits der Norm einlässt. Damit die Aufgabe gelingt, sind Leidenschaft und Hartnäckigkeit erforderlich. Aber nicht nur. Es braucht auch ein Unternehmen, in diesem Fall Foscarini, das finanzielle und zeitliche Grenzen setzt, damit all diese Anstrengungen auf ein marktfähiges Produkt ausgerichtet werden und nicht nur eine reine Spielerei von Bastlern bleiben.

Nach drei mühevollen Jahren, nach zahlreichen Versuchen mit dem Material und diversen Prototypen, in denen man sich schrittweise dem fertigen Produkt näherte, präsentierte man schließlich die Leuchte Mite. Diese wurde im Jahr 2001 mit dem Compasso d’Oro ausgezeichnet. Marc Sadler betonte dabei stets die Bedeutung der Arbeit von FAPS und würdigte insbesondere den Verdienst der Mitarbeiter, die zu der endgültigen Gestaltung und der Qualität des Projekts entscheidend beigetragen haben. Die Arbeit der Mitarbeiter war fundamental, und doch weiß die Öffentlichkeit wenig darüber, so wie auch ihre Bedeutung oftmals schändlich unterschätzt wird.

Das große Comeback

Die Geschichte der Leuchte Mite ist für das italienische Design nicht besonders außergewöhnlich. Geht es um die Entwicklung neuer Produkte durch namhafte Designer, so kann man in Italien im Bereich der Fertigung von Prototypen seit jeher auf ein überraschend breites Portfolio von Kompetenzen zurückgreifen. Eine Vielzahl kleiner Unternehmen und Handwerksbetriebe ermöglicht es, aus ersten Entwürfen schnell dreidimensionale Modelle zu erzeugen. Das gilt auch für die Lichtbranche, in der traditionelle Werkstoffe wie mundgeblasenes Glas ebenso zum Einsatz kommen wie innovative Verbundmaterialien. Über viele Jahre waren diese Kenntnisse ausschlaggebend für die Entwicklung des italienischen Designs. Ohne dass sich daraus jedoch eine Kultur entwickelte, in der die unternehmerischen und handwerklichen Akteure – die einen wesentlichen Beitrag zur Evolution des gesamten Sektors geleistet haben – Anerkennung erfuhren oder bekannt wurden.

Heute sind wir aus unterschiedlichen Gründen dazu aufgerufen, über die Bedingungen für ein neues Narrativ nachzudenken. Den Ausgangspunkt für die „Neuerzählung“ des italienischen Designs bildet die Notwendigkeit, den Wert der angebotenen Gegenstände zu erklären und zu belegen – vor dem Hintergrund eines internationalen Markts mit zunehmend kritischeren und informierteren Kunden. Wenn wir heute über handwerkliche Arbeit nachdenken, die hinter der Produktion von Leuchten wie Mite (und anderen Produkten mit ähnlicher Entstehungsgeschichte) steht, dann deshalb, weil

der Käufer eines Produkts darin die Zeichen einer Materialkultur und eines Know-hows erkennen möchte, die Objekte mit Bedeutung und historischem Bezug entstehen lassen. Die handwerklichen Kenntnisse und Fähigkeiten, die die Arbeit des Designers erweitern und ergänzen, sind ein charakteristisches Qualitätsmerkmal italienischer Produkte auf dem Weltmarkt. In einer Welt, in der es von Ideen und Inspirationen aller Art nur so wimmelt und die Zahl von „Hackatons“ und „Elevator Pitches“ beständig steigt, muss dringend an die Bedeutung von Unternehmen wie FAPS erinnert werden. Unternehmen, die in der Lage sind, Ideen und Entwürfe der Designer zu bereichern und umzusetzen.

Die Fertigung von Prototypen ist eine Aufgabe, die sich nicht allein darauf beschränkt, die Qualität des Endprodukts zu sichern. Was die Geschichte von Mite und ähnlichen Projekten zeigt, ist, dass der Beitrag der produzierenden Unternehmen und der Handwerker auch in einer Beurteilung der technischen und wirtschaftlichen Machbarkeit in Bezug auf den Produktionsprozess besteht. Was auf dem Markt präsentiert wird, ist nicht nur ein kohärentes, funktionelles Produkt. Es ist auch ein Produkt mit einem vernünftigen Preis-Leistungsverhältnis. Dank Verarbeitungsprozessen und –techniken, die sowohl in puncto Material als auch Arbeitseinsatz Nachhaltigkeit garantieren. Derjenige, der daran mitwirkt, dem Projekt seine endgültige Form zu verleihen, ist derselbe, der schließlich für die Produktion dieses Produkts – in kleinem oder großem Stil – verantwortlich zeichnet. Das besondere Augenmerk für Aufwand und Machbarkeit sichert damit die

wirtschaftliche Nachhaltigkeit für den Hersteller.

Es versteht sich, dass der dritte Erfolgsfaktor für ein Qualitätsprodukt die Sorgfalt ist, die der Auftraggeber der Entwicklung des Projekts widmet. Das Gespann Designer/Prototypenbauer erfährt Unterstützung, aber auch Einschränkungen durch den Auftraggeber. Die Fähigkeit, eine Idee in ihrer Entwicklung zu begleiten, bis hin zum fertigen Produkt, erfordert einen nicht zu unterschätzenden Einsatz. Die Rolle des Unternehmers/Verlegers ist in der Dynamik zwischen Designer und Entwickler während aller Phasen der Entwicklung von entscheidender Bedeutung. Innovative Produkte zu entwickeln und umzusetzen, erfordert stets ein Aufeinandertreffen unterschiedlicher Perspektiven und Kenntnisse. Das Unternehmen, das ein Produkt auf den Markt bringt, hat die Aufgabe, die verschiedenen Parteien immer wieder neu zu animieren und dabei immer auch die Bedürfnisse des Markts, die Vertriebskanäle und die Rolle der Medien im Blick zu behalten.

Vorhang auf

Um die Bedeutung eines Projekts wie Mite und darüber hinaus eines großen Teils der Produktion von Unternehmen wie Foscarini deutlich zu machen, ist es notwendig, das Binom Unternehmen-Designer zu überwinden und gleichzeitig das handwerkliche Know-how wieder stärker zu betonen, das die Grundlage des Erfolgs von Möbeln und Leuchten „Made in Italy“ bildet. Dabei geht es nicht um fehlenden Respekt gegenüber den zahlreichen Unternehmen und vielen Designern, die die Geschichte der Möbelproduktion in Italien geschrieben haben. Vielmehr

soll das Panorama um ein weiteres Element erweitert und um eine lang unterschätzte Komponente ergänzt werden. Es ist an der Zeit zu erkennen, dass dieses Element ein nur schwer zu erklärendes Maß an Kreativität und Vielfalt ermöglicht. Es ist ein Faktor, der es ermöglicht hat und nach wie vor ermöglicht, wirtschaftliche Ziele zu erreichen, die im Rahmen der traditionellen Industrien sonst nur schwer umsetzbar sind.

Für ein Unternehmen wie Foscarini sind die Anerkennung und Aufwertung der Rolle der eigenen Zulieferer in der Entwicklungsphase wie auch in der Fertigung ein wichtiger Schritt. Lange dachten wir, es wäre möglich, die Schaffung eines unternehmerischen Rufs von der Produktion abzukoppeln. Viele Jahre betrachteten wir die Marke – das Element, das die Werte und Ambitionen des Unternehmens kommuniziert – als eine Art „Vorhang“. Die Fertigung dahinter wurde vor den Augen der Endkunden verborgen. Sie galt als zu ungeordnet, zu komplex, zu problematisch, um in Szene gesetzt zu werden, vielleicht sogar vor einer internationalen Öffentlichkeit.

Die Zeiten haben sich geändert. Ein Designprodukt kauft, möchte verstehen, warum ein Objekt mehr kostet als ein anderes, worin sein Wert begründet liegt. Er gibt sich nicht mehr mit allgemeinen Qualitätsversprechen zufrieden, die in Anzeigen in Hochglanzmagazinen immer wieder wiederholt werden. Er möchte mehr. Er möchte die tatsächliche Qualität eines bestimmten Produkts und eines bestimmten Produktionsverfahrens begreifen. Er möchte die Werte und die Kultur kennen, die hinter einem bestimmten Erzeugnis stehen, ebenso wie die Menschen und Orte, die zu seiner Entstehung

beigetragen haben.

Das bedeutet nicht, dass die Marke als Konzept obsolet geworden ist. Im Gegenteil. Was heute immer deutlicher als überholt erscheint, ist die Herangehensweise, mit der viele Unternehmen ihr Image aufgebaut haben. Von der Leidenschaft, dem Einsatz und dem Know-how zu erzählen, die die Entwicklung von Produkten wie Mite erst möglich gemacht haben, und diese Elemente weiter in den Vordergrund zu rücken, ist in der heutigen Möbelindustrie von entscheidender Bedeutung für den Wert eines Produkts in seiner Gesamtheit. Der Vorhang hebt sich. Die Szene erwacht zum Leben.

Es gilt eine neue Geschichte zu erzählen. Nein, nicht eine, sondern viele. Denn jedes Produkt, das Foscarini auf den Markt gebracht hat, hat Phasen der Unsicherheit, Fehler und Fehlschläge hinter sich. Phasen, die es wert sind, der Öffentlichkeit vorgestellt zu werden – sind sie doch Teil des Erfahrungsschatzes und damit der Geschichte eines Unternehmens sowie Zeugnis der Sorgfalt und Leidenschaft, mit der ein Unternehmen seine Produkte fertigt.

Handwerkskunst und zeitgenössisches Design

Rodolfo Dordoni war von 1988 bis 1993 Art Director von Foscarini. Eine kurze Zeit, um der Produktion in ihrer ganzen Komplexität eine einheitliche Richtung zu geben, aber dennoch lang genug, um einige Projekte zu entwickeln, die den Weg des venezianischen Unternehmens kennzeichnen würden. Es ist die Zeit, in der Teile der Lichtbranche bereits neue Strategien umsetzen und sich auf dem Markt mit starken und innovativen Entscheidungen behaupten. Unternehmen wie Vistosi und Barovier&Toso hatten bereits ihre eigene Handschrift. Eine

individuelle Handschrift, die Foscarini noch fehlte. Man benötigte ein Produkt, das der Arbeit des Unternehmens eine Richtung geben und ein klares Signal an den Markt senden konnte. Die von Rodolfo Dordoni entwickelte Leuchte Lumiere repräsentiert daher das ästhetische Manifest von Foscarini und eröffnet ein bedeutendes Kapitel in der Geschichte des Unternehmens.

Der Entwurf zu Lumiere entsteht im Jahr 1990, in Zusammenarbeit mit dem Unternehmen Vetrofond, das kurz zuvor von Murano auf das venezianische Festland umgezogen war. Der Tradition der Glasbläserei eng verbunden, möchte Foscarini sein Gespür für den Puls der Zeit mit einem Entwurf unter Beweis stellen, der die charakteristische Poesie von mundgeblasenem Glas mit moderner Technologie verknüpft. Die Idee nimmt in Form einer einfachen Skizze Gestalt an: ein „Hut“ aus mundgeblasenem Glas auf einem Gestell aus Aluminiumdruckguss. Von der Idee zur Entwicklung des Produkts dauert es nicht lang. Das Endprodukt verbindet zwei Welten – die des traditionellen Handwerks, durch den Bezug zur venezianischen Tradition der Glasbläserei, und die der Industrie, durch den Einsatz von innovativem Aluminium. Der Trend wies in Richtung einer Ästhetik, die verstärkt auf dem Einsatz neuer Werkstoffe beruht, erzählt Dordoni. Foscarini schlägt eine Brücke zwischen zwei unterschiedlichen Welten und stellt eine originelle Balance her, die zum charakteristischen Merkmal eines immer noch erfolgreichen Projekts wird.

Zwanzig Jahre später erfährt die Leuchte ein Restyling, wieder federführend geleitet von Rodolfo Dordoni. Es ist die Gelegenheit, eine neue Reihe innovativer

Varianten zu entwickeln, von denen sich einige explizit an ein Nischenpublikum richten. Neue farbliche Ausführungen entstehen, eine Variante mit verspiegeltem Glas wird eingeführt, Proportionen und Optik werden für die Modelle XXS und XXL angepasst. Ziel ist es nicht, eine neue Leuchte zu entwickeln, sondern derselben Leuchte einen neuen „Touch“ zu verleihen. Der Zeitgeist weist nun in eine andere Richtung als beim Ursprungsentwurf. Im Mittelpunkt stehen jetzt handwerkliches Know-how und die erkennbar hohe Qualität der Verarbeitung, die Vetrofond auszeichnet.

Die Ursachen für diese Entwicklung liegen in einer Sensibilisierung des Markts begründet, der große Umbrüche erlebt. Im Gegensatz zu früher suchen Käufer von Leuchten nun ein Produkt, das auf ehrliche Weise seine spezifischen Eigenschaften und seinen kulturellen Bezüge erkennen lässt. Das bedeutet jedoch nicht unbedingt, dass nur von Hand gefertigte Produkte gesucht werden, wie auch Dordoni betont: „Der Markt verlangt ein Produkt, das ein Gefühl vermittelt, häufig mit Details und Besonderheiten verknüpft, die auf eine handwerkliche Fertigung zurückzuführen sind.“ Es ist eine Frage der Ehrlichkeit. Es muss kommuniziert werden, welche Rolle handwerkliche Verarbeitung für die Fertigung des Produkts spielt und auf welche Weise dieser Aspekt für den geschulten Blick erkennbar wird.

Qualität im Wandel

Ein neues Konzept von Qualität. Ausgangspunkt für eine der zentralen Herausforderungen in der Welt des italienischen Designs: Vor diesem Hintergrund ist Italien aufgerufen, einen entsprechenden Wertekanon

zu entwickeln. Jahrelang richteten italienische Unternehmen ihren Blick nach Deutschland, wenn es um Qualität im Sinne einer strengen Einhaltung technischer Standards ging. Heute haben viele italienische Hersteller die entsprechenden Standards längst erreicht und auf der Möbelmesse in Köln präsentieren sich die Produzenten des „Made in Italy“ inzwischen selbstbewusst. Doch die italienischen Unternehmen sind aufgerufen, mehr zu bieten. Mit qualitativ hochwertigen Produkten, die Emotionen vermitteln, den kulturellen Wert von Know-how kommunizieren und eine empathische Verbindung von verschiedenen Lebensstilen und sozialen Modellen ermöglichen.

Wie können wir die Vorstellung von Qualität als Ergebnis von Standardisierung überwinden und ein Konzept schaffen, das Qualität auch als Bezugspunkt für soziale und kulturelle Beziehungen versteht? Die Diskussion ist nicht neu. Einige dieser Themen standen bereits vor über hundert Jahren im Zentrum der Überlegungen der Arts-and-Crafts-Bewegung, die das gesamte vergangene Jahrhundert mal mehr, mal weniger stark prägten. John Ruskin und William Morris waren der Ansicht, dass sich Qualität nicht auf die schlichte Einhaltung exekutiver Parameter beschränkt, sondern dass sie vielmehr mit der Aufwertung durch die Subjektivität des Herstellers in Verbindung steht, mit der Möglichkeit, eine lebendige und intensive Verbindung mit der individuellen Sensibilität und Kultur des Produzenten eines bestimmten Erzeugnisses herzustellen. Ein Bildhauerlehrling, der auf der Baustelle einer gotischen Kathedrale arbeitete, hinterließ mit seinem individuellen Stil bei der Feinbearbeitung eines Wasserspeiers

persönliche Spuren seiner Beteiligung an einem großen Gemeinschaftsprojekt. Wenn wir diese Kathedralen betrachten, sehen wir ein Volk in Bewegung, eine Gruppe von Menschen, die sich an einer gemeinsamen Anstrengung beteiligt, die über den Wert der individuellen Beiträge hinausgeht, und diese dennoch miteinbezieht und respektiert. Die italienischen Hersteller sind aufgerufen, auf dieselbe Weise die Inspirationen und Fähigkeiten der verschiedenen Akteure nach vorne zu bringen, die in die Fertigung einer Leuchte, eines Schanks oder einer Küche involviert sind. Die gesamte Produktionskette muss in der Lage sein, den Zeichen dieser Ausdrucksfähigkeit Raum zu bieten und sie dem Markt in verständlicher Form zu präsentieren. Insbesondere der Designer hat die Aufgabe, diesbezüglich einen gewissen „Spielraum“ zu gewähren, ohne dass dadurch jedoch der Produktionsprozess und die Qualität des Gesamtergebnisses beeinträchtigt werden.

Auch in anderen Bereichen ist dieser Anspruch an Qualität zu einem charakteristischen Merkmal des Produkts geworden. In der Welt der Mode und Luxusartikel wurde der Verweis auf das Handwerk zum Instrument der Wahl, um den häufig überraschend hohen Preisunterschied zu rechtfertigen. Große Luxusmarken haben gelernt, die spezifischen Kompetenzen, die für ihre Produktion Voraussetzung sind, in Szene zu setzen. Aus diesem Grund förderten sie gezielt das wiederaufflammende Interesse für handwerkliche Arbeiten und trugen dazu bei, die wirtschaftliche und soziale Rolle des Handwerks neu zu denken. In vielen Fällen ging dieses Engagement über den Wirkungskreis des einzelnen Unternehmens hinaus.

Man unterstützte Schulen, Ausstellungen, Stiftungen, die dazu beigetragen haben, den Wert von handwerklichem Know-how neu zu entdecken und ein Qualitätskonzept zu vermitteln, das auf menschliche Kompetenzen abstellt. Wenn heute viele Modehäuser und Luxusmarken ihre Produkte zu sehr hohen Preisen anbieten können, dann deshalb, weil in den vergangenen Jahren der Zusammenhang zwischen Stil, Designentwicklung und Know-how erneut ins Blickfeld gerückt ist.

Aufgrund der Tradition der italienischen Designindustrie ist diese Strategie in diesem Bereich nur schwer umsetzbar. Der Beitrag des handwerklichen Know-hows dient hier nicht dazu, eine höhere Qualität zu rechtfertigen, sondern vielmehr als Zeugnis der besonderen Fähigkeit italienischer Hersteller, Vielfalt und individuelle Lösungen anzubieten. Und zwar durch die bewusste Kombination der Ergebnisse industrieller Standardisierungsverfahren und der individuellen Beiträge Einzelner.

So muss die Evolution der Welt des Designs Hand in Hand mit der Weiterentwicklung jener kleinen und mittleren Unternehmen erfolgen, die als Zulieferer agieren. Dabei gilt es, Elemente eines rationalen Managements ebenso wie erkennbare Elemente einer handwerklichen Verarbeitung zu fördern. Es gilt, eine digitale Kultur zu entwickeln, die mit der Zeit geht und den menschlichen Beitrag auf wirtschaftlich nachhaltige Weise erhält. Je mehr von Design gefordert wird, Details zu beinhalten, die von Expertenhand gefertigt werden können, umso mehr werden die Unternehmen und Zulieferer der Designbranche dazu angehalten sein, ihre Verarbeitungsprozesse zu überdenken. Es geht darum, die Automatisierung und digitale Rationalisierung

voranzutreiben und zugleich die Erfahrung und manuelle Kompetenz traditioneller Handwerker weiterzuentwickeln. Es ist wahrscheinlich so, dass wir uns mit einer hoch entwickelten und organisierten Handwerkskunst internationale Wertschätzung sichern können. Sie ist das zentrale Element in der Planung und Organisation einer alternativen Form der Produktion. Sie ist unsere größte Stärke, aber vielleicht definiert sie auch unsere Grenzen.

Eine Ästhetik der Vielfalt

„Als wir mit dem Projekt begannen, aus dem später die Leuchten der Serie Rituals entstehen sollten, dachten wir zu allererst an eine Empfindung.“ Wenn Roberto Palomba von der Entwicklungsgeschichte einer der erfolgreichsten Foscarini-Leuchten erzählt, erinnert er an die gewaltige kreative Vorstellungskraft, die dafür erforderlich war, und wie daraus nach zwei Jahren Arbeit ein raffiniertes Objekt aus Glas entstand. Ziel war es, eine Leuchte zu entwickeln, die ein lebendig wirkendes Licht verströmt. Die uns im Alltag zu Hause begleitet und uns die Sorgen der Welt vergessen lässt. Ein vibrierendes Licht, wie es nur mit Glas möglich ist.

Der Weg bis zur Fertigstellung des Prototyps war nicht einfach. Die ursprüngliche Idee erhielt Unterstützung durch die Erfahrung von Giancarlo Moretti, dem Gründer und – bis heute – Geschäftsführer von Vetrofond. Die Rillen der Leuchte sollten das Licht durchscheinen lassen, um der ursprünglichen Idee gerecht zu werden. Auch die Wahl der Farbe – Weiß – stellte eine Herausforderung für die Fertigung des Prototyps und die anschließende Serienproduktion dar. Und schließlich mussten

die Form und die weiteren Bearbeitungsschritte so gestaltet sein, dass der Marktpreis der Leuchte für eine breite Masse potenzieller Käufer leistbar blieb. Das Ergebnis war Rituals. Seit 2013 führt Foscarini die Leuchte nun im Programm – das Ergebnis eines offenen Dialogs unter Akteuren mit demselben Sinn für Qualität.

Was bei Giancarlo Moretti beeindruckt, ist seine Fähigkeit, Handwerk und Management miteinander zu verbinden, handwerkliches Know-how und Kostenbewusstsein. Die Glasbläserei in Casale sul Sile ist ein magischer Ort, an dem Glasbläsermeister und ihre Assistenten – die Serventi und Serventini – zwischen den Öfen und Plätzen umherschwirren wie in einem ewigen Tanz. Man fragt sich, wie so viele Personen auf so beengtem Raum arbeiten können, ohne sich gegenseitig zu behindern. Dieser „Tanz“ der Männer und Glasstäbe, der selbst diejenigen fasziniert, die mit dem Alltag in einer Glasbläserei vertraut sind, ist alles andere als ein Durcheinander.

An jedem Arbeitsplatz findet sich ein Handwerker, der auf einige bestimmte Verarbeitungsformen spezialisiert ist, um die persönlichen Fähigkeiten eines jeden Einzelnen optimal nutzen zu können. Und hier und dort finden sich auch unerwartete technologische Neuerungen, die den Mitarbeitern repetitive Arbeiten ohne besonderen Mehrwert abnehmen.

Giancarlo Moretti ist mit Vetrofond in gleich zwei Bereichen absolut führend. Er ist sich bewusst, dass das Know-how des Unternehmens ein Versprechen für Hersteller darstellt, die ein innovatives Produkt entwickeln möchten. „Wenn wir bei Vetrofond in einem Jahr 100 Entwürfe für neue Projekte erhalten, dann setzen wir 98 davon auch um. In anderen Glasbläsereien

kommt man kaum auf 20.“ Die Erfahrung, die Moretti in 50 Jahren in langjährigen Kooperationen mit den wichtigsten italienischen Designunternehmen gesammelt hat, macht ihn zu einem gefragten Partner für die anspruchsvollsten Designer. Der Beitrag von Vetrofond beschränkt sich allerdings nicht allein auf die Produktentwicklung. Die Mühen, die in den vergangenen Jahren in die Organisation gesteckt wurden, machen das Unternehmen heute zu einem Musterbeispiel für wirtschaftliche Rationalität, wenn es um die Reduktion der Kosten und die Pünktlichkeit der Lieferungen geht. Das handwerkliche Know-how, über das Vetrofond verfügt, wird optimal genutzt und die entsprechenden Abläufe sind so organisiert, dass die Glasbläserei mit anderen Formen der industriellen Verarbeitung im engeren Sinn des Wortes durchaus konkurrieren kann. Beeindruckend ist auch das kontinuierliche Streben nach weiteren Verbesserungen wie auch das Augenmerk für die Handelsspannen, die das Unternehmen bieten kann. Das Engagement von Vetrofond auf organisatorischer und technologischer Ebene ermöglicht es dem Unternehmen heute, einzigartige Produkte zu leistbaren Preisen zu fertigen. Ein Beispiel, auf das die gesamte Designbranche stolz sein sollte.

Die Freude am Experimentieren

„Das geht nicht“: Die Entwicklung der Leuchte Aplomb stieß zu Beginn auf nicht wenige Probleme. Der Kommentar „Das geht nicht“ prangt noch heute auf einem Ausführungsplan, den Paolo Lucidi und Luca Pevere an Crea geschickt hatten,

das kleine Unternehmen aus Darfo, wo Aplomb seither ohne Unterbrechung produziert wird. „Das geht nicht“ hatte Giovanni Piccinelli auch seinen Söhnen Carlo und Ottavio geschrieben, nachdem er die Wandstärken gesehen hatte, die den beiden Designern aus Palmanova vorschwebten. Es ging um die erste Leuchte aus Zement mit diesen technischen Eigenschaften. Zwei Zentimeter waren zu wenig für traditionelle Verarbeitungsformen. Es war schwer, eine passende Form zu entwickeln und einen Werkstoff zu finden, der den Herausforderungen des spezifischen Projekts gerecht wurde. Das Unternehmen Crea kam aus der Baubranche, in der zweifellos andere Größenordnungen üblich waren und wo für die geometrischen Gussformen andere Maßstäbe galten. Wie sollte man mit etwas so Kleinem und Zartem umgehen?

Aber Giovanni Piccinelli war schon immer ein überaus neugieriger Handwerker. Ein Erfinder. Ein Entdecker. Wie viele andere große italienische Handwerker hat er nie die Freue am Ausprobieren und Experimentieren verloren. Mit neuen Mischungen und Werkstoffen zu experimentieren, war seit jeher seine Leidenschaft. Sein Wissen darüber, wie man Gussformen fertigt, verdankt Piccinelli seiner Passion und Hartnäckigkeit. Zunächst arbeitete er mit der Unterstützung eines Experten, dann als Autodidakt, wobei er viele seiner Wochenenden dafür aufwendete, immer wieder Neues auszuprobieren. Paolo Lucidi und Luca Pevere hatten es verstanden: Mit Unternehmern wie Giovanni Piccinelli zu arbeiten, ist ein Vergnügen. Probleme dienen hier nur als Vorwand, um sich dann mit Freude in die Suche nach originellen Lösungen zu stürzen. Die unmöglichsten

technischen Herausforderungen werden zu einem Grund, um gemeinsam zu diskutieren und nachzudenken.

Für junge Designer ist es wichtig, Partner dieser Art zu finden. Erfahrene Handwerker wissen bereits im Vorfeld, dass Produktionsmengen begrenzt sein werden. Sie gehen nicht davon aus, die Kosten für die ersten Versuche durch Skaleneffekte decken zu können. Dafür wissen sie, dass sie das, was sie im Rahmen des Projekts gelernt haben, für neue Projekte, vielleicht auch mit anderen Unternehmen, nutzen können werden. Das Wissen, das man im Zuge eines anspruchsvollen Projekts erwirbt, kann bereits im nächsten optimal genutzt werden. Die Erfahrung, die man mit einem bestimmten Produkttyp gemacht hat, dient als Ausgangspunkt für etwas Neues, etwa für Produkte anderer Branchen.

Und so war es auch. Seit der Entwicklung der ersten Gussformen für Aplomb hat Crea seinen Zugang zum Markt radikal geändert. Das Unternehmen, ursprünglich fest im Bau- und Konstruktionswesen verankert, wurde mit der Zeit zu einem der führenden Ansprechpartner für den Einsatz von Zement im Designbereich. Die Handwerker, die damals Villen und Wohnhäuser bauten, beschäftigten sich heute mit Gussformen für Leuchten, Tische und Stifthalter. Ein radikaler Richtungswechsel, im Einklang mit dem Talent des Unternehmens, Probleme auf innovative Weise zu lösen – indem es seine Kompetenzen im Bereich Forschung und Entwicklung aktiv für neue Herausforderungen der Auftraggeber zu nutzen versteht. Nach Foscarini folgten viele andere Unternehmen der Branche, die von den Kompetenzen und der Erfindungsgabe von Crea profitierten. Im Laufe

der Jahre konnten sich die experimentierfreudigen Handwerker als vollwertige Partner für die Fertigung exklusiver Designprodukte beweisen. Zu verdanken ist dies ihrem Fachwissen in Bezug auf einen Werkstoff wie Zement, der lange Zeit den Ruf hatte, für den Einsatz im Einrichtungsbereich weitgehend zu schwierig und zu anspruchsvoll zu sein.

Ein Projekt, das alle miteinbezieht

Die italienischen Designunternehmen, die wir heute „Verleger“ nennen, haben häufig bewusst davon abgelenkt, dass die Produktion nicht durch sie selbst erfolgt. Diejenigen, die sich für ein System entschieden hatten, das auf unabhängigen Designern und qualitativ starken Zulieferern basierte, waren sich der Stärken dieser Organisationsform bewusst, vermieden es aber, diese nach außen zu kommunizieren. Begründet liegt diese Zurückhaltung in einem Erbe aus der Vergangenheit, in der Unternehmen mit vertikaler Integration – bei der Produktion und Verkauf, Forschung und Entwicklung sowie der Vertrieb aus einer Hand erfolgen – als Vorbild gesehen wurden.

In den letzten Jahren trug die wirtschaftliche Diskussion jedoch zur Entwicklung eines neuen Standpunkts bei. Inzwischen hat sich die Idee eines netzwerkartig organisierten Unternehmens durchgesetzt und den Mythos einer Fabrik, die alle Produktionsschritte intern abwickelt, erfolgreich verdrängt. Viele Unternehmer sind sich dessen bewusst geworden, wie wichtig es ist, bestimmte Produktionsschritte auszulagern – aus Respekt vor Spezialisierungen und Kompetenzen, die innerhalb eines einzelnen Unternehmens nicht in derselben Form

abzudecken sind. Heute präsentiert sich das Konzept der offenen Innovation (engl. Open Innovation) diesbezüglich noch radikaler. Wir wissen, dass es in unserer Welt viele tolle Ideen gibt, die vielleicht von jungen, unabhängigen Talenten entwickelt wurden, ebenso wie großes Know-how, das es besser zu nutzen gilt. Es liegt am Unternehmer und seinen Mitarbeitern, den Wert dieser Kenntnisse und innovativen Kräfte zu erkennen und diese Kompetenzen – die sich zum Teil noch in der Embryonalphase befinden – in Marktwert umzuwandeln.

Der neue Zugang, den Foscarini aktiv mitgestalten möchte, nimmt diese Ausrichtung zur Kenntnis, um einen Schritt weiter zu gehen. Seit jeher zeigt sich das Unternehmen offen für talentierte Beiträge der begabtesten Designer und nutzt bewusst das Fachwissen von Unternehmen, denen es gelungen ist, spezielle fachliche Kompetenzen im Bereich der Verarbeitung zu bewahren und weiterzuentwickeln. Ziel ist es, den Wert anzuerkennen, der dank des Beitrags renommierter Designer geschaffen wurde, und zugleich die Rolle und Bedeutung des Know-hows sichtbar zu machen, das die Qualität und den ästhetischen Wert der Produkte ermöglicht hat. Vor allem in Bezug auf das dichte Netz an qualitativ starken Zulieferern fördert der Beitrag von Foscarini soziale und kulturelle Werte. Das Geflecht an Beziehungen und gemeinsamen Anstrengungen, das so ehrgeizige Projekte möglich macht, verdient es, der Öffentlichkeit vorgestellt zu werden und mehr allgemeine Wertschätzung zu erfahren. Alle Beteiligten müssen entsprechend gewürdigt werden.

Der Grund für dieses Engagement – die Arbeit

sichtbar zu machen und diese Erfahrungen zu teilen – hat mit einem veränderten Konzept von wirtschaftlichem Wert zu tun. Wer ein Designobjekt erwirbt – sei es eine Leuchte wie Mite oder Tress, um aus dem Programm von Foscarini zu zitieren –, benötigt nicht einfach einen Gegenstand, der Licht macht. Er sucht im Allgemeinen nicht nach einer technischen Lösung für ein Problem. Wer diese Objekte kauft, sucht neue soziale und kulturelle Anregungen, für die raffinierte und originelle Produkte als Medium dienen. Die Objekte, die die Marke „Made in Italy“ in der Welt berühmt gemacht haben, erfüllen diese Art von Bedürfnis. Sie dienen als Bindeglied zwischen unterschiedlichen Empfindungswelten und Kulturen. Je stärker und deutlicher diese Nachfrage von Seiten einer vermehrt internationalen und vernetzten Öffentlichkeit steigt, desto mehr müssen die Unternehmen lernen, die eigene Arbeit und die eigene Welt sichtbar zu machen. Sie werden sich erklären müssen. Die Gegenstände, die sie produzieren, müssen der Welt den Wert dieses kulturellen Angebots und dieser sozialen und territorialen Bezüge vermitteln.

Aus diesem Blickwinkel fügt sich das Engagement von Foscarini in eine Entwicklung ein, die fünfzig Jahre zurückreicht. In den 1960er-Jahren trug das italienische Design dazu bei, die graue Welt der Massenproduktion zum Einsturz zu bringen, indem es Farben und Vielfalt in das System der Serienproduktion brachte. Endlich begannen die Fantasie und die Kreativität der Menschen wieder eine zentrale Rolle in den Produktionsprozessen zu spielen, in denen bis dahin allein die technische Rationalität dominierte. Zu Beginn der vierten

industriellen Revolution ist die Welt des italienischen Designs aufgerufen, ihren „Humanismus“ wiederzufinden und das Konzept einer rein technologisch orientierten Produktion erneut in Frage zu stellen. Ziel ist es, den Wert der Gegenstände, die uns in unserem Alltag begleiten, zu reflektieren und neu zu denken. Immer weniger im Sinn von Waren und immer mehr im Sinn von Bindegliedern, die den internationalen Markt mit jener Welt in Kontakt bringen, deren Menschen mit ihrer Arbeit die hohe Qualität und Ästhetik dieser Produkte ermöglichen.

Die verborgene Dimension – Manolo De Giorgi p. 078

1.

In regelmäßigen Abständen kommt mir eine bedeutsame Bemerkung von Enzo Mari aus einem Gespräch vor einigen Jahren in den Sinn. Wir sprachen darüber – während wir die Vergangenheit Revue passieren ließen – was rückblickend der Beitrag der einzelnen Unternehmen zum Erfolg des italienischen Designs gewesen war. In seiner radikalen Art wies mich Mari darauf hin, dass es nicht wahr sei, dass italienische Produkte industriell seien. Vielmehr seien sie seit jeher „als industrielle Produkte konzipiert, aber handwerklich hergestellt“ worden.

Diese subtile und entmystifizierende Erkenntnis kam zu einem Zeitpunkt, als die Wirklichkeit schon viel zu lange Zeit von einem Schleier verhüllt war und man die Betonung schon lange auf eine scheinbar industrielle Konzeption gelegt hatte. Diese Illusion verschleierte eine Realität, die sich gut versteckt an ganz anderen Orten verbarg.

Über Jahrzehnte hatte man versucht, das Handwerk

aus dem Blickfeld zu nehmen. Das erreichte man, indem man die Angelegenheit in erster Linie als Frage der Kennzahlen behandelte. Große oder mittelgroße Serienproduktionen galten als industriell, geringe Stückzahlen wurden dem Handwerk zugerechnet. Es war offensichtlich, dass – gemessen an diesem Parameter – das Handwerk praktisch nicht mehr vorhanden schien. Als überholter, nicht mehr zeitgemäßer Zugang, im Gegensatz zur Serienfertigung und Massenproduktion, die endlich den Weg zu größeren Märkten öffnen würden.

Dabei zeigte jedoch niemand Interesse dafür, hinter die Kulissen dieser Fertigungsmaschinerie zu blicken und genau zu durchleuchten, was in Italien im Zuge der einzelnen Zwischenschritte konkret geschah. Etwa um herauszufinden, wie viel die Maschinen tatsächlich leisteten und wie groß im Gegensatz dazu der Beitrag der Facharbeiter (oder modernen Handwerker) im Rahmen der kontinuierlichen Anpassung und qualitativen Nachbearbeitung war. Viel lieber sprach man in der Welt des Designs von Entwürfen, von Designkultur und deren Akteuren/Designern. Man konzentrierte sich allein auf das „High Level“ der Disziplin und deren kulturellen Beitrag für die italienische Gesellschaft. Gleichzeitig leistete das Qualitätshandwerk in der Produktion weiterhin seine unabdingbaren Dienste und ermöglichte die Umsetzung anspruchsvollster Aufträge und unmöglichsten Anpassungen, die von den Designern unter dem Deckmantel eines sogenannten „industriellen“ Zugangs gefordert wurden.

All das änderte sich mit der Wende des 21. Jahrhunderts grundlegend. In der nunmehr globalisierten Welt, mit ihren neuen Akteuren und neuen, aufstrebenden Schauplätzen,

war Industriekultur universell zugänglich und ihre Technologie in vereinfachter und abgeflachter Form auf allen Breitengraden der Welt verfügbar. Zur selben Zeit beschränkte sich die Designkultur in einer übersättigten Welt ohne neue funktionelle Anforderungen (oder zumindest einer Welt, in der das Angebot an Designprodukten die Nachfrage überstieg) auf „banale“ Projekte, deren Innovation in kontinuierlichen, doch minimalen Schritten vorwärts bestand. Beide Entwicklungen ebneten dem Design praktisch eine „Autobahn“ in Richtung Vereinfachung, führten allerdings zugleich zur Verbreitung bedenklich homogener Produkte. Was von all dem jedoch unberührt zu bleiben schien, war das Qualitätshandwerk, das in der industriellen Verarbeitung weiterhin seinen Platz hatte. Dort war es nach wie vor der einzelne Handwerker, der entscheidendes bewegen konnte, indem er noch weitgehend unbekannte Lösungsansätze und sein manuelles Geschick einbrachte. Beides begann nun wieder verstärkt eine Rolle zu spielen – als Faktor, der den entscheidenden Unterschied ausmachen konnte und als antikes, bisher verborgenes Erbe. Als dann bei einigen Produkten im ersten Jahrzehnt des neuen Jahrhunderts die industriellen Verkaufszahlen einiger Unternehmen soweit zurückgegangen waren, dass sie sich auf ein paar Dutzend beliefen, wurde auch die Zahlenfrage relativ. Zugleich war die Bedeutung der Rolle des Handwerkers wieder ins Licht der Öffentlichkeit gerückt.

2.

Die zentrale Frage lautet damit: Wer betreibt heute Forschung? Wer beschäftigt sich mit Komplexität?

Die Mega-Marken, die zu Beginn des Jahrhunderts entstanden, hatten andere Sorgen. Sie wurden gegründet, weil man das Kapitel „Vertrieb“ in der Designbranche in Ordnung bringen wollte, jene 40 oder 50 %, die mit der Öffnung des globalen Markts besondere Probleme oder auch Gelegenheiten boten. Ihr Zusammenschluss erfolgte jedenfalls bestimmt nicht, um gezielt produktorientierte Forschung zu betreiben. Die Vorteile der Massenproduktion machten Markenidentität und Rationalisierung zum zentralen Thema der neuen Strukturen. Doch das Produkt, das aus dieser Konzentration der Marken entstand, erinnerte unweigerlich an Erzeugnisse aus dem Objektbereich. Ideal für Großlieferungen, nicht schön und nicht hässlich, warenkundlich betrachtet einwandfrei, das ja, aber auch platt genug, um unberechenbare Ausreißer zu vermeiden: Erfolg durch eine Art „nicht näher bestimmtes Qualitätsprodukt“.

Um all dem zu entkommen, blieb noch der Handwerker. Er war der einzige, der mit seiner einfachen und flexiblen Herangehensweise nach wie vor Qualität und Einzigartigkeit sowie Just-in-Time-Produktion zu gemäßigten Kosten bieten konnte. Hier war noch Raum für Fehler wie auch Projekte, die zu keinem nachhaltigen Abschluss gebracht werden konnten. Zugleich erforderte diese Experimentierphase keine übertriebenen Investitionen – in einer Marktsituation, die in den vergangenen zehn Jahren bereits relativ schwierig geworden war. Der Handwerker war der einzige, der sich noch auf gewisse „unvernünftige“

Herausforderungen einlassen konnte, die eventuell auch aus abgelegenen Orten in fernen Schwellenländern kamen. Er konnte sie ein erstes Mal umsetzen und vielleicht wenig später mit einer minimalen Abänderung reproduzieren. Alternativ konnte er sich auch auf Einzelstücke und Maßarbeiten konzentrieren, wo Prototyp und fertiges Produkt bei einer Auflage von einem Stück dasselbe waren und meist einen hohen Grad an Komplexität aufwiesen. In all diesen Bereichen präsentierte sich Italien überaus fortschrittlich, ganz im Sinne Luigi Pasinettis, der festhielt: „Der Reichtum einer Industrienation ist etwas völlig anderes als der Reichtum vorindustrieller Nationen, oder besser gesagt, er geht darüber hinaus. Er besteht weniger im Reichtum der Güter, die sie besitzt, als vielmehr in den technischen Fähigkeiten, diese zu produzieren“¹⁰.

Aus einer anderen Perspektive, jener der Kunstkritik, beobachtete dies während der Zeit der großen industriellen Expansion Ende der siebziger Jahre auch Pierre Restany. Er erkannte die Bedeutung dieser handwerklichen Kompetenz und hielt fest, dass es den Italienern gelungen war, zu perfekten „Kunstschlern für Kunststoffe“ zu werden, die die „Intelligenz des Materials“ begriffen hatten. Eine Feststellung, die sich später auch in Bezug auf alle weiteren neuen Werkstoffe würde treffen lassen, die nach und nach folgten. Jeder Form der technischen Innovation konnte stets auch aus der Perspektive eines Kunstschlzers begegnet werden.

Es genügte, bestimmte Schritte der Produktion auszugliedern, damit diese oder jene Phase des Projekts auf bestmögliche Weise durchgeführt wurde, um sie anschließend in die

nachfolgenden Phasen der Fertigungskette zu schicken.

Das Ergebnis war eine Fertigungsstraße mit unterschiedlichen Geschwindigkeiten in den einzelnen Phasen, die es jedoch ermöglichte, auf quasi natürliche Weise vom einen in den anderen Verarbeitungsbereich zu wechseln. Wie beim Schneiden eines Films gelang es so, unterschiedliche „Szenen“ miteinander zu verbinden, deren Beziehungen und Berührungspunkte auf einem gemeinsamen Qualitätsprinzip beruhten.

3.

Für die analytische Betrachtung der Designkultur von Foscarini konzentrieren wir uns hier auf drei schlanke Produktionsbetriebe, die für drei verschiedene Formen von Materialkultur stehen. Diese Unternehmen folgen heute eindeutig den Entwicklungen der modernen Projektkultur. Entwicklungen, die eine kontinuierliche Veränderung des Materials mit sich bringen, wobei sich insbesondere dessen Anwendungsbereiche verlagern – als ob das Material selbst im neuen Jahrhundert eine zweite Bedeutung erlangen würde. Dieses Material ist kein Material mehr, sondern ein Werkstoff, der durch industrielle Bearbeitung verändert wurde. Diese liefert uns ein Sekundärprodukt, in gewisser Art ein Hybrid, eine Halbfertigware, die sich immer noch weiter in etwas anderes umwandeln lässt. Aufgrund dessen beständiger Transformation wird die Qualität dieses Produkts nicht mehr durch seine Substanz bestimmt, sondern durch die Möglichkeiten und die Vielseitigkeit, die es bietet und die im Idealfall auf der Kombination von Widerstandsfähigkeit +

Leichtigkeit + Elastizität beruhen.

Crea, Vetrofond und FAPS sind die drei Unternehmen, um die es hier gehen soll. Sie zählen 7, 47 und 35 Mitarbeiter, hinzu kommen deren Eigentümer – einer, maximal zwei pro Unternehmen. Zement, Glas und Kohlenstoff-Faser sind ihre Werkstoffe. Sie zeigen, wie Material im 21. Jahrhundert eine neue Bedeutung erhält, begleitet von einer entsprechenden Phase der Umstellung und Neupositionierung der Industrie. Das Jahr 1945 ist lange vorbei und die Art der Umstellung ist daher nicht jene von Iso, wo man von Kesseln zu Motorrädern wechselte, und auch nicht jene von Piaggio, das von der Schalenverkleidung der Bomber auf Motorroller umschwenkte. Es geht um einen Weg, das Produktionskonzept des Unternehmens neu zu denken, das sich infolge der Umbrüche auf dem Markt im Laufe der vergangenen fünfzehn Jahre entwickelt hat. Es geht um einen Wechsel der Perspektive innerhalb des eigenen Tätigkeitsbereichs. Aber auch wenn zum Zweck dieser Umstellung ein Perspektivenwechsel erfolgt, bleibt das Thema „industrielles Handwerk“ aktuell, da auch der entscheidende Akteur – eine geradezu klassische Figur in der italienischen Designbranche – derselbe bleibt.

Es ist dies die vielseitige Figur des Arbeiters/Handwerkers, des Eigentümers/Designers, des Herstellers/Verlegers, die erneut die Bühne betritt. Es ist typisch italienisch, eine Art universellen „Problemlöser“ für das gesamte Feld zu erfinden, der zugleich die Bereiche Technik und Design, Detail und Leistung, qualitativ starke Zulieferung und Konzentration unterschiedlicher Verarbeitungen abdeckt.

Es sind diese Schlüsselfiguren, die in unserer Geschichte die zentrale Rolle spielen. Wie etwa Natale Cappellaro, Arbeiter bei Olivetti, der zu Beginn als Monteur für die Schreibmaschine MP1 tätig ist und später als Entwickler die revolutionären Multifunktionsrechenmaschinen entwirft. Oder Ingenieur Carlo Barassi, der während des Zweiten Weltkriegs mit Schaumgummi-Prototypen für Bombertanks beginnt und dann mit Arflex zunächst neue Autositze aus Elastomeren und schließlich Polstermöbel fertigt. Oder auch wie Enrico Garbarino, der sich von Ettore Sottsass überzeugen lässt, die Produktion von „falschen“ Oberflächen aus Laminat zu wagen, Sperrholz- und Spanplatten mit Melaminharz kombiniert und so Abet Print begründet.

Mit seiner Entscheidung, auf Crea, Vetrofond und FAPS zu setzen, beweist Foscarini seinen Glauben an dieses Konzept.

Crea wurde von Giovanni Piccinelli ins Leben gerufen, der nach seinen Erfahrungen als Betonwerker in der Schweiz – der Heimat des Sichtbetons und dessen raffiniertester Bearbeitungsformen – sein eigenes Unternehmen in Darfo Boario eröffnet. Die Produktion konzentriert sich zunächst auf Bauteile und Baukomponenten aus Beton, bis Ende der neunziger Jahre die Baukrise den Markt erschüttert. Piccinelli steht kurz davor, alles aufzugeben und zum Zeitvertreib Vasen zu fertigen. Doch gerade zu diesem Zeitpunkt beginnen vermehrt Aufträge für die Fertigung von Leuchten und Einrichtungsgegenständen für den Außenbereich einzutrudeln. Bei kleineren Produkten sind auch die Risiken geringer, denkt Piccinelli, und nimmt die Herausforderung an. Dank seiner Erfahrung mit

den Schwierigkeiten beim Entformen und mit Problemen bei Hinterschnitten gelingt ihm dieser radikale Wechsel in eine neue „Größenordnung“ ohne größere Mühe.

Gleichzeitig bleibt das Unternehmen seiner Tradition im Bereich der Betonbauteile treu, verlagert die laufende Produktion von Schwellen, Randsteinen und Balustraden allerdings hin zu Spezialaufträgen nach Maß. Für Vittorio Moretti und seine von Mario Botta in Suvereto entworfenen Kellerei Petra wagt Piccinelli zudem ein Hasardeurspiel: Er stellt sich der Herausforderung, 200 Stahlsäulen zu verkleiden. Seine 200 gerippten Betonummantelungen mit jeweils 3,8 Metern Höhe und 1,5 Tonnen Gewicht sind ein eindrucksvolles Beispiel für das Design von Bauteilen.

Mit einem scheinbar unmöglichen Projekt – der Leuchte Aplomb mit ihrem Schirm aus Zement, entworfen von Lucidi e Pevere – beginnt schließlich auch die Zusammenarbeit mit Foscarini.

Bis dahin hatte Crea seine Gussformen bei einem Formenbauer aus dem Raum Bergamo in Auftrag gegeben. Doch für diesen Zulieferer bedeutete eine so kleine und zarte Form wie der kegelförmige Schirm von Aplomb in erster Linie einen lästigen Mehraufwand. Als der Formenbauer dann seine baldige Pensionierung ankündigt, befindet Piccinelli, dass es das Fertigungsverfahren wesentlich vereinfachen würde, wenn er sich die für den Formenbau notwendigen Techniken zu eigen machte. Und das tut er. Da es zu viele Ungewissheiten mit sich bringt, für eine so spezielle Projektphase von einem Zulieferer abhängig zu sein, lernt Picinelli selbst Gussformen herzustellen – in jener Halle des Unternehmens, in der auch die Formen aus

Gummi und Silikon gefertigt werden. Ausschlaggebend dafür sind weniger die Kosten für eine Form (zwischen 600 und 700 Euro), als vielmehr der Zeitverlust und der Nachteil, die Entwicklung des Projekts nicht „im Haus“ mitverfolgen zu können. Da es sich um ein Produkt handelt, das kontinuierlich überarbeitet wird und dessen Fertigung zum Teil viel Zeit erfordert, ist es besser, unmittelbaren Zugriff darauf zu haben. Tatsächlich bedarf es zwischen 200 und 300 Probeleuchten, bevor man die endgültige Lösung für Aplomb findet.

Doch während man zu Beginn für die Leuchte mit etwa fünf Formen arbeitet, sind es heute etwa 45.

In dem kleinen 7-Mann-Betrieb sind drei Arbeiter für die Fertigung von Aplomb zuständig (Vasile, Radu und Mamadou). Zwei von ihnen übernehmen das Gießen, einer die Feinbearbeitung. Die Arbeiter kümmern sich um das Gießen und die darauffolgenden Schritte, doch an der Prototypenentwicklung sind sie nicht beteiligt.

Es sind Giovanni Piccinellis Söhne Ottavio (Produktion) und Carlo (Entwicklung und Vertrieb), mit denen der schwierige Wechsel zur Fertigung von Haushaltsgegenständen beginnt. Vor allem das Sandstrahlen erfordert besondere Sorgfalt, um eine kontrollierte Unregelmäßigkeit der Kornverteilung und der offenen Poren im Zement des Schirms zu erzielen. Auf dieses Detail nehmen die Arbeiter zu Beginn wenig Rücksicht und betrachten den Vorgang als Zeitverschwendung.

Ottavio beschließt daher, die drei für die Leuchte zuständigen Arbeiter auf die Mailänder Möbelmesse mitzunehmen. Sie sollen verstehen, dass diese Objekte

für Wohnräume bestimmt sind, und für eine Welt, in der Feinbearbeitungen eine gänzlich andere Bedeutung zukommt.

Auf diesem Weg erkennen sie, dass es wichtig ist, vor dem Sandstrahlen die Kanten der schmalen und der breiten Seite des Kegels von Hand mit dem Schlauch zu bearbeiten. Ein Arbeitsschritt, der nötig ist, um die Gießspuren zu entfernen. Ist alles erledigt, wird das Werkstück nach Aufbringen einer wasserabweisenden Beschichtung und nach erfolgreicher Qualitätskontrolle durch Foscarini nach Pordenone geschickt, wo die Leuchten elektrifiziert und in Folge zurück nach Marcon geliefert werden.

Natürlich musste sich Piccinelli an diese neue Welt erst gewöhnen, in der Qualitätskontrollen etwa zweimal pro Monat mittels exakter Messungen durchgeführt werden. Und das mit Kontrollmaßen für Zementstärken, die nichts mit jenen von früher zu tun haben, als die Toleranz nach dem Entformen der Bauteile zum Teil mehrere Zentimeter betrug. Die aktuelle Entwicklung in Richtung einer Miniaturisierung von Zementzeugnissen zeigt sich damit auch in den Stifthaltern, Vorhangstangen und Armaturen, die Crea produziert und mit denen das Unternehmen dem „Wandel“ des Materials optimal Rechnung trägt.

Giancarlo Moretti, einer der beiden Eigentümer von Vetrofond, räumt zwar ein, alle Formen der Glasbearbeitung zu beherrschen, sieht sich selbst allerdings als Spezialist der so genannten Zanfirico-Technik. Bei diesem Verfahren werden im Ofen mehrere Plättchen zugleich erhitzt und anschließend zu einem Spirmuster gedreht. Dennoch kommen zu ihm nach Casale sul Sile im Grunde „alle zum Glasblasen“.

So wendet sich etwa auch das renommierte Label Louis Poulsen an Vetrofond, wenn es zeitweilig von Metallblech und Acrylkugeln absieht, um die Deckenleuchten von Arne Jacobsen oder die Reflektoren von Verner Panton mit Glas zu gestalten. Um das Glas blasen und dekorieren zu lassen, blickt man hier lieber nach Venetien als nach Deutschland/Böhmen. Auch die Zusammenarbeit von Vetrofond und Foscarini läuft bereits viele Jahre und spiegelt sich im Umsatz des Unternehmens mit gewichtigen 20 % wieder.

Die Glasbläser kommen dabei ausnahmslos aus Italien und ihre Ausbildung ist lang. Mindestens fünf Jahre dauert es, einen Glasbläser auszubilden. Die Arbeit erfolgt dann in Teams von drei bis fünf Arbeitern, die sich auf die Modelle eines bestimmten Herstellers spezialisieren, wobei im Fall von Foscarini die Fertigung durch zwei Teams erfolgt. In diesem Fall wechseln sich alle fünf Mitglieder eines Teams beim Glasblasen und in der Nachbearbeitung ab. Nachdem mit dem Rohr die „Pea“, die birnenförmige Kugel, aufgenommen wurde, wird die Glasmasse geblasen und in eine Form eingepasst. Dieser Vorgang erfolgt von Hand – maschinell ist hier fast nichts möglich.

Im Fall der Leuchte Rituals von Ludovica und Roberto Palomba dauert der Blasvorgang etwa drei Minuten, die anschließende Feinbearbeitung ungefähr zehn. Um die besondere gipsähnliche Oberfläche zu erhalten, die die unregelmäßigen Rillen so schön zur Geltung bringt, wird die Leuchte zunächst außen matt geschliffen und dann weiter bearbeitet.

Auf diesem Weg werden unschöne Flecken vermieden und die Oberfläche wird gleichmäßig weiß. Nur so kann ein ähnlich warmer Farbton erzielt werden wie bei

Reispapier (etwa wie bei den Leuchten von Isamu Noguchi), der in überraschendem Kontrast zu dem für Glas so typischen reflektierenden Glanz steht. Eine andere Möglichkeit, um die Wirkung von Glas zu beeinflussen, besteht in der Verwendung von matten Farben, die stärker mit den Farbtönen der Umgebung verschmelzen. Bei der Leuchterserie Buds von Rodolfo Dordoni wird der Glanzeffekt von Glas etwa durch die Verwendung von Grün-, Grau- und Brauntönen gedämpft. Kühle Farben, bei denen die exakte Dosierung der zuzusetzenden eisenoxidhaltigen Mineralien überaus schwierig ist. Jede von Foscarini veranlasste Schmelzprobe – deren Zusammensetzung jeweils streng geheim gehalten wird – ist eine komplexe Angelegenheit und bringt für Moretti relativ hohe Kosten mit sich. Man bedenke nur „die 100 Kilo Material und die Kosten für das Gas, die Arbeitskraft und den Produktionsausfall“. Doch auch wenn er dabei die Nase rümpft, ist Moretti anzusehen, dass ihn diese Herausforderung reizt.

Crea und Vetrofond gelingt damit eine Innovation hinsichtlich der Verwendung ihrer Werkstoffe, die in erster Linie in einer Umkehrung deren optisch-technischer Wirkung besteht: Zement soll „häuslich“ werden und seine brutalistische Konnotation verlieren.

Und geblasenes Glas soll sein glitzerndes, exklusives Flair aufgeben und sich möglichst unauffällig in die Farblandschaft der Standard-Einrichtung einfügen. Das Ergebnis ist eine gänzlich andere Wahrnehmung des Materials.

Das dritte Unternehmen, FAPS, ist hingegen ein interessantes Beispiel für die Erschließung eines neuen innovativen Werkstoffs, der im Wohnbereich bisher kaum

Verwendung fand: Kohlenstoff-Faser. Mit ihm stellt das Unternehmen zugleich sein Kerngeschäft um, das sich ursprünglich auf die Fertigung von leistungsstarken Angelruten konzentrierte.

Der Unternehmenstradition im Bereich Verbundstoffe treu ergänzt FAPS sein Angebot an Erzeugnissen aus glasfaserverstärktem Kunststoff und Glasfaser damit nun auch um Produkte aus den neuen Kohlenstoff-Fasern. Für den Eigentümer von FAPS, Ingenieur Maurizio Onofri, bedeutet dies eine Ausweitung des Warenspektrums auf völlig neue Bereiche, auf Produkte aus den unterschiedlichsten Branchen, in denen leistungsstarke Komponenten mit geringem Gewicht benötigt werden.

In Folge werden Walzen für die Industrie und Fahrradgestelle sowie Komponenten für die Schifffahrt – wie Spibäume, Segellatten und Pinnenverlängerungen – in die Produktion aufgenommen, zusätzlich zu den Angelruten, die im Programm bleiben.

Reine Glasfaser hatte in der Welt des Designs hingegen seit jeher kaum eine Rolle gespielt (der raffinierte Armstuhl Nena von Richard Sapper für B&B aus dem Jahr 1986 war mit seinem Gestell aus Glasfaser für die Produktion letztlich zu komplex), der Einsatz beschränkte sich praktisch auf einige wenige Sitzmöbelmodelle von Alias. Nun gilt es, die spezifischen Verarbeitungs- und Anwendungsmöglichkeiten des neuen Verbundstoffs für die Designbranche zu entdecken, ohne damit ältere Werkstoffe imitieren zu wollen.

Die Leuchtendesigns, die Marc Sadler Foscarini vorschlägt, beinhalten schließlich ein Stehleuchtenmodell, das sich ideal eignet, um die Möglichkeiten von Kombinationen aus Glas- und Kohlenstoff-Faser auszuloten

und FAPS in die Entwicklung der Leuchte einzubinden.

FAPS beginnt in Folge an einer wirtschaftlichen Kombination zu arbeiten, bei der die beiden Werkstoffe einander synergetisch ergänzen: Glasfaser ist flexibler, Kohlenstoff punktet dafür mit größerer Festigkeit.

Das Geheimnis eines Verbundstoffes liegt dabei stets in der speziellen Mischung der gewählten Fasern und des passenden Kunstharzes bevor das Material im Ofen erhitzt wird.

Die Leuchte Tress besticht mit der stoffartigen Struktur der einzelnen Bänder. Fünf verschiedene Arten von Bändern mit unterschiedlichen Breiten bilden, quer übereinandergelegt, den säulenförmigen Korpus der Leuchte. Die Basis und das obere Ende des Schirms über dem Leuchtmittel bestehen unter anderem aus Kohlenstoff-Faser. Die Leuchte Mite präsentiert sich wiederum als zeitgenössischer Luminator, deren unregelmäßige konische Form der Verarbeitung einer Art moderner „Haut“ zu verdanken ist.

An der Laminierstation glätten Fausta und Lia das Gewebe aus Glasfasern, das später auf die Form kommt (von ihnen kurz „Haut“ genannt), und sorgen dafür, dass es perfekt am Kalendar anliegt. Eine archaische Geste aus dem Bereich der Hausarbeit, die Fingerspitzengefühl verlangt. Manchmal übernehmen diese Aufgabe auch Männer, aber die beiden Frauen erledigen sie am besten.

Inmitten der vielen High-Tech-Werkzeugmaschinen sieht man hier eine Tätigkeit, die an die Gesten einer Schneiderin beim Einkleiden einer Braut erinnert. Ein Bild, das uns auch ein Gefühl dafür vermittelt, wie viel Zeit dieser Arbeitsschritt erfordert.

Schließlich läuft das lange

schwarze Filament aus Kohlenstoff-Faser durch den Wickler und der Korpus der Leuchte ist fertig. Für die Ausführung in Gelb kommt hingegen sensibler, halbfertiger Kevlarfaden zum Einsatz, der jedoch leichter bricht und Schaden nimmt.

Die mit Kohlenstoff-Faser möglichen Dimensionen wurden mit Twiggy ausgelotet und ausgetestet. Insbesondere der Schaft der auch größentechnisch eindrucksvollen Leuchte stellte eine große technische Herausforderung dar.

Der gebogene, elastische Stiel ist aus zwei Teilen zusammengesetzt, um die für die Krümmung notwendigen mechanischen Eigenschaften zu garantieren. Seine Gesamtlänge von 320 Zentimetern erfordert eine Kombination von zwei Elementen: einem steiferen aus Kohlenstoff-Faser für den unteren Abschnitt und einem aus verstärkter Glasfaser für den oberen, plus verstärkende Elementen an der Spitze. An diesem Punkt wurde die Leuchte zunächst mit 9 Kilo belastet, um die allgemeine Widerstandsfähigkeit und Flexibilität des Stiels zu testen – 150 Muster waren nötig, um das passende Schaftmodell zu finden.

Die Schirme von Twiggy bestehen hingegen aus mit schwarzem Kunstharz pigmentiertem Glasfasergewebe, wobei die Menge an Kunstharz exakt zu dosieren ist. Gegebenenfalls erfolgt nach dem Erhitzen im Ofen eine entsprechende Reinigung, um einen fleckenfreien Moiré-Effekt zu erhalten.

Mit der abschließenden Lackierung, die von FAPS intern durchgeführt wird, erhält die Leuchte ihren finalen Look. Ihr Stiel präsentiert sich nun schwarz, schmutzig weiß/grau, karminrot, greige oder indigo.

Dank des geringen

Gewichts des Verbundstoffes erreicht Twiggy eine Gesamthöhe von 290 Zentimetern, während die Arco-Leuchte von Castiglioni auf 250 Zentimeter beschränkt war. Auch das Gewicht der beiden Leuchten bezeugt den technischen Fortschritt der letzten Jahrzehnte: 17 Kilo bringt Twiggy auf die Waage, 64 sind es bei Arco.

4.

Die hier beschriebenen Kern-Eigenschaften des industriellen Handwerks sind ebenso neu wie alt.

Foscarini folgt mit seiner Produktkultur heute, mit einem zeitlichen Abstand von fünfzig Jahren, der Tradition von Azucena oder Danese. Zwei Unternehmen, die mit ihrem Zugang gegen den Strom schwammen und damit aus heutiger Sicht zusätzlich an historischer Bedeutung gewinnen. Gegründet in den Jahren 1949 (Azucena) und 1957 (Danese), klammerten sie sich nie an die Idee, die Produktion selbst vor Ort abwickeln zu müssen.

Die beiden Verleger/Hersteller arbeiteten bereits mit anderen Firmen in geographisch verstreut gelegenen Industriezentren zusammen, als der Ankauf und die Konzentration von Produktionsmitteln noch der einzige mögliche Weg schien, um in der modernen Welt des Designs mitzumischen. Wendig bewegten sie sich durch das Netz von Industrie und Handwerk und spielten mit dessen Mechanismen. (Weithin bekannt ist etwa der Auftrag von Bruno Danese an einen Hersteller von Kanalrohren, ein graues PP-Rohr im 30°-Winkel zu schneiden und ihm einen Rand zu verpassen – für die Fertigung des Papierkorbs In Attesa von Enzo Mari.) Die Suche nach einem Arbeitsschritt, der für die Serienproduktion genutzt

werden kann, ist für Foscarini in gleichem Maße zentral. Ebenso erinnern mich gewisse Klagen der Hersteller über das akribische Streben von Foscarini nach höchsten qualitativen Standards an jene der industriellen Handwerker, die für Danese tätig waren. Bei Danese setzte man allerdings auf eine Politik mit einigen wenigen, „aristokratischen“ Akteuren, auf eine Art kontinuierliche Selbstreflexion in Bezug auf das Projekt (mit Mari, Munari, dem Danese-Duo und sonst niemandem). Foscarini öffnet sich nun hingegen einer Politik mit zahlreichen Akteuren: Tatsächlich arbeitet das Unternehmen für die Entwicklung seiner Produktpalette mit etwa 33 Designern zusammen.

Durch diese Vervielfachung der Beiträge verlagert sich auch der Schwerpunkt weg vom Inhalt des Projekts hin zur Art der Produktion, die damit zum entscheidenden Erkennungsmerkmal des Unternehmens wird.

Erfolg kann dabei heute laut Andrea Branzi „nur durch die Organisation provisorischer Systeme“ gelingen. Durch intelligente, temporäre Systeme, die „komplexe Strukturen jedweder Art vermeiden“⁽²⁾. Provisorisch und von manueller Arbeit geprägt präsentiert sich damit das neo-industrielle Handwerk.

Was fasziniert an dieser Art intensiver Forschung, die sich ganz auf das „Tun“ konzentriert, selten linear verläuft und sich kaum programmatisch steuern lässt, ist genau das, was auch die Tätigkeit in einem High-Tech-Raumfahrtlabor kennzeichnet. Es ist das Konzept kontinuierlicher Arbeit, beständiger Weiterentwicklung und tagtäglicher Vervollkommnung, das ein entscheidendes Innovationspotenzial in

sich trägt.

Bei dem jeder kleine Schritt vorwärts das Ergebnis einer zufälligen Erfolgskombination sein kann, entwickelt in einem Zustand vager Unbewusstheit, die sich aus diesem Hyper-Tun ergibt. Der deutsche Ingenieur Wernher von Braun zählt mit seinen V2-Raketen und später mit dem Raumschiff Saturn V für die NASA, zu den Pionieren der Raumfahrtforschung. Auch er betrachtete Forschung aus demselben Gesichtspunkt wie ein Handwerker und beschrieb sie als etwas „das ich tue, wenn ich nicht weiß, was ich gerade tue.“

Anmerkungen

(1) Luigi Pasinetti, *Dinamica strutturale e sviluppo economico*, Utet, Turin, 1984, S. 314 f.

(2) Andrea Branzi, *Modernità debole e diffusa*, Skira, Mailand, 2006, S. 53

Schwarze Hände — Gianluca Vassallo p. 156

Ich erinnere mich an meinen Vater als ich noch ein Kind war, wie er sich über die Goldschmied-Werkbank beugte, in der Kälte eines Neonlichts, das seine riesigen Hände überflutete. Ich erinnere mich, wie er mit seinen Händen, die beide schwarz von altem Harz waren, ein winziges, von den Flammen dunkel gefärbtes Herz hielt und büstete. Ich erinnere mich, wie ich meinen Vater ansah, der von den Heiligenbildern meiner Großmutter umgeben war, welche alle mit dem Polizeikalender am selben Nagel hingen, und ich erinnere mich, dass sie neben dem Foto von Maradona waren, über dem meiner Schwester als Kind. Sie erduldeten den Lärm der Bürste, den Geruch der Säure, die Wünsche meiner Mutter.

Ich erinnere mich an dieses Herz, wie es Schlag um Schlag nachgab, erschöpft von der Sehnsucht, goldig zu glänzen, zwischen den schwarzen Händen der Geschicklichkeit.

So habe ich die geduldige Arbeit dieser aufmerksamen Seelen, dieser gewissenhaften Menschen, die Orte ihrer Mühen, die schichtweise angeordneten Zeichen fotografiert und in ihren riesigen Händen das Herz gesucht, das sie Geste um Geste vor Würde strahlen lässt.

Die Hände meines Vaters, der mir ohne es je zu sehen und ohne Worte an jenem Tag das Staunen über die Welt gelehrt hat.

Momentaufnahme — Massimo Gardone p. 158

Durch das Aufgreifen traditioneller Fototechniken finde ich mich in diesem Projekt höchster Handwerkskunst selbst wieder.

Die Räumlichkeiten von Foscarini werden hier zu einem Fotoset, eine 8x10-Fachkamera und Schwarzweiß-Sofortbildfilme dokumentieren den Abschluss eines Produktionszyklus. Das Stilleben der ausgeschalteten Leuchte, der Leuchte als Skulptur, rückt das Material in den Vordergrund und zeigt dessen raffinierte Machart. Es ist ein Spiel mit gleichen Voraussetzungen, bei dem die traditionelle Fototechnik des Fotografen, der auf eine Fachkamera setzt, die Handwerkskunst des Arbeiters spiegelt.

Technische Informationen

Aplomb + Aplomb Large — Lucidi e Pevere, 2010/2016 p. 173

Die Leuchte ähnelt morphologisch an ein geblasenes Element während für ihre technische Herstellung Zement mit der Stärke und Bearbeitungen von Heimmaterialien verwendet wird. Einerseits wird mit dem Sandstrahlen am Ende der Zement von jedem groben Effekt befreit, andererseits wird eine kontrollierte Morphologie einer Materials betont, dank einer Granulometrie mit unterschiedlich großen Poren, die jedes Exemplar einzigartig und leicht vom anderen abweichend macht.

Buds — Rodolfo Dordoni, 2016 p. 173

Die Suche nach einer Glasmasse, die von kalten Farbtönen geprägt ist (grau, grün, braun, welche durch Mischungen aus mit Eisenoxyd vermengten Mineralien erzielt werden), zielt darauf ab, das Leuchtenobjekt noch mehr mit den Tönen der Einrichtungsmaterialien zu vereinen. Fünf verschiedene Schichten werden beim

mundgeblasenen Glas übereinander gelagert, um der Leuchte ihr kostbares Äußeres und einen unterschiedlichen Farbeffekt bei abgeschaltetem und eingeschaltetem Licht zu verleihen.

Gem — L+R Palomba, 2017 p. 173

Eine interessante Textur wird dank der komplexen Bearbeitung auf einer unbeweglichen Form erzielt, in der der Glasbläser keine Möglichkeit zum Drehen hat. Reliefs und dreidimensionale Facetten ab der Mittellinie sind nach oben und unten hin intensiver gestaltet, wie in einem Frequenzwellenschema.

Gregg — L+R Palomba, 2007 p. 173

Glas in einer unbeweglichen Form blasen, wo der Glasbläser nicht das glühende Material drehen kann und hauptsächlich runde Formen erzeugt, ermöglicht die Nachahmung der Struktur eines lebenden Organismus. Die Ungleichförmigkeit des Diffusors erscheint wie ein „vertrautes“ Modell, das eher der biologisch-mineralischen Morphologie einer Kieselsteinblase ähnelt als einer klassischen, von der Geometrie vorgegebenen Form.

Lumiere — Rodolfo Dordoni, 1990 p. 174

Ein beinahe 30 Jahre alter Stammbaum erzählt die Veränderungen einer Leuchtenfamilie, die sich um das Konzept von Gen und Spezies vergrößert und verfestigt. Der Unterschied zwischen einer Spezies und einer anderen sind kleine typische Verlagerungen, Unterschiede in Proportion und Dimension, die stets um die dialektische Beziehung zwischen einer Struktur aus

spritzgegossenem, gebürstetem und handbearbeitetem Aluminium und einem Diffusor aus drehend geblasenem Glas aus den geschickten Händen der venetischen Glasbläsermeister kreisen.

Mite — Marc Sadler, 2000 p. 174

Ein kegelförmiger Korpus aus Glasfaser, die entweder mit schwarzer Kohlenstofffaser oder gelber Kevlar®-Faser verarbeitet ist, birgt am oberen Ende einen reflektierenden Schirm aus Aluminium, wo das Leuchtmittel sitzt und das ausstrahlende Licht nach oben wirft. Eine moderne Darbietung von Gewichtsverlust, die die Dimension der traditionellen Art einer Lichtsäule neu überdenkt.

Rituals — L+R Palomba, 2013 p. 174

Ein Weißton, der an die japanischen Leuchten aus Reispapier erinnert, lassen eine „freundliche“ Atmosphäre mit einem „gipsartigen“ und vollen Licht entstehen und präsentieren das Ergebnis eines Bänderwerks an der Oberfläche und händischer Bearbeitung, die jede Spur von Flecken sorgsam vermeidet. Der unregelmäßige Effekt der äußeren Streifen wird mit Hilfe einer Form mit Negativ-Dekorationen erzielt, die an die horizontalen Linien der Bambusstruktur der Leuchten von Isamu Noguchi erinnern.

Tartan — L+R Palomba, 2015 p. 174

Ein Diffusor aus geätztem Glas und mit einer regelmäßigen Form verweist den Entwurf auf das Thema von Oberflächendekoration und Textur, welche von Relieflinien betont wird, die dem Karomuster eines schottischen Kilts folgen. Die Glasoberfläche

bewegt sich in einem Licht- und Schattenspiel, das von diesen in der Form geschaffenen Spuren bestimmt wird.

Twiggy — Marc Sadler, 2006 p. 175

Eine elastische Form, die eine maximale Höhe von 290 cm erreicht, präsentiert sich als in Raumgröße gestaltetes Objekt, bei dem der schwingende Arm durch die Flexibilität des Kohlenstoffasersockels in Verbindung mit der Glasfaser des Diffusors erzielt wird. So wird ein einzigartiger Gegenstand außerhalb der Skala umgesetzt, dessen harmonisches Schwingen vom Entwurf vorgesehen ist.

Tress — Marc Sadler, 2008 p. 175

Fünf unterschiedlich breite Bänder aus Strukturfaser, die übereinander gelagert sind, interpretieren die mit Öffnungen versehene Leuchte arabischer Tradition neu und lassen eine zylindrische Säule aus Glas- und Kohlenstofffaserstreifen entstehen, die das Licht- und Schattenspiel auf Wände und Decke projektieren.

Biografien

Stefano Micelli p. 176

Stefano Micelli ist Professor für E-Business an der Fakultät für Management der Universität Ca' Foscari in Venedig. Seit 20 Jahren befasst er sich in seinen Forschungen intensiv mit der Verbreitung neuer Technologien in kleinen wie mittleren Unternehmen und in italienischen Industriedistrikten. Im Rahmen seiner Forschungstätigkeit, die sich auf die Berührungspunkte zwischen der digitalen Welt und jener des Handwerks konzentriert, führte er diverse Studien in Zusammenarbeit mit der Bank IFIS und der Fondazione Make in Italy durch. Darüber hinaus zeichnete er bei drei Veranstaltungen der Maker Faire für die Gestaltung eines eigenen Bereichs zum Thema Digitale Welt und Neues Handwerk verantwortlich. Stefano Micelli ist Autor zahlreicher Artikel und Bücher, darunter auch von „Futuro Artigiano. L'innovazione nelle mani degli italiani.“, das mit dem Compasso d'Oro ADI ausgezeichnet wurde und den Verquickungen zwischen Handwerk und globaler Wirtschaft nachgeht.

Manolo De Giorgi p. 176

Architekt Manolo De Giorgi führt seit 1989 sein eigenes Büro in Mailand und ist insbesondere im Bereich Umbauten, Innenraumgestaltung und Raumausstattung tätig. Er war Redakteur der Zeitschriften Mado und Domus und kuratierte im Laufe der Zeit folgende Ausstellungen: Techniques Discretes (1991), 45-63. Un Museo del Design in Italia (1995), Marco Zanuso (1999), Camera con vista. (2007), Olivetti. Una bella Società (2008), sowie Magnificenza e Progetto (2009)

einschließlich der zugehörigen Kataloge. Er ist Autor von Carlo Mollino. Interni (Segesta, 2004), Design (Zanichelli, 2007) sowie Enzo Mari (Il Sole/24 Ore, 2011). Seit 2010 untersucht er in Zusammenarbeit mit der Fondazione Bassetti mithilfe neuer Ausdrucksmedien die Beziehungen zwischen Handwerk und Design, wie etwa im Theaterstück Mani grandi senza fine (Piccolo Teatro Mailand, 2011) und im Film Avanti Artigiani (2014).

Gianluca Vassallo p. 176

Gianluca Vassallo lebt und arbeitet in San Teodoro (Sardinien) und auf der ganzen Welt. Ihn als Fotografen zu bezeichnen, empfindet er als Beleidigung. Vielmehr verleiht er seinen Gedanken mittels Videos, Klängen, der Fotografie und Installationen Ausdruck, wobei er den Fokus insbesondere auf Beziehungen und Prozesse legt. Seine Arbeiten wurden in verschiedensten Institutionen und Galerien in Italien und im Ausland gezeigt. Dazu zählen unter anderem: Caleum Gallery, New York (2017); Fondazione di Sardegna, Cagliari (2016/2017); Portugal-Pavillon der Architekturbieniale von Venedig, Venedig (2016); Museo dell'Emigrazione, Asuni (2016); Foscarini Spazio Soho, New York (2015, 2016); Palazzo della Penna, Perugia (2014); Schauwerk Museum, Sindelfingen (2013, 2014); Museo MAN, Nuoro (2014); Stadtgalerie, Kiel (2014); Tempio di Adriano, Rom (2013); Masedu Museo, Sassari (2013); Fondazione Meta, Alghero (2013); Museo MART, Rovereto (2012); PAN, Neapel (2010). Außerdem gehört er zu den Gewinnern des Premio Terna 2013 und wurde im Rahmen des VAF 2014 mit einer Ehrenvollen Erwähnung gewürdigt. Zu seinen öffentlichen Kunstprojekten

zählen unter anderem Exposed (2013), Shoot Me Orlando (2016) und La Città Invisibile (2016).

Gianluca Vassallo ist Gründer und künstlerischer Leiter des White Box Studio, über das er seinen besonderen Blick, sowie den anderer Talente, Unternehmen aus den Bereichen Industriedesign, Mode und Verlagswesen sowie kulturellen Einrichtungen zur Verfügung stellt.

Massimo Gardone

/ Azimut

p. 177

Berufsfotograf Massimo Gardone beschäftigt sich insbesondere mit der kreativen Interpretation von Bildern. Seine Arbeit umfasst sowohl kommerzielle als auch publizistische Projekte sowie eigenständige Studien. Er befasst sich seit vielen Jahren mit unterschiedlichen Formen visueller Kommunikation – wobei er Grafik, Video und Design gezielt miteinander kombiniert – und nutzt Fotografie, um Bilder wie Musik zu komponieren. Massimo Gardone kann auf Kooperationen mit den wichtigsten italienischen Grafikern und diverse Kommunikationsprojekte für renommierte Marken zurückblicken. Bedeutend sind insbesondere seine Beiträge als Bildregisseur der Videos von N+N Corsino sowie im Zuge der kreativen Entwicklung der Videos Infinity und Inspire für Foscarini, von denen ersteres mit einer Ehrenvollen Erwähnung im Rahmen des Compasso d'Oro ADI 2011 gewürdigt wurde. Seine Arbeiten werden sowohl auf Gruppen- wie auch Einzelausstellungen in verschiedensten Museen und Galerien in Italien und im Ausland gezeigt.

Artemio Croatto

/ Designwork

p. 177

Visuelle Kommunikation, Grafikdesign, Corporate Identity, künstlerische Leitung. Das sind die Arbeitsbereiche des Studios Designwork, gegründet 2002 in Udine von Art Director Artemio Croatto. Zu seinen Kunden zählen einige der bedeutendsten italienischen und internationalen Designmarken, bekannte Verlagshäuser und renommierte Kulturinstitutionen. Im Jahr 2010 wird Artemio Croatto von Foscarini mit der künstlerischen Leitung des Herausgeberprojekts „Inventario“ betraut, für das er 2014 mit dem Compasso d'Oro ADI ausgezeichnet wird. Im Jahr 2013 beginnt seine Zusammenarbeit mit dem Museum MART in Rovereto und dem Verlagshaus Mondadori Electa, die Designwork mit der Gestaltung und medialen Aufbereitung diverser Ausstellungen und Kataloge beauftragen. Hearst Magazine Italien überträgt ihm zudem das Grafikprojekt der Zeitschrift „Home“ und das Restyling von „Elle Decor Italia“. Im Jahr 2016 erarbeitet das Studio Logo und Corporate Image der Nationalgalerie für Moderne und Zeitgenössische Kunst in Rom und zeichnet seither für die Kommunikation der Veranstaltungen und Ausstellungen des Museums verantwortlich. Im Jahr 2017 erteilt ihm Treccani den Auftrag zur grafischen Neugestaltung des Internetportals Treccani.it und die Filmbiennale überträgt ihm die Gestaltung der Grafik und der Eröffnungssequenz der Filmfestspiele von Venedig.

Colophon

Foscarini SpA
via delle Industrie 27
30020 Marcon / Venezia / Italy
T +39 041 595 3811
foscarini@foscarini.com

Foscarini Inc
20 Greene Street, New York
NY /10013 / USA
T +1 212 247 2218
foscarini.inc@foscarini.com

Foscarini Japan K.K.
Oak Minami-Azabu
Building, 19-23,
Minami-Azabu 3-chome,
106-0047 Minato-ku
Tokyo / Japan
foscarini.jpn@foscarini.com

Foscarini Spazio Brera
via Fiori Chiari 28 /
via Pontaccio 19
20121 / Milano / Italy
T +39 02 870 71320
spaziobrera@foscarini.com

Foscarini Spazio Soho
20 Greene Street, New York
NY /10013 / USA
T +1 212 257 4412
spaziosoho@foscarini.com

Azienda certificata
UNI EN ISO 9001
UNI EN ISO 14001

Edizione 01.2018

Texts:
Stefano Micelli
Manolo De Giorgi

Photography:
Gianluca Vassallo
Massimo Gardone / Azimut
Backstage pictures p. 172:
Fabio Bressan

Concept and graphic design:
Designwork
art direction: Artemio Croatto
art work: Erika Pittis / Designwork

Thanks to:
All the people working at Crea, FAPS
and Vetrofond on developing our
models who were part of this project.

Colour separation:
Luce, Udine
Made and printed in Italy
by OGM, Padova

foscarini.com



FOSCARINI