

show

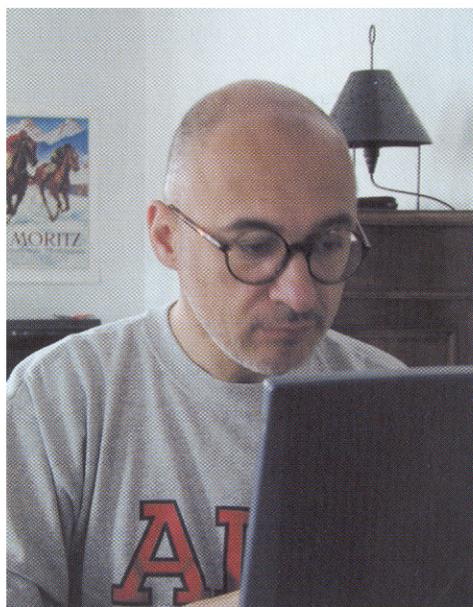
N.2 APRILE/MAGGIO 2002

PORTE & FINESTRE

room

SAIEDUE
Le porte per interni
AWARD
Premiati i Rivenditori
NORMATIVA
Prodotti sicuri

ELSEVIER
business
information



L'architetto Luigi Mascheroni.

L'ENGINEERING DI UN PRODOTTO

SCORREVOLE VERSATILITÀ

La porta come presenza discreta e al contempo determinante del carattere di uno spazio: questo è l'imperativo del sistema Pavilion di Tre-Più.

Carla Icardi



Lo spazio aperto della sala riunioni.



Lo show room visto esternamente.

Tutte le immagini del servizio sono relative alla ristrutturazione degli uffici e dello show room dell'Azienda Guido Marellitalia di Meda, progettati e coordinati dall'architetto Giuliano Cappelletti dello Studio Cappelletti e Pozzoli Architetti Associati.

Suddividere, conformare, caratterizzare gli ambienti è uno dei tanti compiti che il progettista, quotidianamente, deve assolvere. Sui modi con cui questi processi di appropriazione e caratterizzazione possano avvenire si dipana la storia dell'architettura e dell'arredamento di interni. Lo spazio, per essere reso funzionale alle esigenze del cliente, può essere invaso da oggetti, sopraffatto da manufatti, segmentato, oppure lasciato fluire libero e luminoso pur garantendo usufruibilità e versatilità.

Proprio su questa seconda possibilità si fonda il programma Pavilion firmato da Antonio Citterio per Tre-Più. Per scoprire i "segreti" di Pavilion ci

rivolghiamo all'architetto Luigi Mascheroni dello Studio Decoma, responsabile dell'engineering e dell'industrializzazione del prodotto.

• *Architetto Mascheroni, com'è nata l'idea di Pavilion?*

E' stata quasi un'esigenza del mercato. Ad un certo punto si è capito che si poteva proporre un prodotto di questo tipo.

Aprire e chiudere gli spazi è sempre stato un obiettivo prioritario per noi architetti. Ad un certo punto è maturata nel mercato e nei progettisti l'idea che l'apertura e la chiusura degli spazi potessero essere affidate anche a qual-



*Continuità e luminosità:
la sala riunioni chiusa.*

cosa di diverso dai serramenti tradizionali. Quando si è intuito che si poteva realizzare una nuova tipologia di prodotti, che si discostasse dalla immagine tradizionale della porta per interni, il pubblico ha accettato subito la proposta. E difatti le porte in vetro e alluminio scorrevoli sono entrate prepotentemente sul mercato divenendo un elemento di arredo vero e proprio.

Tre Più ha avuto la felice idea di rivolgersi allo studio Citterio scegliendo, tra l'altro, di impiegare un materiale che non apparteneva alla loro tradizione produttiva come l'alluminio.

Noi, come Decoma, siamo stati proprio chiamati dai titolari della Tre Più in

virtù dell'esperienza più che decennale maturata proprio nel settore dell'alluminio.

• *Come si sviluppa il rapporto tra chi cura la parte più propriamente estetica e chi, come voi, cura l'aspetto dell'ingegnerizzazione?*

Lo sviluppo di prodotti di questo tipo deve seguire strettamente un canale legato al marketing. Ad un certo punto nasce l'esigenza, da parte dell'azienda, di introdurre un nuovo modello, delle nuove finiture, perché il mercato deve essere sempre stimolato, soprattutto per quanto riguarda i sistemi che devono durare nel tempo. Dall'analisi di

marketing si capisce cosa fare e, una volta individuato il cosa fare, la parte di sviluppo tecnologico viene divisa dalla parte estetica. Ad un certo punto si stabilisce che occorre raffinare i particolari, si individuano i dettagli su cui lavorare e si inizia il progetto. Dopo di che, si inizia a disegnare e si procede per verifiche successive sino alla realizzazione del prototipo. E' un modo di operare consueto anche se, forse, lo è meno nel nostro settore, perché il prodotto sembra più semplice, ma è una metodologia consolidata quando si affrontano tematiche più complesse, quali lo studio di elettrodomestici, auto ecc.



I leggeri diaframmi della zona uffici.

Devo dire che Tre Più ha capito l'importanza di queste cose in questo tipo di progetti e il mettere a punto ogni dettaglio sta diventando quasi una missione aziendale. Una attenzione che alla fine premia. La qualità del prodotto la si vede nei particolari e anche il consumatore finale se ne accorge.

SR²
34

• *Come si è evoluto il progetto Pavilion?*

Il progetto Pavilion è solo all'inizio. Il prodotto ha davanti un futuro di sviluppo, nuove applicazioni, nuove soluzioni. La forma del binario, ad esempio, è abbastanza diversa da quella di tutti i prodotti dello stesso tipo in commercio. E' stato concepito come un cuore, un nucleo attorno al quale possono aggregarsi altre funzioni. Tutti i componenti che vi ruotano attorno sono fatti per aggregazione attorno al nucleo centrale. Fin dall'inizio Pavilion non è stato pensato come sistema chiuso. Si tratta di un progetto aperto a tutti gli sviluppi e, a mio parere, sino ad oggi si è sfruttato solo il 30% delle potenzialità del prodotto. C'è ancora, dunque, un 70% da esplorare e l'azienda vuole farlo gradatamente per un duplice motivo: da un lato, perché è sempre una buona cosa serbarsi delle novità da immettere per tappe successive sul mercato e, dall'altro, per evitare il rischio di auto-congestionarsi. Quest'anno ci siamo concentrati sui particolari, in futuro presenteremo



Le stesse caratteristiche di fluidità degli spazi si ritrovano nelle ali destinate agli uffici.



delle innovazioni di sistema che sono già state pianificate. Tra le novità 2002 c'è sicuramente la controbocchetta, completamente a filo, incassata. Stiamo inoltre lavorando per proporre una controbocchetta in ceramica speciale.

• *Negli ultimi anni ci siamo abituati a osservare una profonda modificazione dell'oggetto-porta. Sembra si stia andando nella direzione della sostituzione del serramento per interni tradizionalmente inteso in favore di pareti scorrevoli polifunzionali. E' una linea di sviluppo che proseguirà anche in futuro?*

Sicuramente sì. Se il concetto non si è ancora radicato è solo per una questione di tempo. Per ciò che mi riguarda, gli obiettivi da perseguire sono già chiarissimi, so già cosa fare per i prossimi cinque anni su Pavilion.

Nella casa ci saranno delle novità. Il mercato diventa sempre più trasversale. Chi produce porte sconfinava sempre più facilmente nel settore dell'arredo, ad esempio. Ed anche per i distributori, nonostante le remore connesse alle difficoltà di posa di questo tipo di prodotto, il discorso risulterà con il tempo

senz'altro interessante. Si riproporrà quanto è successo nel comparto idrotermosanitario in cui rivenditori offrono sempre più spesso, oltre che rubinetteria e sanitari, anche l'arredo bagno.

Al di sopra di tutto questo c'è, comunque, la ricerca del valore aggiunto del design che le aziende cominciano a scoprire significativamente soltanto adesso.

Design, va sottolineato, che non vuol dire solo stile, ma significa anche soluzioni d'uso diverse, cura dei particolari, funzionalità maggiore.

• *Non esistono versioni di Pavilion con apertura automatizzata?*

Si tratta di uno dei temi che probabilmente affronteremo in futuro. L'automazione sta progressivamente divenendo una realtà e sicuramente sarà uno dei filoni su cui si svilupperà tutto il settore del mobile. Come Studio, già al Salone del Mobile di quest'anno presentiamo delle automazioni applicate ai mobili da cucina.

Si tratta di uno sviluppo che procederà con ritmi molto più accelerati di quanto possiamo pensare in questo momento. Il futuro è vicino.

LE TENDENZE DEL SETTORE

Si possono tracciare delle linee di tendenza nel settore dei serramenti per interni?

Oggi paga molto lavorare sul contrasto. Tutto dipende comunque dalla fascia di mercato di riferimento: da una parte c'è la clientela che cerca il prezzo e dall'altra quella che cerca il prodotto, la finitura, il design. L'importante, per un'azienda, è differenziarsi, acquisire una propria identità forte sul mercato attraverso prodotti che si distinguono. Poi, naturalmente, c'è il fenomeno delle mode che investe il settore del serramento con le stesse dinamiche che interessano altri comparti produttivi.

Tra le future tendenze c'è sicuramente un aumento dimensionale dell'altezza della porta. Il classico 2,10 m verrà abbandonato in favore di porte visivamente più importanti. Su ante di questo tipo è sicuramente più gradevole vedere uno spessore maggiore. Parallelamente ci sono le porte ultratecnologiche, quasi prive di telaio.

L'interesse per il prodotto di design nel settore delle porte per interior si riproporrà, a suo parere, anche in quello dei serramenti per esterni?

Credo sia questione solo di tempo anche se in questo caso il settore è maggiormente impermeabile a questo tipo di innovazione. Il problema è che la finestra, o meglio il profilo con cui viene realizzata, è tutt'ora venduta a chili e non a pezzo. Si ripropone la stessa situazione che sino a qualche decennio fa contraddistingueva il settore delle maniglie. Anche questo tipo di prodotto, infatti, veniva venduto un tanto al chilo sino a quando Carlo Valli ha proposto maniglie dal design ricercato, quindi con un notevole valore aggiunto, vendute a pezzo.

Quando si comincerà a vendere anche il serramento a numero, probabilmente avrà inizio una nuova stagione di ricerca non solo tecnologica ma anche formale. Il mercato ha ancora bisogno di un passaggio per arrivare a questo.



Lo show room visto dall'interno.

Personalmente seguo, anche per passione personale, fiere dedicate al settore del serramento e secondo me manca il design. Tutti i sistemi per aprire e chiudere i serramenti sono esteticamente sgradevoli. Le aziende di settore non hanno ancora capito che il valore aggiunto dei loro prodotti può, e deve, essere proprio il design. E questo vale sia per il serramento che per l'automazione che viene vista come qualcosa di aggiuntivo a un prodotto finito con cui non si integra visivamente. Nel momento in cui qualcuno comincerà a capire che attraverso partnership tra aziende è possibile proporre prodotti validi anche da questo punto di vista, il mercato si rivelerà già prontissimo ad accoglierli. C'è proprio, a mio avviso, una mancanza di offerta e non di

domanda. Oggi sull'automazione si possono fare cose incredibili e gli spazi di sviluppo sono praticamente infiniti. E' solo una questione di tempo e di mercato e poi queste tecnologie non saranno più un'eccezione alla regola ma una realtà diffusa.

L'importante è che il progetto faccia proprio l'automatismo, lo inglobi al suo interno per fare in modo di dare vita ad un prodotto finale perfettamente integrato.

Il problema è poi quello dell'installatore. La distribuzione, a questo proposito, svolge un duplice ed importante ruolo. Da un lato, infatti, stimola la creazione di prodotti nuovi da proporre alla propria clientela e dall'altro frena l'introduzione di tecnologie innovative perché implicano difficoltà di installa-

zione. Il fenomeno è naturalmente legato alla difficoltà di trovare manodopera, in questo caso installatori, realmente qualificati.

