



POLITECNICO  
DI MILANO

DASU – Dottorato di Ricerca in Architettura degli Interni e Allestimento – XXV° Ciclo

**L'interno coordinato.** Origini e prospettive del progetto contract negli spazi contemporanei dell'abitare

*Ensemble interior. Origins and outlook of contract projects in contemporary spaces of inhabiting*

Dottorando: Nydia Urdaneta Falcon

Relatore: Prof. Giampiero Bosoni

Coordinatore: Luca Basso Peressut

## Ringraziamenti

Vorrei fare un caldo ringraziamento a tutte le persone e istituzioni che mi sono state vicine nella ricerca ed elaborazione del presente lavoro, in particolar modo:

A **Kathy Reagan** di Steelcase Corporate Archives, che con dedizione e precisione ha reso disponibile diverso materiale originale per lo studio e analisi, documenti che hanno tracciato una direzione nella indagine sugli origini del contract negli Stati Uniti e alcuni prodotti chiavi della ricerca, dove Steelcase è stata precursore.

A **Laura Meyer**, che con passione, entusiasmo e puntualità ha accompagnato questa avventura, dandone non solo un contributo critico e professionale ma di autentica amicizia.

A **Rosa Mangone** e a **Rosanna Colzani** che hanno condiviso amorevolmente tanti documenti preziosi da loro custoditi e episodi di prima mano sugli origini e l'operare della Divisione Contract di Cassina raccolte in circa trent'anni di esercizio professionale all'interno di questa struttura. Anche a **Barbara Lehman** e **Sandra Nassima**, che generosamente hanno fornito alcuni dei primi spunti e materiale dell'archivio Cassina per dare "corpo" alla storia del contract.

A **Matteo Pirola**, **Elisa Leoni**, che con sincero interesse hanno fatto di propulsori ad alcuni temi e seguito con discrezione il percorso della ricerca.

Al prof. **Giampiero Bosoni**, il suo supporto e fiducia sono stati fondamentali e oltre al mero dovere. E mi scuso con Umberto Eco se gli può sembrare di cattivo gusto ringraziare il proprio relatore.

Infine alla mia famiglia (a **Caracas** e a **Milano**), voi siete i migliori!

## L'interno coordinato

### Origini e prospettive del progetto contract negli spazi contemporanei dell'abitare

Indice dei contenuti

Introduzione

<b>I</b>	<b>PRIMA PARTE - IL CONTRACT</b>	<b>p. 9</b>
I.1	<b>Il “corpo” del contract</b>	
I.1.1	Definizioni del contract	
I.1.2	“Visioni” del contract per gli addetti ai lavori	
I.1.3	Dati specifici sul settore contract	
I.2	<b>Infine, cos'è il contract?</b>	
<b>2</b>	<b>SECONDA PARTE – LA STORIA DEL PROGETTO CONTRACT E LA SUA EVOLUZIONE</b>	<b>p. 25</b>
2.1	<b>Storia del contract</b>	
2.1.1	Modelli di riferimento per un contract <i>ante litteram</i>	
2.1.2	Il ruolo dei grandi magazzini nello sviluppo del settore	
2.1.3	L'utilizzo della parola “contract” nel glossario degli interni	
2.2	<b>Diffusione, consolidamento ed evoluzione del settore contract</b>	
2.2.1	Welcome to the Contract Floor!	
2.2.2	La prima fiera del contract	
2.2.3	L'operare del contract	
	I sistemi d'arredo e gli spazi della produttività	
	I mezzi e gli spazi del movimento e lo scambio	
	Il tempo libero: le catene alberghiere, i franchising alimentari e il <i>retail</i>	
	Le strutture ospedaliere e il <i>home-care</i>	
2.3	<b>Il progetto contract come termometro della società e dell'abitare?</b>	

### **3 TERZA PARTE – FARE CONTRACT**

p. 64

#### **3.1 Tassonomia del contract**

- 3.1.1 Principali attori coinvolti nei processi del progetto contract
- 3.1.2 Metodi più comuni per l'aggiudicazione degli incarichi
- 3.1.3 Principali fasi e strumenti operativi
- 3.1.4 Alcune normative di riferimento

#### **3.2 Sviluppo e divulgazione del settore contract**

- 3.2.1 Fiere del settore
- 3.2.2 Riviste specialistiche
- 3.2.3 Centri di studio e ricerca specializzati

#### **3.3 Le principali aziende contract operanti oggi**

- 3.3.1 In Italia, le principali aziende del contract oggi
- 3.3.2 All'estero, le principali aziende del contract oggi

#### **3.4 Cosa vuole dire “fare contract”?**

4

### **4 QUARTA PARTE – IL DESIGN NEL CONTRACT: IL PROGETTISTA, IL PRODOTTO, IL PROGETTO**

p. 92

#### **4.1 L'archistar-system: alcuni casi esemplari dentro e fuori i confini italiani**

- 4.1.1 Evoluzione del ruolo del progettista
- 4.1.2 Il ruolo del progettista oggi

#### **4.2 Il sistema degli oggetti**

- 4.2.1 Il prodotto artigianale
- 4.2.2 Il prodotto industriale
- 4.2.3 Il prodotto contract

#### **4.3 Il progetto contract. Alcuni casi studio**

- 4.3.1 Parametri per la raccolta e l'analisi
- 4.3.2 Lavori in corso: schedario panoramico progetti di grandi cantieri aperti oggi nel mondo
- 4.3.3 Schede descrittive di pochi progetti scelti tra la consolidazione del contract e oggi in Italia

- 4.3.4 Raccolta iconografica di alcuni interni del contract
- 4.3.5 Schede descrittive dei prodotti che hanno dato un rilevante contributo al settore contract

#### 4.4 Cosa ci rimane di tutto questo fare?

## 5 QUINTA PARTE – PROSPETTIVE DEL CONTRACT NELL'ABITARE CONTEMPORANEO p. 143

### 5.1 L'interno coordinato

- 5.1.1 Il parlare del contract nell'ambito professionale ed economico
- 5.1.2 Punti di forza e debolezza del progetto contract
- 5.1.3 Specificità disciplinare e inserimento accademico

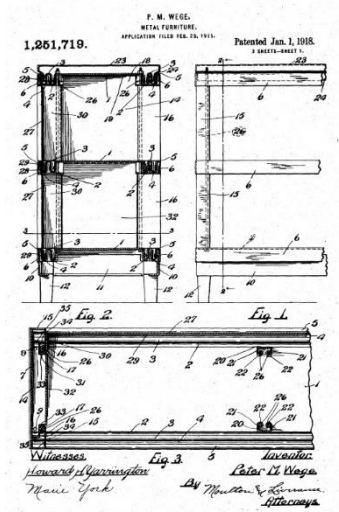
### 5.2 Che ne sarà del contract?

## Conclusioni

Linea temporale di eventi rilevanti legati al contract

Appendici

Bibliografia



Disegno per il registro di patente di Peter M. Wege che inventa il sistema di piegatura a "U" o U-channel per fare una lamiera di acciaio più forte bensì più leggera, 1918. Questa è una delle numerose invenzioni che Wege e la Metal Office Furniture Company patentarono durante gli anni di collaborazione. Fonte: courtesy Steelcase Corporate Archives.

## Introduzione

Il presente lavoro si colloca alla fine del percorso del Dottorato di ricerca in Architettura degli Interni e Allestimento e parte da una riflessione nata durante il laboratorio di ricerca storico-critica e che si è sviluppata successivamente attraverso un confronto in prima persona con un avvicinamento professionale al settore. Si tratta di una ricerca esplorativa e operativa di un campo di studio ancora poco noto in ambito accademico, attraverso investigazione storico-critica e analisi di casi studio.

L'inizio del ventesimo secolo vide formarsi una tradizione del design legata alla produzione che trova spazio e forza nella artigianalità e nella industria. Come sostiene Tomás Maldonado, il rapporto tra arte e tecnica o arte e industria è l'elemento comune del dibattito che ha visto molteplici autori farne una diversa storia del disegno industriale. Spinta dalla produzione di massa e dal commercio, nasce la necessità di dare una completezza altresì al progetto d'interni, non solo a livello progettuale ma anche produttivo e dell'allestimento.

Nel settore degli interni commerciali, in particolare l'ambito degli spazi della accoglienza, i progetti devono comunicare una immagine e visione dell'attività che rappresentano. Nell'ordine di garantire un risultato adeguato, essi richiedono una realizzazione e allestimento coordinati. Progettisti e imprese generano una speciale sinergia nella ricerca e progettazione, produzione e allestimento, quella che

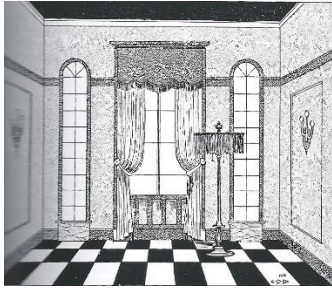
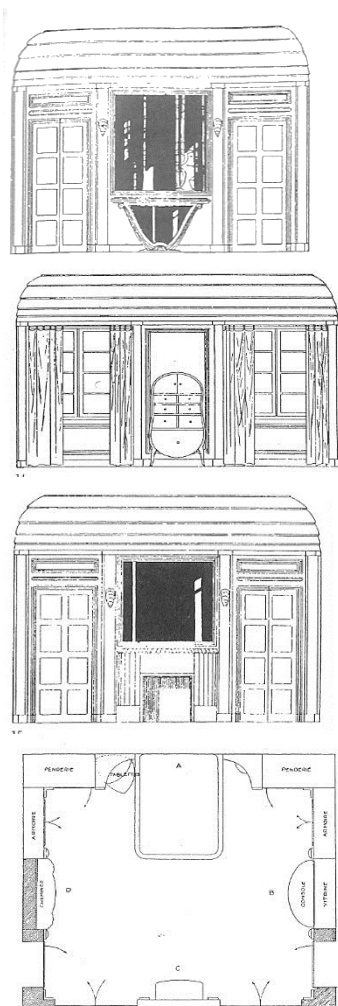


Illustrazione di E. O. Burdgraff, raffigurante un esempio per lo sfondo della vetrina di un negozio di mobili, *Manual of Show Windows Backgrounds for Mercantile Display*, 1925.



Andr  Groult, disegni per una camera da letto presentata all'Esposizione del 1925.

all'inizio del secolo scorso cominci  per chiamarsi *ensemble*<sup>1</sup> e che oggi nell'area professionale della nostra disciplina viene comunemente chiamata settore "contract".

Alcune realt , sia d'impostazione artigiana o d'impresa, nei primi decenni del movimento moderno hanno avuto modo di sperimentare con elementi complessi fino a convertirli in produzione seriale nella scala degli interni. Altre, con particolare visione strategica, adattando la propria produzione alle necessit  particolari del progetto e del mercato in generale. Oggi la realt  italiana ha molte aziende che fanno interni e contract come una eredit  di quella precedente esperienza, e fortificata da un ampio *know-how*. Da questa premessa, pu  considerarsi il contract uno dei risultati della modernit  e della sua produttivit ?

Il contract   un modo di pensare all'arredamento e agli interni, e soprattutto un modo di operare. Il contract   un sistema, un insieme integrato di prodotti e servizi ordinati e predisposti per il completamento di un allestimento d'interni, solitamente per la collettivit .   importante capire i suoi processi e le sue implicazioni, dato che la sua rilevanza radica proprio nel suo reciproco nutrimento con il progetto e l'operare nella disciplina degli interni.

L'obiettivo di questa ricerca   guardare all'interno della disciplina e cercare un nuovo potenziamento nel fare, quali sono le opportunit  latenti e inerenti. Analizzare la strada fatta, capire quale   la strada da seguire a futuro, e se ci sono possibili sviluppi tecnici e di sperimentazione tecnologica oggi nelle quali vi   la necessit  di raccontare storie attraverso la progettazione degli interni.

Una storia che ne varrebbe la pena di essere raccontata   gi  presente nei nuovi e diversi modi dell'abitare contemporaneo, attraverso il design, i materiali, attivit  alternative. Sarebbe non solo la storia degli oggetti o delle persone che ne fruiscono, ma anche la storia di progettisti e aziende.

<sup>1</sup> Nell'etimo della parola *ensemble* (insieme) vi   il significato di *unit  particolarmente studiata, chiusa, completa, preziosa e complesso con caratteristiche comuni, in armonia, accordo fra elementi combinati tra loro*.

Sub copertina

Prima parte



# I PRIMA PARTE \_

## IL CONTRACT

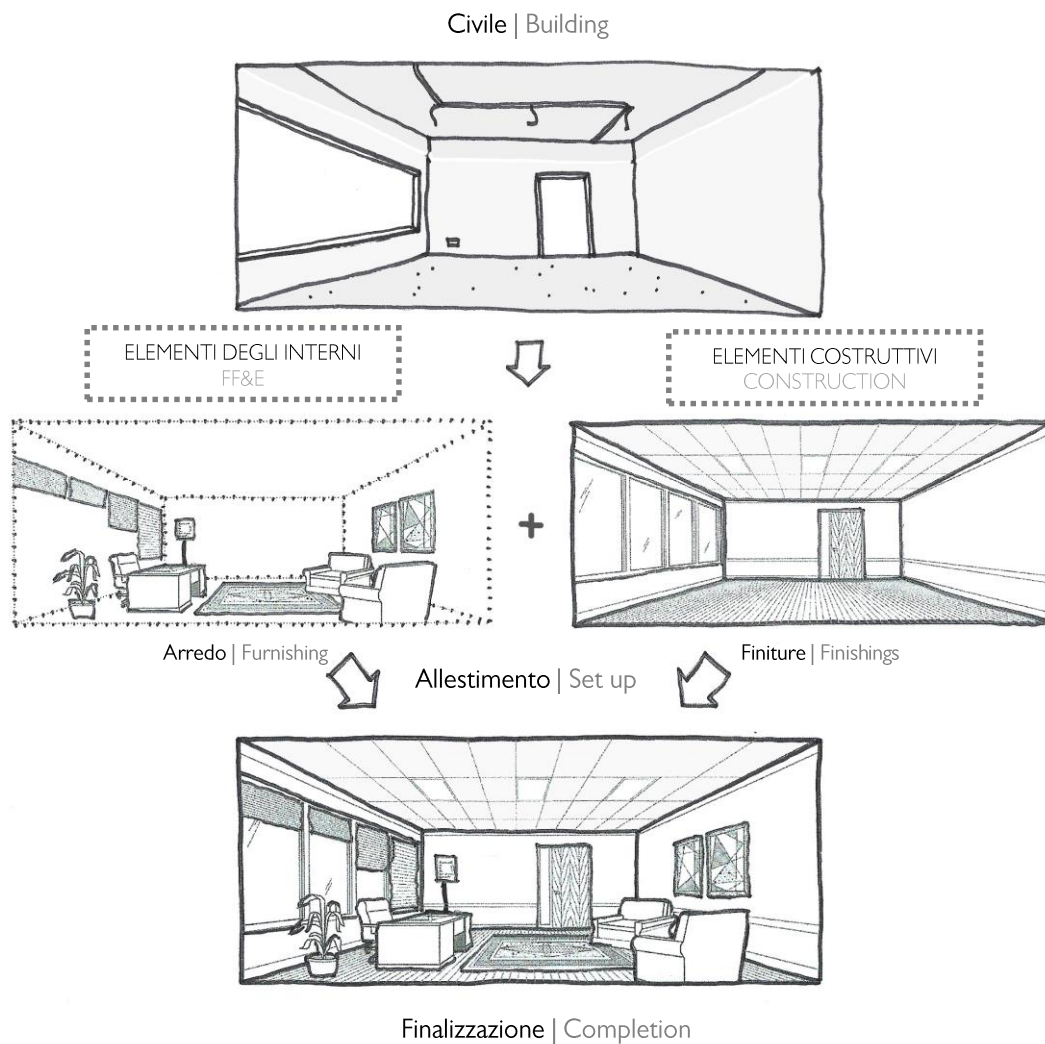
### I.1 Il “corpo” del contract

All'inizio degli anni sessanta in Italia il termine contract non era ancora di uso comune. Ma questa tendenza sarebbe cambiata nel giro di pochi anni e a metà di suddetto decennio il contract sarebbe stato un ambito riconoscibile, e al punto di essere stabilita negli Stati Uniti una fiera specialistica del settore. Il mercato del contract evolve con il tempo e anche la produzione a essa dedicata. Già negli anni settanta, sempre in Italia, vi era un modo di definire il contract con parole semplici: si parlava di “chiavi in mano”<sup>2</sup>. Questa espressione sintetica comporta tuttavia l'interrelazione di molti mondi convergenti in uno.

Il contract in sintesi è un insieme di prodotti e servizi per la collettività, quali materiali di rivestimento, tessuti per gli interni e l'arredamento, tecnologia applicata all'architettura, per cui aree tecniche come l'ergonomia, l'illuminazione e l'acustica sono di rilevante interesse; e servizi, tra altri, quali progettazione, ingegnerizzazione, selezione, approvvigionamento, realizzazione, gestione, trasporto, installazione, manutenzione.

---

<sup>2</sup> Stanislaw T. Orłowski e Carlo Testa, “Education Facilities in Ontario” in *Domus*, n° 598, p. 89.



Schema grafico esemplificativo delle modalità d'intervento del contract sugli interni. Adattamento del diagramma del Manuale per l'esercizio della Professione dell'Istituto di Specifiche per la Costruzione (CSI), ridisegno e adattamento dell'autrice.

Durante gli anni ottanta il mercato del contract ha avuto una spinta importante dovuta principalmente dalla apertura dei mercati internazionali dell'ospitalità e della ristorazione, e dal sostegno di istituzioni scolastiche e professionali. Per esempio negli Stati Uniti si trovano già dimostrazioni di riconoscimenti dedicati al settore, come il premio IBD dell'*Institute of Business Design di Chicago*, riservato ai prodotti di design più innovativi maggiormente adatti al mercato del contract.

Negli anni novanta la rivista *Domus* pubblicò per alcun tempo con scadenza annuale una rassegna di aziende e materiali specifici per il settore dell'industria contract, dove veniva chiaramente riconosciuto il valore non solo della produzione e fornitura di prodotti ma anche di servizi a essi legati<sup>3</sup>.

Affermato negli ultimi anni della prima decada del ventunesimo secolo, il contract entra a far parte della famiglia del design con l'inserimento del "contract design"<sup>4</sup> ma che non va confuso né con il "design by contract" né con la formulazione di contratti<sup>5</sup> anche se l'origine venga appunto dalla seconda, come vedremo più avanti nella parte seconda riguardo gli origini del design e l'utilizzo della parola "contract".

Nonostante di strada se ne sia fatta, "il concetto di contract si è diffuso piuttosto di recente, in particolar modo all'esterno di quel mondo anglosassone a cui l'espressione si mantiene ancorata dal punto di vista linguistico."<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> "Schede contract. Aziende e le loro proposte per il settore contract: prodotti e servizi per operare nelle grandi forniture", in *Domus*, n° 717, 1990, p. 93-133; *Domus* n° 728, giugno 1991 pp. 93-129; "Schede contract" in *Domus*, n. 739, giugno 1992, pp. 81-102; "Schede contract" in *Domus*, n. 739, giugno 1993, pp. 59-71.

<sup>4</sup> Guido Musante, "Contract Design" in *Domus*, n° 920, dicembre 2008, pp. 30-31.

<sup>5</sup> In inglese il termine "contract design" spesso viene applicato alla elaborazione e stesura dei contratti di carattere legale tra le parti; e "design by contract" (DBC) è un metodo di progettazione software, per cui l'utilizzo in ambito disciplinare della architettura e degli interni il termine "contract" è l'accezione che sarà privilegiata.

<sup>6</sup> Guido Musante, "Uffici e contract non esistono" in *Domus* n° 931, dicembre 2009, pp. 28-52.

### 1.1.1 Definizioni del contract

Con l'intenzione di avvicinarsi a trovare una definizione, faremo il tentativo di raggruppare alcune considerazioni riguardo al contract raccolte tra architetti e studiosi legati al settore. Per Teri Larsen, interior designer e *Professional Member* dell'ASID (American Society of Interior Designers), il contract è "il design per il mercato degli spazi commerciali"<sup>7</sup> e descrive alcune caratteristiche del prodotto contract, del quale vedremo in modo più approfondito nella quarta parte nel capitolo "Il sistema degli oggetti".

Il contract è intrinsecamente connesso alla fornitura di prodotti e servizi per l'arredamento e allestimento degli interni commerciali e della collettività. I prodotti in genere sono mobilio fisso, arredi mobili, attrezzature, rivestimenti; e i servizi vanno dalla progettazione, l'ingegnerizzazione, passando dal *project management*, alla logistica, il trasporto e l'installazione.

Per Giorgio Bersano<sup>8</sup> il contract è "una formula usata per indicare acquisti dalla dimensione consistente, non più rivolti a utenti finali, ma destinati a un progetto (voluto da un'immobiliare, una compagnia di navigazione, una catena di alberghi o negozi) che è stato elaborato da studi professionali spesso di rilevanza internazionale"<sup>9</sup>. Una voce concordante internazionalmente ma soprattutto in Italia è riferita al fatto che il sistema contract deve avere una offerta non solo di prodotti adatti ma di servizi e gestione, "il termine allude a un *contracting* che regola il rapporto fornitore-cliente e prevede i prodotti/servizi, i tempi di consegna, le modalità di erogazione, le penali rispetto ai ritardi o alle variazioni di fornitura, il prezzo dell'operazione"<sup>10</sup>.

---

<sup>7</sup> Consultare il testo completo (in inglese) per maggiori dettagli sulla definizione e caratteristiche dei prodotti legati al contract nel articolo di Teri Larsen. "What is contract design?", in *A little design help*, online dal 26/06/2012, consultato il 11/12/2012: <http://alittledesignhelp.com/what-is-contract-design/>

<sup>8</sup> Architetto, docente presso la Facoltà di sociologia di Milano Bicocca, consulente della Domus Academy e per alcuni anni responsabile dell'Osservatorio delle Politiche Culturali della Regione Lombardia.

<sup>9</sup> Giorgio Bersano, "Il contract" in *Abitare* n° 466, novembre 2006, p. 133.

<sup>10</sup> *Ibid*, p. 133.

Un'altra definizione del contract la offre Philippe Saverio<sup>11</sup>, in occasione della sua partecipazione al convegno "Contract. Per sapere", ricordando il principio romano del *caveat emptor* (che letteralmente significa "stia in guardia il compratore"), principio sul quale si basa il rapporto commerciale anglosassone ma, dice Saverio, che in Italia è stato abbandonato<sup>12</sup>. La associazione di Saverio è molto pertinente e ci apre la strada a fare una differenziazione interna del termine, dato che il principio della contrattualizzazione dettagliata e metodologica, è senz'altro la base delle differenze tra il contract anglosassone e quello italico, differenze che approfondiremo nelle parte terza *Fare contract*.

Durante lo stesso convegno, Gabriella Lojacono<sup>13</sup> parte dalla premessa che il contract è dinamico e variabile, evidenziando che sia vero particolarmente in Italia, e preferisce dare una "non-definizione" del contract per punti:

1. In Italia molte imprese d'arredo scambiano una vendita di mille sedie da catalogo come contract, mentre si tratta di una buona fornitura.
2. Il contract non è solo l'allestimento di un hotel.
3. Non è una divisione aziendale. Potrebbe non essere necessario in quanto i modelli per fare contract sono diversi.
4. Non è una crescita all'estero facile e senza concorrenti. In questo contesto non stiamo parlando di prodotti ma di servizi, volendosi impegnare nel settore contract quindi è necessario riformare l'azienda e non è semplice perché all'estero le imprese sono molto ben strutturate e con capacità finanziarie. Il contract non è quindi un modo più semplice rispetto al *retail* per conquistare mercati esteri.
5. Un altro mito da sfatare è la convinzione per cui se si ha una struttura, si hanno le sinergie ed è sufficiente replicare nel contract le modalità di comunicazione e distribuzione per ottenere risultati. In questo modo però non si reinveste nel contract, bisogna tenere presente che è una modalità diversa di lavoro, target e i messaggi sono diversi. Dobbiamo conoscere a chi indirizzare le politiche di comunicazione." <sup>14</sup>

---

<sup>11</sup> Critico d'arte, giornalista e professore ordinario di Disegno Industriale presso la Facoltà di Architettura della Università degli Studi di Firenze.

<sup>12</sup> "Contract. Per sapere", convegno tenutosi a Venezia il 14 maggio 2011, organizzato da ADI Delegazione Veneto e Trento Alto Adige con ADI Friuli Venezia Giulia e in collaborazione con Federlegno-Arredo e Confindustria Veneto.

<sup>13</sup> Docente associato presso il Dipartimento di Management e Tecnologia della Università Bocconi.

<sup>14</sup> Atti del convegno "Contract. Per Sapere", Venezia, 14 maggio 2011.

Infine Lojacono differenzia una azienda tradizionale da una azienda contract (anche dal punto di vista civile) come “un’impresa appaltatrice, [che] nel senso puro del termine vuol dire fare project management e offr[ir]e un servizio chiavi in mano”<sup>15</sup>.

Luisa Collina (architetto, professore ordinario in disegno industriale e membro del collegio docenti del Dottorato di Ricerca in Design del Politecnico di Milano) a proposito del contract scrive: “sembra comprendere tutto e il suo contrario: dal pezzo unico alla grande serie; dal prodotto artigianale (...) su disegno allo standard industriale (...); dalla progettazione focalizzata su opere extra-ordinarie (...) ad attività di project management e di servizi innovativi volti a fornire prodotti ‘chiave in mano’”<sup>16</sup>

“Si scrive ‘forniture per grandi progetti’, si pronuncia ‘contract’. Se si tratta di arredare alberghi, complessi residenziali, musei, cinema e teatri, ma anche navi e, perché no, aerei, la parola chiave è racchiusa in quelle otto lettere”<sup>17</sup>. Questa è la definizione di Benedetto Marzullo, giornalista del Corriere della Sera, forse la più centrata riguardo all’ambito di operazione.

Se si vuole fare una enunciazione condensata e piuttosto completa si può dire che il contract è ***un sistema produttivo e organizzativo che opera nell’ambito dell’architettura degli interni per offrire prodotti e servizi coordinati volti a realizzare ambienti e spazi, soprattutto per la collettività.***

---

<sup>15</sup> Evelina Bazzo e Camilla Tosi, “Contract per Sapere” in *Ufficiostile* n° 2.11, p. 41.

<sup>16</sup> Prefazione di Luisa Collina della pubblicazione di Giulia Gerosa, *Contract. Una opportunità per il design made in Italy*, p. 8. Per altre definizioni consultare a p. 13 quella di Antonella Castelli, e a p. 74 nella intervista riportata, la definizione di Luca Scacchetti.

<sup>17</sup> Benedetto Marzullo, “La nuova frontiera del contract design” in *AT Casa Il Corriere della Sera*, 25/07/2008, consultato il 20/04/2013.

### 1.1.2 “Visioni” del contract per gli adetti ai lavori

A differenza delle definizioni, che cercano di delimitare l'operare del contract, le visioni sono piuttosto una idea delle possibili estensioni fluttuanti del settore contract. Alcune sono una visione più pragmatica, altre più poetica, ma sempre riferite alle attività del progetto contract.

Tra le prime abbiamo quella di Andrea Branzi che ritiene che il contract sia un settore chiave nell'industria del mobile associandolo al “furniture chiavi in mano per spazi pubblici, dagli alberghi di lusso ai negozi delle griffe più famose” e considera il contract “una particolare risorsa all'indirizzo di una nuova visione strategica del furniture design”<sup>18</sup>. Una visione molto misurata ce la offre l'architetto Marco Piva<sup>19</sup> con “contract è fare progetto”<sup>20</sup>. Sebbene troppo compressa, ci dà l'idea di un lavoro olistico, di uno sforzo creativo che include tutte le fasi del progetto. Vi è invece chi sostiene che il contract è il funerale del brand<sup>21</sup>. La visione del contract tante volte è contrastata da chi si occupa di progetto e da chi si occupa di numeri, come evidenziato nell'articolo di Stefano Mirti<sup>22</sup>. Parte della forza di questo settore sta nel abbinare le dinamiche del mercato con quelle della progettazione, gli esempi più brillanti sono quelli che hanno portato il successo in una combinazione equilibrata di ambi mondi.

È stato raccolto “un pacchetto” di “visioni” sul contract<sup>23</sup> nel quale ad esempio per Dordoni Architetti esprime che “nel contract, così come nel disegno industriale, l'analisi del target, l'identità del brand e l'originalità progettuale sono elementi imprescindibili per l'eccellenza del risultato. Ma se nell'industrial design il risultato è il

---

<sup>18</sup> Andrea Branzi, “Per una nuova visione strategica del furniture design” in *Made in Cassina*, a cura di Giampiero Bosoni, p. 309.

<sup>19</sup> Architetto, è stato membro del board di presidenza dell'ADI e docente al Politecnico di Milano, la Scuola Politecnica di Design e l'Istituto Europeo di Design. Dal 2002 è presidente del premio “Contract Design – International Design Award”.

<sup>20</sup> In *Ufficio Stile* n. 2.11, giugno-luglio 2011, p. 42.

<sup>21</sup> *Ibid*, p. 43.

<sup>22</sup> Stefano Mirti, “Contract” in *Abitare* n° 476, ottobre 2007, pp. 240-241.

<sup>23</sup> In occasione dell'allestimento della PFG al Salone del mobile 2011 sono stati domandati alcuni progettisti di rispondere “Cos'è il contract?”. Dalle risposte ottenute si evidenzia la molteplicità di aspetti che copre il settore e la vastità di attività che riguarda a livello progettuale.

prodotto, nel contract è il progetto." Per David Chipperfield Architects è il "concorso di volontà e consenso ad idem". Emanuele Svetti dice "una scintilla di creatività in un macro progetto". E per lo studio di progettazione Isometrix vale un gioco di parole: "il contract è un impegno per la perfezione del design, non importa quanto piccolo o grande sia il *contratto*". Kengo Kuma Associates risponde: "la progettazione va e viene, rimane l'artigianalità e il *know-how*"; e per Shigeru Ban: "una azienda con cui ho potuto contare per lo spirito e la qualità". Piero Lissoni parla in prima persona: "il contract è un alfabeto di cose che mi permette di costruire di volta in volta progetti e linguaggi speciali". Da Richard Meier Architects dicono: "sia seduti, in piedi o sdraiati, il contract design si tratta di relazioni a scala umana".

Per concludere, possiamo separare da queste "visioni" elementi preponderanti che spaziano tra progettazione, realizzazione, gestione e collaborazione, analisi di mercato e target, *brand identity*, qualità, artigianalità, *know-how* ed ergonomia. Tutte queste evocazioni rientrano nelle "visioni" del contract.



### 1.1.3 Dati specifici sul settore contract

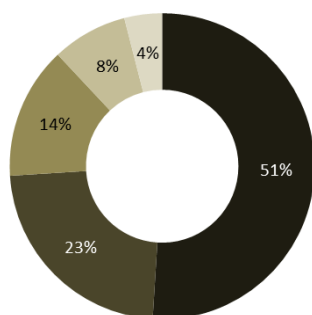
#### Quote di mercato

Le seguenti informazioni sono state rilevate dal documento

“Esportare la dolce vita. Il *bello e ben fatto* italiano nei nuovi mercati: veicoli e ostacoli”<sup>24</sup> nel quale si evidenzia come la quota di mercato per il settore arredamento è nettamente superiore rispetto agli altri reparti. In più vi è un potenziale aumento di esportazioni dall'Italia verso i paesi e mercati emergenti come la India, Vietnam, Malesia, Libia, Thailandia<sup>25</sup>.

Quote di mercato dell'Italia sulle importazioni di BBF (“bello e ben fatto”), valori percentuali, 2010, p. 98.

Fonte dati: elaborazioni CSC e Prometeia su dati Eurostat, Global Insight e Istituti Nazionali di Statistica.



Ripartizione del mercato contract per prodotto, in Italia. Legenda: Altri mobili, lighting, imbottito, cucina, ufficio.

Fonte dati: CSIL, febbraio 2012. Rielaborazione grafica dei dati dell'autrice.

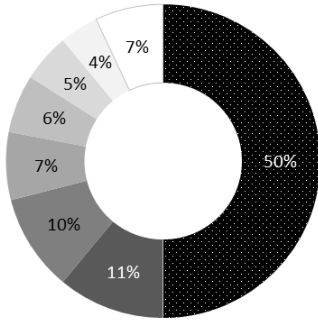
Quote di mercato dell'Italia sulle importazioni di "Bello e Ben Fatto" (valori percentuali, 2010)					
Totale BBF	Alimentare	Abbigliamento <sup>2</sup>	Calzature	Arredamento	
Russia	15,7	6	16	19,9	31,4
Ucraina	16,1	6,2	15,2	13,8	37,2
Turchia	11,6	8,7	12,4	10,1	15,7
Kazakistan	2,9	3,5	2	3,2	12
<b>Totale Europa orientale</b>	<b>13</b>	<b>6,4</b>	<b>11,9</b>	<b>14,8</b>	<b>27,7</b>
Polonia	7,2	7,4	6,3	11,1	7
Romania	16,7	9,3	23,3	21,9	19,1
Croazia	19,4	17,8	24,2	9,7	26,1
Rep. Ceca	7,9	8,1	7,3	15,5	5,8
Ungheria	7,7	7,8	7,6	7,4	7,8
Bulgaria	14,6	9,2	19,9	22,7	16,9
Slovacchia	4,7	3,3	7,1	6,3	3,7
<b>Totale nuovi UE</b>	<b>9,4</b>	<b>8,2</b>	<b>10,6</b>	<b>12</b>	<b>8,9</b>
Emirati Arabi Uniti	6,7	6,2	4	10,5	12,4
Arabia Saudita	6,6	5,3	3,6	9,9	13,5
Libia	14,9	14,4	6,7	16,2	27,3
Tunisia	22,5	10,9	24,2	12,5	27,8
Marocco	8,9	5,5	7,8	2,6	17,8
Egitto	5,5	4,8	4	8,9	10,2
Algeria	6	4,5	0,9	3,7	19,4
<b>Totale Nord Africa e Medio Oriente</b>	<b>7,7</b>	<b>6,1</b>	<b>5,1</b>	<b>9,3</b>	<b>15</b>
Cina	7,6	3,9	13,3	13,6	8,3
India	5,3	5,8	3,5	1,3	6,9
Tailandia	1,8	2,4	1,6	1,6	1,1
Malesia	0,9	1,4	0,5	0,7	1,1
Indonesia	0,7	1	0,2	0,8	0,9
Vietnam	0,7	0,4	0,7	8	1,4
<b>Totale Asia</b>	<b>3,8</b>	<b>2,7</b>	<b>4,9</b>	<b>4,9</b>	<b>4,2</b>
Messico	3	1,8	4,3	8,5	3,1
Brasile	4,4	5	2,4	2,6	6
Cile	1,5	3,2	0,7	0,7	3,8
Colombia	3	1,6	3,9	1,7	6,2
Argentina	2	3,2	1,3	0,6	2,3
Perù	2,2	1,9	2,8	0,3	3,1
<b>Totale America Latina</b>	<b>2,9</b>	<b>2,9</b>	<b>2,4</b>	<b>2,6</b>	<b>3,8</b>
<b>Totale nuovi mercati</b>	<b>7,9</b>	<b>5,1</b>	<b>8</b>	<b>10,5</b>	<b>11,2</b>

<sup>1</sup>Quote di mercato a prezzi correnti calcolate rispetto alle importazioni di ciascun paese dal mondo (ovvero dai 38 principali paesi che insieme rappresentano l'85% dell'export mondiale).

<sup>2</sup>Per abbigliamento si intende abbigliamento e tessile casa.

<sup>24</sup> “Esportare la dolce vita. Il *bello e ben fatto* italiano nei nuovi mercati: veicoli e ostacoli”, Centro Studi Confindustria e Prometeia, Roma: Editore Sipi, 2012, p. 98.

<sup>25</sup> Cf. *Ibid.* p. 97.



Ripartizione del mercato contract per settore, in Italia.  
 Legenda: Hospitality 50%, retail 11%, uffici e pubblica amministrazione 10%, settore immobiliare 7%, ospedali 6%, intrattenimento 5%, istruzione 4%, altri 7%.

Fonte dati: CSIL, febbraio 2012.  
 Rielaborazione grafica dei dati dell'autrice.

## Segmenti o comparti produttivi

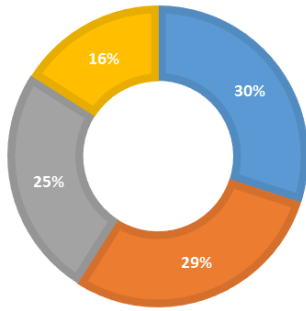
I segmenti produttivi più comuni e rilevanti del settore contract oggi sono:

- Ospitalità: Alberghi, boutique hotel, ristoranti, club, dormitori, residence, spa e centri benessere, e anche i centri commerciali.
- Retail: Negozi, flagship-stores, showroom e alcune tipologie di centri commerciali.
- Office & Corporate: Uffici, aziende, banche, corporazioni.
- Cultural: Teatri, cinema, musei, infrastruttura sportiva.
- Educational: Università, scuole, centri di congresso, centri di ricerca, biblioteche.
- Institutional: Sedi governative, sedi di enti pubblici, palazzi di governo.
- Transportation: Auto, bus, treni, yacht, crociere, aeroporti.
- Healthcare: Ospedali, case di cura, farmacie, *home-care*.
- Special projects: rientrano progetti per il settore aerospaziale, navi sperimentali, aeroporti privati e alcuni progetti delle categorie sopraelencate che si distinguono per avere una componente particolare o "speciale".

In Italia la ripartizione dei comparti produttivi è diversa che nel resto di Europa o che negli Stati Uniti per esempio, dove la maggior quota di mercato la prende il settore ufficio e non l'ospitalità.

Tabella 2: Principali paesi produttori di arredi contract in Europa.  
 Fonte: Centro Studi Industria Leggera (CSIL) Milano, 2010.

Paesi produttori di arredi contract <i>Main contract furniture producers</i>	Milioni di euro <i>Millions of euro</i>	
Germania / <i>Germany</i>	€	1.550 25%
Italia / <i>Italy</i>	€	988 15%
Gran Bretagna / <i>Great Britain</i>	€	744 12%
Francia / <i>France</i>	€	682 11%
Paesi Bassi / <i>Netherlands</i>	€	558 9%
Spagna / <i>Spain</i>	€	372 6%
altri paesi / <i>other countries</i>	€	1.364 22%
<b>TOTALE / TOTAL</b>	<b>€</b>	<b>6.258</b>



Principali settori contract in Europa.  
Legenda: Hospitality 30%, Ristorazione 29%, Istituzionale 25%, Retail 16%.



Principali paesi produttori di contract a livello europeo.  
Legenda: Germania 22%, Italia 15%, Gran Bretagna 12%, Francia 11%, Paesi Bassi 9%, Spagna 6%, altri paesi 22%.

Fonte: Centro Studi Industria Leggera (CSIL) Milano, 2004 e 2010,  
<http://www.csilmilano.com/CSILrepec-articles/WF53p11.pdf>  
Rielaborazione grafica dei dati dell'autrice.

Si stima che oggi il mercato del contract superi gli 8 miliardi di euro solo in Europa.

I principali progetti del contract ricadono nei settori della ospitalità con il 30%, la ristorazione, insieme a scuole, aeroporti e navi un 29%, uffici, banche e istituzioni il 25% e il retail con circa il 16%. Questa categorizzazione risulta molto confusa in quanto mette insieme progetti di ambiti ben distinti però aiuta a capire a livello economico a cosa corrispondono le tipologie di progetti contract.

Come abbiamo potuto vedere, i dati del contract sono di difficile lettura dovuto al fatto stesso della difficile definizione dei progetti contract e della loro collocazione nell'apparato produttivo. Spesso i dati vengono sommersi nella produzione di arredi in generale. Tuttavia negli ultimi anni, i centri e le istituzioni che si occupano di contract hanno cercato con sempre maggior precisione di studiare, analizzare ed evidenziare i numeri della industria specifica del contract.

In Europa i principali paesi produttori di contract sono in primo posto la Germania che con circa il 22% della produzione totale di arredo per il contract (in particolare sistemi e arredo tecnico per gli uffici) si prende il primo posto europeo, a seguire l'Italia con il 15% (con una produzione più diversificata), dopo la Gran Bretagna con il 12% seguita dalla Francia con l'11% e infine i Paesi Bassi e la Spagna con il 9% e il 6% rispettivamente; il resto dei paesi europei accumulano il buon 22% restante della produzione.

Classi di fatturato annuo per le principali aziende del comparto ufficio nel 1999:

○	ABF
●	BABINI
●	B.U.M.
○	CALOI
○	CA' ONORAI
●	CASTELLI
●	CITTERIO
●	DELLA VALENTINA
●	DIEFFEBI
●	ESTEL
●	FANTONI
●	FREZZA
●	GAIOTTI
○	IFT ideal form team
○	INTERNATIONAL OFFICE CONCEPT
●	I 4 MARIANI
●	ITERBY
●	LAS MOBILI
●	METHIS Div. Arr. Ufficio di Coopsette
○	MONTI DI ROVELLO
○	OLIVO & GROPPO
●	ORA ACCIAIO
●	ORIGLIA TECNOLOGIA
○	REXITE
●	SACEA
●	SAGSA
●	SESTA
●	STYLOFFICE
●	TECNO
○	UFFIX EUROPE
●	UNIFOR
<b>legenda</b>	
○	fino a 5 milioni di euro
●	fino a 10 milioni di euro
●	fino a 25 milioni di euro
●	oltre 25 milioni di euro

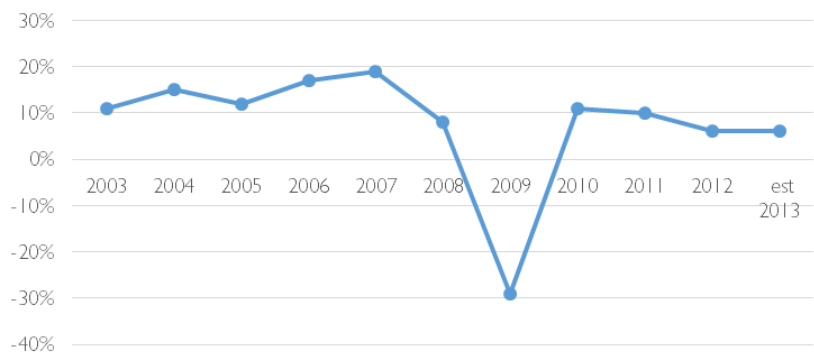
Fonte: Federlegno-Arredo  
AssUfficio | Annual turnover  
level, year 1999.

Nella colonna destra: Grafico  
raffigurante l'andamento  
dell'arredo per l'ufficio nel  
mercato internazionale World  
trade office furniture, 2003-  
2013 Annual % changes.  
Fonte dati: CSIL -  
[www.worldfurnitureonline.com/PDF/WFR-Magazine.pdf](http://www.worldfurnitureonline.com/PDF/WFR-Magazine.pdf), pagina  
15.

## Comparto Ufficio

Il comparto ufficio, a parte quello della ospitalità, ricopre una importanza rilevante in quanto in Europa corrisponde a circa un quarto della domanda. In Italia, ci sono molte imprese che da diversi decenni operano nel mercato dell'arredamento, particolarmente nel comparto ufficio<sup>26</sup> e alcune di queste anche in altri comparti e specificamente nel contract.

Dai dati analizzati dell'ultimo decennio risulta evidente come la crisi immobiliare del 2008 colpì fortemente, in primo luogo gli Stati Uniti e successivamente il resto del mondo, creando un impatto diretto sul commercio degli arredi per ufficio.

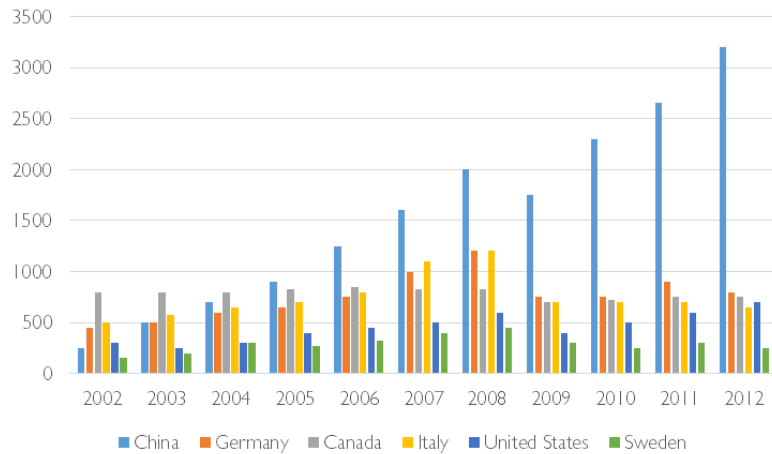


I dati degli ultimi decenni rilevati dal CSIL (Centro Studi Imprese Leggere), indicano che il Canada ha ceduto il posto alla Cina come maggior esportatore di mobili per l'ufficio nel mondo. L'Italia come la Germania hanno avuto una crescita costante, che ha risentito fortemente dalla crisi del 2008 senza eccezioni.

Nonostante il duro panorama economico internazionale, un crescente interesse ai temi della tecnologia, l'ambiente, l'ergonomia e l'incremento di nuovi modelli di lavoro e comunicazione, hanno creato un terreno fertile allo sviluppo di arredo e sistemi per l'ufficio accrescendone di conseguenza il mercato di consumo.

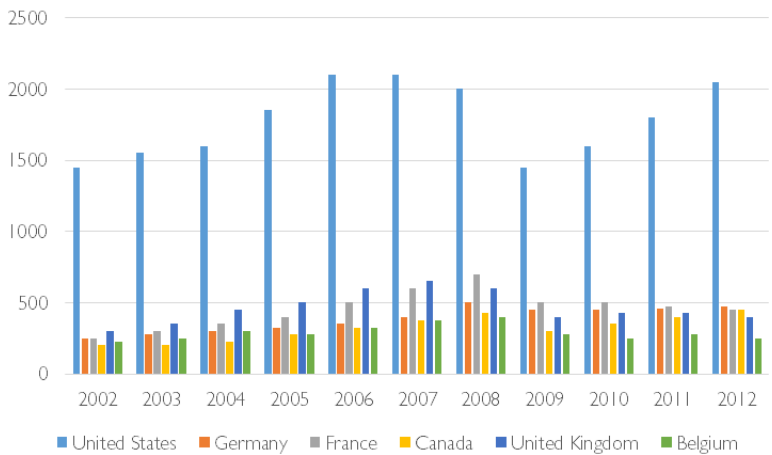
<sup>26</sup> Per maggiore informazioni sulle aziende consultare la pubblicazione di Federlegno-Arredo, *I mobili italiani per ufficio: i prodotti delle imprese*, 1999, p. 4, 7, e le pagine web ufficiali a loro dedicate con dati di diversi comparti e anni.

I primi sei paesi esportatori di arredo ufficio nella decada 2002 – 2012, dati in milioni di dollari | Six major exporting countries of office furniture. 2002-2012 Million US\$.



Il maggior consumatore di arredi per l'ufficio è indiscutibilmente gli Stati Uniti. Non è un caso che sia la nazione con maggior ricerca e sviluppo di questo comparto industriale.

I primi sei paesi importatori di arredo ufficio nella decada 2002 – 2012, dati in milioni di dollari | Six major importing countries of office furniture. 2002-2012 Million US\$.



Fonti dati: CSIL - [www.worldfurnitureonline.com/PDF/WFR-Magazine.pdf](http://www.worldfurnitureonline.com/PDF/WFR-Magazine.pdf), pagina 15.

Storicamente gli Stati Uniti sono stati pionieri nello sviluppo delle forme di produttività, e hanno sviluppato sistemi di arredo e composizioni di layout orientati all'efficienza produttiva. Vedremo successivamente nella parte seconda, nel capitolo *L'operare del contract*, l'influenza che hanno avuto gli spazi della produttività nella crescita di questo settore.

## 1.2 Infine, cos'è il contract?

La definizione del contract non è univoca. Il contract è un modo di pensare all'arredamento e agli interni, e soprattutto un modo di operare. Il contract è un sistema, un insieme integrato di prodotti e servizi ordinati e predisposti per il completamento di un allestimento d'interni, solitamente per la collettività.

La definizione di contract come "soluzioni chiave in mano" ("Turn-key solutions") è più vicina a quello che oggi si conosce e si aspetta del settore contract: non solo la fornitura di prodotti ma anche un servizio completo di trasporto e installazione così come alcuni servizi di post-vendita. Si tratta di un sistema integrato gestionale e produttivo di messa in opera di finiture di rivestimento, arredi e FF&E ("Furnitures, Fixtures & Equipments) per i grandi progetti per la collettività e l'ospitalità.

In Italia (e in buona parte di Europa) è molto comune che i progetti per il contract abbiano una componente creativa e di *problem-solving* importante, nei quali sia requisito fondamentale che la risoluzione di dettagli tecnici e costruttivi siano proposte dalle aziende produttrici. In altre occasioni (o insieme alle precedenti) è la componente artistica e artigianale quella a prevalere come valore aggiunto della commessa contract, nella quale oggetti unici di qualità elevata sono proposti e realizzati su misura per progetti di altissimo livello per la collettività (boutique hotel, spa, ecc.), istituzioni culturali, il *retail* di alta moda o il *yatching*.

Nei paesi anglosassoni invece, la concezione del contract è ben diversa. L'accento principale risiede nei progetti per gli uffici in generale e le grandi corporazioni, ma sono anche di grande rilevanza i progetti per la collettività alberghiera. In questo senso, nei progetti e prodotti per il contract in contesti anglosassoni, prevale la componente sistemica, nella quale le soluzioni metodologiche con proposte modulari, da catalogo (al massimo con moderati adattamenti) sono le privilegiate, e in fondo le più idonee per grandi strutture d'uffici, catene alberghiere e di ristorazione, e alcune realtà del *retail*.

Sia che si tratti di un progetto negli Stati Uniti, in Asia o in Europa, vi sono caratteristiche ben precise che fanno un progetto contract. Non è sempre il progetto unico e su misura, non è sempre il grande progetto di migliaia di metri quadri, non è sempre il progetto di *retail* o di accoglienza. Quello però che prevale è la componente gestionale, manageriale e organizzativa, in fondo la struttura metodologica, e in questo caso la fornitura e il servizio possono adattarsi a qualsiasi tipo di richiesta. Ciò che comprende in grandi linee la fornitura per il contract, si divide in tre tipi: arredi mobili, sistemi d'arredo e arredo su misura, categorie che vedremo successivamente nella parte quarta nel capitolo *Il sistema degli oggetti*.

Il progetto contract è un progetto integrato con soluzioni “chiavi in mano” di prodotti e servizi per la realizzazione coordinata d'interni.

Sub copertina

Seconda parte



## 2 SECONDA PARTE \_

# LA STORIA DEL PROGETTO CONTRACT E LA SUA EVOLUZIONE

25

---

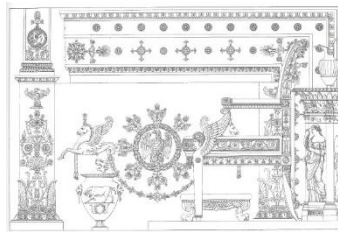
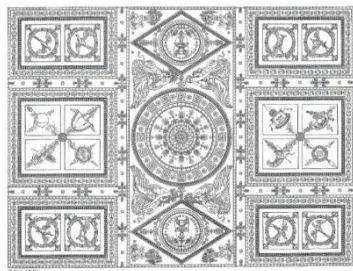
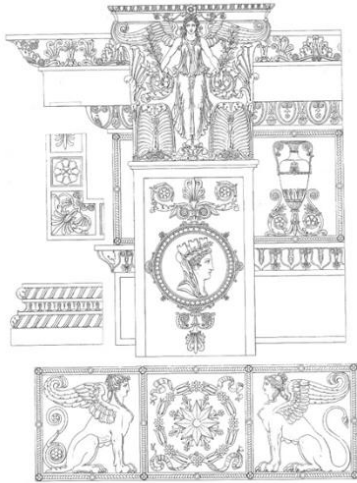
### 2.1 Storia del contract

L'inizio del ventesimo secolo vide formarsi una tradizione del design, legata alla produzione seriale che trova spazio e forza nella artigianalità e nella industria. Una tradizione del design che non è univoca. Tomás Maldonado sostiene che il rapporto tra arte e tecnica o arte e industria è l'elemento comune del dibattito e che, oltre le "incompletezze" degli aspetti socio-economici, la rappresentazione e le innovazioni tecnologiche; ha visto molteplici autori farne una diversa storia del disegno industriale<sup>27</sup>.

Spinta dalla produzione di massa e dal commercio, nasce la necessità di dare una completezza altresì al progetto d'interni, anche in grande scala, e non solo a livello progettuale ma anche produttivo e dell'allestimento.

---

<sup>27</sup> Tomás Maldonado, voce "Disegno industriale" in *Enciclopedia del Novecento*.



Charles Percier et Pierre-François-Léonard Fontaine, *Recueil de décorations intérieures*, 1801. Tavola LXII (in alto): trabeazione, capitello, dettagli. Tavola LXIV (centro): sviluppo della volta. Tavola LXIII (sotto): pannelli, sedia, cavalletto, vasi e altri accessori.

Tavola LXI (nella pagina seguente): vista interna di un ufficio per il Re di Spagna realizzato a Parigi e installato in Aranjuez.

Il contract è un modo di pensare all'arredamento e agli interni, e soprattutto un modo di operare. Per poter cercare di rilevare l'origine del contract occorre a darne una definizione: il contract è una "fornitura per grandi progetti"<sup>28</sup> oppure il contract design è inteso come "il design per il mercato degli spazi commerciali"<sup>29</sup>. Risulta importante rilevare che per "spazi commerciali" non si intende soltanto spazi per il commercio ma spazi non-privati dove si recano utenti in grande affluenza come alberghi, ristoranti o musei; vale a dire "spazi non residenziali". Il contract è un insieme integrato di prodotti e servizi ordinati e predisposti per il completamento di un allestimento d'interni commerciali.

Questo sistema è operato in un ambiente che abbiamo definito un "interno coordinato". Le sintetiche definizioni del contract brevemente descritte in precedenza non sono esaustive, e vedremo nei capitoli successivi, in cosa consiste il corpo del contract, i processi e le sue implicazioni.

### 2.1.1 Modelli di riferimento per un contract *ante litteram*

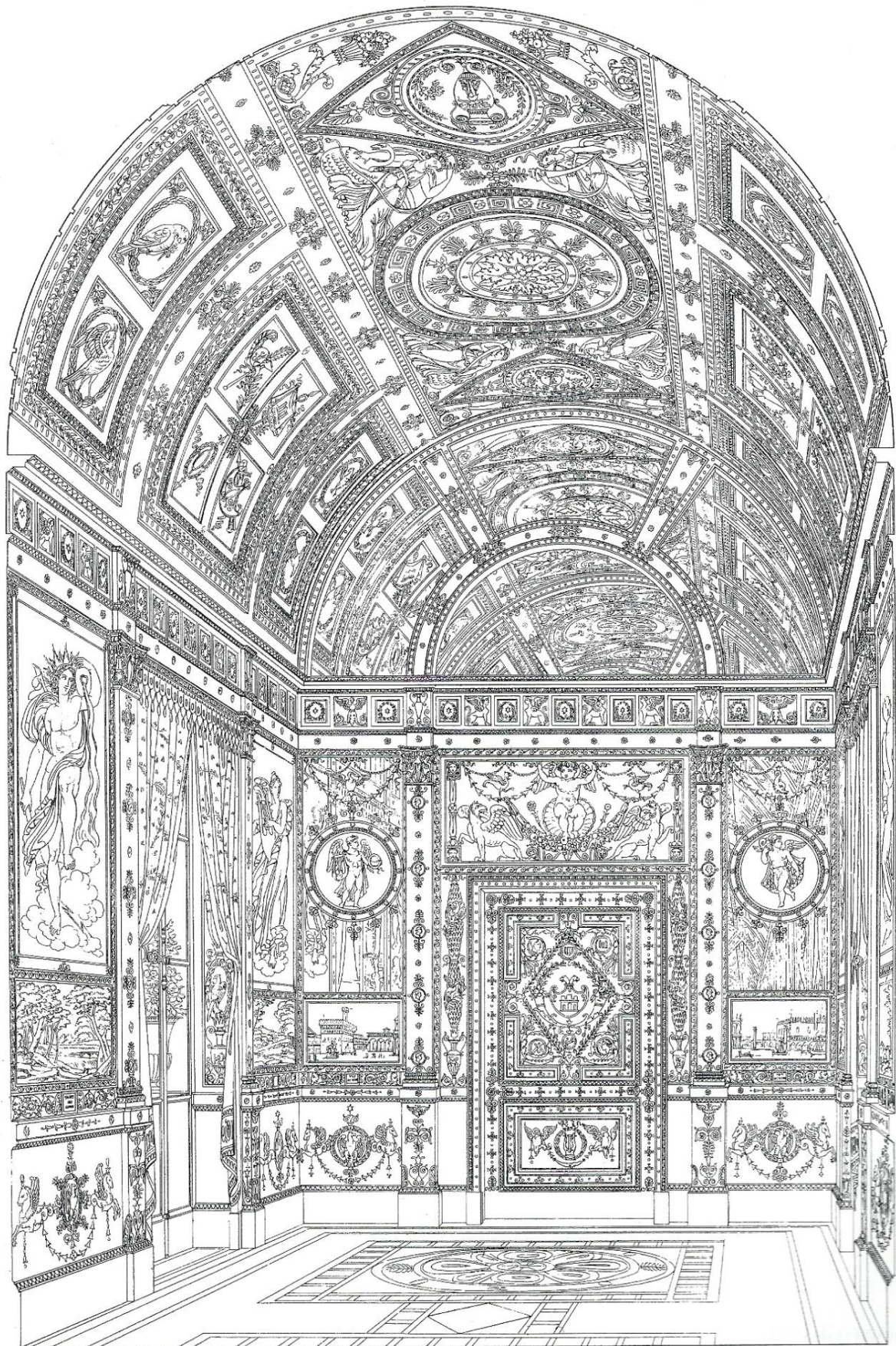
Partendo dall'idea di "interno coordinato" proposto, vorremmo avvicinarci all'idea di architettura degli interni come un impianto complesso e strutturato. A questo proposito, i progettisti Charles Percier e Pierre-François-Léonard Fontaine, gli architetti francesi a cavallo tra il diciottesimo e diciannovesimo secolo, fondatori dello stile Impero, rappresentano un presupposto per una ricerca scientifica dell'arredamento, dello stile come un sistema. Il loro *Recueil de décorations intérieures*<sup>30</sup> del 1801 è una collezione di interni contemporanei che ritrae una selezione di oggetti quotidiani traccianti i "principi del buon gusto"<sup>31</sup> senza presupporre modelli per artisti o artigiani ma uno studio divulgativo dei riflessi stilistici dell'inizio dell'ottocento, rivelatasi di grande influenza in quel

<sup>28</sup> Benedetto Marzullo, op. cit.

<sup>29</sup> Teri Larsen, op. cit.

<sup>30</sup> Charles Percier e Pierre-François-Léonard Fontaine, *Recueil de décorations intérieures*.

<sup>31</sup> John Flemming e Jugh Honour, in *the Penguin Dictionary of Decorative Arts*, p. 300.



periodo. Un esempio interessante è il progetto che vediamo illustrato nelle tavole qui riprodotte che mostrano, prima gli elementi singoli quasi come parte di un sistema a catalogo, e successivamente la vista generale dello spazio interno del *cabinet* per il Re di Spagna, prodigo di dettagli e configurazioni.

Mario Praz, nella sua *Filosofia dell'arredamento*, rileva un articolo di Ernest Chesneau del 1881 dove il lavoro di Percier viene lungamente criticato ma anche riconosciuto in assoluto un valore e grande pregio:

“Percier non aveva posto abbastanza mente al bisogno di varietà che è uno degli elementi più fecondi dell'attività del nostro spirito. (...) Egli ha spinto la ragione fino all'astrazione, la semplicità di linee fino all'indigenza, la purezza dei contorni fino alla secchezza, la correzione delle forme fino all'aridità. E malgrado ciò, malgrado quest'assenza di varietà, questa mancanza di agilità e di fantasia, malgrado la povertà dell'immaginazione, malgrado l'abuso di tracciati geometrici elementari quali il perfetto circolo e l'angolo retto; malgrado la ripetizione costante degli stessi motivi – termini troppo corti o troppi lunghi, di rado proporzionati, figure alate di una repellente rigidità, mostri mal concepiti, piedi di chimere singolari, - malgrado l'ineleganza di certe forme e la loro pesantezza e la poca cura del benessere, del comfort, che esse attestano, malgrado la monotonia di un parallelismo invariabile e della simmetria assoluta, bisogna pur riconoscere che egli creò non solo uno stile pel carattere logico, nettamente accusato, della forma in accordo con la destinazione, e per la perfetta armonia dei particolari e dell'insieme; stile, cioè una semplice data, ma una data durevole per la solidità dei materiali usati e la cura scrupolosa impiegata nella messa in opera; un'epoca che a dispetto degli anatemi lanciati contro di essa dal romanticismo trionfante, gli amatori e gli artisti si compiacciono di riabilitare oggi, come per protestare contro le voluttuose imbottiture e le piacevoli cianciafruscole dell'ammobiliamento contemporaneo, arte di modiste e di tappezzeri, arte incantevoli ma senza domani e senza alcun genere di stile.”<sup>32</sup>

Così Percier e Fontaine non solo hanno creato uno stile, ma anche una sintesi di elementi, comprensibili nella loro unità e facilmente combinabili, un precedente di sistematizzazione e di un futuro evolvere verso la diffusione di parti riconoscibili componenti di un *ensemble*<sup>33</sup>.

---

<sup>32</sup> Mario Praz, *La filosofia dell'arredamento*, p. 181.

<sup>33</sup> Il *Dictionnaire de la langue française* di Paul Robert alla voce “*Ensemble*” riporta dalla *Encyclopédie* (1755): “l'insieme di un quadro è l'unione di tutti i modi dell'arte di imitare gli oggetti” e ancora “insieme in architettura si dice di tutte le parti di una costruzione che, essendo proporzionate le une con le altre, formano un bel complesso (...)” citato da Luca Lotti, “Architettura dell'ensemblier” in *Rassegna* n° 26, 1986, p. 16.



Sedia Biedermeier. Impiallacciato di noce, finitura lucida francese, Vienna, 1825 circa.

In questo senso, vi sono tanti esempi che possono essere citati. Vorremmo centrare l'attenzione verso quelli che hanno aperto la strada a quello che poi è divenuto il contract rispetto ai suoi elementi caratterizzanti, l'assemblaggio, la larga espansione, il programma per la collettività. Biedermeier è un esempio di transizione interessante tra quello che abbiamo appena citato precedentemente e il prossimo della pagina successiva. Il Biedermeier è stato un movimento artistico che deriva essenzialmente dagli stili Impero e Direttorio, ha avuto origine in Germania e Austria, e fiorì nelle ricche case borghesi d'Europa tra 1815 e 1848. Gli arredi Biedermeier spesso raggiungono notevole semplicità, raffinatezza e funzionalità. Stilisticamente, i mobili Biedermeier ammorbidiscono la rigidità degli elementi tipici dell'Impero e aggiunge peso a quelli del Direttorio facendolo più duraturo. È caratteristico l'utilizzo di essenze autoctone, di evitare l'uso di ornamenti in metallo, e anche se modestamente, l'intarsio è stato occasionalmente utilizzato<sup>34</sup>. L'avvento della rivoluzione industriale è un fattore importante nella evoluzione dello stile, che propone prodotti funzionali, dalle linee semplici e quindi facilmente fabbricabili.

Set di tre sedie Biedermeier. Impiallacciato di pero tinto ebano, finitura lucida francese, Vienna, 1820-1825.  
Fonte delle immagini:  
[www.biedermeier-vienna.com](http://www.biedermeier-vienna.com)



La propagazione di prodotti e arredamento per il largo consumo domestico finisce per produrre un mutamento anche in altre sfere dell'abitare.

<sup>34</sup> AA.VV., *Encyclopædia Britannica Online*, s. v. "Biedermeier style," consultato il 09 agosto 2013, <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/64810/Biedermeier-style>.

Un altro espediente storico di rilevanza è la linea di sedie, e in particolare la modello n° 14, progettata da Michael Thonet, la quale in pochi anni diventò una sedia utilitaria ubiqua, presente indistintamente in caffè e ristoranti, mense, uffici e sale di concerti. All'anno 1930 più di 50 milioni di sedie erano state vendute.

Luogo di ristoro a Ellis Island,  
New York, 1926 circa.

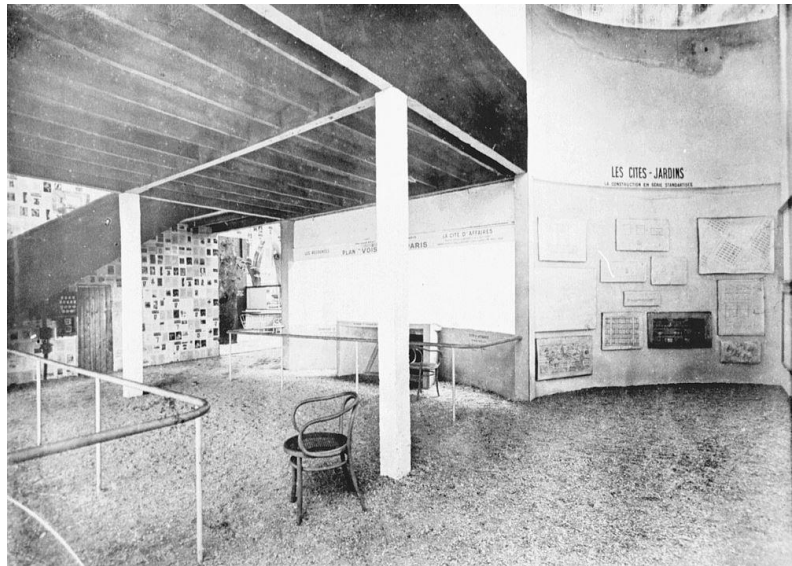


Sedia Thonet modello n° B9 (già 6009), 1904 circa.

Michael Thonet vide la sua invenzione espandersi silenziosamente. Esperimentando sulle tecnologie di produzione e inventando una tecnica innovativa e rivoluzionaria di lavorazione del legno curvato a vapore caldo, cambiò velocemente l'aspetto interno di ristoranti, caffè e bar in Europa e poco dopo anche nel Nord America facendo diventare la modello n° 14 una delle sedie più riconosciute all'epoca. La sistematizzazione di un prodotto di qualità, legato a un interno specifico comincia a vedersi con manifestazioni diverse in tutto il mondo. La necessità di un coordinamento tra architettura, architettura degli interni e arredamento, era sempre più chiara. Quando Le Corbusier inserì la sedia n° B9 nel *Pavillon de l'Esprit Nouveau* del 1925 decretò lo status de icona moderna<sup>35</sup>.

<sup>35</sup> Enrico Morteo, *Grande Atlante del Design dal 1850 a oggi*, p. 29.

Le Corbusier, Padiglione *L'Esprit Nouveau*, 1924, nella *Exposition des Arts Décoratifs* di Parigi, 1925.



In Canada, quasi tutti gli arredi in legno commercializzati fino a quel momento (una guida del 1923 “The Book of Canadian Furniture” elenca 137 produttori di arredamento nel paese nordamericano<sup>36</sup>) erano generalmente molto massicci, i soli esempi di sedie e tavoli leggeri in legno furono le Thonet, che però non venivano proposti al grande pubblico ma soltanto a proprietari e gestori di alberghi, ristoranti e altri stabilimenti di tipo commerciale.

La sedia Thonet, sotto queste premesse può si considerarsi un prodotto contract *ante litteram*.

---

<sup>36</sup> Virginia Wright, *Modern Furniture in Canada 1920-1970*, p. 10. “The furniture made by these manufacturers, was generally quite solid, the only lightweight wooden furniture available being the bentwood seating and tables designed by Michael Thonet in the mid-nineteenth century, which was exported to Canada from Thonet Brothers’ factories in Europe. (...) Bentwood furniture was not advertised to the great public, however, only to proprietors and managers of hotels, restaurants, and other commercial establishments.”



Cartolina raffigurante Le Bon Marché a Parigi, fine del XIX secolo.



Illustrazione dell'interno della sede di Marshall Fields nella State street a Chicago, 1910 circa.



Merchandise Mart, Chicago, 1930 circa.

## 2.1.2 Il ruolo dei grandi magazzini nello sviluppo del settore

Durante gli anni centrali del XIX secolo si sono distinte due diverse versioni degli interni moderni, “la prima legata all’idea di ‘casa’, la seconda agli universi del lavoro e del commercio”<sup>37</sup> come spiegato da Penny Sparke nel suo libro *Interni moderni*, riguardo il come lo sviluppo della industria abbia generato questo dualismo e che, tuttavia sia molto chiaro nella definizione, i confini tra le due sfere si sono sfumati con il trascorrere dei decenni e l’evolvere delle condizioni domestiche e lavorative.

Dopo i *passages* commerciali di Parigi che si diffusero in tutto il mondo, da Milano a Bruxelles, da Napoli a Berlino e ancora durante il secolo successivo da Caracas a Buenos Aires, i grandi magazzini divennero un modello di spazio commerciale tra la fine del XIX e il XX secolo. Tra i primi grandi spazi commerciali, troviamo ad esempio Metz & Co ad Amsterdam fondato nel 1740 (chiuso a marzo 2013), Harrods a Londra del 1834, Bon Marché a Parigi del 1850, e Marshall Fields a Chicago (oggi conosciuto come Macy’s) inaugurato nel 1852.

I grandi magazzini e i fornitori di arti decorative mostrarono un importante e crescente interessamento nella professionalità del designer di interni che stimolò non solo il mercato ma anche la fondazione di nuovi corsi di design in diverse scuole d’arte<sup>38</sup> dalla decada degli anni venti.

Durante questo periodo i principali spazi per la creazione di capitale economico, gli spazi del lavoro (la fabbrica e l’ufficio) e gli spazi espositivi (i grandi magazzini e i musei) erano luoghi pubblici dedicati al commercio e alla cultura i quali attraversarono un radicale processo di ammodernamento. Sebbene in modo meno evidente nella disposizione e concezione degli interni, più manifesto nell’operare della industria: “Fin della nascita, la tecnologia moderna non è stata nulla di più e nulla di meno che la trasformazione della scienza in uno strumento di accumulazione del capitale, grazie all’applicazione delle scoperte della chimica e della fisica ai processi

<sup>37</sup> Penny Sparke. *Interni moderni. Spazi pubblici e privati dal 1850 a oggi*, p. 11.

<sup>38</sup> Virginia Wright, op. cit., p. 35.



**METZEN CO**  
AMSTERDAM DEN HAAG



**SAMENVOEGBARE  
MEUBELN**  
NAAR ONTWERP W.PENAAT.  
AFBEELDINGEN FRANCO OP AANVRAAG

Pubblicità della linea di arredi Metz & Co nella rivista "De Vrouw en haar Huis" (La donna e la sua casa), 1933 circa.

di produzione delle merci"<sup>39</sup>.

L'ultimo decennio dell'Ottocento vide la diffusione della fabbricazione seriale di arredamento con struttura metallica, in particolar modo negli Stati Uniti, dove una compagnia chiamata A. H. Andrews & Company aveva in produzione di arredi per uffici, ristoranti, fabbriche e ospedali<sup>40</sup>, realtà che non fu una esperienza isolata ma molto diffusa con l'avanzare del secolo.

Una evidente manifestazione del fenomeno di sistematizzazione, è stato durante la *Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes* a Parigi nel 1925. L'esposizione di Parigi diventò una vetrina alla creatività e il talento, che durante gli anni della guerra erano stati costretti alla austerità. In occasione della esposizione, si diede grande spazio ai movimenti moderni concedendo ai principali rivenditori parigini come Galeries Lafayette, Bon Marché e Printemps una serie di padiglioni i cui interni erano stati suddivisi per consentire di ricreare, con l'aiuto dei loro staff di designers una serie di "stanze in stile moderno" che sono state chiamate *ensembles*. Questi *ensembles* o "interni assemblati" dovevano essere coordinati per presentare oggetti unici e nello stesso tempo partecipanti a una armonia estetica con tutto il resto<sup>41</sup>, il designer era il catalizzatore della esperienza, l'ideatore dell'interfaccia tra consumatore e prodotto.

Un altro esempio di attenzione in Europa è il Metz & Co Department Store ad Amsterdam, il più antico della città. Conosciuto per essere pioniere nell'inserimento del design moderno nei Paesi Bassi, nella decada a partire da 1930 produsse anche alcuni pezzi originali disegnati da Gerrit Rietveld, Bart van der Leck, Sonia Delaunay e Alvar Aalto, tra arredi e tessuti per

<sup>39</sup> David F. Noble. Capitolo primo "La tecnologia come produzione sociale" in *Progettare l'America*, p. 6.

<sup>40</sup> Sharon S. Darling. *Chicago furniture: Art, Craft and Industry, 1833-1953*, p. 132.

<sup>41</sup> Arthur J. Pulos, *American Design Ethic. A history of Industrial Design*, p. 305. "The Paris exposition became a dramatic show-case for the talent and creative imagination that had been constrained by the austerity of the recent war. It provided a great impetus to the modernist movement in the form of a series of pavilions whose interiors had been subsidized by the French minister of Fine Arts to be designed and built by the mayor Parisian merchandisers. Department stores such as the Galeries Lafayette, Bon Marché, and Printemps and the Magazines du Louvre gave their staff designers a free hand to conceive and produce a series of rooms in the modern style. They were called "ensembles" in recognition that every item in each room was to be unique and designed to be in aesthetic harmony with all of the others".

l'abitare "moderno", alcuni dei quali per uso contract.

### 2.1.3 L'utilizzo della parola "contract" nel glossario degli interni

Allo stesso modo che i designer e i progettisti sono stati una risposta a necessità presenti, un fenomeno similare è successo con il contract. Si tratta, non di un originatore, ma di un risultato. Il mercato del contract è rimasto per decenni quasi invisibile, operando come un mondo interno all'arredo della casa fino ai primi anni degli anni cinquanta<sup>42</sup>. È già stato segnalato come le grandi strutture della accoglienza come ristoranti e hotel acquisivano le grosse forniture attraverso i più grandi negozi di arredamento o grandi magazzini.

Vista del grande magazzino  
Goldblatt's Department Store,  
sezione "Living room furniture",  
Chicago, 1957.  
Fonte: Chuckman's photos.



Questi "clienti dei grandi numeri" per accordarsi sull'acquisto della merce con i rivenditori, firmavano un accordo commerciale di fornitura o contratto, che in inglese è *contract* e da lì il nome di questo preciso settore del mercato<sup>43</sup>. "Contract", è il termine che definisce questo genere di transazione e che normalmente è legato al prodotto "non residenziale". I principali clienti sono stati storicamente (e sono tuttora) alberghi, ristoranti, club, università,

<sup>42</sup> Olga Guelft, "Emergence of the Invisible Contract Giant" in *Shelby Williams: 25 years of Contract Furniture*, p. 30.

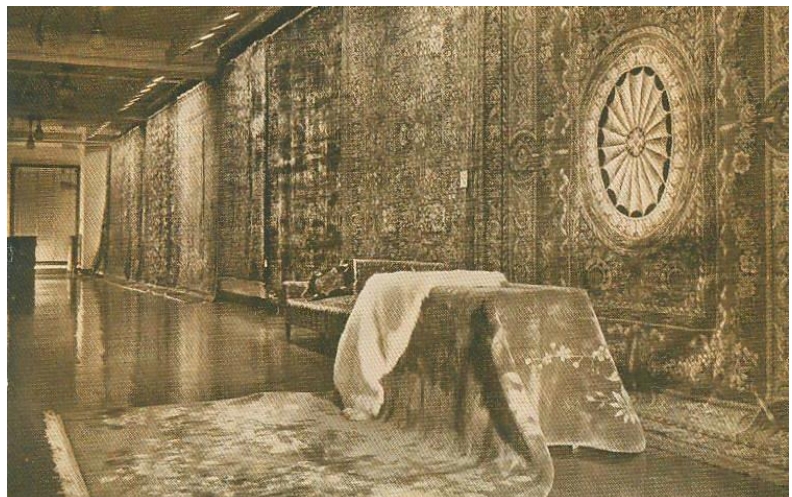
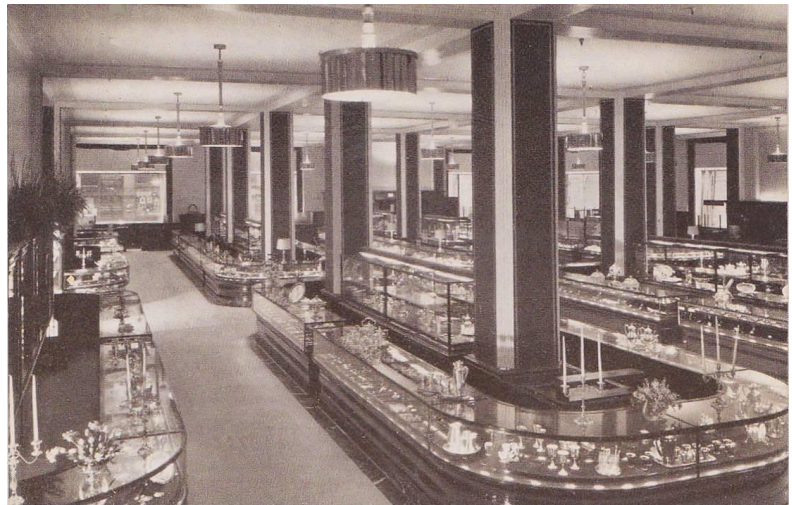
<sup>43</sup> Un importante e valido riferimento per quanto riguarda gli origini del contract è la documentazione riportata da Manfred Steinfeld nella pubblicazione per l'anniversario della azienda *Shelby Williams: 25 years of contract furniture*, e nel sito da Steinfeld ideato Chairpedia.com: <http://www.chairpedia.com/history/early.aspx>.

uffici, istituti di cura, negozi. Questa definizione si consolidò velocemente e rimane ancora oggi valida per distinguere i due mercati: residenziale e contract.

Vista del grande magazzino Goldblatt's Department Store, sezione "Living room furniture", Chicago, 1957.  
Fonte: Chuckman's photos.



Marshall Field's Department Store, "Jewelry Department", Chicago, 1940 circa. Sotto: "Rugs and Carpet Department".





Charles P. Cochrane Co., 295  
5th Ave., New York., vista  
generale del "Contract  
Department" progettato da  
Raymond Loewy, 1944.

## 2.2 Diffusione e consolidamento del settore Contract

La diffusione e il consolidamento del settore contract avviene attraverso il proprio operare, la divulgazione di prodotti e conoscenza specialistica, processo veicolato principalmente da showroom e fiere.

### 2.2.1 Welcome to the Contract Floor!

Il contract moderno fa i primi passi di strutturazione e consolidamento negli Stati Uniti, dopo la Seconda Guerra Mondiale e durante il *boom* economico postbellico. Già dall'inizio del secolo vide lo sviluppo e costruzione di grandi alberghi in tutto il territorio, e firme come la Nathan Strauss and Sons si dedicarono specificamente alla fornitura di arredo e complemento per alberghi ottenendo una solida reputazione nel settore alberghiero e di ristorazione<sup>44</sup>. Alcune imprese dedicate a un tipo di prodotto o di materiale di rivestimento cominciarono a destinare spazi e prodotti speciali per i clienti dei "grandi numeri", come la azienda Charles P. Cochrane Co. produttore di tappeti e moquette dedicò un intero piano nella sede a New York per la vendita contract. Altre aziende con diversi prodotti legati agli interni invece si associarono per offrire ai propri clienti un'offerta più ampia che coprisse maggiormente tutte le richieste. All'inizio degli anni cinquanta delle firme che fornivano arredo per il mercato alberghiero e la ristorazione erano la Strauss-Du Parquet; Albert Pick & Company; Dohman Hotel Supply Company e la Maxwell Company<sup>45</sup>.

Esistono alcune evidenze cartacee della esistenza del settore sia in America che in Europa, in particolare di showrooms dedicati al contract (vedere appendice). Attraverso una pubblicità dell'epoca, si ha notizie di uno showroom contract<sup>46</sup> che nel 1928 apriva a Toronto per fornire "mobili moderni" per i pranzi di negozio, sala

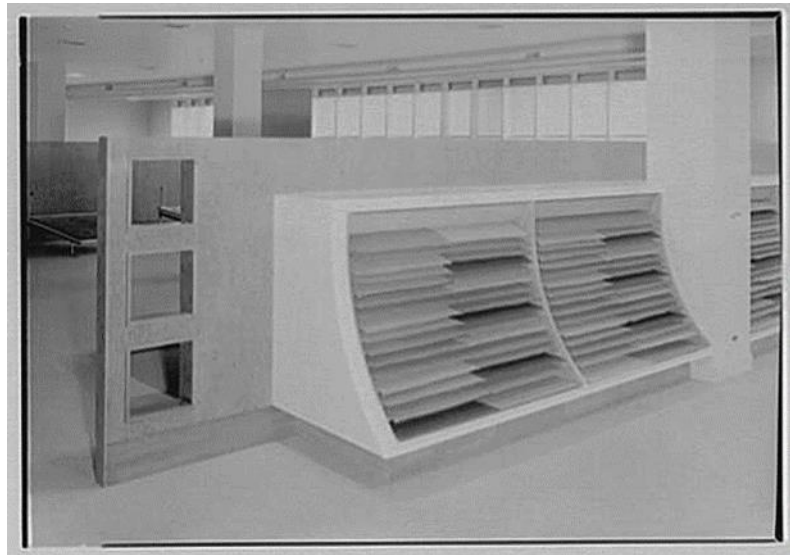
<sup>44</sup> <http://www.chairpedia.com/intro/early.aspx> (consultato il 16/04/2012).

<sup>45</sup> AA.VV., *Shelby Williams: 25 years of Contract Furniture*, s.d., p. 2.

<sup>46</sup> *The Canadian Hotel Review*, Toronto: Fisher Publishing Company, marzo 1928 citato in Virginia Wright, *Modern Furniture in Canada 1920 – 1970*, p. 13: "One European bentwood manufacturer, the influential German firm Jacob and Joseph Kohn and Mundus, opened a contract showroom in a downtown Toronto and advertised in the

di banchetti con arredi in legno curvato, intendendo in particolare le sedie “tipo” Thonet.

Charles P. Cochrane Co., 295 5th Ave., New York. Sopra: vista generale del “Contract Department” progettato da Raymond Loewy, 1944. Sotto: dettaglio espositore dei campionari.



I grandi magazzini, che ebbero una veloce diffusione negli Stati Uniti, e una rilevante presenza anche in Europa, con spazi enormi e modelli di esposizione sempre più elaborati, riproducevano intere porzioni della casa e nella quale si può acquistare dal tavolo, al tostapane alla tappezzeria o la scrivania, sempre con una vasta scelta di diversi prodotti. Essi sono stati il veicolo di distribuzione e commercio nel settore domestico, ma non solo. In torno agli anni cinquanta le grandi strutture del settore della accoglienza

---

*Canadian Hotel review* in 1928: ‘For business men’s lunch, for banquet hall, and for the most fashionable dining room – there is always a suitable bentwood chair!’”.

cominciarono a recarsi ai grandi magazzini nei quali le vendite contract erano integrate nei dipartimenti arredo-casa.

Alcuni nomi noti di negozi che negli Stati Uniti durante gli anni cinquanta disponevano di tali dipartimenti per le vendite contract furono Mandel Bros. e la Carson Pirie Scott & Co.<sup>47</sup> in Chicago; W.J. Sloane in New York; Bon Marché in Seattle e Braker Bros a Los Angeles<sup>48</sup> e la rivista "Interior Design" nell'uscita di ottobre 1954 pubblicò un intero numero dedicato al contract, fu la prima volta che una rivista del settore dedica una intera pubblicazione agli interni non residenziali<sup>49</sup>.

La nuova sede del Merchandise Mart di Chicago, completata nel 1930, divenne il più grande dei grandi magazzini dell'epoca. Nel 1963 il Mart decise di riallocare molti showroom di diverse aziende tutte insieme all'undicesimo piano, e venne chiamato il "Contract Floor" creando un ambiente più "sereno" dedicato alla scelta dei prodotti per la chiusura delle transazioni "contract".

A metà degli anni sessanta, il fondatore e allora CEO della Shelby Williams e ideatore del "Contract Floor" del Mart, Manfred Steinfeld con il supporto del Merchandise Mart crearono la Contract Manufacturers Association con circa 40 membri e l'obiettivo di organizzare il mercato, stabilendo e adottando i primi standard e politiche dell'industria del contract.

## 2.2.2 La prima fiera del contract

Lo stesso Steinfeld, sempre con il supporto del Mart, organizzò durante il 1966 la prima fiera dedicata al settore contract: *First International Contract Exposition and Congress: InterCon I*, che sarebbe stata svolta l'anno dopo<sup>50</sup>. Con una estesa divulgazione ed

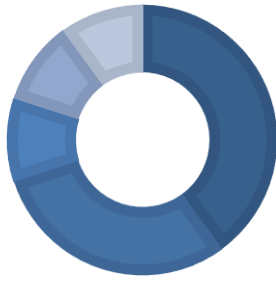
---

<sup>47</sup> Un manager della Carson Pirie Scott & Co partecipò come giuria al concorso indetto dal MoMA nel 1948 per arredo "moderno" (vedere appendice).

<sup>48</sup> AA. VV., *Shelby Williams: 25 years of Contract Furniture*, p. 2.

<sup>49</sup> Lester Dunders, in *Shelby Williams: 25 years of Contract Furniture*, p. 36.

<sup>50</sup> Vedasi l'appendice A: lettera di Manfred Steinfeld indirizzata a designers degli interni e produttori a parteciparne entusiasti a questo primo appuntamento <http://www.chairpedia.com> (consultato il 16/04/2012).



Pubblico di riferimento per il NeoCon. Fonte: NeoCon Exhibiting Information, 2012.

Legenda:

- \*40% Interior designer, architect
- \*30% Manufacturer, dealer
- \*10% Facility manager, purchasing agent, corporate executive
- \*10% Academia
- \*10% Other



Mercato di riferimento per il NeoCon. Fonte: NeoCon Exhibiting Information, 2012.

Legenda:

- \*83% Corporate, office
  - \*44% Institutional, educational
  - \*44% Healthcare, hospitals, senior housing
  - \*31% Hospitality
  - \*39% Residential
  - \*19% Retail
- N.B. nella inchiesta era ammesso indicare più di un mercato di riferimento.

entusiasmo l'incontro è stato promosso con largo anticipo a livello internazionale<sup>51</sup>.

Nella sede predisposta per la fiera, il Mart and McCormick Place, ebbe luogo un incendio devastante che distrusse il centro di convegni per cui l'evento dovette essere cancellato. L'anno successivo rinacque la fiera dagli stessi ideatori e promotori, con un altro nome: NeoCon, la fiera annuale dei prodotti per l'industria dell'arredamento contract, che dal 1969 si è consolidato come il principale appuntamento fieristico del settore a livello statunitense e internazionale.

Oggi il NeoCon è arrivata alla 44esima edizione e conta con più di 43.000 visitatori provenienti da 78 diversi paesi del mondo, legati alla industria del contract e alla professione degli interni, durante i tre giorni di fiera. Durante i giorni di esibizione sono organizzati dei seminari tecnici e incontri di diverse aree di studio. Oltre all'interesse per conoscere le novità esposte dalle diverse aziende, è un'importante occasione per lo scambio con altri professionisti e aggiornamento per i diversi temi trattati nelle conferenze e seminari.

### 2.2.3 L'operare del contract

Il contract non è esclusivo della architettura e degli interni. In altri settori si è sviluppato il settore, spesso come evoluzione di attività precedentemente esercitate. Iannaccone cita:

**“produttori del solo manufatto prefabbricato in cemento armato che si sono trasformati in impresa capace di dare servizio completo nello sviluppo di un progetto di edilizia civile; imprese di costruzioni in grado di dare al Committente anche lo studio dell'arredamento degli ambienti; piccole agenzie di animazione turistica che si trasformano in imprese in grado di progettare per il Committente un pacchetto completo di servizi che vanno ben oltre il semplice intrattenimento per toccare attività di tipo artistico (...) tutto ciò che esse comportano dal punto di vista delle scenografie e delle loro strutture portanti (...) e di quanto serve per completare il progetto.”<sup>52</sup>**

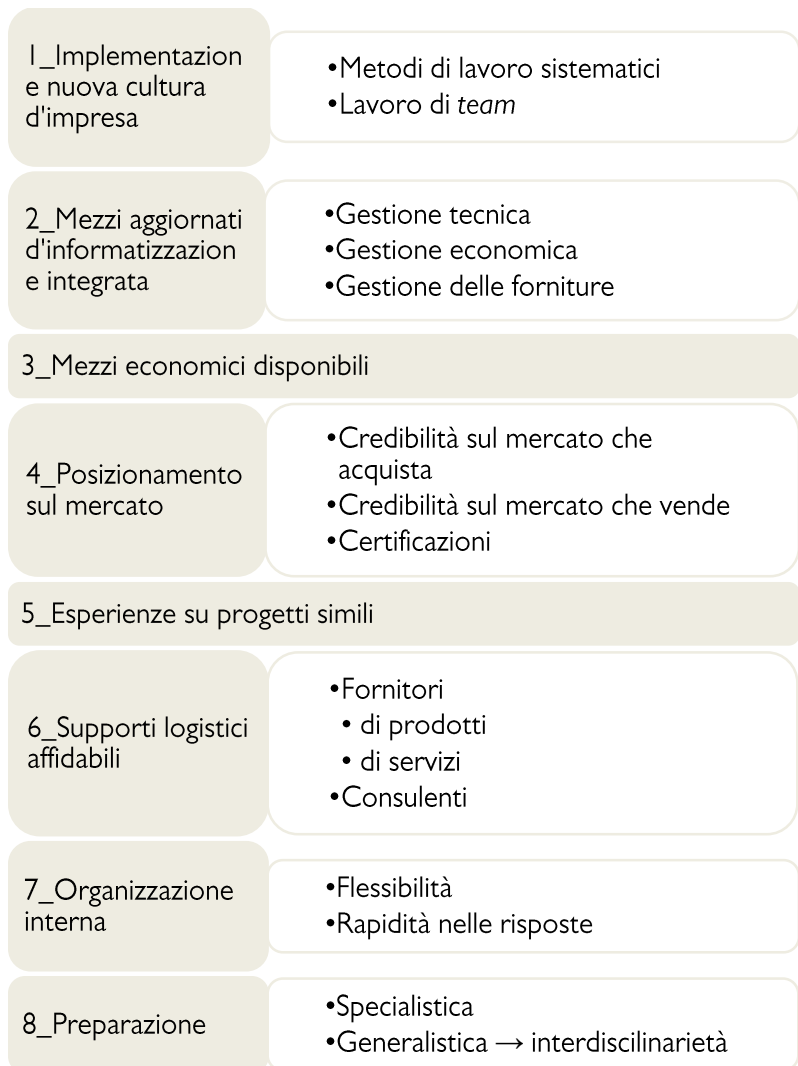
<sup>51</sup> Agenda eventi in *Domus* n° 448, marzo 1967, p. 44.

<sup>52</sup> Walter Iannaccone, op. cit., pp. 12, 14.

In ambito strettamente disciplinare il processo è lo stesso, quello di offrire un servizio completo che integri la capacità produttiva con quella gestionale, operativa e realizzativa degli elementi e dell'allestimento.

Vi sono esempi noti (che vedremo poco più avanti nel presente capitolo) di imprese che per motivi di contingenza come guerre, grandi crisi o periodi di recessione, hanno modificato la loro capacità produttiva adattandosi alla realtà del momento storico e ampliando il servizio offerto per adeguarsi alla nuova attività, così imprese che producevano elementi per la costruzione edile cominciano a sperimentare con arredi in metallo, aziende che producevano mobili e nel periodo bellico hanno dovuto sviluppare parti di aerei si trovano nel dopoguerra e grazie alla esperienza fatta, a produrre ingegnose soluzioni per l'arredo.

Fattori che influenzano il risultato di un progetto contract, adattamento e rielaborazione dall'autrice a partire dal grafico di Walter Iannaccone, op. cit., p. 13.





## I sistemi d'arredo e gli spazi della produttività

Molto presto, nello sviluppo degli ambienti produttivi, i datori di lavoro capirono che il rendimento dei propri impiegati era strettamente legato al loro comfort, così cominciarono a prendersi seriamente in considerazione la progettazione degli spazi di lavoro e lo studio dell'ergonomia, sebbene non ancora sotto questo nome ma con intenti materiali a migliorare la qualità degli ambienti di lavoro e delle attrezzature e arredi che lo compongono. Un esempio di invenzione proto-ergonomica è la sedia girevole e reclinabile inventata da Peter Ten Eyck a metà dell'ottocento (vedere appendice).

“Il telegrafo, telefono, e in particolare la macchina da scrivere aumentò la quantità di carta generata e creò la necessità di spazi designati alla corrispondenza commerciale. Il desiderio di arredi specializzati generò scrivanie, tavoli e sedie per l'ufficio, ma all'inizio non erano così tanto diverse da quelle per gli spazi residenziali. (...) Dopo la standardizzazione delle dimensioni della carta portò a nuove forme di archiviazione e di scrivanie standardizzati. Una delle invenzioni dell'inizio del ventesimo secolo nell'arredamento per l'ufficio è stato l'utilizzo dell'acciaio per rimpiazzare l'arredo più tradizionale in legno”<sup>53</sup>.

41

In questa direzione, un esempio poco noto ma che consideriamo di grande rilevanza è il cestino Victor, patentato dalla Steelcase nel 1915, fabbricato con un allora innovativo sistema di piegatura del foglio d'acciaio e rifinito con la tecnica “wood graining” per dare l'apparenza del legno ai prodotti in acciaio dato che il mercato non era ancora pronto a lasciare i mobili in legno (e ci avrebbe messo ancora un decennio) e ad accettare gli arredi metallici. (Vedere l'apposita scheda nella parte quarta e l'appendice per maggiori informazioni sul cestino Victor).

È importante evidenziare uno dei motivi che hanno dato spinta allo sviluppo degli arredi in metallo, in particolare negli ambienti di lavoro e ufficio. È una evoluzione che parte progressivamente dagli

---

<sup>53</sup> Traduzione libera dell'autrice dal testo di: Leslie Piña, *Herman Miller Office*, p. 8.

Fotografia dello spazio espositivo di prodotti della Metal Office Furniture Co. E Terrell's Equipment Co. in Grand Rapids presentando le scrivanie, cassaforti, archivi della serie 600 e il cestino Victor, s.d. Courtesy Steelcase Corporate Archives.



documenti, accordi di carta dei quali si tenevano gli originali e che dovevano essere protetti non solo da ladri e truffatori ma del fuoco. Contemporaneamente i mezzi per la riproduzione di documenti e informazione (macchine da scrivere, macchine duplicatrici *Gestetner*) cominciano a essere sempre più comuni per cui la carta diventa sempre di più negli uffici e nasce la necessità di dover archivarla. Questo moltiplicarsi dei documenti e il fatto che negli uffici fosse consuetudine fumare (e quindi la necessità di proteggere i documenti dal fuoco) creano un territorio propizio allo sviluppo di arredi resistenti al fuoco che non saranno più in legno ma metallici.

Durante la spinta e la vivacità del periodo di post guerra, tanti progetti e sperimentazioni prendono avvento. A metà degli anni '30 negli Stati Uniti, a parte le strutture per la accoglienza, un altro comparto che trovò la necessità di dirigersi verso la sistematizzazione del contract furono i palazzi e grattacieli per uffici.

La ottimizzazione del lavoro e l'aumento del rendimento produttivo, così come le ricerche nel campo del design, portarono a alcune menti visionarie a immaginare e produrre degli elementi comodi, aggiustabili e personalizzabili ma con una visione di modularità e ordine adatti all'ufficio e il commercio.

Scrivania segretariale disegnata da F. L. Wright per l'edificio Johnson Wax Headquarters, prodotta da Steelcase, 1936. La Steelcase subappaltò la realizzazione delle superfici in legno alla Stow-Davis, le cornici tubolari in acciaio alla American Seating Company e gli imbottiti alla Chase Furniture Company. Steelcase realizzò i pannelli in acciaio, assemblò tutti i componenti e finì tutti i pezzi<sup>54</sup>, facendo così come una "contract furniture company". Courtesy Steelcase Corporate Archives.



Esistono delle realtà produttive che sono stati (e continuano a essere) grandi protagonisti di questa spinta, degne di nota sono le aziende statunitensi Herman Miller, ICF, Haworth, Knoll e Steelcase. Con quest'ultima Frank Lloyd Wright progettò gli arredi per gli edifici del complesso Johnson Wax Headquarters, con un interno coordinato che comprendeva non solo gli spazi ma anche le scrivanie e sedie operative per supportare i compiti dei lavoratori, sviluppate e prodotte industrialmente dalla Steelcase.

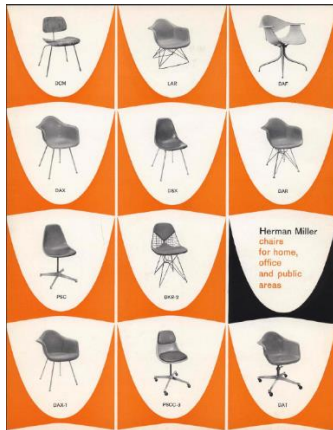
43

Tub desk, un altro modello di scrivania per il lavoro d'ufficio al Johnson Wax Building di Frank Lloyd Wright, 1939. Si vede l'elemento modulare di raccoglitori spostarsi per l'uso temporaneo e mosso di nuovo al suo posto dopo l'utilizzo.



Infatti, le scrivanie e sedie furono ingegnerizzate da Steelcase a partire da uno schizzo di Wright e i disegni, sviluppati dall'ufficio tecnico, sono stati rivisti diverse volte finché non ottennero

<sup>54</sup> Traduzione libera dell'autrice del testo di: Leslie Piña, op. cit., p. 9.

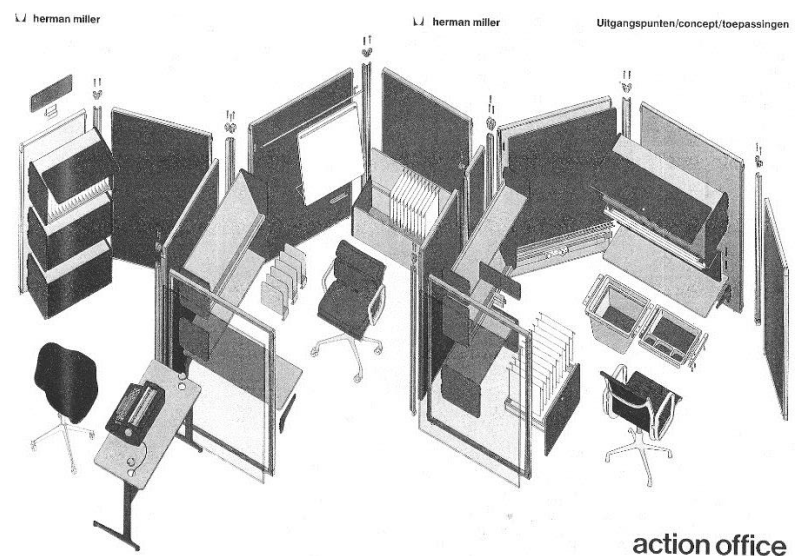


Dettaglio di pagina di brochure aziendale Herman Miller, 1959 circa.

l'approvazione dell'architetto<sup>55</sup>.

In 1942 la Herman Miller presentò il suo primo arredo per l'ufficio moderno disegnato da Gilbert Rohde e chiamato Executive Office Group. Dopo anni di evoluzione e sperimentazione, i sistemi si sono evoluti nella Action-Office, progettato per Herman Miller da Robert Propst e George Nelson nel 1964, un sistema di arredamento componibile che permetteva la massima flessibilità per postazioni personalizzabili per il lavoro dando una risposta efficiente alla richiesta di riconfigurazione degli uffici. Alcuni anni dopo sono stati aggiunti al sistema dei pannelli decorativi, dato che “era stato dimostrato che gli stimoli visuali miglioravano le prestazioni dei lavoratori”<sup>56</sup>, e il sistema Action Office 2, completamente privo di colori, doveva essere trasformato in una dichiarazione di design, così Alexander Girard disegnò una quarantina di modelli in diverse dimensioni. Il sistema Action-Office è ancora sul mercato prodotto da Herman Miller (sebbene gli *Environment Enrichment Panels* sono usciti dalla produzione nel 1976).

George Nelson e Robert Propst, sistema Action-Office prodotto da Herman Miller, 1964.



<sup>55</sup> La storia dettagliata di questo percorso di collaborazione tra la azienda Steelcase e l'architetto Wright si trova documentata attraverso la corrispondenza postale tra Wright e il *manager of operations* Ramsey, nel capitolo 7 “Furnishing the Administration Building” del libro di Jonathan Lipman, *Frank Lloyd Wright and the Johnson Wax buildings*, pp. 85-91.

<sup>56</sup> Traduzione libera dell'autrice dal testo di: Leslie Piña, op. cit., p. 60.



Dettaglio di "Daisy Face" uno degli "Environmental Enrichment Panels" disegnati da Alexander Girard per il sistema "Action Office 2" di Herman Miller, 1972.



I canali di distribuzione comuni non erano sempre attrezzati per la vendita di questi sistemi complessi di arredo per l'ufficio e alcune delle importanti funzionalità aggiuntive di questi elementi non erano evidenti all'osservatore comune, perciò per la prima volta i produttori si rivolsero direttamente ad architetti e designer d'interni attraverso negozi specializzati e fiere del settore per commercializzare questi sistemi. Una strategia che si dimostrò vincente, non solo dovuto al fatto che la modularità di questi sistemi avessero intrinsecamente (sebbene non esclusivamente) la necessità di una progettazione minimamente specializzata, ma anche in considerazione della stima che per l'anno 2006, più del 30% degli uffici negli Stati Uniti usino sistemi di arredo<sup>57</sup>.

45

Gli spazi per gli uffici ricoprono una importanza rilevante. Nella decada nella quale l'attenzione era rivolta alla produttività, il design degli interni si centra su questa idea. Il "good design is good business" di Florence Knoll ha giocato un ruolo importante nella storia del design con una vasta produzione focalizzata sulla ricerca e sviluppo di prodotti e servizi.

La Lever House a New York, è un'esempio rilevante di interno coordinato per uffici. Completato nel 1952 e progettato da Skidmore, Owen and Merrill (SOM) era il secondo grattacielo di

---

<sup>57</sup> Maryrose McGogan, *Specifying Interiors. A Guide to Construction and FF&E for Residential and Commercial Interiors Projects*, p. 5.

vetro con facciata in *curtain wall* di Manhattan che seguiva i principi dell'International Style. Gli interni sono stati affidati allo studio Raymond Loewy Associates e la stampa dell'epoca esalta "il criterio regnante degli interni, una costante di allegria, comfort e durevolezza"<sup>58</sup> Da rilevare il punto riferito alla durevolezza, una caratteristica irrinunciabile del contract anche se la configurazione degli interni era piuttosto tradizionale e conserva la percezione gerarchica. Ancora in tempi recenti il fuoco degli Stati Uniti sul settore contract è quello di aumentare la produttività degli spazi di lavoro<sup>59</sup>, per questo motivo non ci si può sorprendere che "i sistemi" continuino a essere la soluzione più diffusa per gli interni negli uffici contemporanei e uno dei principali punti di forza del contract.

Lever House, Skidmore Owings and Merrill (SOM), hall di ingresso, interior design Raymond Loewy Associates, New York, 1952.



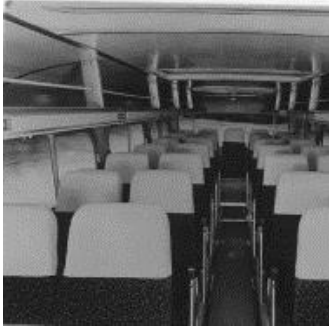
Un altro tipo di ambiente degno di considerazione in questa realtà economica sono gli spazi di rappresentanza. Interni coordinati, dove l'utilizzo di materiali pregiati, arredi disegnati su misura oppure da un catalogo firmato e riconoscibile di prodotti e/o di progettisti, che giocano un ruolo importante non solo nella costruzione della atmosfera ma nella comunicazione della azienda verso gli ospiti che riceve.

<sup>58</sup> "Employee facilities" in *Progressive Architecture*, n° 33, ottobre 1952, p. 123-129

<sup>59</sup> Gail Hayes Adams, "Interior Design Issues for the 80's" in *The International Collection of Interior Design*, p. 10.

Lever House, due viste di una sala meetings di rappresentanza.





Esterno e interno dell'autobus Grayhound Scenicruiser, progetto di Raymond Loewy, 1940.

## I mezzi e gli spazi del movimento e lo scambio

Sono di rilevante importanza i progetti contract per il trasporto. Sono gli anni dei prodotti e i servizi nei trasporti e le comunicazioni. Nuovi veicoli, i più moderni aeroporti, linee di autobus e treni inter regionali, il telefono, la radio uniscono le persone e i paesi. Alcuni progettisti hanno fatto sperimentazioni importanti nel settore.

Robert Loewy in questo capitolo è un protagonista. Già nel 1938 aveva progettato per l'impresario Howard Hughes il Boeing 307 (Stratoliner), e la sua linea di autobus progettata per la Greyhound nel 1940, rimarrà attiva per ben quattordici anni. Nella corsa per il mercato dei treni arrivano a pareggio nel 1938 Henry Dreyfuss con il "Twentieth Century Limited" e Raymond Loewy con il "Broadway Limited", tutti e due i treni, evoluti per il comfort, partivano dalla stessa stazione alla stessa ora con arrivo alla stessa stazione alla stessa ora (facendo la tratta New York - Chicago) la offerta si diversificava nel design degli interni e il tragitto, il "Broadway" con un percorso che attraversa le montagne, più breve ma tortuoso e per il "Century" un percorso più lungo e pianeggiante passando vicino ai laghi<sup>60</sup>.

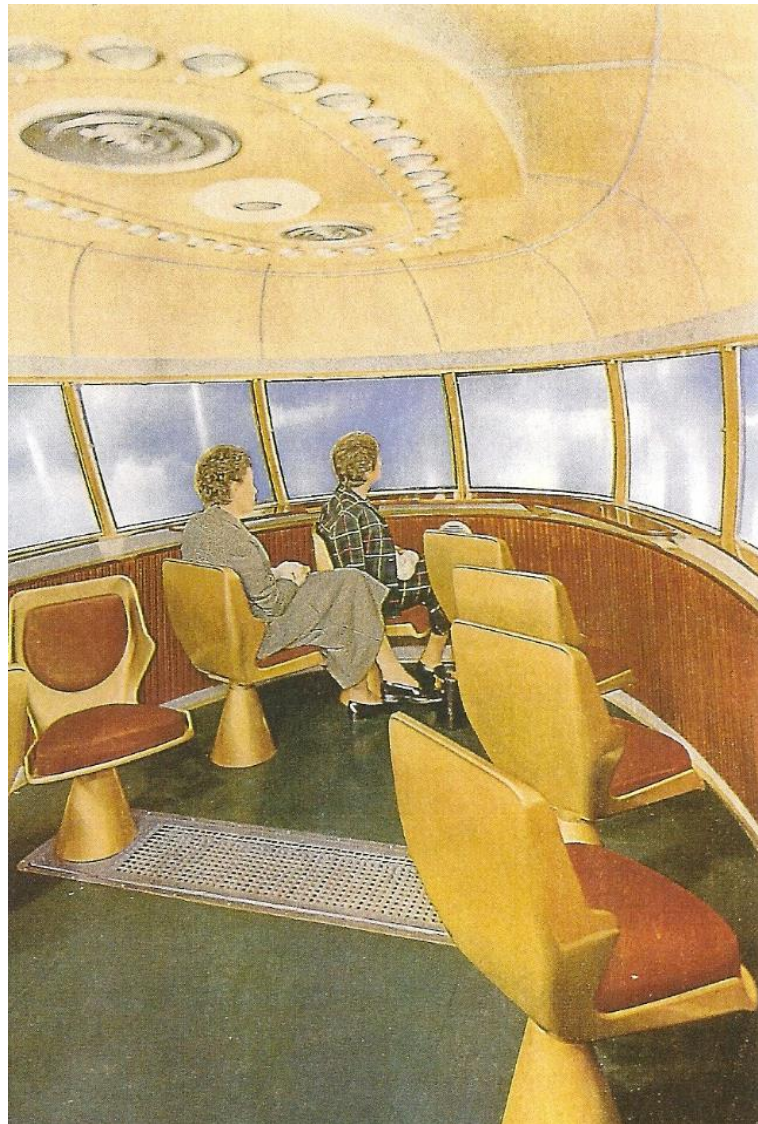
Prospettiva interna del design del treno Streamline Sleeper Car, particolare del Two Seat Compartment, per la Pennsylvania Railroad. Si vede l'interno della cabina con due sedili ribaltabili e trasformabili in letto, Raymond Loewy, 1935. Fonte dell'immagine: Smithsonian Cooper-Hewitt National Design Museum, URL: <http://cprhw.tt/o/2Ek22/>



<sup>60</sup> Giampiero Bosoni e Andrea Nulli, *Il viaggio abitato. Storia degli interni nei mezzi di trasporto del XIX e del XX secolo*, p. 80-83.



Interno della carrozza Belvedere del treno ETR 300 "Settebello", consulenza per il progetto d'interni Guido Minoletti e altri, 1948-49.



In Italia risaltano i lavori per la ferrovia, nel 1933 l'interno della carrozza "Stile Novecento" progettata da Giuseppe Pagano, gli interni di Gio Ponti per l'elettrotreno ETR200 (linea esterna di Pagano) nel 1936, gli interni del "Belvedere" progettato da Renzo Zanavella nel 1948 e gli interni del "Settebello" del 1949 con i principali ambienti interni curati da Guido Minoletti e altri artisti<sup>61</sup>.

I mezzi di trasporto e gli spazi del movimento sono stati per molti architetti una occasione importante di sperimentare soluzioni innovative e l'utilizzo di nuovi materiali, nel periodo pre e post bellico. Allo stesso modo, per tante aziende è significata

<sup>61</sup> Per un maggiore approfondimento sull'argomento si confronti Giampiero Bosoni e Andrea Nulli, *Il viaggio abitato. Storia degli interni nei mezzi di trasporto del XIX e del XX secolo*.

l'opportunità di espandere i propri orizzonti produttivi. Un esempio noto è a carico della ditta Figli di Amedeo Cassina che negli anni della ricostruzione hanno attrezzato il loro laboratorio artigianale per poter affrontare gli incarichi che arrivavano come subappalto per gli interni e gli arredi di importanti commesse come le navi Andrea Doria, Anna C., Conte Grande tra altre. La produzione di poltrone, sedie e tavoli costituivano un modo di farsi spazio verso un nuovo mercato: il contract navale e di conseguenza l'alberghiero.

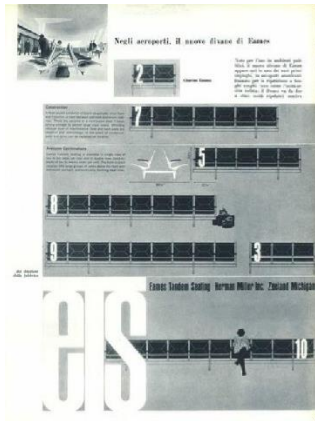
Interno della sala di lettura nel transatlantico Andrea Doria, progetto Matteo Longoni, 1953.



Una pagina della brossura della Ditta Figli di Amedeo Cassina, databile metà anni '50.



Molte aziende della Brianza sono entrate in questo sistema attraverso questa naturale crescita del settore dei trasporti.



Pagina della Rivista *Domus*, con immagine raffigurante il prodotto Tandem, della Herman Miller, febbraio 1963.

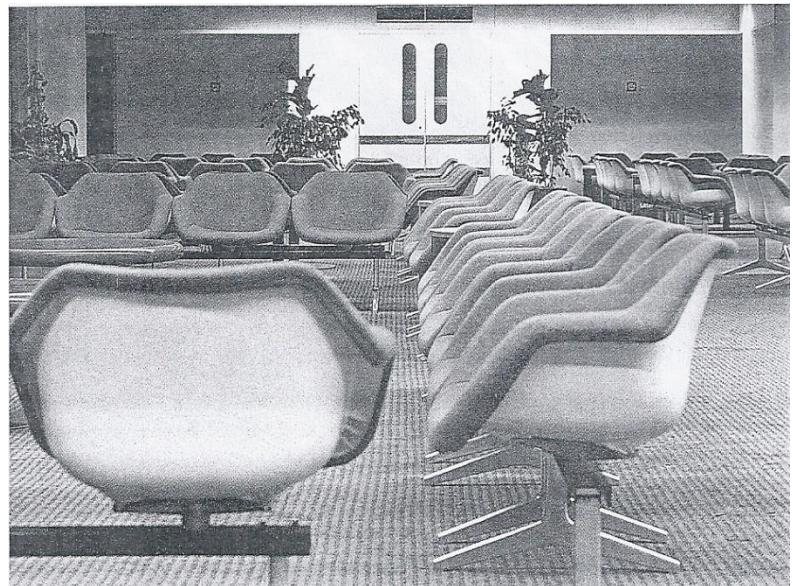
Gli onnipresenti Charles e Ray Eames che nel 1963 presentano la loro sedia Tandem, pensata per il settore del trasporto, in particolare aeroporti e sale d'attesa (un mercato tipicamente contract).



Dulles (prima Washington) International Airport, Virginia, allestito con le poltrone Aluminium Group, di Charles e Ray Eames, produzione Herman Miller, 1962.

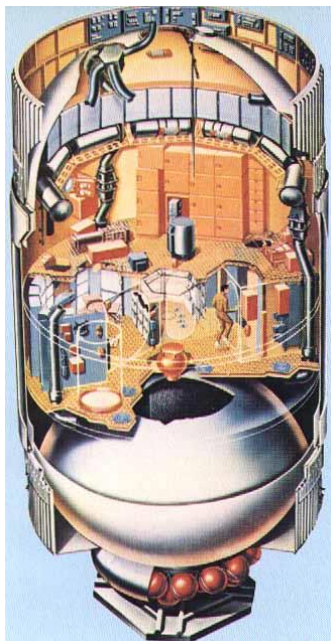
51

Poltroncina *Polypropylene* con braccioli (modello "Tub") con i "grembiuli" elasticizzati e montate su barre portanti, nella sala di attesa dell'aeroporto di Heathrow, 1967.



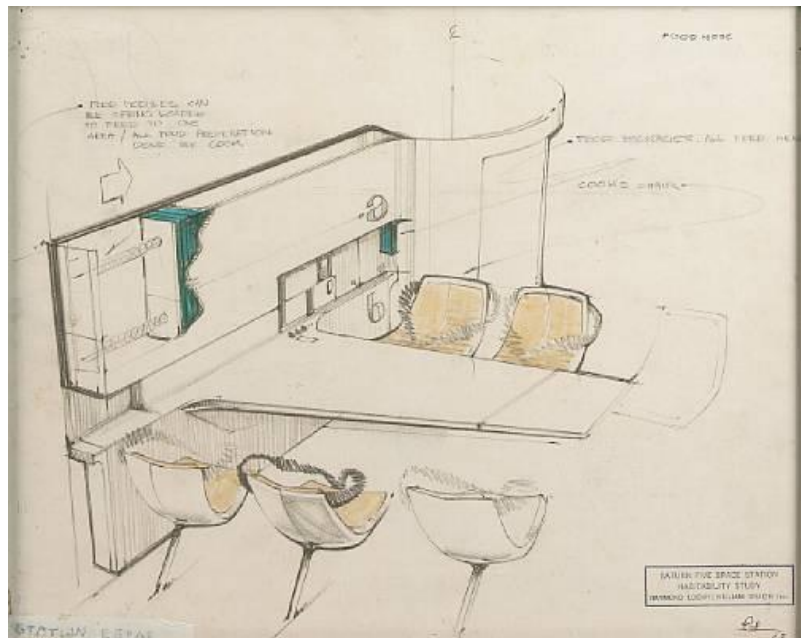
Oggi molte aziende che fanno contract hanno una divisione dedicata esclusivamente ai trasporti (che sia "cars", "transportation" oppure incluse nei loro "special projects"). Dalla conquista del territorio, con le automobili, le linee di autobus, i treni, le navi, le

linee aeree con tratte regionali, nazionali e internazionali, si andò anche verso la conquista dello spazio. Il settore aerospaziale non era sordo agli progressi tecnologici apportati dal design e nacquero tra la decada dei sessanta e settanta diverse collaborazioni in questo senso. Un esempio particolarmente noto è la relazione tra Loewy e la NASA con il programma Apollo, con Saturn I e V e il più rilevante, con la stazione aerospaziale Skylab, il primo progetto di interior design complessivo per il viaggio nello spazio. Il progetto includeva il design degli interni, dei prodotti e dei vestiti così come il design di sistemi e metodi di attuazione. Un oblò per vedere la terra dallo spazio, aree private di sonno e relax per gli astronauti, scelte cromatiche per gli interni, tavoli, vassoi e stoviglie, le tute di lavoro e la gestione dei rifiuti.



Sopra: illustrazione degli interni dello Skylab, 1973.

A destra: Raymond Loewy, studio degli interni per la NASA, stazione aerospaziale Saturn Five Space Station, fine anni '60.



Il propagarsi dei mezzi di trasporto, costituì il moltiplicarsi degli spazi legati al movimento e associati direttamente con la “modernità”: sale di attesa aeroportuali, locali di sosta in fermate di treno e autobus, stazioni di servizio, autocinema (o cineparco) e ristoranti *drive-in*. Inoltre, una conseguenza inevitabile di questa movimentazione è stato il propagarsi di alberghi, catene, motel, capillarmente in tutto il territorio, un processo che diventò uno stile di vita in modo più evidente negli Stati Uniti. Uno stile di vita che in poco tempo creò una domanda di arredo in massa che dovette essere affrontata con una mentalità nuova, sistematica e d’insieme.

Union News restaurants coffee shop, Raymond Loewy Associates, TWA Flight Center, Idlewild, circa 1962. Fonte immagine: Library of Congress.



### Il tempo libero: le catene alberghiere, i franchising alimentari e il retail

Dagli anni sessanta si rileva una importante crescita nello sviluppo degli alberghi e i trasporti (con alcuni anni eccezionali come quelli delle crisi petroliere a inizio degli anni settanta). Il mercato del viaggio era in profondo cambiamento dovuto alla espansione delle aziende aeronautiche e gli scambi commerciali<sup>62</sup>. Il settore contract si consolida a livello internazionale soprattutto nei comparti *retail* e *hospitality*. I *diner*<sup>63</sup> già dalla decada precedente era un comparto rilevante negli Stati Uniti. La era della mobilità propiziò non solo i viaggi di lavoro e di piacere ma anche il tempo per il divertimento e mangiare fuori era parte dello svago familiare, cosa che, specialmente negli Stati Uniti, diventò una abitudine per grande parte delle famiglie di classe media. Anche in Europa l'attività alberghiera, inizialmente non necessariamente legate a catene ma spesso associata alle grandi aziende di aerotrasporti si diffondono.



DN modified (custom DN series) panca con "privacy screen", prodotta da Shelby Williams, s.d.

<sup>62</sup> "The evolution of Contract" in *Shelby Williams: 25 years of Contract Furniture*, p. 4-7.

<sup>63</sup> Un diner è una tipologia di ristorante caratteristico degli Stati Uniti (soprattutto nel Midwest, New York, Pennsylvania, New Jersey, e in altre zone del nordest) anche se possono essere trovati esempi altrove. Ha origini alla fine del 1800 e il termine si applica non solo alle strutture prefabbricate e spesso itineranti ma anche a piccoli ristoranti che servono piatti tipici dei *diner* (hamburger, patatine fritte, club sandwich, uova, omelette, frittelle, cialde, e french toast) anche se si trovano in strutture non mobili. La atmosfera è informale, di solito conta con un bancone e opera con un orario di esercizio allungato. I moduli di seduta con due panche di schienali alti frontalmente disposte a un tavolo è un elemento di arredo caratteristico del *diner*.

Un esempio di rilevante importanza sono alcune opere del design scandinavo per l'ospitalità: il Royal Hotel di Copenaghen di Arne Jacobsen e il Restaurant Savoy a Helsinki della coppia Aalto.

Interno del Restaurant Savoy a Helsinki, in Finlandia, progettato da Aino e Alvar Aalto in collaborazione con Dora Jung, elementi prodotti da Artek, 1937, (fotografia recente).



Arne Jacobsen fotografato nella camera 606 del SAS House (Royal Hotel) da lui stesso progettato, con gli elementi d'arredo concepiti in un perfetto esempio di "interno coordinato", Copenaghen, 1960 circa.



Hotel Hilton Paris Orly, vista del ristorante, interni di Raymond Loewy, 1963.



Un episodio storico italiano che vorremmo portare all'attenzione sono le colonie estive realizzate dall'ENI durante la direzione di Enrico Mattei, e in particolare il villaggio di Corte Cadore del 1954 opera di Edoardo Gellner (nella pratica un precursore del contract in Italia). "Gellner cura sin nei minimi dettagli anche gli interni degli edifici dell'insediamento. Infatti, dalle lampade del padiglione di accoglienza alla panchina del camino nelle villette, dallo sgabello impilabile fino ai tessuti dei divani, tutto viene ideato e disegnato personalmente dall'architetto"<sup>64</sup>. Un modo di lavorare complessivo, d'insieme: l'*ensemble* proprio del contract.

Interno di una delle villette di Corte di Cadore, Edoardo Gellner, 1956 circa.



Illustrazione pubblicitaria degli espositori *Vegetable Spray Units*, prodotto della Metal Office Furniture Company della linea "Terrell", circa 1932. Courtesy: Steelcase Corporate Archives.

Nel *retail*, molti degli esempi più interessanti arrivano dal periodo tra le due grandi guerre, nel quale la sperimentazione era all'ordine del giorno. Alcune aziende si dedicano a innovare con nuove tipologie di elementi di arredo e l'utilizzo di nuovi materiali, legate al profitto e all'efficienza, alle prestazioni superiori e alla durabilità, non solo come risposta al clima di ricostruzione ma anche come conseguenza di un *know-how* e un *imprinting* lasciato dalla esperienza bellica.

<sup>64</sup> Dorothea Deschermeier, *Impero ENI. L'architettura aziendale e l'urbanistica di Enrico Mattei*, p. 94.

Prima che il *retail* diventi una declinazione sul tema di un concept unitario e conferitore di identità (e quindi il conseguente sviluppo delle catene), i negozi erano sviluppati *ad hoc*, con elementi su misura e in relazione al luogo dove sorgevano (diversi a Parigi, Roma o New York), e conseguentemente alla visione del marchio erano una occasione per mostrare il meglio della azienda, letteralmente una “vetrina” verso la realtà produttiva e nella quale la esperienza d’acquisto diventa sempre più rilevante.

Helena Rubenstein Beauty Salon, Bloor Street West, Toronto, 1930 ca.



56



Negozi Olivetti, Studio B.B.P.R., New York, 1960 circa. Vicino all'ingresso la grande ruota, con ripiani su cui sono esposti i prodotti, e accanto una delle colonnine in marmo verde che emergono come delle stalagmiti. Dal soffitto pendono le colorate lampade in vetro di Murano.

Questa tendenza è inizialmente legata all’edonismo, che si esercita nella ricerca di un nuovo benessere e che spazia tra la comunicatività dei materiali dei quali ci si circonda, e la sensualità delle forme, fino ad arrivare al senso di protezione proprio dello scenario abitativo e domestico. In questo senso, tanti negozi del lusso e la bellezza vogliono apparire accoglienti e sofisticati riproducendo ambienti (moderni o classici) attraverso, dinamiche, layout e prodotti caratteristici dell’ambiente della casa.

Altri esempi nel retail (spesso legati alla tecnologia) sono più coraggiosi e vogliono sorprendere il visitatore, portando l’esperienza visiva (o commerciale) a un altro nuovo livello, si pensi alla Olivetti, l’IBM, la Pirelli, o altre, con i loro negozi e allestimenti fieristici di metà del secolo scorso.





Steltman Chair, Gerrit Rietveld, prodotta da Gerard van de Groenekan, 1963-64. Progettata per le Gioiellerie Steltman nell'Aia (a destra immagine raffigurante l'interno), è l'ultimo pezzo di design prodotto da Rietveld. La struttura di angoli perpendicolari sembrano di continuare nello spazio liberamente. La struttura aperta e la asimmetria associano questo elemento di design a quelli realizzati nel periodo tra il 1919 e il 1924, durante il movimento De Stijl.



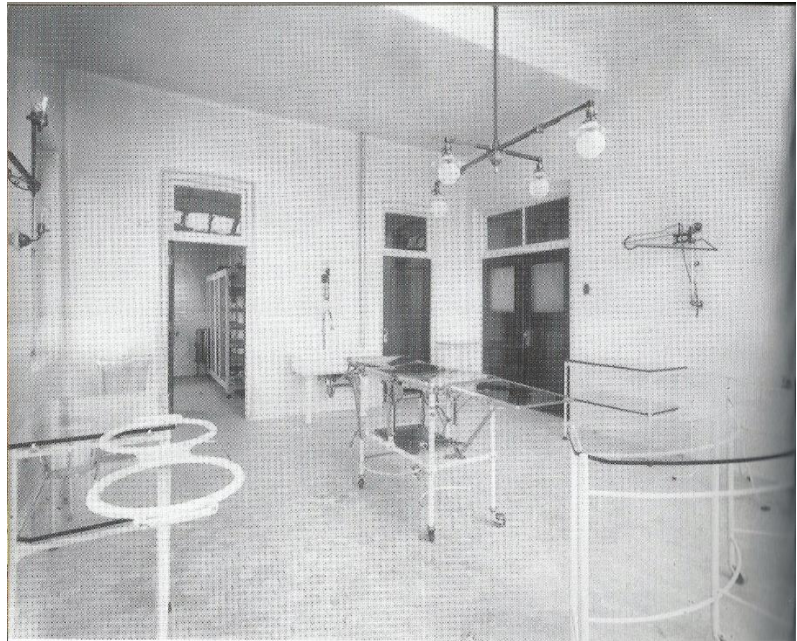
La tendenza a sviluppare un concept regolatore e identificatore (e per tanto veicolo della riconoscibilità del marchio), trova forza negli anni ottanta con le prime serie di negozi di apertura mondiale. Esempi di qualità associati a questa tendenza da inizio degli anni novanta sono i negozi progettati da Andrée Putman per Bally's (che vedremo nella parte quarta) o quelli di Armani progettati da Claudio Silvestrin.

Dimenticata la visione del lusso in termini puramente ostentativi, superata la fase di sintesi assoluta e di unica ricerca all'essenzialità, in questi ultimi anni la sfera del lusso assume connotati squisitamente personali e introspettivi. Il prodotto e gli interni non possono più limitarsi a una serie di funzionalità ma dev'essere in grado di dire qualcosa, di raccontare una storia e di comunicare sensazioni.

## Le strutture ospedaliere e il *home-care*

Un altro settore del contract, sebbene molto specialistico, è il settore delle strutture mediche, con arredi, equipaggiamento e attrezzature che richiedono delle prestazioni distinte e caratteristiche ben precise di durabilità, igiene, robustezza, ecc.

Sala operatoria equipaggiata con arredi realizzati in ghisa, acciaio, porcellana, vetro e gomma, Vancouver General Hospital, 1910 ca.



58

La Metal Office Furniture Co non rimane indietro nemmeno in questo settore di specificità e nel 1930 acquista la azienda Doehler Metal Furniture Company, specializzata in attrezzatura per il settore ospedaliero, operazione che gli consentì rimanere solvente negli anni della Depressione fabbricando equipaggiamento e arredo per ospedali.

Pagine dei cataloghi di prodotti per il settore medico della Doehler Metal Furniture (acquistata da Steelcase), 1930 circa.



Originale la soluzione di Alvar Aalto per il Sanatorio a Paimio. Nonostante all'epoca la sperimentazione avesse portato a preferire l'utilizzo dell'acciaio per motivi igienici, gli Aalto vincono il concorso con una struttura razionalista, e con interni integrati completi di arredi principalmente in legno curvato, materiale che garantiva una temperatura più gradevole al tatto ai pazienti ricoverati e comunque una buona igiene così come eccellente resistenza. Da questa esperienza tipicamente contract nasce la azienda Artek (come verrà citato successivamente nella parte terza "Fare contract" e da manifesto in appendice).

Interno del Sanatorio di Paimio in Finlandia, progettato da Aino e Alvar Aalto, elementi prodotti da Artek, 1929-1932. Sopra: vista di un pianerottolo arredato vicino a una finestra, foto recente. Sotto: camera (foto recente).



59



L'arredamento per le strutture ospedaliere storicamente e fino a metà circa del secolo scorso è stato distribuito da fornitori concorrenti agli appalti di ogni paese, in particolare negli Stati Uniti

la American Hospital Supply, A.S. Aloe, Will-Ross, IPCO tra altre<sup>65</sup>.

A metà degli anni sessanta, come conseguenza del boom economico, della sempre più crescente mobilità, dei nuovi modelli e strutture sociali si è originato un nuovo mercato, quello delle case di cura e *home-care*. Alcuni investitori e operatori alberghieri (nonostante la loro esperienza nel settore medico fosse inesistente) si sommarono all'entusiasmo del nuovo schema di business e crearono catene di case di cura, le quali appena un decennio dopo si sono trovate in difficoltà, eppure persino le più grandi come la Four Seasons Nursing Home finì in bancarotta<sup>66</sup> colpendo gli operatori e tutto il settore manifatturiero.

Negli ultimi anni e sempre di più il settore contract si è interessato alla fornitura per le aree medico e socio assistenziale. In parte, a causa di una maggiore "sensibilizzazione" che gli enti pubblici devono rivolgere alla città e alla sanità. Purtroppo è un mercato che da ormai diversi decenni soffre perché le gare sono sempre fatte a ribasso e dove i margini di profitto sono sempre molto snelli sia nella fornitura di prodotti che di servizi<sup>67</sup>. Ma possiamo affermare che si tratta senz'altro di un mercato che se trattato privatamente è economicamente profittevole anche se su volumi più ridotti. Le grandi aziende del contract perciò si dedicano soprattutto al settore navale, alberghiero, uffici e *retail*, e gli ambiti legati al mondo ospedaliero sono coperti parzialmente da aziende di più modeste dimensioni che si occupano dell'arredamento e produzione di equipaggiamento per le strutture socio assistenziali, ambulatori, farmacie (con una sensibilità alla ricerca e alla innovazione più limitata). Ciò nonostante questo orientamento ha osservato una leggera tendenza di cambiamento verso nuovi scenari nei quali nuove case di cura private, quasi come "boutique hotel" sempre più esclusive e con i migliori servizi da offrire ai clienti (e i loro familiari), sono realtà dove anche le grosse aziende del contract cominciano a proporre e produrre.

---

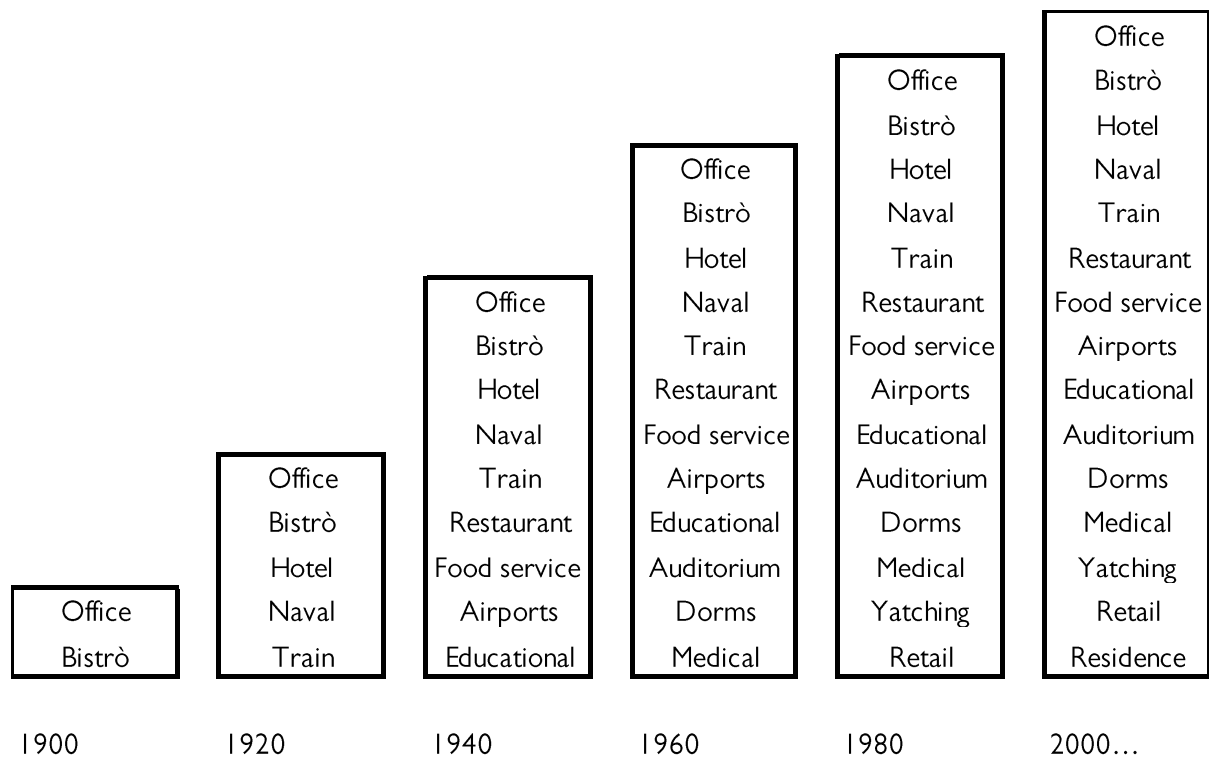
<sup>65</sup> "The Nursing Home Market" in *Shelby Williams: 25 years of Contract Furniture*, p. 19.

<sup>66</sup> *Ibidem*.

<sup>67</sup> [http://www.pharmatimes.com/Article/13-11-13/EXCLUSIVE\\_Homecare\\_ticking\\_timebomb\\_for\\_NHS.aspx](http://www.pharmatimes.com/Article/13-11-13/EXCLUSIVE_Homecare_ticking_timebomb_for_NHS.aspx) (consultato il 17/11/2013).

### 2.3 Il progetto contract come termometro della società e dell'abitare?

Dall'operare del contract se ne deduce un cambiamento nel tempo della società e le modalità dell'abitare, le priorità negli investimenti, delle proposte edilizie e del costruire. Il mercato del contract si è espanso attraverso il trascorrere dei decenni del secolo scorso. Come abbiamo visto nella prima parte riguardo l'origine del contract, il mercato era principalmente centrato su uffici, successivamente ristoranti, bar e alberghi, per poi specializzarsi sul campo navale e dei treni.



Evoluzione del mercato del contract.

Sono di grande rilevanza le imprese che pur non avendo a che fare direttamente con il design, si sono impegnati per la crescita del settore, pensando all'architettura (e in modo indissociabile agli interni) come motore di sviluppo sociale.

Quasi come un manifesto alla modernità italiana, sorge a Milano nel 1938 il Palazzo Montecatini che Gio Ponti concepì come il più

evoluto edificio –all’epoca- pensato per la società del lavoro e per il quale ideò non solo la architettura ma anche gli interni coordinati con gli arredi. Si pensi anche all’ENI di Mattei con tutte le opere d’infrastruttura stradale sparse per l’Italia, i villaggi vacanza, gli hotel e colonie estive, tra cui il progetto citato precedentemente: il villaggio di Corte Cadore del 1954 di Edoardo Gellner con soluzioni modulari e allo stesso tempo uniche. La Pirelli che nel 1960 sorprende Milano con il suo grattacielo di 33 piani opera di Gio Ponti<sup>68</sup> per il quale sono stati progettati appositamente alcuni particolari materiali di rivestimento, arredi e componenti per completare gli interni dell’intero edificio. Esempi di rilevanza architettonica potrebbero citarsene tanti.

L’aspetto importante da evidenziare è come l’architettura, in particolar modo negli anni del boom economico e della ricostruzione postbellica, ha seguito passo a passo la crescita e la evoluzione della società. In questo senso il contract ha prosperato di pari passo, dato che i progetti contract sono principalmente per la collettività, in tutte le fasce sociali ed economiche e di conseguenza per larghi bacini di popolazione.

Il mercato del contract ha saputo evolvere continuamente accompagnando le trasformazioni e gli sviluppi dell’abitare dell’ultimo secolo.

---

<sup>68</sup> Capo progetto Gio Ponti architetto e Pier Luigi Nervi ingegnere, gruppo di progettazione: Giuseppe Valtolina, Antonio Fornaroli, Alberto Rosselli, Giuseppe Rinardi e Egidio Dell’Orto.

Sub copertina

Terza parte

## 3 TERZA PARTE \_

### *FARE CONTRACT*

#### 3.1 Tassonomia del contract

Per capire meglio il sistema contract, separeremo in parti i suoi principali aspetti e analizzeremo gli elementi che costituiscono i processi motori dei progetti e delle commesse contract.

In primo luogo è importante conoscere quali sono le figure professionali legate al contract. In secondo luogo è necessario afferrare quali siano i principali processi operativi nei progetti contract e l'interazione tra di essi e con tutte le figure coinvolte. Unicamente in questo modo si possono chiaramente stabilire priorità e responsabilità di progetto.

Di conseguenza vedremo quali sono le principali fasi esecutive e i più comuni strumenti operativi per affrontarle. In più è di importanza strutturale conoscere le normative basi di riferimento che sono determinanti nell'operare in questo settore.

Infine è rilevante menzionare quali sono i più comuni metodi per l'aggiudicazione degli incarichi che di solito segue una serie di passi e di documentazione specifica.



### 3.1.1 Principali attori coinvolti nei processi del progetto contract

Le principali figure professionali di una commessa contract sono il committente, il progettista e il *general contractor*.

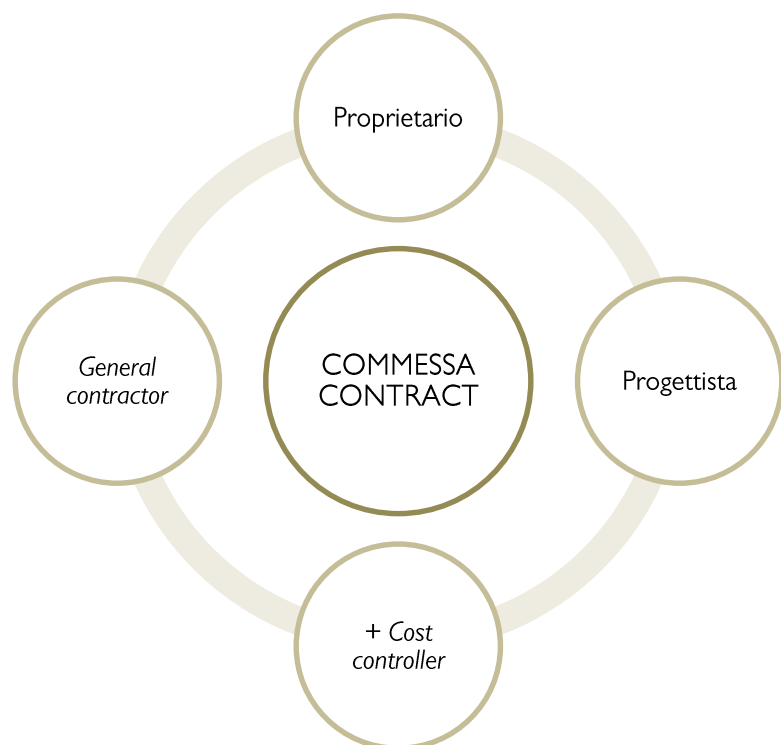
Il committente può essere il diretto proprietario (o investitore) e/o un *developer* che è una figura che si occupa di individuare, ottenere o creare opportunità di business per una azienda, a volte propria.

Il progettista può essere uno studio di architettura o uno studio di interior design, alle volte tutti e due, guidata dalla direzione artistica che normalmente è una figura decisa dal committente.

Il *general contractor* (o i diversi *contractor* che sono il gruppo di produttori e fornitori che lavoreranno alla commessa) coordina l'esecuzione e ha la responsabilità sulla riuscita del progetto.

Talvolta a queste figure si affianca una *procurement company* o *cost controller* (obbligatoria quando ci sono molti *contractor*). Opera indipendente dal *general contractor*, in modo di non avere conflitti d'interesse, e si occuperà di dare seguito alle spese di progetto, l'avanzamento dei lavori e conseguentemente i relativi saldi.

Rappresentazione grafica dei principali attori coinvolti in una commessa contract.



### 3.1.2 Metodi più comuni per l'aggiudicazione degli incarichi

L'assegnazione degli incarichi per le commesse contract dipende di molti fattori. Il fattore economico è decisamente rilevante ma non l'unico. La qualità del prodotto dev'essere elevata (viene dato per scontato che progetto, materiali, tecnologie e sicurezza siano di altissime prestazioni), il servizio (montaggio, garanzia e assistenza) è un parametro fondamentale, e spesso viene richiesto di contribuire *a priori* alla definizione di dettagli realizzativi e costruttivi ancora irrisolti (ingegnerizzazione)<sup>69</sup>.

L'ottenimento degli incarichi hanno come cornice procedurale i seguenti termini di richiesta all'interno di una **gara**. Le procedure sono proprie del mondo anglosassone per cui i nomi sono in inglese ma che ormai sono diventati uno standard a livello internazionale<sup>70</sup>:

#### RFI Request for Information

Si tratta di un processo di raccolta di informazione e documentazione sulle capacità produttive, finanziaria e portfolio dei diversi fornitore che partecipa alla gara. Spesso segue un format dato da chi indice la gara, non può essere modificato (né il formato cartaceo né quello elettronico) e serve a paragonare in modo equo tutti i partecipanti. È una procedura che si utilizza anche per accertarsi che tutti i dettagli, note e specificazioni nei disegni costruttivi e capitolati tecnici siano state interpretati correttamente, oppure per richiamare l'attenzione su un prodotto o lavorazione che potrebbe non raggiungere i requisiti richiesti.

Un RFI creato dal *general contractor* e risposto dal committente o dal progettista generalmente viene considerato come un cambiamento del progetto ed eventuali costi associati potrebbero essere soggetti ad approvazione.

---

<sup>69</sup> Giorgio Bersano, op. cit., p. 133.

<sup>70</sup> Suki Mhay e Calum Coburn "Request for...Procurement Processes (RFT RFQ RFP RFI)" in <http://www.negotiations.com/articles/procurement-terms/> (consultato il 11/10/13)

## **RFT Request for Tender**

Si tratta di un invito formale fatto a diversi fornitori di prodotti e/o servizi per partecipare a una gara. Nel settore pubblico questo processo è dettato in dettaglio dalla legge per garantire che non ci sia corruzione o abusi nell'utilizzo del denaro pubblico e consiste in una serie di documentazione (garanzie, storia e struttura aziendale, notizie finanziaria tra altre) che saranno di accompagnamento al RFQ (vedi sotto). Nel settore privato spesso si utilizza direttamente il RFP (vedi successivamente) che è strutturalmente meno rigido. Per lo stesso motivo che nel RFI, spesso si segue un format dato.

## **RFQ Request for Quotation**

Si tratta di un invito formale fatto a diversi fornitori di prodotti e/o servizi per presentare la propria offerta o quotazione.

Normalmente la richiesta include specifiche tecniche, campionature e quanto necessario (mentre più dettagliato e preciso, più accurata sarà la quotazione dei partecipanti), per farsi che tutti i partecipanti siano paragonabili con lo stesso servizio o prodotto. In linee generali questi parametri sono:

- CV dei membri del team, descrizione delle competenze e livello di esperienza del personale che s'intende ricopra le posizioni richieste per lo svolgimento dell'incarico
- Descrizione e numeri aziendali (struttura organizzativa, sedi, volumi d'affari, ecc)
- Disegni e relazioni descrittive
- Relazione descrittiva sui metodi e procedure per garantire i livelli qualitativi attesi
- Relazione sulle particolari condizioni per il trasporto e invio della merce (o svolgimento del servizio) a livello logistico e operativo
- Termini contrattuali
- Termini e condizioni della vendita
- Bozza del contratto
- Altro

Inoltre, le descrizioni e specificazioni possono avere un valore legale e contrattuale in caso di contestazioni o controversie. Ha lo stesso significato che IFB (Invitation for Bid)<sup>71</sup>.

### RFP Request for Proposal

Si tratta di una procedura che coinvolge una relazione lavorativa di tipo "creative" nella quale sarà necessario lasciare spazi di flessibilità dovuto al fatto che sono richieste soluzioni (tecniche, estetiche, di layout) non ancora definite e che saranno risolte a discrezione dei fornitori o prestatori d'opera. In questo caso, è proprio la soluzione creativa o innovativa che sarà fattore decisivo per preferire un determinato fornitore. Normalmente sono processi che hanno bisogno di molto più tempo per l'esecuzione e che incidono maggiormente a livello economico sulla commessa ma che sono necessari in alcune tipologie di progetti.

La procedura sopracitata normalmente si evolve attraverso i seguenti passi:

**Gara.** Consiste nei processi descritti sopra, e si concludono con la dichiarazione pubblica del vincitore e la firma degli accordi precontrattuali.

**Costruzione e installazione del *mock-up*.** È sempre più comune nelle grandi commesse del contract e in particolare quelle dedicate alle grosse strutture della accoglienza, che il committente commissioni al *general contractor* la realizzazione di un *mock-up* o campionatura, solitamente una camera campione con il fine di valutare il risultato complessivo, risolvere dettagli di progettazione e ingegnerizzazione prima della messa in produzione e stabilire dei punti saldi nella realizzazione definitiva. Vi sono due modi di accordarsi riguardo il costo di realizzazione della campionatura: se la campionatura è stata realizzata in fase di gara, il vincitore "assorbe" i costi di esso nell'importo complessivo della commessa e al resto dei partecipanti

---

<sup>71</sup> Joseph Phillips, "Procurement Management in Project Management - Taking Out a Contract" in *The Project Management Hut*: <http://www.pmhut.com/procurement-management-in-project-management-taking-out-a-contract> (consultato il 30/10/2012).

normalmente gli viene riconosciuto un importo prestabilito relativo alle spese. Se invece la campionatura è stata realizzata successivamente alla assegnazione del contratto, il costo della campionatura può essere stata distribuito nella valutazione economica della commessa o gli si dà un valore separato (strada preferibile nel caso vi sia richiesta molta ricerca e sviluppo).

**Assegnazione dei contratti ed emissione degli ordini.** I contratti e subcontratti vengono definiti in base alla valutazione comparativa dei diversi candidati e possibili fornitori. A seguire vengono prodotte le *richieste di acquisto* (RdA) ed emmesse gli *ordini di acquisto* (OdA).

**Realizzazione dei disegni esecutivi.** In parallelo, gli ultimi dettagli progettuali sono definiti e i particolari costruttivi e/o revisioni alla campionatura vengono riversate sui disegni esecutivi e discussi con gli artigiani e fornitori. Si effettuano i *submittal* (trasmissioni ufficiali dei disegni) e solo dopo l'approvazione del progettista si procede alla trasmissione dei disegni definitivi a fornitori e artigiani.

**Produzione.** Con la recezione degli OdA e i disegni dei *submittal*, i fornitori, artigiani e produttori avviano ufficialmente la produzione. È necessario che un supervisore della produzione oltre che al *project manager* seguano da vicino la fase produttiva (in particolare degli elementi *custom*) nonostante siano stati prodotti campionature e prototipi. Eventuali dubbi devono essere chiariti velocemente per evitare ritardi o errori nella produzione.

**Trasporto.** Una volta completata la fase produttiva, si procede al controllo, imballaggio, trasporto e consegna della merce in cantiere. È importante che un supervisore controlli ogni passaggio di questa fase operativa, che sebbene sembra scontata è di fondamentale importanza per la riuscita del progetto: un imballaggio inadeguato (debole, insufficiente), un sistema di carico sbagliato (oggetti pesanti su altri più leggeri, posizionamento instabile, elementi sciolti a rischio di ribalta) o una previsione insufficiente dei camion necessari possono diventare elementi di rischio in questa delicata fase della commessa.

**Installazione.** La fase di installazione è una delle più delicate. Va da sé che la esecuzione dev'essere effettuata da una squadra specializzata e qualificata per evitare che gli arredi e altri elementi componenti l'interno coordinato possano essere danneggiati in fase di movimentazione, disimballaggio o montaggio. È fondamentale che un supervisore di cantiere incaricato dal *contractor* sia presente durante tutta la fase di installazione fino alla consegna. Al momento della consegna eventuali contestazioni o mancanze sono segnalate e messe in evidenza dalle e alle parti.

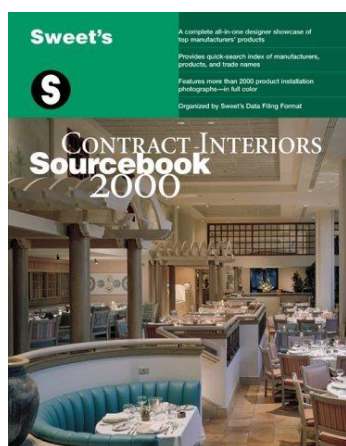
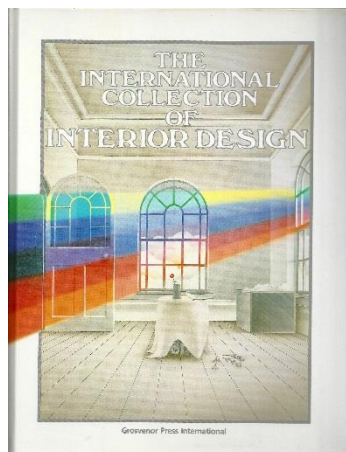
**Fatturazione.** È consuetudine che il saldo della fatturazione avvenga dopo la consegna e installazione della merce, e solo dopo che la commitezza abbia visionato e approvato il risultato finale. Normalmente si tratta di un saldo dato che uno o più acconti sono stati fatti alla firma del contratto.

**Controllo finale e chiusura commessa.** Dopo aver ripristinato le eventuali contestazioni a carico del *contractor* e completato eventuali mancanze si procede al controllo finale e chiusura commessa che consiste nella relazione finale di sintesi da condividere con tutti i responsabili e all'addestramento per la conservazione e manutenzione degli arredi.

Oggi in Italia le aziende concorrenti nel settore contract che ricorrono più frequentemente nelle gare per l'aggiudicazione delle commesse contract sono principalmente la Cassina e la B&B, figurano spesso tra i primi anche la Poliform, Lema e Colombo Stile come evidenziano le note della stampa.

### 3.1.3 Principali fasi e strumenti operativi

Le fasi metodologiche e gli strumenti operativi appartenenti al contract sono una parte molto importante che caratterizza questo settore. Sebbene la rilevanza di questo argomento sia fondamentale, in questa sezione si preferirà non approfondire gli aspetti gestionali ma solo elencare e riferire alcune definizioni con



Copertine di due delle guide del contract più diffuse negli Stati Uniti.

l'obiettivo di capire le fasi e i processi<sup>72</sup>.

Durante gli anni ottanta e novanta (ma si trovano pubblicazioni fino ai primi anni di questo secolo) era comune trovare, soprattutto nei paesi anglosassoni, delle “guide per il contract” consistenti in una compilazione di schede tecniche e stralci di cataloghi delle principali aziende del settore, divise per categorie (corrispondenti a specifiche costruttive quali superfici di rivestimento parietale, pavimenti e boiserie, illuminazione, serramenti e porte, arredi, cucine, bagni, equipaggiamento, accessori, giardinaggio ed esterni) e relative subcategorie, un direttorio per richiedere ulteriori informazioni, campionari o listini prezzi e spesso anche articoli riguardo temi d'interesse professionale e interviste<sup>73</sup>. In Italia, l'utilizzo di queste guide non è mai stato diffuso. Successivamente, con l'utilizzo di internet, le guide in formato stampato come quelle illustrate a fianco, sono per lo più scomparse.

Comunemente le aziende contract, affidano parte della valutazione dei prezzi al proprio ufficio acquisti (se possibile in collaborazione con il proprio ufficio tecnico), oppure ai fornitori e artigiani di fiducia con cui hanno una storia lavorativa in atto. Un altro metodo è quello di sottoporre a un gruppo di consulenti tecnici le valutazioni di elementi e finiture basandosi sui prezzi di mercato. Quest'ultimo, come si può chiaramente intuire, risulta poco accurato e per tanto molto rischioso da utilizzare per l'elaborazione di una valutazione economica da esporre a un cliente.

Di seguito spiegheremo in modo sintetico quali sono i principali strumenti di programmazione e controllo di una commessa contract<sup>74</sup>.

<sup>72</sup> Su questo argomento si rimanda al libro di Walther Iannaccone *Progetto “contract” (chiavi in mano). Le regole fondamentali per gestire con successo risorse umane, tecniche, economiche*. Per elaborare l'argomento all'interno del presente capitolo si sarebbe voluto lo sforzo di citare praticamente l'intero testo di Iannaccone, con un risultato non conclusivo e portando fuori strada la presente ricerca.

<sup>73</sup> Vedasi per esempio, della Governor Press International, Londra, la guida pubblicata durante gli anni ottanta *The International Collection of Interior Design*, nella quale l'indice riporta una categorizzazione interessante dove convivono elementi progettuali come *surfaces o windows and doors* con elementi “stilistici” come *taste and influences, looks e finish touches*. Oppure vedasi della McGraw-Hill, New York, la *Sweet's Contract Interiors* degli anni novanta e primi duemila, con un indice più sobrio e strutturato in sedici divisioni di specifiche costruttive.

<sup>74</sup> Per un maggior approfondimento sul tema si invita a consultare il libro di Iannaccone sopracitato, e in particolare i capitoli 2, 3, 4, 5 e 6 dove gli aspetti gestionali del contract sono chiaramente esposti e completi di schemi e tabelle spiegative. Per una revisione puntuale di alcuni termini base vedasi il testo di Pietro D. Patrone e Virgilio Piras,

### **Strumenti operativi per la quotazione**

Documenti per la quotazione: Requisiti di gara (invito a partecipare e istruzioni per l'offerta), Moduli contrattuali (accordo, garanzia di esecuzione, *payment bond*, certificati), Condizioni generali e supplementari al contratto, Specifiche (campioni, materiali e finiture; schede tecniche e di specifiche degli arredi, l'arredamento e le attrezzature), Disegni tecnici e *rendering*.

Offerta preliminare: Documenti di prequalifica, Elenco degli articoli, Listino prezzi, Termini e condizioni di vendita, Cronoprogramma di progetto, Documenti di gara.

Offerta finale: Disegni, Elenco degli articoli quotato, Contratto, Allegati, Documenti di qualifica, Cronoprogramma dettagliato.

### **Strumenti operativi per la produzione**

Preproduzione: Modelli, prototipi, campionature e distinta base (elenco dettagliato di tutti gli articoli e i loro componenti).

Avvio della produzione: Disegni esecutivi, Revisioni delle consegne, Registro delle revisioni.

Produzione definitiva.

72

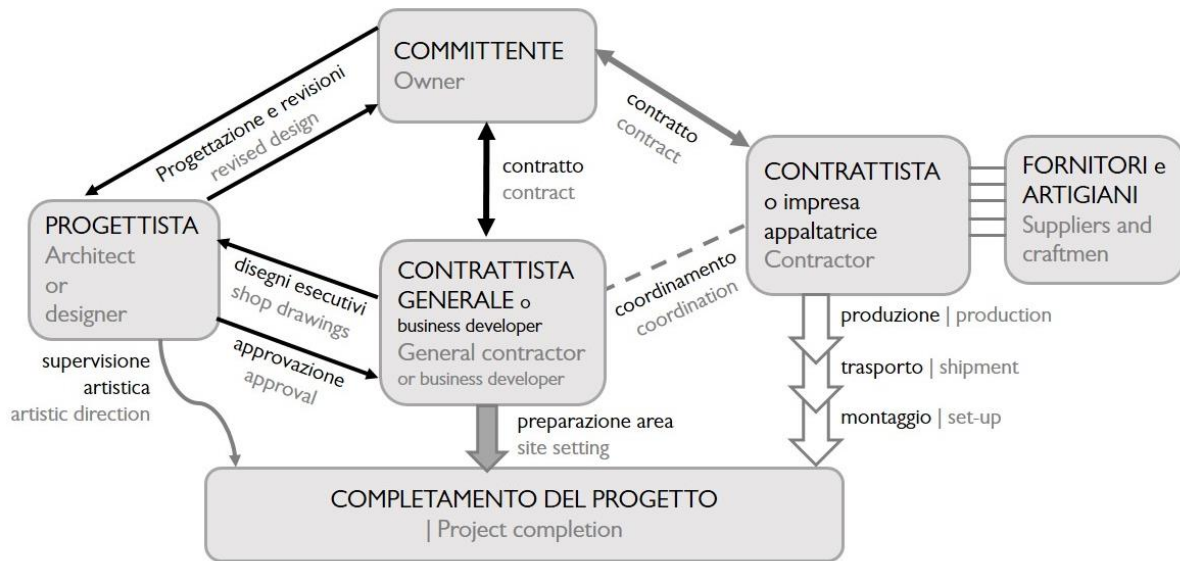
### **Strumenti operativi per il trasporto**

Distinta base semplificata, polizza di carico (assicurazione della merce), *packing-list* (elenco preparatorio al carico con il dettaglio degli articoli da spedire con indicazione di peso, dimensioni e numeri di colli), DDT (documento di trasporto).

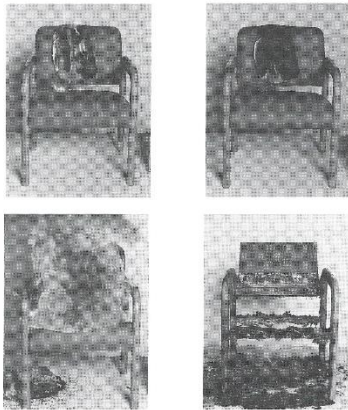
### **Strumenti operativi per l'installazione**

In Italia sono obbligatori il POS (Piano Operativo della Sicurezza) e/o il DUVRI (Documento Unico per la Valutazione dei Rischi da Interferenze), Certificato di consegna (cliente e contractor firmato l'avvenuta consegna e installazione), *Punch list* (dove si segnalano eventuali difetti, contestazioni o mancanze), Lettera di collaudo.





Processo orientato al design in un progetto contract. Elaborazione grafica dell'autrice.



Le prime due foto in alto: Sedia rivestita con un tessuto autoestinguente durante e dopo la prova al fuoco. Le due foto di sotto: Sedia rivestita con un tessuto non ignifugo durante la prova al fuoco arde in fiamme e dopo si riduce in cenere.  
Fonte: Dupont Company.

### 3.1.4 Alcune normative di riferimento

Le normative e standard di riferimento che hanno un legame più stretto con il settore contract sono quelle associati alla fornitura di materiali e servizi e che hanno diretto riscontro nel prodotto, e sono:

- La normativa antincendio dei materiali e dei prodotti<sup>75</sup>
- La normativa per l'abbattimento delle barriere architettoniche
- Raccomandazioni per l'ergonomia

Tra i più comuni regolamenti e standard qualitativi sono da citare:

**BS British Standards Institute:** è stato fondato in Inghilterra nel 1901 come il primo ente di normazione al mondo. Molte normative ISO e UNI nascono da precedenti normative BS. I principali settori industriali in cui opera per la normazione sono: settore aerospaziale, automobile, costruzione, energia e utenze, alimenti e bevande, IT e telecomunicazioni. Alcune delle norme BS più conosciute sono: BS EN ISO 9001:2008 Quality management systems. Requirements, BS EN ISO 14971:2012 Medical devices. Application of risk management to medical devices, BS ISO 2230:

<sup>75</sup> Per più informazioni sulla regolamentazione in Italia, fare riferimento al seguente documento della Catas: [http://www.catas.it/FILES/\\_img\\_adria\\_custom\\_/RepartoFuoco/Concetti%20general%20di%20reazione%20al%20fuoco.pdf](http://www.catas.it/FILES/_img_adria_custom_/RepartoFuoco/Concetti%20general%20di%20reazione%20al%20fuoco.pdf)

2012 Societal security. Business continuity management systems and requirements.

**ISO International Organization for Standardization:** creata nel 1947 a Londra, oggi la sede principale si trova in Svizzera. Stabiliscono lo stato dell'arte nella specificazione di prodotti, servizi e pratica, aiutando l'industria a essere più efficiente, cercando di rompere le barriere del commercio internazionale. Si occupa della regolamentazione e normazione di aree come sviluppo sostenibile, alimentazione, acqua, automobili, cambiamenti climatici, efficienza energetica ed energia rinnovabile. Alcune delle norme più conosciute sono: ISO 31000 Risk management, ISO 9000 Quality management, ISO 26000 Social responsibility, ISO 14000 Environmental management, ISO 22000 Food safety management, ISO 50001 Energy Management, ISO 3166 Country codes, ISO 4217 Currency codes.

**UL Underwriters Laboratories:** fondata nel 1894 nell'Illinois, Stati Uniti, è una compagnia di consulenza per la sicurezza e certificazione. I principali servizi di UL sono certificare, validare, eseguire test, ispezionare, eseguire audit, offrire consulenza tecnica e corsi di preparazione. I principali settori industriali in cui opera sono: apparecchiature e HVAC/R, illuminazione, materiali edili, composti chimici, energia, alimentazione, acqua potabile, alimentazione e sistemi di controllo, scienze sanitarie, alta tecnologia, sicurezza della vita, cavi e fili. Alcuni degli standard UL più comuni sono: UL 153 Portable Electric Lamps, UL 197 Commercial Electrical Cooking Appliances, UL 1598 Luminaires, UL 1642 Lithium Batteries, UL 1995 Heating and Cooling Equipment, UL 217 Single- and Multiple- Station Smoke Alarms, UL 268 Smoke Detectors for Fire Protective Signaling Systems, UL 94 Tests for Flammability of Plastic Materials for Parts in Devices and Appliances, UL 817 Cord Sets and Power Supply Cords.

**Altre** normative di riferimento a livello nazionale e internazionale sono quella corrispondente alla marchiatura CE (Conformità Europea), la LEED (Leadership in Energy and Environmental Design) si considera lo stato dell'arte in materia ma è ancora poco condivisa, Normativa CBSC –detta California- (California Building Standard Code), la RoHS (Restriction of Hazardous Substances Directive), ANSI/BIFMA Safety and Performance Standards (The Business Furniture Manufacturer's Association), UNI (Ente Nazionale Italiano di Unificazione), tra altre.

Normativa per il trasferimento di beni d'importazione ed esportazione (Incoterms)

La normativa di riferimento si chiama Regole Incoterms 2010 (l'ultimo aggiornamento consistente è datato a quell'anno) e consiste in una serie di regole divise in due distinti gruppi: Regole per il trasporto marittimo e per vie d'acqua, e Regole per qualunque modo di trasporto. Vi è una ulteriore suddivisione in sottogruppi: Gruppo E (*Ex*: partenza), F (*Free*: trasporto non pagato), C (*Cost*: trasporto pagato in partenza) e D (*Destination*: arrivo). I soggetti coinvolti sono il venditore, l'acquirente, il trasportatore, la dogana e l'assicurazione.

Rappresentazione schematica  
 INCOTERMS dei costi e rischi  
 nel trasporto della merce.  
 Fonte: [www.winecaregroup.com](http://www.winecaregroup.com)

Incoterm	Named place	Sharing of costs and risk between buyer and seller in international traffic.			
<b>EXW</b> Ex works	Loading location				
<b>FCA</b> Free Carrier	Loading location				
<b>FAS</b> Free Alongside Ship	Port of loading				
<b>FOB</b> Free On Board	Port of loading				
<b>CFR</b> Cost And Freight	Port of destination				
<b>CIF</b> Cost, Insurance And Freight	Port of destination				
<b>CIP</b> Freight And Insurance Paid	Delivery location				
<b>DDU</b> Delivered Duty Unpaid <b>DDP</b> Delivered Duty Paid	Delivery location				
		Seller's cost / risk		Buyer's cost / risk	

## 3.2 Sviluppo e divulgazione del settore contract

### 3.2.1 Fiere del settore

Le fiere del settore del design sono molte, con decine di incontri mensili in tutto il mondo. Le fiere strettamente legate al contract sono più limitate, ma esistono tante correlate delle quali si possono evidenziare le principali a livello internazionale:



- *Abimad, Feira Brasileira de móveis e acessórios de alta decoração*, l'associazione fondata nel 2003 ha instaurato la fiera che è arrivata alla sedicesima edizione, è la più importante fiera del Brasile dedicata all'arredamento e gli accessori per la decorazione.



- *Abitare il tempo*, Verona, Italia dal 1986, denominata *Abitare 100% Project* dal 2011 rimane un punto di riferimento del settore a livello europeo.



- *AmCon American Contract Manufacturers Show – Amcon Design & Contract Manufacturing Expo*, sul territorio statunitense, dal 1987.

- *ContRact*, B2B event for the hospitality, office & healthcare sector/only interior projects (furniture & textile), in Bruxelles, Belgio.

- *Domotex Contractworld. World trade fair for carpets and floor coverings*, si svolge a Hannover, Germania.



- *Happy Business To You. Italian Contract & More*, la prima edizione ha avuto luogo nel 2012, è l'unica fiera in Italia interamente dedicata al contract e si svolge a Pordenone, Italia. Vi sono eventi e manifestazioni correlati come "Fabbriche aperte", incontri con

ospiti, convegni e seminari. I settori di esposizione sono: Interiors, Outdoor, Lighting, Coatings & doors, Flooring, Spa & wellness, Office, Domotics. Sebbene è un evento che promuove

principalmente il distretto del mobile e dell'arredo del comparto friulano e veneto, trova alto interesse in un pubblico specialistico di cui circa 230 buyer stranieri provenienti da 35 paesi (Ucraina, Russia, Canada, Stati Uniti, India ed Emirati Arabi i più rappresentati)<sup>76</sup>.



- *Host*, il Salone dell'ospitalità professionale dal 1973 si svolge a Milano, Italia.

<sup>76</sup> <http://www.ilgiornaledellarchitettura.com/articoli/2013/2/115653.html> del 16/02/2013 (consultato il 04/03/2013).

NeoCon®



- *Hosp&Food*, la prima edizione ha avuto luogo a ottobre 2012 a Brescia, Italia.

- *Index Contract. International trade fair on contract furniture*, si svolge a Mumbai, India.

- *NeoCon Exhibition of contract furnishings for the design and management of the built environment*, è la più importante fiera internazionale del contract e si svolge a Chicago, negli Stati Uniti, dal 1969.

- *Office Solution Arquishow Fair for contract furniture, architecture, construction, lighting*, si svolge a Sao Paulo, Brasile.

- *Orgatec. International Trade Fair for Furnishing & Office Facilities*, è la più importante fiera europea del contract e si svolge a Colonia, Germania.

- *SibFurniture SibFurnitech Interior Design, International Exhibition of furniture (domestic furniture, office furniture and contract), equipment, materials, component parts, technologies and services for furniture industry and home decoration*, si svolge a Novosibirsk in Russia.

- *Stockholm Furniture Fair. Furniture exhibition including interiors for the home, office and contract markets*, si svolge a Stockholma, Svezia.

### Rassegna Orgatec 2012

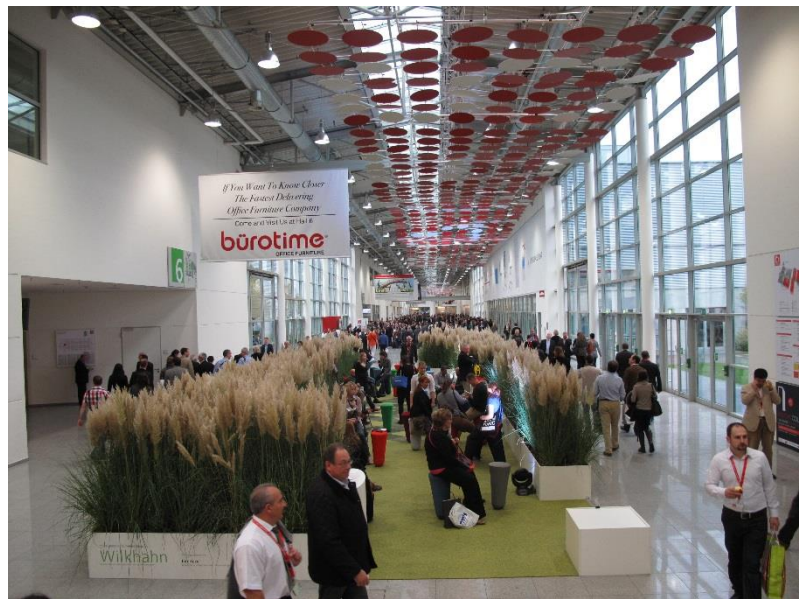
L'evento, di carattere biennale, si svolge a Colonia in Germania. È stato realizzato un viaggio d'indagine per assistere in prima persona all'evento più importante del contract in Europa.



Ingresso all'impianto fieristico  
Köelnmesse, Colonia, 2012.  
Foto dell'autrice.

Questa edizione della fiera, l'Orgatec 2012 si è svolto dal 23 al 27 ottobre. Al Orgatec 2012 un totale di 622 aziende da 53 paesi si sono presentate per esporre i loro nuovi prodotti e soluzioni per l'industria del contract. Circa 50000 visitatori da 153 paesi si sono dati appuntamento alla fiera europea più importante del contract per apprendere le novità e tendenze della vasta gamma che offre oggi il mercato. Si è potuto rilevare un marcato interesse sul mondo dell'ufficio in generale.

Orgatec Boulevard all'interno della fiera, 2012. Foto dell'autrice.



78

La edizione 2012 del Orgatec ha dedicato speciale attenzione a tre competenze particolari del settore:

- Illuminazione
- Acustica
- Tecnologia applicata all'architettura

Modello esemplificativo dell'utilizzo dei materiali e l'illuminazione con le conseguenze nell'ambiente degli interni, nell'area tematica sull'illuminazione "Lighting Competence Centre", Orgatec, 2012. Foto dell'autrice.



Per ciascuna delle aree tematiche, che riteniamo siano effettivamente la tendenza di punta attuale, sono stati organizzati diversi convegni nell'arco della durata dell'evento e sono state organizzate delle aree espositive specialmente riservate a questi tre argomenti, allestiti con modellini dimostrativi e rivolte alla divulgazione e informazione degli argomenti di maggior interesse per la progettazione.

L'esperienza è stata molto ricca in quanto si è potuto verificare direttamente la consistenza di un evento specifico del settore e si è potuto constatare la differenza anche rispetto ad altre fiere del settore arredo in Italia come il Salone del Mobile, Abitare il Tempo, il Cersaie, il Made Expo o il più recente Happy Business to You.

Stand "Trade magazines" all'interno della fiera, 2012. Foto dell'autrice.



### 3.2.2 Riviste specialistiche

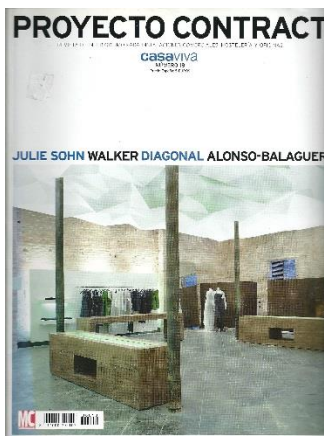
Senza cercare di essere esaustivi, proponiamo di seguito un elenco delle principali riviste del settore legati diretta o indirettamente al contract attraverso il design degli interni e la rassegna di prodotti, produttori, e progetti pertinenti.

*Architectural Record*, Stati Uniti, pubblicata dal 1891.

*Code Contract Design Magazine*, Italia, pubblicata dal 2009.

*Contract*, Svezia, pubblicata dal 1980<sup>77</sup>, non più in pubblicazione.

<sup>77</sup>Rassegnata in *Domus*, n° 613, gennaio 1981, p. 81.



Alcune copertine di riviste specialistiche.

*Contract* magazine, Stati Uniti, pubblicata dal 1960. Trent'anni più tardi cambierà nome a *Contract Design*<sup>78</sup> ancora in stampa e versione digitale sotto questo nome.

*Decoration International*[e], Francia, pubblicata dal 2011.

*Design Insider*, Regno Unito.

*Form*, rivista della associazione Svensk Form fondata nel 1845 si pubblica in Svezia dal 1904.

*Interior Design* magazine, Stati Uniti, pubblicata dal 1932.

*Interiors*, Stati Uniti, fondata nel 1990.

*Interni Annual Contract*, Italia, dal 2000.

*Proyecto Contract*, Spagna, pubblicata dal 2004.

*Sources*, Stati Uniti, fondata nel 1990.

*Ufficio Stile*, Italia, pubblicata dal 1968.

*World Furniture*, Italia, pubblicata dal 1998.

In Italia, altre riviste come la *Domus* o *Abitare* si sono interessate saltuariamente al contract. Per esempio la *Domus* ha sempre dedicato una sezione ai produttori di materiale e prodotti, come un indice di aziende di riferimento e talvolta articoli dedicati al tema specifico. La rivista *Abitare* nel 2006<sup>79</sup> dedicò un numero al contract e *Interni* pubblica un inserto dedicato ogni anno: *Interni Annual Contract*.

### 3.2.3 Centri di studio e ricerca specializzati

Alla fine degli anni sessanta, alcune scuole americane ed europee erano già attente alla ricerca e sviluppo del settore contract. In testimonianza di questo già nel 1969 l'Edinburgh College of Art bandì una borsa specialistica "to research specifically into the design of seating for both domestic and contract use"<sup>80</sup>. Alcuni centri di ricerca, sviluppo e divulgazione attivi oggi sono i seguenti:

#### Ricerca accademica

*Carnegie Mellon Green Design Institute*, Pittsburgh, Stati Uniti.

<sup>78</sup> Stanley Abercrombie, *A Century of Interior Design*, 2003, p. 139, 175, 205.

<sup>79</sup> *Abitare*, n° 466, novembre 2006.

<sup>80</sup> Rassegnato in *Domus*, n° 474, maggio 1969, p. 19.



*Center for Inclusive Design and Environmental Access (IDEA)*, Buffalo NY, Stati Uniti.

*The Center for Real Life Kitchen Design*, Virginia Polytechnic Institute, Stati Uniti, dal 1998.

*Center for Universal Design*, North Carolina State University, Stati Uniti, dal 1989.

*Intypes*, Cornell University, Ithaca NY, dal 1997.

*Universal Design Learning Lab*, Iowa State University, Stati Uniti, dal 1990.

### Società e associazioni professionali

*American Society of Interior Designers (ASID)*, Stati Uniti.

*American Institute of Architects (AIA)*, Stati Uniti.

*Association for Contract Textiles (ACT)*, Stati Uniti.

*Associazione per il Disegno Industriale (ADI)*, Italia.

*The Business and Institutional Furniture Manufacturer's Association*, Stati Uniti.

*Contract italiano*, con il supporto dell'ADI e dell'ICE (Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane) il portale contract italiano è stato creato nel 2010, Italia.

*Contract Manufacturers' Association*, creata nel 1964 negli Stati Uniti, non più attiva sotto questo nome.

*CSIL Centro Studi Industria Leggera*, fondato nel 1980 a Milano, Italia.

*Danish Design Centre*. Danimarca, fondata nel 1978.

*Federlegno-Arredo*. Italia.

*Iceland Design Centre*, Islanda.

*International Interior Design Association (IIDA)*, fondata nel 1994, Chicago, Stati Uniti.

*Norwegian Design Council*, Norvegia, fondata nel 1963.

### Ricerca Industriale

*Allsteel Resource Center*, negli Stati Uniti a: Muscatine, Atlanta, Boston, Chicago, Dallas, New York, San Francisco, Santa Monica, Toronto, Washington DC.



*Carpet and Rug Institute (CRI)*, Georgia, Stati Uniti.

*Contract Design Center*, Shelby Williams, Chicago, Stati Uniti, dal 1980.

*Greenguard Environmental Institute (GEI)*, Georgia, Stati Uniti, dal 2001.

*Haworth Knowledge (Workplace Library, Continuing Education, Mindshift method, disponibili online)*, Michigan, Stati Uniti.

*Herman Miller (Research Summaries, Solution Essays, Case Studies, disponibili online)*, Michigan, Stati Uniti.

*Knoll (Research, A&D Resources)*, Pennsylvania, Stati Uniti.

*Steelcase*, Stati Uniti, dal 1912.

### **Basi di conoscenza o “Knowledge Base centers”**

*InformeDesign*, University of Minnesota, Stati Uniti.

*Knowledge Center IIDA*, Stati Uniti.

*Research Design Connections*, Ohio, Stati Uniti.

Sono rilevanti la quantità di centri specialistici e pubblicazioni dedicate al settore contract oggi ed è degno di nota la altissima concentrazione che si trova negli Stati Uniti, Regno Unito e Italia. Questa silenziosa ma solida presenza rinforza il mercato così come la ricerca e sviluppo relativa al settore. Uno rafforzamento così come il lavoro congiunto e la sinergia di istituzioni possano portare a uno sviluppo sostenibile del *know-how* nell'ambito del contract e degli interni.

### 3.3 Le principali aziende contract operanti oggi

Ricordando una nota di circa dieci anni fa valida ancora oggi, che citava l'inizio degli anni ottanta quando “nessuno in Europa, a parte i pochi operatori del settore, pronunciava la parola contract! Pochissimi adepti ne conoscevano il reale significato e operavano secondo i dettami impliciti in questo lemma”<sup>81</sup>. In questa prima decada degli anni 2000 si parla molto di più del contract in ambito europeo e italiano (lo vedremo più in dettaglio nella parte quinta nel capitolo “Parlare del contract nell’ambito professionale ed economico”) e molte aziende si autodefiniscono “*contractor*”.

Oggi esistono realtà aziendali che si impegnano mediante lo sfruttamento del proprio *know-how* o lo sviluppo di un servizio integrato, o la collaborazione con aziende che per alcuni versi potrebbero essere concorrenti nella ricerca e lo sviluppo di prodotti innovativi e adatti al uso e al mercato del contract. Per esempio la Alessi di recente, in collaborazione con Valcucine hanno sviluppato, dalla mano di Wiel Arets come progettista, una serie di cucine appositamente ideate per il settore contract. La azienda Lago, attraverso la Lago Real State, ha sviluppato un *concept* di servizio di progettazione e arredamento delle abitazioni (già due esempi sul mercato, uno a Rimini e il secondo a Bari). Oppure aziende come *Design within Reach* o *Ikea* che in alcune succursali offrono i prodotti e servizi finanziari di carattere contract alle piccole e medie imprese che richiedano le loro prestazioni. Queste aziende benché operino in fasce di mercato diverse, offrono un servizio contract per clienti “business”, nella consapevolezza che si tratta di un servizio legato al prodotto, che genera fedeltà e aumenta la soddisfazione del cliente. Consulenza per la scelta dei prodotti, assistenza tecnica riguardo i materiali, finanziamenti, trasporto della merce e installazione dei prodotti nel posto sono alcuni dei più comuni servizi offerti ai clienti contract.

---

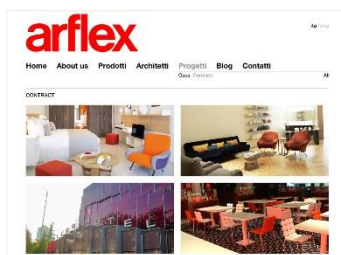
<sup>81</sup> Simone Micheli, “L'anima reale del contract” in *Ottagono*, n° 175, 2004, p. 72.

### 3.3.1 In Italia, le principali aziende del contract oggi

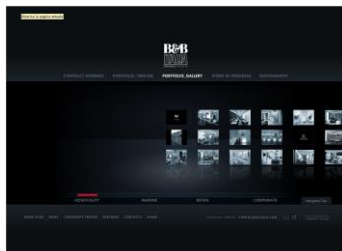
Sebbene nel territorio italiano, come abbiamo già accennato nella prima parte, l'industria specialistica del settore contempra la definizione del contract, non vi è una classificazione a sé per l'analisi dei dati produttivi. È possibile distinguere alcune aziende che operano nel contract e che nella loro organizzazione aziendale vi è una sezione o divisione industriale dedicata a questa attività<sup>82</sup>.

L'impresa contract spesso viene considerata come una sorta di complessa *holding* (anche se in realtà è un uso improprio del termine che definisce una holding company, alcune logiche operative possono essere equiparabili), dato che una vera azienda contract deve avere le competenze di aggregare, gestire e supervisionare multipli e variegati professionalità e aziende correlate per la realizzazione del "prodotto finito", trasportato e installato. "La azienda contract ha la capacità di creare, gestire e costruire spazi per la collettività, dalla A alla Z"<sup>83</sup>.

Prendendo come requisito indispensabile, non solo la realizzazione di progetti per la collettività, ma la formazione di una struttura consolidata di personale con professionalità trasversali, organizzate in una divisione aziendale specifica per soluzioni "chiave in mano", signaleremo di seguito alcuni degli esempi più noti in Italia dove loro stessi hanno differenziato nella comunicazione del proprio marchio e attività il comparto contract:



**Arflex.** La Divisione Contract di Arflex separa quelli che sono i progetti e i prodotti della casa da quelli del contract. La selezione di prodotti Arflex per il contract sono per lo più sedie e poltrone adatte a uso alberghiero, così come le poltrone con sedili ribaltabili per i teatri e auditorium.

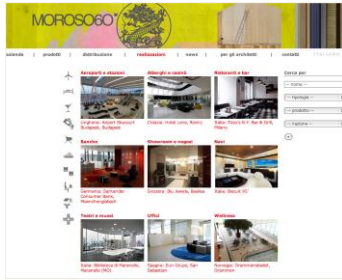


**B&B.** L'origine della Contract Division di B&B Italia risale agli anni ottanta quando ottenne la prima commessa nel "Hotel Management sector". Negli anni novanta si allargano al mercato

<sup>82</sup> Per maggiore informazioni sulle aziende consultare le pagine web ufficiali a loro dedicate.

<sup>83</sup> Simone Micheli, op. cit., p. 72.

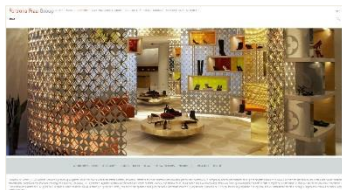




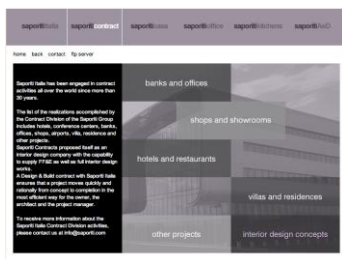
musei, teatri, navi crociera, uffici e centri direzionali. Supportata da una struttura specifica composta da architetti e tecnici, è in grado di collaborare attivamente con progettisti e imprese o cantieri navali per sviluppare e realizzare arredi e allestimenti d'interni, sia utilizzando prodotti di serie, eventualmente modificati su specifiche esigenze, sia eseguendo lavori speciali su disegno, fornendo tutta l'assistenza necessaria a completare l'intervento "chiavi in mano".



**Moroso.** I lavori contract di Moroso spaziano tra aeroporti e stazioni, alberghi e casinò, bar e ristoranti, banche, showroom e negozi, navi, teatri e musei, uffici, centri benessere, strutture mediche e ospedaliere.



**Poliform.** Poliform dedica le proprie risorse creative e produttive, oltre all'industrial design, anche all'attività delle grandi forniture internazionali in maniera parallela e complementare. Conta con importanti realizzazioni di alto livello, che spaziano tra il retail, il residenziale, l'ospitalità e aree pubbliche in diverse parti del mondo.



**Poltrona Frau.** Oltre cento anni di storia e una cultura della qualità fanno la fama internazionale della Poltrona Frau Contract. Ha realizzato sedute e interni per i più prestigiosi teatri e sale da concerto, per gli interni di aeroplani e le navi da crociera più lussuosi, ma anche per palazzi, ambasciate, hotel a cinque stelle e molte altre tipologie di spazi collettivi pubblici e privati.



**Saporiti.** La Saporiti Italia Contract Division è società di interior design che integra forniture "chiavi in mano" di arredi ed accessori. Complementari a servizi di progettazione, assistenza e installazione dei componenti necessari per completare il progetto. Con il lavoro coordinato della propria Divisione Contract, alla esperienza produttiva e progettuale della società, il Gruppo Saporiti offre un vero servizio di "Design & Build" per realizzare progetti di interni completi dal concept alla installazione.

**Tecno.** La vera rivoluzione di Tecno è data dal proporsi come azienda di progetto più che di prodotto. Con i progetti *tailor made*, Tecno Divisione Contract è in grado di superare la rigidità



Interfaccia dei siti web delle principali aziende operanti nel contract oggi in Italia.

strutturale di uno specifico prodotto, per andare incontro alle esigenze del committente, che sia un'azienda o un progettista. Ed è in virtù di un rapporto privilegiato con il mondo della progettazione che Tecno può vantare un percorso di realizzazioni firmate da architetti noti in tutto il mondo.

**Unifor.** Dai primi anni novanta la Divisione Contract Unifor ha forgiato una serie di realizzazioni in tutto il mondo che spazia tra aeroporti, sedi di banche, musei, gallerie commerciali, uffici e corporazioni, sedi universitarie, biblioteche, alberghi e retail.

### 3.3.2 All'estero, le principali aziende del contract oggi

Molte delle aziende che hanno fatto la storia del contract, delle quali la maggior parte hanno origine e sede nei paesi anglosassoni, continuano oggi a produrre ed esercitare grande influenza sul mercato del contract. Sono già state menzionate nella seconda parte "Storia del contract e la sua evoluzione", aziende come la Herman Miller, Steelcase, Knoll, Haworth e altre come la Howe, Davis, ecc.

La storia del contract in Asia e in particolare nel Giappone, ha un inizio molto peculiare. Si tratta per lo più di piccole aziende artigiane che si dedicavano alla produzione e vendita di quaderni contabili e carta per l'uso commerciale come la azienda Kokuyo, e graffette e fermaglie come la azienda Itoki. Con l'evolversi delle apparecchiature per l'ufficio e i primi progressi delle invenzioni e della tecnologia, dalla carta e le graffette si è passati alla fornitura di più evoluti articoli di cancelleria e accessori per l'ufficio, successivamente sedie ed elementi di arredo specializzati e infine anche apparecchiatura ed equipaggiamento. Due delle principali aziende operanti oggi nel mercato asiatico, la Kokuyo<sup>85</sup> e la Itoki<sup>86</sup>, hanno questo simile origine ed evoluzione.

A livello europeo Vitra, Artek (da pochi mesi acquisita da Vitra), Thonet, Wilkhahn, Hille e tante altre continuano a fare ricerca per alcuni settori specifici che fanno parte del mercato del contract.

Come riferimento alla vastità del settore, abbiamo incluso una porzione della raccolta di aziende di riferimento per il contract realizzata dal portale "chairpedia"<sup>87</sup> (vedere appendice) che si estende da aziende di mobili, tessuti, finiture di rivestimento, serramenti, accessori e tutti gli elementi occorrenti al completamento di progetti contract.

---

<sup>85</sup> <https://www.kokuyo.co.jp/english/history.html>

<sup>86</sup> <http://www.itoki.jp/english/corporate/history.html>

<sup>87</sup> Creato alla fine del 2011 da Manfred Steinfeld (fondatore di Shelby Williams Industries Inc e dell'appuntamento Neocon), il portale Chairpedia è il primo e oggi l'unico portale informativo interamente dedicato al settore contract completo di alcuni accenni storici, documentazione e risorse di consultazione.





Sub copertina

Quarta parte

## 4 QUARTA PARTE \_

### *IL DESIGN NEL CONTRACT: IL PROGETTISTA, IL PRODOTTO, IL PROGETTO*

#### 4.1 L'archistar-system: alcuni casi esemplari dentro e fuori i confini italiani

Il ruolo del progettista ebbe una veloce evoluzione tra la fine del diciannovesimo e l'inizio del ventesimo secolo, trasformandosi la disciplina da un hobby a una professione<sup>90</sup>, e nel giro di pochi decenni i designer d'interni soppiantarono gli arredatori portando il testimone del Modernismo architettonico. In *The Art of Interior Design and Decoration*, John J. Holmes spiega che vi era una crescente consapevolezza della spaccatura che si stava generando tra il design degli interni e la decorazione, sostenendo l'interscambiabilità delle branche, con il rischio che quando non fosse capita l'integrazione delle due aree "l'arredatore potesse studiare l'espressione [...] piuttosto che lo scopo che viene

---

<sup>90</sup> Cfr. Anne Massey, "Interior Design, History and Development" in Banham, Joanna (ed.) *Encyclopedia of Interior Design*; pp. 609-612.

espresso”<sup>91</sup> nel progetto degli interni integrati. Penny Sparke ci spiega come il design di interni evolve in Europa:

“l’arrivo del ‘design d’interni’ divenne un veicolo attraverso cui esprimere la peculiarità delle identità nazionali modernizzate post-belliche. L’Italia, in particolare, sfruttò rapidamente la sua relazione precedente al conflitto con il Modernismo internazionale, l’esistenza di una generazione post-bellica di architetti esperti, desiderosi e capaci di lavorare su interni, arredi e progetti di design commerciale, e la diffusa disponibilità di piccole aziende manifatturiere specializzate nella produzione di mobili. Questi elementi andarono a sostituire lo sviluppo di un movimento neo-modernista di interni e arredo basato sulla figura del designer come ‘garante’ di ascesa sociale e valore aggiunto”.<sup>92</sup>

Non è stata quindi la grande quantità di architetti e progettisti a originare il design, al contrario, sono stati loro il risultato di una forza, sono stati la risposta a una domanda forte e asettata di soluzioni. Arthur J. Poulos nel suo *American Design Ethics*<sup>93</sup>, è conclusivo affermando che è stato il talento di individui che hanno saputo riempire il vuoto che una certa artigianalità, incapace di seguire i tempi e gli avanzamenti tecnologici, a espandere la tecnologia e soddisfare le crescenti necessità dei clienti.

La parola chiave in questa evoluzione è il servizio. Alcuni rivenditori o aziende di produzione, pubblicizzavano la propria attività offrendo servizio di decorazione e design d’interni, assistenza ai clienti nei loro acquisti e la conseguente installazione dei beni acquistati<sup>94</sup>. Questo servizio era indubbiamente un valido aiuto al consumatore e allo stesso tempo una opportunità commerciale e lavorativa per i giovani designers.

---

<sup>91</sup> Si rimanda per questo argomento al capitolo decimo “Gli interni progettati” di Penny Sparke, op. cit., pp. 200-220.

<sup>92</sup> Penny Sparke, op. cit., p. 212, 213.

<sup>93</sup> Arthur J. Poulos, *American Design Ethics*, p. 324. “Instead, industrial design emerged in the United States as a distinct calling in direct response to the unique demand of the maturing twentieth-century machine age for individuals who were qualified by intellect, talent, and sensitivity to give viable form to mass-produced objects. The new calling appeared almost simultaneously at many points in order to fill the vacuum left by the inability of craftsmen to anticipate every demand that would be imposed on a manufactured product by an expanding technology and a merchandising commitment to consumer satisfaction. These pioneering industrial designers and others like them were the results of this phenomenon, not its originators.”

<sup>94</sup> Virginia Wright, *Modern Furniture in Canada 1920–1970*, p. 13. In particolare in Canada nella decada degli anni venti e trenta la situazione con le principali aziende dedicate all’arredamento era la seguente: “The Eaton Company and its principal rival, the Robert Simpson Company, advertised interior-decorating services intended to assist customers in their purchases at the store and to facilitate the subsequent installation of purchased goods. These services were doubtless a valued aid for customers overwhelmed by the profusion of new products, and represented a significant employment opportunity for young local designers”.

Un altro sviluppo del settore contract, di carattere “project-driven” (guidata dal progetto) è stata una realtà (in alcuni casi ancora in vita) ideata direttamente dai architetti e designers. Molti grandi progettisti hanno lavorato nel settore contract, alcuni dei quali hanno fondato la propria azienda per offrire un servizio completo e coordinato del prodotto e del progetto.

#### 4.1.1 Evoluzione del ruolo del progettista

Luca Lotti ci racconta come “l’*ensemblier* è stato considerato il nuovo professionista degli interni, *l’artista che combina l’insieme e la decorazione* come è definito per la prima volta da un dizionario del 1922”<sup>95</sup>; e ancora ci rimanda alle osservazioni di André Salmon riguardo l’*ensemblier* o “compositore”: “direttore d’orchestra di una sinfonia alla quale prendono parte i rappresentanti di tutte le industrie d’arte”<sup>96</sup>.

Molti architetti, in particolare durante la il movimento moderno, preferivano completare gli edifici che progettavano con i propri mobili ma la gamma esistente, ancora legata a un’idea di comfort ancorata al secolo precedente, era insufficiente per soddisfare questa domanda di nuovi interni moderni integrati alle architetture che li contenevano. Alcuni si sono concentrati nella dimensione domestica e altri hanno cominciato a sperimentare la dimensione commerciale, ma sempre con uno spirito di “opera d’arte totale” o *Gesamtkunstwerk*. Abbiamo già fatto menzione di alcuni di questi progettisti o dei loro progetti: Edoardo Gellner e le strutture di villeggiatura Agip-Eni; Guido Minoletti con i treni e la mensa Pirelli; Arne Jacobsen e il suo Royal Hotel a Copenaghen, Raymond Loewy un altro che è già stato citato ma non è ridondante ricordare che ha anche progettato il “Contract Department” per la Cochrane Co dove venivano esposti ai clienti contract esempi di treni e interni insieme alle campionature di materiali.

---

<sup>95</sup> Luca Lotti, “Architettura dell’*ensemblier*” in *Rassegna* n° 26, 1986, pp. 12-18.

<sup>96</sup> André Salmon, “Exposition Internationale des Arts Décoratifs. Le meuble” in *L’Art Vivant* n° 17, 1 settembre 1925, pp. 18-25 citato in Luca Lotti, op. cit., p. 16-17.

Un esempio molto rilevante è la azienda Artek, ancora oggi attiva in Finlandia, fondata nel 1935 da Alvar e Aino Aalto, Maire Gullichsen and Nils-Gustav Hahl. In Italia è molto nota la azienda Azucena, fondata nel 1947 da Luigi Caccia Dominioni, Corrado Corradi Dell'Acqua, Ignazio Gardella, Maria Teresa e Franca Tosi con una produzione per potere disporre di un repertorio di arredi pronti (dai divani fino alle maniglie) per le case che vanno progettando, ma che oggi si trovano anche in uffici e interni commerciali. Altri che indirettamente lavoravano per il settore, come Alexander Girard chi lavorerà ai sistemi d'ufficio insieme a Nelson e Propst e al mondo del tessile (un mondo tipicamente contract); Gio Ponti con la sua proficua produzione per navi e alberghi; e Franco Albini non solo con i pezzi di design ma anche con le sue invenzioni *custom-made* per interni residenziali, dell'ospitalità, istituzionali e commerciali.

Un altro esempio, anche se molto noto, è la coppia Charles e Ray Eames. Sparke cita a proposito della figura di Charles Eames che “non era un designer d'interni ma un architetto *Gesamtkunstwerk* nella tradizione modernista. Si dedicò al design di mobili per tradurre in forme moderne le sue idee sui materiali e sulle tecnologie industriali.”<sup>97</sup> E sulla scia della innovazione e la ricerca, della sperimentazione, insieme a tanti altri hanno stimolato progressi nella cultura del contract a diversi livelli.

#### 4.1.2 Il ruolo del progettista oggi

Il design di qualità viene automaticamente associato al progettista. Il ruolo del progettista è fondamentale in ogni progetto di architettura o design degli interni, non solo per la atmosfera che ne risulta ma per la funzionalità. Basta considerare che ogni persona trascorre in media il 70% della giornata in un ambiente interno<sup>98</sup> per capire la rilevanza del fattore ambientale. Inoltre a livello professionale vi è anche la considerazione economica, dato che la progettazione può incidere di un 6% sul finale ma è responsabile del 70% dei costi che

---

<sup>97</sup> Penny Sparke, op. cit., p. 204.

<sup>98</sup> Gail Hayes Adams, “Interior Design Issues for the 80's” in *The International Collection of Interior Design*, p. 10.

vengono assunti nella realizzazione<sup>99</sup>. Inoltre, è importante rilevare che circa il 90% degli articoli di arredo contract sono progettati e specificati (quindi ordinati) da architetti e/o designers<sup>100</sup>.

Il design che genera un interno coordinato è legato alla volontà di creazione di uno stile di vita, un sogno.

“Con l’aggiunta dei revival dei primi spazi moderni alle loro alternative stilistiche più contemporanee, gli interni hanno continuato a svilupparsi tra la fine del XX secolo e l’inizio del XXI, in risposta a molte delle stesse forze che avevano determinato la loro evoluzione negli anni precedenti. La determinazione di molti architetti a influenzare e controllare gli interni dei loro edifici riveste ancora un ruolo importante. Gli architetti inglesi John Pawson e Norman Foster, ad esempio, si sono assunti la totale responsabilità dei loro interni, il primo supervisionando ogni minimo dettaglio delle sue creazioni minimali, il secondo controllando il design di molti oggetti destinati agli interni dei suoi edifici. Molti architetti contemporanei, tra cui Arata Isozaki in Giappone, Jean Nouvel in Francia e Frank Gehry negli Stati Uniti, hanno cercato di controllare gli interni dei loro edifici. Recentemente il ruolo degli architetti come creatori di interni è stato affiancato da quello dei designer di prodotti, come il francese Philippe Stark, e dei designer di moda, tra cui l’americano Ralph Lauren, l’italiano Giorgio Armani e l’inglese Jasper Conran. Negli ultimi decenni il ruolo sempre più importante della *designer culture* ha significato che tutti i designer, a prescindere della loro specializzazione, sono arrivati a essere considerati innanzitutto creatori di ‘stili di vita’, capaci dunque di progettare gli ambienti interni in cui questi vengono vissuti.”<sup>101</sup>

Altri esempi noti si possono trovare nel design industriale (vedasi Swatch, Smart, Nike), e nel design degli interni, per esempio i *concept store* di Camper di Martin Guixé, sviluppato tra il 1998 e il 2011, nel quale ogni negozio è completamente diverso ma allo stesso tempo hanno un carattere e identità perfettamente riconoscibili nei quali non si tratta solo della necessità di una firma ma una garanzia di design di qualità.

E15 Contract and Custom services: contract furniture, custom-made furniture and bespoke design.



<sup>99</sup> Atti del convegno “Contract. Per Sapere”, Venezia, 14 maggio 2011.

<sup>100</sup> Arthur K. Miner, “Reflections and predictions of a designer” in *Shelby Williams: 25 years of Contract Furniture*, p. 40.

<sup>101</sup> Penny Sparke, op. cit., p. 216.

Un esempio di rilevanza oggi (tra altri che si possono citare in Europa e tanti altri negli Stati Uniti) per quanto riguarda l'incorporazione del design al modo di pensare il contract è il caso dello studio tedesco e15 e la loro partnership con Philipp Mainzer Office for Architecture and Design che offre un servizio personalizzato di progettazione di arredamento contract, arredi su misura e design su misura. In Italia un esempio abbastanza contemporaneo lo troviamo nel progetto di Michele De Lucchi e il suo concept per le Poste Italiane; oppure ancora più recente Marco Piva con gli alberghi e i grandi progetti d'uso misto. Certo che di esempi validi in Italia e nel mondo non mancano, lo vedremo nella selezione e analisi dei casi studio nel capitolo dedicato.

A lato della produzione architettonica vi è un fattore rilevante che interviene nei fenomeni e dinamiche del progetto. Gabriella Lo Ricco e Silvia Micheli nel loro libro *Lo spettacolo dell'architettura: profilo dell'archistar*, espongono con diversi esempi come l'architettura e l'architetto fossero già da decenni al servizio dell'immagine e quindi avessero un ruolo allargato nella promozione del progetto. Con pochi cambiamenti si vedono oggi gli stessi metodi:

“Le strategie pubblicitarie adottate da Le Corbusier non potevano certo limitarsi al reperimento di finanziatori. Le sue architetture e le sue idee dovevano godere di un posto privilegiato: dovevano essere rese note, dovevano stupire, dovevano essere valorizzate agli occhi di tutti i potenziali clienti.

Per questo motivo, le immagini dei suoi edifici comparivano non solo nelle parti dell'editoriale dedicate alla descrizione puntuale dell'opera, ma anche all'interno di pagine pubblicitarie di industriali e costruttori che elargivano finanziamenti. Se, per esempio, il Padiglione dell'Esprit Nouveau veniva presentato come prototipo dell'architettura moderna, contemporaneamente la sua immagine compariva all'interno della pubblicità dei solai e Euboolith: il prodotto reclamizzato acquisiva spirito e qualità nuovi, l'architettura capacità referenziali.”<sup>102</sup>

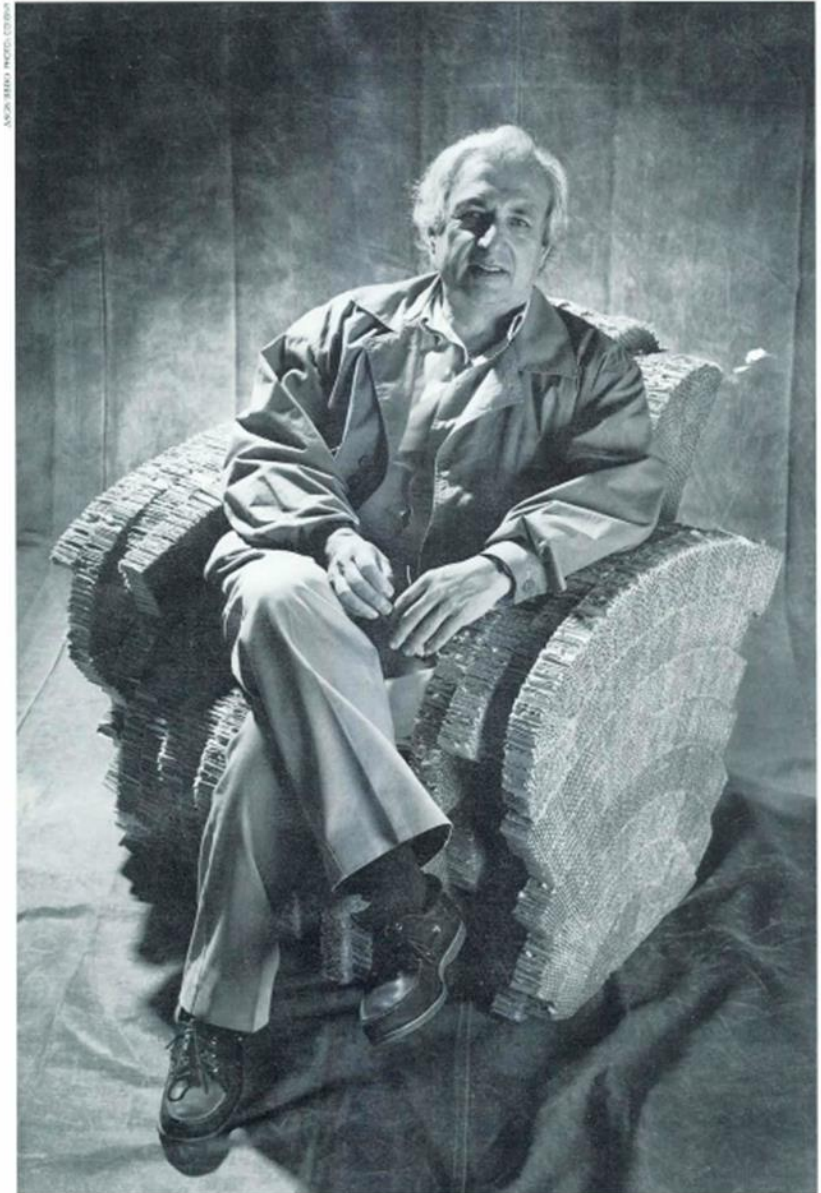
Le capacità referenziali sono indissolubili dalla riconoscibilità e del intrinseco guadagno economico che esso genera dal consolidamento dell'identità del marchio e della azienda, associato alla qualità di fattura e al “buon design”.

---

<sup>102</sup> Gabriella Lo Ricco, *Lo spettacolo dell'architettura: profilo dell'archistar*, p. 68.



Pubblicità della azienda Vitra,  
con l'architetto Frank Gehry  
sulla sua sedia Little Beaver,  
1991 circa.



**FRANK GEHRY**, Architect, on «Little Beaver» (design by Frank Gehry). Chairs, tables, office furniture systems from Vitra, Zurich, 01/432 54 10.

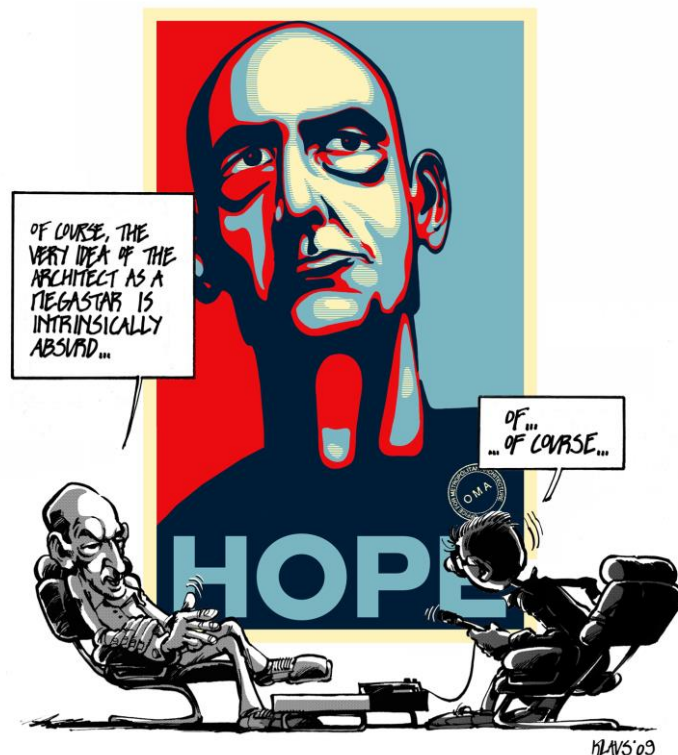
Alanya Drummond della University of New South Wales in Australia ha pubblicato il saggio “Architects on the Cover of Time Magazine”<sup>103</sup> nel quale con particolari descrizioni ed esempi si espone il tema. L’autrice usa come “termometro” di verifica, la presenza (o assenza) degli architetti nelle copertine della rivista TIME. È noto come durante gli anni '60 la visibilità degli architetti sia così aumentata, per poi calare e in fine sparire dalle copertine.

<sup>103</sup> Per un approfondimento sull'argomento consultare: Drummond, Alanya. *Architects on the Cover of Time Magazine*. Illinois: Common Ground Publishing, 2012. Disponibile on-line: <http://www.commongroundpublishing.com>

Curiosamente la rivista non si è piegata allo spettacolo delle archistar e da più di trent'anni che le copertine del Time non vede più architetti o progettisti.

Paradossalmente e nonostante questa evidente mancanza da certi cerchi riconosciuti, il fenomeno delle archistar è sempre più diffuso e mediatico ma è sempre esistito, come afferma Jörg Zintzmeyer, analista e pianificatore della comunicazione: "Gli imperatori, i re, la Chiesa si sono sempre fatti costruire templi e castelli attraverso i quali dare un segno tangibile del loro potere. Similmente oggi le aziende usano spesso l'architettura per rendere riconoscibile la loro immagine, la loro identità di marca, perciò realizzano per il proprio consumatore e per il proprio personale ambienti capaci di trasmettere il carattere e l'orientamento dell'impresa"<sup>104</sup>.

Vignetta "On Starchitecture",  
May 2009, Klaustoon's Blog:  
<http://klaustoon.worldpress.com>



<sup>104</sup> Citato in: Meyhöfer, *Un paesaggio blu cielo? Promesso*, in "BMW Magazine", gennaio 2002.

Non sono soltanto i prodotti che si trovano negli interni a essere consumati. Gli interni stessi, soprattutto quelli degli hotel, dei centri commerciali, dei supermercati, dei ristoranti, delle banche, dei parchi di divertimento, delle sale d'attesa degli aeroporti, delle navi di crociera e di altri spazi d'orientamento commerciale, sono diventati a loro volta oggetti di consumo. Man mano che l'idea di "stile di vita" diventava l'obiettivo da raggiungere all'interno della cultura del consumo, il ruolo del *branding* ha assunto sempre maggior importanza e gli interni sono stati integrati nelle strategie di marketing e di marchio."<sup>105</sup>

---

<sup>105</sup> Penny Sparke, op. cit., p. 225.

## 4.2 Il sistema degli oggetti

Dopo aver ripassato nei capitoli scorsi parte di una evoluzione del progetto nella quale abbiamo evidenziato quello che è il sistema del contract come un “sistema di progetto” vorremmo proporre nel presente capitolo una “visione” legata al progetto contract ma centrata sulla forma e l'utilizzo dell'oggetto.

A proposito della classificazione degli oggetti Jean Baudrillard precisa:

“Esisterebbero tanti criteri di classificazione quanti sono gli oggetti stessi: secondo le dimensioni, il grado di funzionalità (il loro rapporto con la specifica funzione oggettiva), secondo la gestualità essi connessa (ricca o povera, tradizionale o no), la forma, la durata, il momento del giorno in cui emergono (presenza più o meno intermittente, e coscienza che si ha di essa), secondo la materia che trasformano (per il macinino da caffè è evidente, per lo specchio, per la radio, per l'automobile? dunque ogni oggetto trasforma qualcosa), secondo il livello di esclusività o di socializzazione nell'uso (privato, familiare, pubblico, indifferente), ecc.”<sup>106</sup>

Per Baudrillard, gli oggetti possono avere un valore funzionale, di scambio, simbolico segnico. Nella classificazione da noi proposta privileggeremo la loro ragione di essere rispetto al progetto. Così, preferiamo circoscrivere la nostra classificazione in questo *sistema degli oggetti* in quanto il loro origine produttivo e il sistema di utilizzo nel quale verranno inseriti. In questo senso proponiamo una “visione” degli oggetti anche in un certo senso “evolutiva”, per cui troviamo: il prodotto artigianale, il prodotto industriale e il prodotto contract.

La classificazione proposta non è concepita a compartimenti stagni. Un prodotto artigianale può essere anche un prodotto contract e un prodotto contract può essere anche un prodotto industriale e così via. Nei prossimi paragrafi ci proporremo a capire in cosa consiste la fluidità di questa classificazione e l'importanza di avere la consapevolezza delle sfumature e di conoscere le caratteristiche di un prodotto contract.

---

<sup>106</sup> Jean Baudrillard, *Il sistema degli oggetti*, pp. 5-6.

#### 4.2.1 Il prodotto artigianale

Fare un appunto sull'oggetto artigianale pretendendo di sintetizzare sarebbe impensabile e presupporre di poter fare tutta la storia e gli origini altrettanto inverosimile. Vorremo invece accennare perché il prodotto artigianale è rilevante per il contract. In primo luogo perché ancora oggi, e soprattutto in Italia, una componente molto importante dei progetti contract, la costituiscono gli elementi di arredo su misura fatti artigianalmente.

Infatti possiamo affermare che l'inizio dei sistemi di arredamento coordinato comincia nelle botteghe artigiane e laboratori dove i maestri artigiani componevano completi accordati: "salotti", "camere da letto" e insieme predisposti per stare armonicamente nella stessa stanza.

In Italia, la produzione del mobile all'inizio del secolo scorso ancora era legata a queste botteghe di artigiani e falegnami che spesso tramandavano il mestiere di generazione in generazione. Secondo Irene de Guttry, un momento chiave del cambiamento dei pezzi unici ai pezzi industriali di design, è stato enunciato da due mostre organizzate da Fede Cheti tra il 1947 e il 1949: "Lo stile nell'arredamento moderno" e "Il mobile singolo"<sup>107</sup>. Mostre che arrivano dopo la VIII Triennale del 1947 dove s'introduce l'idea del mobile singolo e prima ancora della esposizione del 1946 organizzata dalla RIMA. Questa che potrebbe pensarsi come una evoluzione dove i passi fatti si cancellano, non è tale, in quanto attualmente l'artigianalità e la maestria di queste figure attive rappresentano un valore aggiunto e una importante realtà produttiva in alcune nicchie floride ancora oggi.

#### 4.2.2 Il prodotto industriale

Così come per il punto precedente, non possiamo avere la pretesa di voler fare altrettanta sintesi e nemmeno di fare un resoconto storico sul prodotto industriale. L'intenzione è quella di creare una

---

<sup>107</sup> Irene de Guttry, *Il mobile italiano degli anni '40 e '50*, premessa.

cornice di studio degli oggetti che si trovano in un progetto contract, anche in virtù del fatto che i prodotti non sono statici e come abbiamo accennato in precedenza, gli oggetti industriali possono essere contract, o artigianali e viceversa.

L'aspetto più rilevante per includere un reperto nella presente classificazione degli oggetti, è quella della sistemizzazione e della produzione in massa. Il movimento moderno vinse con la proposta di soluzioni razionali, ma la necessità di personalizzazione insiste e prevale. Così architetti e progettisti inventano nuovi modi di esprimere combinazioni particolari: con i sistemi, i moduli, i componibili. Per esempio, gli Eames con il *functioning decoration*, Gio Ponti con le finestre arredate, Bruno Munari a progettare i micro ambienti, hanno fatto di questi oggetti di produzione industriale oggetti personali e personalizzabili, giusto per citare tre fra tanti altri che hanno composto un ricco capitolo nella storia del design.

Il lavoro di ricerca industriale portato avanti insieme ad architetti e designers generò un interessante sviluppo nel settore dell'arredamento per i grandi numeri, consentendo di fornire prodotti altamente tecnologici e innovativi per un mercato pronto alle novità e l'ammmodernamento. È importante il lavoro fatto da questi protagonisti sia a nome proprio che a nome di altre aziende, l'inizio di una proficua collaborazione tra unità produttive e progettisti, per la fornitura di arredamento nell'operare del contract visto nella parte seconda.

#### 4.2.3 Il prodotto contract

Così come la definizione del settore contract non è univoca, non lo è altrettanto la definizione del prodotto contract. All'inizio degli anni sessanta, era raro trovare i prodotti specializzati per il contract nonostante essi lo fossero. Un esempio curioso è il modo di riportare dallo stesso Charles Eames e la Herman Miller il loro nuovo "divano" il quale compare nella rassegna, come se dovesse difendere la propria ragione di essere, immaginando anche un suo utilizzo domestico: "Nato per l'uso in ambienti pubblici, il nuovo

divano di Eames appare qui in uno dei suoi primi impieghi, in aeroporti americani. Pensato per la ripetizione a lunghi ranghi (non esiste l'unità-sedile isolata: il divano va da due a dieci unità ripetute), sembra raggiungere la sua forma migliore quando è composto in due lunghe file collegate di dorso (...) La struttura e i materiali rispondono, per robustezza, alle esigenze di un uso continuo e violento, quale può essere quello degli ambienti di transito. Ma per accuratezza di fattura e qualità del disegno, il divano si presta in ugual modo agli ambienti di soggiorno.”<sup>108</sup>

A proposito della indeterminatezza della definizione che ebbe all'inizio il contract come termine, in una pagina pubblicitaria della *Domus*, si legge riguardo l'attività della ditta Cassina: “La impresa affianca alla attività di vendita diretta le forniture per società, navi e alberghi.”<sup>109</sup> La azienda contava a metà degli anni sessanta con numerose delle più prestigiose realizzazioni di ristoranti, alberghi, bar, navi da crociera e uffici in tutto il territorio italiano e all'estero. La realizzazione di prodotti per il contract veniva denominata come una attività di “affiancamento”.

Questa caratteristica ambiguità permase e verso la fine degli anni sessanta, il termine contract ormai circoscriveva un settore definito, in particolare uffici e alberghi. Nonostante il prodotto per il contract fosse già consolidato, il nome era ancora poco usato per denominare tali oggetti.

Una nota importante la merita il ruolo del tessuto e delle finiture in generale nella caratterizzazione del prodotto contract. Nei progetti di design, specialmente durante gli anni più forti del movimento moderno, e in particolar modo quelli degli Eames, concentrati su innovazioni tecniche, i loro mobili offrivano una soluzione sia per l'ambiente residenziale che lavorativo. “Un semplice cambio di tappezzeria poteva trasformare in un istante una delle sue poltrone da oggetto domestico in pezzo d'arredo per uffici.”<sup>110</sup>

---

<sup>108</sup> Charles Eames, “Negli aeroporti, il nuovo divano di Eames” per Herman Miller, in *Domus*, n. 399, 1963, p. 43-44.

<sup>109</sup> *Domus*, n. 399, febbraio 1963, p. 7.

<sup>110</sup> Penny Sparke, op. cit., p. 204.

Il design di interni per gli spazi commerciali e della collettività si proponeva come un servizio e valore aggiunto per diverse realtà di business specifiche. Negli anni a seguire, (in particolar modo gli ottanta e novanta) vi è una maggiore consapevolezza della massificazione produttiva e la personalizzazione diventa una delle massime espressioni del lusso e la distinzione. In particolare i marchi e le aziende, hanno bisogno di distinguersi, di farsi notare e di esprimere al mondo chi si è, per essere accettati e desiderati. In alcuni casi, la personalizzazione si basa nella selezione di colori e finiture, in altri si tratta di veri e propri design composti e coordinati per la creazione di una identità e di un sogno, di uno “stile di vita”. In questo senso la figura del progettista riacquista risalto e importanza, evidentemente non solo come ideatore di una espressione estetica, ma a livello economico e culturale.

#### **Il prodotto contract oggi comprende:**

- L'arredo mobile (freestanding furniture)
- I sistemi d'arredo (systems furniture)
- L'arredo fisso - su misura - (custom furniture)

L'organizzazione operativa delle attività comprende lo sviluppo commerciale, il project management, l'ingegnerizzazione, il disegno tecnico e specificazioni, supervisione della produzione, logistica, supervisione del cantiere, amministrazione, e servizio al cliente.

#### **L'espressione “adatto a uso contract”**

Molti cataloghi di prodotti per gli interni e l'arredamento spesso riportano la dicitura “adatto a uso contract”. Questa dicitura, sebbene molto generica, normalmente viene data ai prodotti che per le sue caratteristiche di versatilità, durabilità, resistenza all'usura e al fuoco, possono essere utilizzate in ambienti per la collettività con una buona garanzia di eccellente performance.

#### **L'espressione “soft contract”**

Sebbene la definizione di soft contract è sempre più desueta, si può utilizzare nei casi di grosse forniture dove la personalizzazione di



colori, finiture e materiali venga applicata ad un prodotto industriale  
 “da catalogo”.

Unitamente al prodotto contract vi è anche il progetto contract che  
 comprende gli aspetti più generali e anche complessi del processo  
 di ideazione, ingegnerizzazione e implementazione.



Panoramica nel tempo del “prodotto contract” relativa alla sperimentazione con forme, materiali e tecnologia, insieme a un occhio di riguardo rispetto al mercato.

### 4.3 Il progetto contract. Alcuni casi studio

Nella prima e terza parte della presente ricerca, abbiamo evidenziato come un progetto contract sia in realtà un “sistema”. Vogliamo riportare una definizione di Guillaume Jeanneau del 1925 riguardo l'interno coordinato: “l'insieme arredato è una combinazione di elementi decorativi che non possono contare per se stessi e non hanno altro scopo che concorrere all'effetto generale”<sup>111</sup>. Crediamo che in fondo di questo si trattino i progetti del contract, di un insieme che cerca il coordinamento delle parti, anche se non necessariamente “decorate” ma si armonizzate. Oggi l'idea di “elementi decorativi” è superata, e ancor di più se si pensa a loro come se non potessero “contare per se stessi” ma la presenza degli oggetti ordinati in un sistema coordinato restituiscono parte del loro valore intrinseco di componenti e parti dell'*ensemble*. Di seguito verranno evidenziati alcuni progetti per meglio individuare gli elementi e conseguenze operative del sistema contract con i risultati architettonici e d'interni.

#### 4.3.1 Parametri per la raccolta e l'analisi

Per capire meglio di cosa si parla nel concreto quando ci si riferisce a un progetto contract, saranno messi in evidenza alcuni progetti da considerarsi casi studio per l'analisi. La valutazione empirica del design, dovrebbe veicolarsi attraverso un criterio obiettivo con parametri come la qualità, validità, affidabilità, durabilità, adeguatezza ma spesso è impossibile dare una valenza scientifica alla misurazione di questi termini di raffronto.

La selezione si è strutturata in tre categorie dal macro al micro, dal progetto architettonico al prodotto, vale a dire: il progetto, l'interno, l'oggetto. Dai grandi cantieri raccolti in riviste specialistiche, passando per i progetti realizzati da aziende contract, oppure interni particolari appartenenti a queste opere e infine prodotti che rientrano nella categorizzazione di prodotti contract

---

<sup>111</sup> Guillaume Jeanneau, Introduction à l'Exposition des Arts Décoratifs. Considérations sur l'esprit moderne” in *Art et Décoration*, Maggio 1925, p. 142, citato in Luca Lotti, op. cit., p. 16.

sia perché concepiti come tali sia perché diventati dovuto al tipo di utilizzo e alla loro larga diffusione.

#### **4.3.2 Lavori in corso: schedario panoramico con i progetti di grandi cantieri contract aperti oggi nel mondo**

Opere di rilevanza architettonica e che rappresentano importanti opportunità per il contract. La raccolta è stata svolta attraverso la consultazione degli inserti specialistici di periodici che fanno riferimento diretto al settore contract, in particolare con una maggiore prevalenza di articoli selezionati su "Interni Contract".

La presente selezione volutamente non riporta la grandezza del progetto in metri quadri né come spesa economica dato che si è voluto privilegiare la tipologia e la "qualità" del progetto e non la "quantità" di progetto.

Lavori in corso

P. I

Lavori in corso

P. 2

Lavori in corso

P. 3

Lavori in corso

P. 4

Lavori in corso

P. 5



Lavori in corso

P. 6

Lavori in corso

P. 7

Lavori in corso

P. 8

Lavori in corso

P. 9

### **4.3.3 Schede descrittive di pochi progetti scelti tra la consolidazione del settore contract e oggi in Italia**

Di seguito si presenta una contenuta selezione di progetti d'interni coordinati rilevanti nella storia più recente del settore contract.

Con il proposito di dare uno specchio relativamente più dettagliato dei progetti del contract, sono stati selezionati quattro diverse tipologie di progetto in un ventaglio che copre retail, transportation, hospitality e residencial. Quello che accomuna tutti gli esempi della selezione è il fatto che sono stati realizzati da aziende contract operanti nel settore.

Alcuni di questi progetti risultano rilevanti in quanto firmati da architetti e designer di importanza internazionale, altri in quanto peculiari per la rarità che rappresentano. Si è scelto un progetto, Casa Italo, per fare l'analisi più dettagliata di come si organizza un progetto "chiavi in mano" che lavora con la collaborazione di diversi contractors, e come le parti del progetto e la sinergia di tutti gli attori vanno a comporre lo spazio interno.

## Bally Shops



Bally, Colonia. Il tema della scala inizia in vetrina e si ripete all'interno in più declinazioni per esporre le scarpe.



Bally, Ginevra. Il parapetto della scala riprende il tema del progetto convertendosi esso stesso in una scala illuminata fatta di vetro sabbato e retro illuminato per la esposizione delle scarpe.

Client	BALLY
Designer	Andrée Putman
Place	Zurich, Cologne, Geneva
Contractor	Cassina Contract Division
Date	1993-1994



Bally Zurigo, progetto d'interni André Putmann, anni '90.

L'idea generatrice del progetto di Andrée Putman (Studio Ecart) per l'immagine internazionale di Bally in questa serie di negozi è stata l'idea della "scala (...), di donne e uomini camminando, il movimento, il desiderio di raggiungere una destinazione"<sup>112</sup>. Insieme alla scala, illuminata, evidenziata, la spirale diventa un motivo centrale negli interni. Le poltrone rivestite con una fodera in colori neutri (grigio o beige), in un gioco velato con le stringhe, che si allacciano come scarpe. L'atmosfera discreta, ma attenta e amichevole si vuole ricreare con l'utilizzo di pavimenti in legno, tende con tessuti pesanti per i camerini e dettagli in rete metallica, specchi e legno chiaro per gli elementi di arredo.

<sup>112</sup> Sophie Tasma-Anargyros, *Andrée Putman*, p. 132.

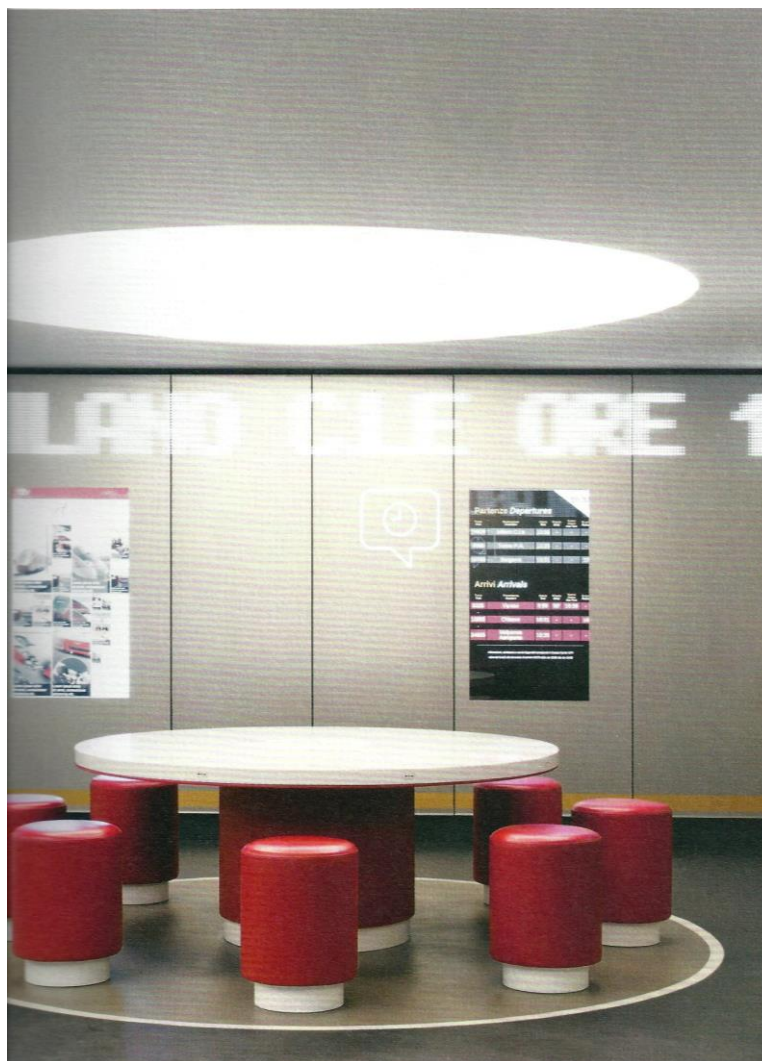
## Casa Italo



Casa Italo, Salerno. Le pareti attrezzate riprendono il treno, per caratterizzare gli interni.



Casa Italo, Salerno, 2012.



Casa Italo, interni di Stefano Boeri Architetti, Milano, 2011.

Client	Nuovo Trasporto Viaggiatori
Designer	Stefano Boeri Architetti
Place	Milano, Torino, Venezia, Firenze, Bologna, Padova, Roma, Napoli, Salerno
Contractor	Cassina Contract Division
Date	2011-2013

Lo spazio di “Front-office” della Casa Italo, dedicato alla accoglienza dei viaggiatori, è caratterizzato da due distinti tipi di arredo fisso: il perimetro vetrato e gli arredi al centro dello spazio. Il perimetro si presenta come una superficie di vetro satinato con diversi trattamenti superficiali modulata in tre larghezze e attrezzata diversamente con monitor, grafica informativa, biglietteria elettronica, porta riviste, cestini per i rifiuti, sedute, ecc. Gli elementi di arredo sono tutti a impianto circolare, con finiture di rivestimento in pelle e corian. In totale sei diversi elementi: il tavolo wi-fi e sgabelli, il tavolino wi-fi, la poltrona relax, il pouf e il bancone info-desk in tre diverse misure per adattarsi ai diversi spazi di accoglienza.

Inserire tavola analisi **caso studio**



## Conservatorium Hotel

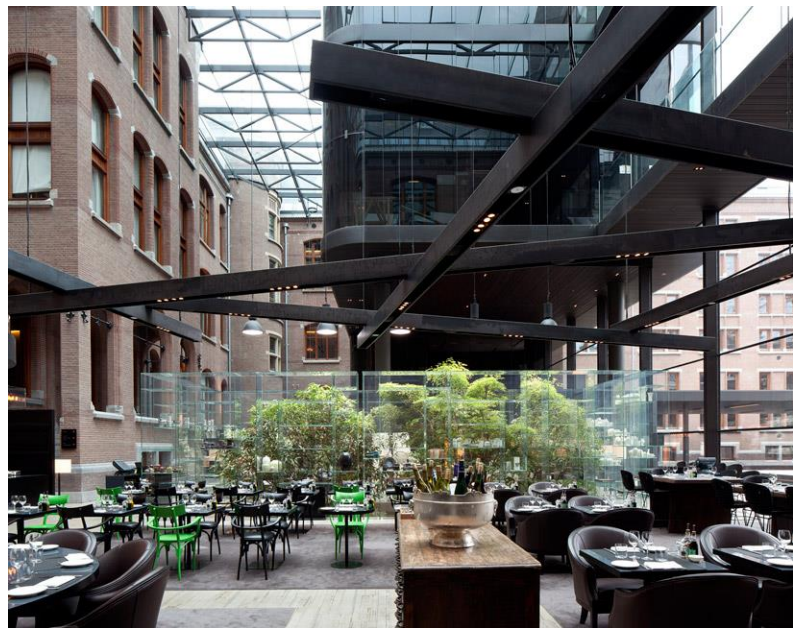


Immagine di una delle camere su due livelli.



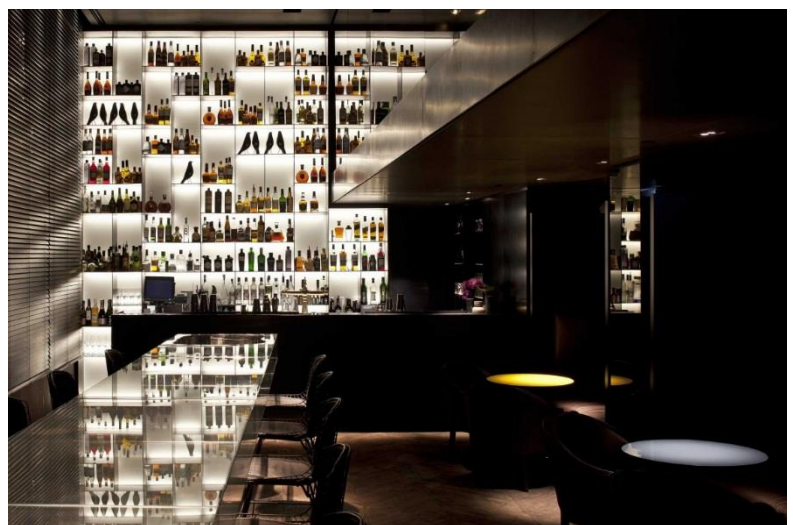
Gli interni sono un costante armonioso contrasto tra la tradizione artistica e fiamminga e la architettura contemporanea.

Client	The Set Hotels (Alrov Group)
Designer	Lissoni Associati
Place	Amsterdam
Contractor	Cassina Divisione Contract, B&B Italia Contract Division, Poliform Contract e altri
Date	2012



Conservatorium Hotel, vista interna "the Glass Box", progetto Piero Lissoni, Amsterdam, 2012.

Il Conservatorium Hotel si colloca in pieno centro di Amsterdam, a pochi passi da Museumplein. Il progetto ha come elementi fondatori la convivenza tra la memoria storica e lo spirito di design contemporaneo. Questa atmosfera di sofisticata calma perviene attraverso le arti, in particolare la musica, presente come un filo conduttore in tutto il progetto, così come la relazione tra le più tradizionali espressioni artistiche fiamminghe che accompagnano gli interventi nuovi e ampliamenti in ferro e vetro della struttura originale in mattone a vista.



Vista interna, dettaglio del bar.

## Appartamento Lago Real Estate



Cantiere Noema, appartamenti Lago, Bari.



Vista interna di una delle abitazioni.

Particolare nel suo genere, questa proposta immobiliare è una delle poche nel contesto italiano che si presenta non solo come una soluzione immobiliare con unità residenziali in vendita ma anche come soluzione abitativa proponendo degli interni progettati con i consulenti Lago e completamente equipaggiata con i loro prodotti.

Client	Noema Immobiliare
Designer	Lago
Place	Bari, Rimini e Milano
Contractor	LAGO
Date	2012-2013



Appartamento Lago Real Estate-Bari; in alto "zona dining-living", interni di a cura di Lagostore Bari e Lago Space "Il Chiodo", 2012-2013.

Progetto rivolto a costruttori e immobiliari che offre la consulenza di un gruppo di designer e professionisti per il progetto di interni e arredamento degli appartamenti che saranno offerti al pubblico in vendita, in particolare l'appartamento modello di un complesso edilizio. Questo esempio fa parte di Noema, un progetto di edilizia residenziale e direzionale di 9 ettari nelle vicinanze di Santa Fara creato, personalizzato e interpretato da Noema Immobiliare.



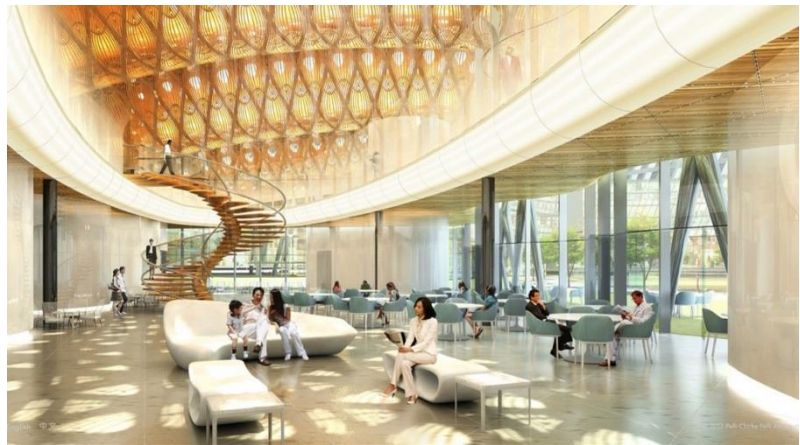
Appartamento Lago Rimini, 2013.

#### 4.3.4 Raccolta iconografica di alcuni interni del contract

- Richard Meier, Rothschild Tower, Tel Aviv, Israele, 2007 - in progress
- Pelli Clarke Pelli, Tong Shan Jie Hotel and residential, Shanghai, Cina, 2009-2014
- OMA, Chu Hai College Campus, Hong Kong, 2009 – in progress
- Rojkind arquitectos, High Park Building, Monterrey, Messico, 2011 – in progress
- Manuelle Gautrand, Tena Tower and resort, Urban complex with mixed-use tower, Ouagadougou, Burkina Faso, 2010 – 2016
- Manuelle Gautrand, St. Roch Building, Montpellier, Francia, 2011-2016
- Wiel Arets Architects, B' Tower, Rotterdam, Paesi Bassi, 2000-2006 (progetto), completamento 2013
- MVRDV, Market Hall, Rotterdam, Paesi Bassi, 2007 – 2014
- Cino Zucchi Architetti, Trilogia Navile, Bologna, Italia, 2008-in progress
- Dominique Perrault, Museo Dobrée, Nantes, Francia, 2010-2015
- Dominique Perrault, The Blade - Yongsan International Business District, Seul, Corea del Nord, 2012 – 2016
- Zaha Hadid, CityLife, penthouse, Milano, Italia, 2004 – in progress
- Burö OS, Angkasa Raya, Kuala Lumpur, Malesia, 2010 – 2016



Richard Meier, Rothschild Tower, Tel Aviv, Israele, 2007 - in progress.



Pelli Clarke Pelli, Tong Shan Jie Hotel and residential, Shanghai, Cina, 2009-2014.



OMA, Chu Hai College Campus, Hong Kong, 2009 – in progress.



Rojkind arquitectos, High Park Building, Monterrey, Mexico, 2011 – in progress.



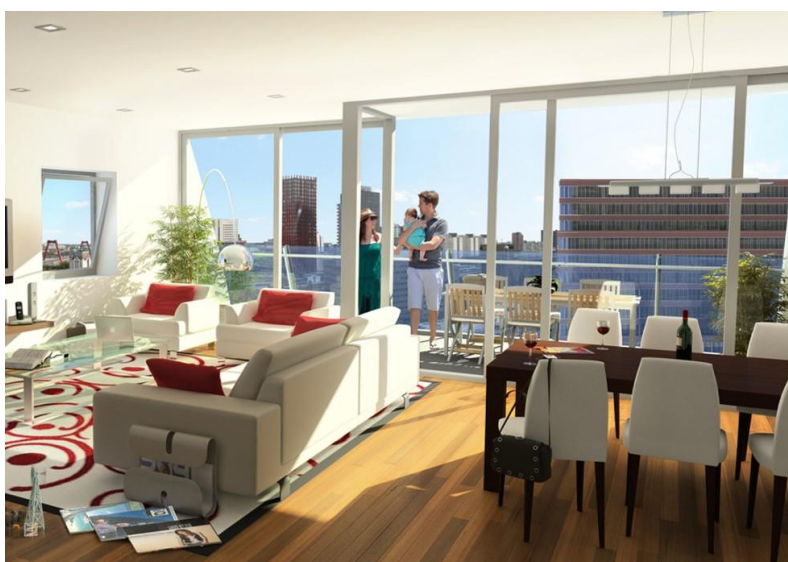
Manuelle Gautrand, Tena Tower and resort, Urban complex with mixed-use tower, 200 villas & facilities in Ouagadougou, Burkina Faso, 2010 – 2016.



Manuelle Gautrand, St. Roch Building, Montpellier, Francia, 2011-2016.



Wiel Arets Architects, B' Tower, Rotterdam, Paesi Bassi, 2000-2013.



MVRDV, Market Hall, Rotterdam, Paesi Bassi, 2007 – 2014.





Dominique Perrault, Museo Dobrée, Nantes, Francia, 2010-2015.



Dominique Perrault, The Blade - Yongsan International Business District, Seoul, Corea del Nord, 2012 – 2016.



Burö OS, Angkasa Raya, Kuala Lumpur, Malesia, 2010 – 2016.





Zaha Hadid, CityLife, penthouse, Milano, Italia, 2004 – in progress.

È interessante evidenziare come in molti degli interni della sopraelencata raccolta iconografica si rileva la presenza di alcuni oggetti di design che vogliono legarsi all'idea dell'abitare contemporaneo e che spesso sono divenuti *status symbol* di uno stile di vita e di una immagine di rappresentanza.

#### 4.3.5 Schede descrittive dei prodotti che hanno dato un rilevante contributo al settore contract

Nei paesi anglosassoni i prodotti del settore contract sono riconoscibili in quanto il mercato a cui si rivolge il prodotto è delimitato (uffici, alberghi, *banquet*, istituzioni) e in base alle caratteristiche tecniche intrinseche del prodotto (impilabile, pieghevole, resistente all'usura).

Per poter scegliere con coerenza i prodotti del contract, i parametri per l'inclusione della scheda nella classifica di prodotti contract sono stati:

- Mercato d'uso e diffusione
- Caratteristiche tecniche
- Coerenza nella concezione rispetto al utilizzo

La nostra intenzione è aggiungere alla classificazione un altro modo di guardare i prodotti contract: quelli concettualmente creati per il contract, quelli tipicamente d'uso contract che sono stati creati con l'idea di servire alla maggior parte delle persone in ambienti per la collettività, quelli che essendo di facile utilizzo, basso costo ed elevate prestazioni sono diventati così diffusi che possono essere considerati prodotti contract o quelli che portano una carica intrinseca di ricerca ed sperimentazione tale che non si limitano all'uso residenziale ma spaziano anche in altri settori.

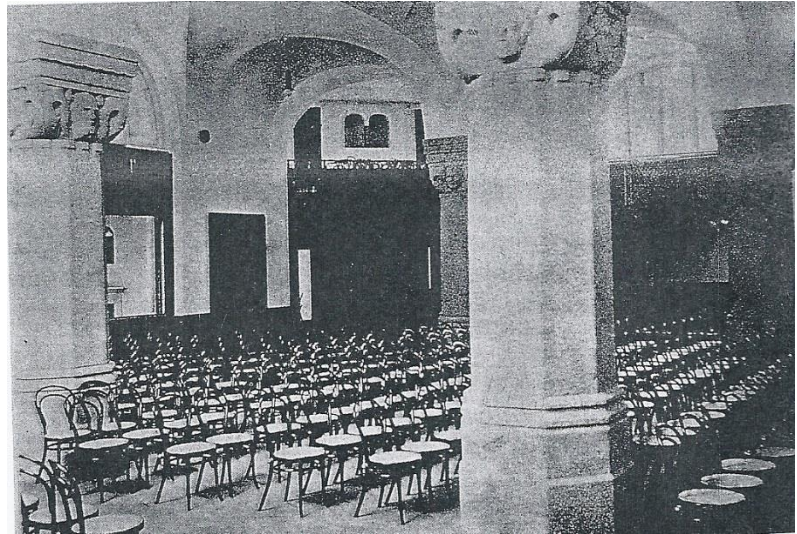
I parametri di sperimentazione con forme, nuovi materiali, ricerca tecnologica e un'occhio di riguardo al mercato, si strutturano in una serie di caratteristiche quali industrializzazione, resistenza al fuoco, basso costo, robustezza, massificazione, ottimizzazione, versatilità e personalizzazione, presenti in alcuni prodotti che fanno sì che possano essere considerati contract.

Questi parametri possono prevalere isolatamente, ma spesso coesistono in modo indissolubile. Di seguito la selezione di alcuni prodotti rilevanti nella produzione industriale mondiale e validi prodotti presenti nel mercato contract.

## Model n° 14 chair



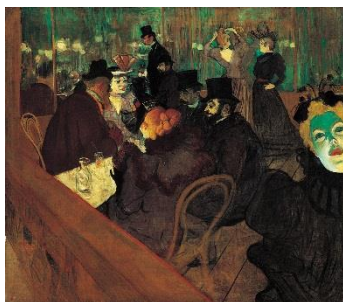
Nei primi anni '30 la si vendeva a meno di 35 lire in Italia, una rivalutazione dell'importo ai nostri tempi porterebbe il prezzo a circa 30 euro.<sup>113</sup>  
A destra: *banquet hall* alla Grundtvig Haus, Copenaghen, 1920 circa.



Dal 1830, Michael Thonet iniziò a sperimentare curvando il legno lamellare, facendo bollire nella colla strisce di legno e adagiandole in stampi di ferro. Metodi efficienti di produzione, la riduzione al minimo dei componenti della sedia e infine, lo sviluppo di una propria rete di distribuzione tramite uffici di vendita in tutte le principali città di tutto il mondo consentì la Thonet di svilupparsi in una società internazionale. Michael Thonet sviluppò ancora una nuova procedura di curvatura del legno massello, questa volta con il vapore, e sostituendo la giunzione incollata con delle viti. La n° 14 è stato il primo prodotto che utilizzò questo nuovo procedimento con il faggio curvato e, dopo il 1865 circa, l'intera produzione adottò questa tecnica. Grazie ai collegamenti a vite, le sedie venivano spedite smontate riducendo volumi e sommando pochi costi di spedizione al già contenuto prezzo della sedia rimasto quasi invariato per decenni. Design, logistica e vendita al massimo livello.

È stata la sedia utilitaria per eccellenza, d'uso comune in ristoranti, caffetterie, mense, sale di eventi e uffici. La versatilità del modello, la nobiltà dei materiali così come la robustezza e basso prezzo fecero che la sedia n° 14 si guadagnasse il posto della sedia più venduta al mondo. Oggi in riedizioni a prezzi non più contenuti.

<b>Nome / Name</b> Model n° 14
<b>Progettista / Designer</b> Michael Thonet
<b>Produttore / Manufacturer</b> Gebrüder Thonet
<b>Data / Date</b> 1854
<b>Materiali / Materials</b> Wood structure and woven cane seat
<b>Dimensioni / Dimensions</b> 92.5 x 42 x 50 cm
<b>Utilizzo / Use</b> Residential, hospitality, office. Contract a posteriori



Henri de Toulouse-Lautrec, *Au Moulin Rouge*, 1892.

<sup>113</sup> Giovanni Renzi, *Thonet 14. Storia, evoluzione e imitazioni della sedia più venduta al mondo*, p. 46-50.

## Victor wastebasket



Sopra: immagine del cestino Victor in due misure e finiture. A destra: immagine dello spazio espositivo di un rivenditore di prodotti della Metal Office Furniture Co., s.d.



<b>Nome / Name</b> Victor wastebasket
<b>Progettista / Designer</b> Peter M. Wege
<b>Produttore / Manufacturer</b> Metal Office Furniture (oggi Steelcase)
<b>Data / Date</b> 1915
<b>Materiali / Materials</b> Metal sheet, wood graining finish
<b>Dimensioni / Dimensions</b> 33 x 33 x 39,4 cm (n° 20 office size) 28 x 28 x 36,8 cm (n° 21 hotel size)
<b>Utilizzo / Use</b> Office and hospitality

La carta nei cestini e i mozziconi di sigarette erano un duo problematico nel emergente mondo della forza lavoro (i *white collars*) negli uffici dell'inizio del secolo scorso. La maggior parte degli arredi erano costruiti in legno, persino i cestini, e ciò costituiva un pericolo reale e una causa ricorrente degli incendi nei posti di lavoro.

Da una necessità concreta Peter Wege inventò e patentò una forma di piegare le lastre di ferro rinforzando gli angoli, in modo di ottenere con ridotti costi produttivi un elemento robusto e leggero, naturalmente resistente al fuoco.

Il mercato non era ancora pronto per arredi funzionali in ferro, perciò la risposta fu una finitura simil legno con la tecnica del *graining* in diverse "essenze". Il nuovo cestino, completo di gommini agli angoli e ai piedini, si convertì velocemente in un valido equipaggiamento negli spazi della collettività e uffici diffondendosi prontamente e diventando uno standard nel settore.

## Johnson Wax desks and chairs



Sopra: scrivania segretariale e sedia. Evidente il cromatismo, la struttura in ferro colore "rosso *cherokee*" e il sedile.

Il progetto contemplava colori diversi di tessuto per il rivestimento del sedile che differenziavano i quattro diversi dipartimenti: rosso (*credit department*), blu (*branch house record department*), verde (*billing department*) e beige (*sales promotion department*).

A destra dettaglio della sala "Great Workroom", si vedono i due principali tipi di scrivanie operative, Johnson Wax Building Headquarters, 1939 circa.



Le prime due aziende coinvolte nel progetto di arredo del Johnson Wax Headquarters sono state la Stow-Davis Furniture Co. e la Metal Office Furniture Co. (oggi Steelcase) data una conoscenza con alcuni dirigenti della Johnson & Sons<sup>114</sup>. La Stow-Davis che produceva principalmente arredi in legno rinunciò dopo poco alla gara, e al suo posto partecipò la Warren McArthur. Wright spiegò ai rappresentanti delle due aziende la sua concezione per gli arredi. Entrambe svilupparono i propri disegni tecnici e realizzarono prototipi con tubi in ferro, probabilmente per venire incontro ai costi di fabbricazione decisamente inferiori rispetto all'alluminio<sup>115</sup>. A parte la resa formale (le linee geometriche curve e ortogonali in relazione allo spazio, appoggi a terra sottili, e invece allargati in sommità), sono da notare alcuni dettagli progettuali: il piano della scrivania è circa 5 cm più basso rispetto allo standard di allora e anche più largo; la sedia dotata di sole tre gambe ideate per mantenere la corretta postura dell'utente (successivamente è stata progettata anche con quattro appoggi) e gli elementi accessori mobili. Questo originale modello di scrivania, sebbene unico e limitatamente riproducibile, rappresenta in maniera esemplare il lavoro di squadra che comporta lo sviluppo di un progetto contract e rimane un prodotto icona del design e gli interni.

<b>Nome / Name</b> Johnson Wax desk and chair
<b>Progettista / Designer</b> Frank Lloyd Wright
<b>Produttore / Manufacturer</b> Metal Office Furniture Co., Cassina (ri-edition since 1985)
<b>Data / Date</b> 1936-1937
<b>Meteriali / Materials</b> Painted tubular steel, maple wood and upholstery
<b>Dimensioni / Dimensions</b> 214 x 96 x 99 cm (desk) 61 x 54 x 88 cm (chair)
<b>Utilizzo / Use</b> Office

<sup>114</sup> Jonathan Lipman, *Frank Lloyd Wright and the Johnson Wax buildings*, 1986, p. 85.

<sup>115</sup> *Ibid*, p. 88.

## 1006 - Navy chair



La Navy chair ancora oggi viene prodotta con gli stessi 77 passi produttivi di allora e venduta con garanzia a vita.

A destra immagine di agenzia bancaria con la sedia in alluminio "Good Form", anni '40.



<b>Nome / Name</b> 1006, ten-o-six, Navy chair
<b>Progettista / Designer</b> Wilton Carlyle Dinges (attributed)
<b>Produttore / Manufacturer</b> Electrical Machine and Equipment Company (EMECO)
<b>Data / Date</b> 1944
<b>Materiali / Materials</b> Aluminum
<b>Dimensioni / Dimensions</b> 39 x 50 x 86 cm
<b>Utilizzo / Use</b> Contract (naval, offices, hospitality) and residential

Alla fine degli anni venti del secolo scorso, i primi esperimenti con sedie in alluminio cominciarono a sorgere profusamente, tra cui quelli delle aziende statunitensi Alcoa (che produsse la prima sedia con struttura di alluminio nel 1924), la General Fireproofing Company (con la propria linea di sedie "Good Form" cinque anni più tardi) e degna di nota anche la All-Steel Equipment Company con la propria famiglia di arredi.

La Emeco (Electrical Machine and Equipment Company) è stata fondata nel 1944 da Wilton Carlyle Dinges utilizzando le competenze di un artigiano locale a Hanover in Pennsylvania, e a seguito di un progetto di collaborazione con Alcoa per sviluppare una sedia adatta a navigare in sottomarini e navi da guerra. Il compito era di fare delle sedie che potessero resistere acqua salata, salsedine, l'uso dei marinai e persino all'attacco di un torpedo, il risultato fu la sedia in alluminio Navy resistenti alla corrosione, non magnetiche (per cui non interferiscono con le delicate apparecchiature di comando delle navi), leggere e soprattutto forti. L'utilizzo dell'alluminio è stata la scelta più naturale così come la loro forma, un adattamento delle più comuni sedie in legno fabbricate all'epoca per gli uffici. Ancora oggi viene prodotta ed è diventata una icona di design e robustezza negli Stati Uniti.

## Fiberglass armchair



Prototipo della DAX (Dining Armchair with X-base) della serie di poltroncine in fiberglass. Fonte immagine: Vitra Museum. A destra: Cartolina con vista interna di una delle sale di accoglienza in The Nut Tree, a Vacaville, California, 1955 circa. Fonte immagine: California Museum.



Progettate da Charles e Ray Eames<sup>116</sup> sono state presentate al concorso internazionale “Low-cost Furniture Design” bandito dal MoMA nel 1948<sup>117</sup>. L’obiettivo del concorso si fondava nella preoccupazione rispetto al fatto che nel periodo del dopoguerra i governi del mondo e le industrie si concentrassero sul problema dell’abitazione e della ricostruzione, però quasi nessuna attenzione si dedicava a come queste case sarebbero state vissute, alla “progettazione e produzione di arredo di qualità, economico e attraente” per queste case moderne. La sedia in fibra di vetro vinse solo il secondo premio, ma presto diventò icona dell’abitare moderno, non solo nella scala domestica ma soprattutto commerciale e istituzionale. L’intera gamma è stata sviluppata con e senza braccioli, con diverse tipologie di base con o senza ruote, per coprire tutti gli utilizzi possibili e ancora oggi si trova sul mercato.

<b>Nome / Name</b> Fiberglass chair
<b>Progettista / Designer</b> Charles and Ray Eames
<b>Produttore / Manufacturer</b> Zenith (prototype) Herman Miller (mass production)
<b>Data / Date</b> 1948
<b>Materiali / Materials</b> Fiber-glass seat and steel structure
<b>Dimensioni / Dimensions</b> 75 x 63 x 62 cm
<b>Utilizzo / Use</b> Residential and contract

<sup>116</sup> Insieme a Don Albinson, Frances Bishop, James Connor, Robert Jakobsen, Charles Kratka, Frederik Usher, Jr. del Dipartimento di Ingegneria dell'Università di California: Dean Boelter, Morris Asimov, Don Lebell, Wesley L. Orr.

<sup>117</sup> Il concorso, uno dei più importanti all'epoca contava con un montepremi di \$50.000 e vantava nella giuria esponenti come Ludwig Mies van der Rohe, per maggiori dettagli consultare il comunicato stampa presente nell'appendice.

## Mode-Maker desk



Scrivania della linea Mode-Maker modello 1760 TPD (senza cassettiere). Per la linea completa vedere catalogo riportato in appendice.

A destra immagine pubblicitaria da rivista con layout di ufficio dirigenziale con prodotti GF, 1960 circa.

<b>Nome / Name</b> Mode-Maker desks and chairs
<b>Progettista / Designer</b> Raymond Loewy (consultant)
<b>Produttore / Manufacturer</b> General Fireproofing Co.
<b>Data / Date</b> 1948
<b>Materiali / Materials</b> Painted steel, aluminum, rubber
<b>Dimensioni / Dimensions</b> 150 x 75 x 74 cm
<b>Utilizzo / Use</b> Office and contract



La *General Fireproofing Company* (GF) fu fondata nel 1902 in Ohio e operava nel mercato dell'edilizia. Durante la recessione di inizio secolo allargò la propria attività alla produzione di arredi in ferro seguendo la nascente tendenza dell'epoca. La loro linea di scrivanie e arredi per l'ufficio "Allsteel" era già diffusa negli anni venti e la loro linea di sedute "Goodform" entra in commercio nel 1932, e anno dopo anno consente di aumentare il loro catalogo con nuovi modelli. Durante la seconda guerra mondiale la produzione di arredo si fermò e le unità manifatturiere si adattarono alla produzione di parti di aerei. Pochi mesi dopo il conflitto, la produzione riprese le linee di arredamento e nel 1948 presentarono la linea di scrivanie esecutive Mode-Maker disegnate in collaborazione con Raymond Loewy.

Negli anni sessanta questi modelli (insieme a quelli sviluppati dalle aziende concorrenti) diventarono uno standard negli uffici e istituzioni (vedere appendice per l'intera gamma) cambiando definitivamente il modo di arredare gli spazi di lavoro.



## Revolt chair



Sopra: Sedia "Revolt" con braccioli, Friso Kramer, prodotta da N.V. De Cirkel, 1953. Vanta di essere l'unica sedia presentata nella *casa ideale* progettata da Rietveld per padiglione dell'Olanda dell'Expo 58, che non è stata progettata da lui stesso.

A destra: immagine della versione "Theater".



La sedia "Revolt" è una sedia utilitaria, "rivoluzionaria" per la sua tipologia costruttiva con struttura metallica a "U" invece di tubolare come era in uso all'epoca e per il minimo utilizzo di materiale necessario alla fabbricazione. È diventata iconica del periodo della ricostruzione postbellica della Olanda per le sue caratteristiche di essere una sedia confortevole e robusta adatta all'uso domestico, negli spazi di lavoro e nelle istituzioni scolastiche.

Nel 1959 Kramer incorpora alla linea di sedie la versione "Theater", con il sedile ribaltabile, impilabile e con possibilità di accoppiamento per composizioni lineari.

Ancora oggi è in produzione, riproposta in una versione rivista (con il sedile di dimensioni leggermente maggiori) alcuni anni fa dallo stesso Kramer per la azienda Ahrend.

<b>Nome / Name</b> Revolt chair
<b>Progettista / Designer</b> Friso Kramer
<b>Produttore / Manufacturer</b> De Cirkel Ahrend (since 2004)
<b>Data / Date</b> c. 1953
<b>Materiali / Materials</b> Molded plywood seat and powder-coated U-shape steel structure
<b>Dimensioni / Dimensions</b> 45.7 x 47 x 79 cm
<b>Utilizzo / Use</b> Residential and contract a posteriori

## Mark II Chair (Polyprop chair)



La gamma dai tre colori originali rosso, grigio chiaro e grigio antracite (in evidenza sopra) fu in poco tempo incrementata a sei diversi colori, con possibilità di altri su richiesta per quantitativi superiori a mille unità. A destra: la sedia Polyprop conobbe il suo trionfo a livello mondiale nello Stadio Olimpico di Città del Messico nel 1968.

Il polipropilene molto, più economico rispetto alla fibra di vetro e il design essenziale di questo modello perciò di facile lavorazione, consentiva alla Hille di produrre 4000 di gusci in una settimana.

<b>Nome / Name</b> Mark II chair
<b>Progettista / Designer</b> Robin Day
<b>Produttore / Manufacturer</b> S. Hille & Co. Ltd.
<b>Data / Date</b> 1963
<b>Materiali / Materials</b> Injection-moulded polypropylene shell on a metal base
<b>Dimensioni / Dimensions</b> 73.7 x 53.3 x 41.9 cm
<b>Utilizzo / Use</b> Contract



La sedia viene popolarmente conosciuta come Polyprop, riferito al polipropilene (allora materiale rivoluzionario, inventato da Giulio Natta nel 1954), con cui viene prodotto il guscio che conforma la seduta e insieme alle gambe in sottile tubo di ferro costituiscono una sedia leggera e flessibile. Alla fine degli anni 50 la azienda Shell produceva il materiale e ne promuoveva l'utilizzo attraverso concorsi di design (in uno di questi Day era parte della giuria ed ebbi modo di constatare le opportunità della produzione di massa con il nuovo materiale). "Il polipropilene, leggero, robusto, antigraffio, termoresistente e incredibilmente durevole, aveva numerosi vantaggi rispetto ad altri materiali comunemente usati all'epoca nell'industria del mobile. Era più flessibile del compensato, più caldo al tocco della lamiera d'acciaio, meno ceroso e più resistente alle sollecitazioni del polietilene e più elastico della resina di poliestere rinforzata con fibra di vetro (...)"<sup>118</sup>.

La prima versione introdotta nel mercato costava circa 3 sterline. La sedia impilabile progettata da Robin Day è uno dei successi commerciali più importanti del design britannico degli anni 60 e, senza comprendere le licenze in concessione, oggi conta più di 14 milioni di sedie vendute.

<sup>118</sup> Leslie Jackson, *Robin e Lucienne Day. Pionieri del design contemporaneo*, p. 154.

## DSC 106



DSC 106, Giancarlo Piretti, prodotta da Castelli, 1965. A destra: Nuovo cortile del Museo ebraico di Berlino, Daniel Libeskind, interni Matthias Reese, 2001. La sala polifunzionale conta con 500 sedie DSC 106 rivestite in tessuto nero.

La ricerca ergonomica, l'efficienza e l'usabilità della seduta è il frutto del lavoro sinergico tra progettista e azienda, che danno come risultato una serie di sedie da attrezzare, impilabili, collegabili, accessoriabili con braccioli di diverso tipo, tavolette di scrittura ribaltabili, cestelli portadocumenti, segnaposti e segna file, elementi di collegamento, carrelli di trasporto.

Alla sedia DSC 106 gli si può riconoscere non solo una qualità estetica senza tempo, ma anche una estrema funzionalità e durata. Dopo quasi cinquanta anni continua ad essere un valido prodotto per il contract e oggi è presente in diverse collezioni di design di tutto il mondo.

<b>Nome / Name</b> DSC 106 chair
<b>Progettista / Designer</b> Giancarlo Piretti
<b>Produttore / Manufacturer</b> Castelli
<b>Data / Date</b> 1965
<b>Materiali / Materials</b> Molded plywood seat and back panels with cast aluminum frame and plastic covered steel legs
<b>Dimensioni / Dimensions</b> 51 x 77 x 56 cm
<b>Utilizzo / Use</b> Contract

## CAB n° 412



Nome / Name CAB
Progettista / Designer Mario Bellini
Produttore / Manufacturer Cassina
Data / Data 1976
Materiali / Materials Steel structure, plastic base and butted leather cover
Dimensioni / Dimensions 81 x 51,5 x 46 cm
Utilizzo / Use Residential and contract a posteriori



La sedia consiste in una struttura di ferro, una base rinforzata di plastica per il sedile e una cover di pelle (cuoio) che ricopre tutto. Mario Bellini incorporò le cerniere nella cover di pelle per coprire la struttura, un sistema che fino a quel momento era stato usato solo per gli arredi rivestiti, e questa è stata la maggiore innovazione del prodotto. La sedia, per le sue caratteristiche di design e l'uso inconsueto ma semplice dei materiali, così come di robustezza e comfort è una delle più viste da qualche decennio in design hotels, uffici e ristoranti. Esiste inoltre la versione poltroncina e sgabello alto.

Contano con la sua presenza diverse collezioni di design in musei di tutto il mondo.

#### 4.4 Cosa ci rimane da tutto questo fare?

La produzione del contract è molto vasta e bisogna riconoscere che non sempre corrisponde a una fatto produttivo di qualità. Ma bisogna ugualmente riconoscere che ci sono opportunità uniche proprie del contract, questioni sulla produzione, la qualità dell'abitare e lo sviluppo urbanistico della città (a Milano ci sono esempi come Bosco Verticale, CityLife, ecc.) che si inseriscono in un regime puramente contract e che rappresentato esempi altamente qualitativi e di rilevanza economica e sociale. In questa logica, sono fondamentali l'economia di elementi e l'elevata qualità di produzione insieme ai processi di gestione e operatività.

Le occasioni dei grandi cantieri del contract sono una notevole spinta per i grandi sistemi di fornitura, che comprendono dalla ricerca tecnica (produttiva, innovativa, commerciale) al sistema (compositivo, produttivo, di allestimento, ecc.), dove la componente economica nella produzione e la praticità di montaggio sono momenti basilari. Componenti che devono essere necessariamente progettate.

Il know-how operativo, produttivo e gestionale è il modo di avvicinare la azienda che fa prodotto a livello industriale fortemente inserita nel mercato, con un prodotto su misura fatto di realtà più modeste. Si tratta di dare il giusto peso alla forma, gli oggetti; insieme ai metodi, processi e strumenti di controllo e valutazione per far sì che i due aspetti del sistema beneficino reciprocamente.

Sub copertina

Quinta parte

# 5 QUINTA PARTE \_

## PROSPETTIVE DEL

## CONTRACT NELL'ABITARE

## CONTEMPORANEO

### 5.1 L'interno coordinato

In riferimento all'arredamento della casa, il *Dizionario illustrato della vita domestica* di Larousse (edizione del 1926) puntualizza: "Benché la cucina non sia una stanza di cui il decoratore né l'*ensemblier* debbano occuparsi, ogni preoccupazione estetica non deve essere trascurata"<sup>119</sup> L'immagine dell'*ensemblier*, come abbiamo visto nei precedenti capitoli, è quello che guarda e cura l'insieme degli interni. "I designer d'interni soppiantarono gli arredatori e raccolsero il testimone del Modernismo architettonico. La loro missione era armonizzare gli interni con le loro strutture architettoniche e creare spazi concepiti come insiemi integrati."<sup>120</sup>

Ma questi interni integrati non sono esclusivi dell'abitare domestico. Sono appunto quegli insiemi intergrati di cui si occupa il contract, a cui abbiamo rivolto l'interesse nella presente ricerca.

---

<sup>119</sup> Luca Lotti, op. cit., p. 16.

<sup>120</sup> Penny Sparke. *Interni moderni. Spazi pubblici e privati dal 1850 a oggi*, p. 203

### 5.1.1 Il parlare del contract nell'ambito professionale ed economico

Salvo poche eccezioni, troviamo molto di rado nelle riviste più rinomate di architettura e design articoli dedicati al contract. A proposito di questo, Stefano Mirti, in una delle rare eccezioni, parte da una considerazione pertinente sugli aspetti logistici della guerra, e nel quale proponeva ponderazioni incrociate e riflessioni sul mercato del design e il operare nel design, riferito in particolare al contract:

“L’Economist è una rivista di economia e dunque si parla di finanza e di soldi. Invece, sulle riviste di design e di architettura non si parla mai di flussi economici, di economia, di commercio internazionale, di tutte quelle cose che a grandi linee fanno andare avanti (o indietro, a seconda dei gusti) il mondo. Questo fatto è un peccato perché invece ci sarebbe una grande quantità di punti di contatto. Il PIL di un paese come l’Italia vive di produzione manifatturiera. (...) Senza soldi non c’è commercio. Senza commercio non c’è scambio, e senza scambio la cultura non è che possa andare granché lontano...”<sup>121</sup>

TESTATE  
GIORNALISTICHE



- Abitare
- Affari Italiani
- Corriere della Sera
- Repubblica

TESTATE GIORNALISTICHE	n° articoli
Abitare	26
Affari Italiani	11
Corriere della Sera	29
Repubblica	106
<b>TOTALE</b>	<b>172</b>

MACRO TEMI	n° articoli
Eventi e manifestazioni	46
Prodotti e servizi	22
Progetti e sviluppi imm.	11
Aziende, studi	67
Economia, mercati	26
<b>TOTALE</b>	<b>172</b>

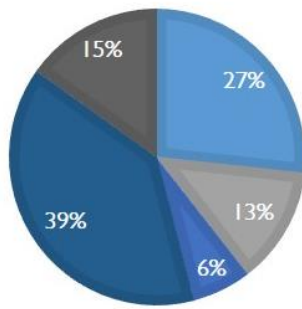
Abbiamo voluto indagare la presenza del contract nelle principali testate giornalistiche italiane per poter pesare con alcuni dati concreti l'intervento del settore alla vita economica e il reciproco interesse. Sono state consultate gli archivi digitali di Repubblica, Corriere della Sera, Affari Italiani e Abitare (l'unica di questa selezione con carattere specialistico). All'interno di questi archivi sono stati raccolti 172 articoli in totale in cui ci fosse menzione all'argomento "contract" con la proporzione indicata nella tabella 1 affianco. All'interno di questa selezione di articoli, sono stati individuati, con le proporzioni indicate nella tabella 2, i seguenti macro temi:

- Eventi e manifestazioni (fiere, mostre, concorsi e premi)
- Tecnologia, prodotti e servizi correlati
- Progetti architettonici e sviluppi immobiliari
- Aziende, progettisti e studi di progettazione
- Economia, mercati e finanza

<sup>121</sup> Stefano Mirti. "Contract" in Abitare n° 476, ottobre 2007, pp. 241.



## MACRO TEMI



- Eventi e manifestazioni
- Prodotti e servizi
- Progetti e sviluppi imm.
- Aziende, studi
- Economia, mercati

È da segnalare che la maggior parte degli articoli sono nella categoria relativa a Aziende, Progettisti e Studi di progettazione dovuto al fatto noto che spesso si tratta di articoli redazionali e in qualche senso promozionali. In ogni caso quelle più menzionate sono Poltrona Frau Group, B&B, De Padova, Saporiti, Tisettanta, Artemide e Gruppo Interna.

A seguire si trovano gli articoli relativi a Eventi e Manifestazioni che sono invece di carattere divulgativo. In terzo luogo si trovano quasi nella stessa proporzione il carattere economico del settore e i prodotti e servizi legati a esso. Infine si parla dei progetti e sviluppi immobiliari, spesso circondati da eccessiva riservatezza.

All'interno dei macro temi riconosciuti, sono stati identificati delle tendenze e sotto tendenze così esplicitate:

### Fiducia nel *Made in Italy*

- Diversificazione di prodotti e utenti
- Rafforzare impianti produttivi
- Valorizzare il prodotto
- Consapevolezza del know-how

### Attenzione alle risorsa

- Eco sostenibilità
- Eco compatibilità
- Rispetto dell'ambiente a 360°
- Risparmio energetico, dei materiali, utilizzo dei LED

### Riguardo verso l'economia

- Apertura cauta verso nuovi mercati
- Speranze sul contract
- Crescita lenta ma sostenuta
- Ricette contro la crisi
- Real Estate + Design

Gli articoli in questione sono stati raccolti nell'appendice.

L'analisi di questi articoli ci ha portato a estrarre i punti principali per le osservazioni del capitolo successivo.

### 5.1.2 Punti di forza e debolezza del progetto contract

Il progetto contract è strettamente legato e dipendente in maniera fondamentale al settore economico di appartenenza. Il settore contract è un settore del mercato che ha subito grandi evoluzioni durante l'ultimo secolo. Abbiamo indagato nella parte seconda come si è originato il settore del contract e come è cresciuto fino a raggiungere le quote di mercato importanti in cui partecipa oggi.

Come risultato dell'analisi degli articoli di stampa riferiti al contract fatto nel punto precedente, sono stati individuati i punti principali per la analisi SWOT dove la riga superiore (forze e debolezze) corrisponde a fattori di origine interno e la riga inferiore (opportunità e minacce) a fattori di origine esterno:



Walter Iannaccone, in base a una previsione di quello che sarà il mercato e il cliente in un futuro prossimo, premette che “l’impresa del 2000”<sup>122</sup>, tra altri aspetti, sarà:

- Gradualmente più *marketing oriented*
- Di conseguenza gradualmente meno *product oriented*
- Specialistica, legata su progetti personalizzati simili

<sup>122</sup> Walter Iannaccone, op. cit., p. 16.

- *Time to market*, maggiore velocità nelle risposte
- Multidisciplinare, non basterà il proprio *know-how*
- Impegnata a dare il massimo al minor costo

Questa valutazione preventiva, insieme ad altri fattori che includiamo di seguito, comporterebbe dei rischi e opportunità che andrebbero affrontati con la consapevolezza delle proprie forze e debolezze in modo di fare crescere il settore e il mercato in maniera positiva e sostenibile in modo che il progetto contract diventi sempre di più sinonimo di un progetto di alta qualità e ricerca tecnologica.

## Punti di forza

### Progetto, tecnologia, metodo

“Io penso che noi [designers] dobbiamo sempre aggiungere qualcosa alla tecnologia –persino alla vecchia tecnologia”<sup>123</sup>.

Uno dei punti chiave è l'applicazione pratica delle scoperte e delle invenzioni alla vita quotidiana, con un utilizzo innovativo della tecnologia nei modi di abitare.

“Il rapporto invenzione-innovazione ha fatto molto discutere negli ultimi due secoli numerosi scienziati e intellettuali di diverse discipline, sia nell'ambito tecnologico, sia nel campo economico, come pure in quello filosofico, in particolare della scienza. L'interesse per questo intreccio si deve al fatto che l'invenzione rappresenta il momento teorico e sperimentale del processo creativo progettuale, mentre l'innovazione costituisce la prima verifica delle reali proprietà applicative, sia di ordine economico, sia di ordine funzionale produttivo, di un processo progettuale maturo che si avvia alla fase industriale”<sup>124</sup>

Esistono molti esempi noti di questo processo di appropriazione della tecnologia nell'abitare. E che vale la pena evidenziare sono per lo gli impianti di condizionamento dell'aria, più elementi evoluti in

---

<sup>123</sup> Traduzione libera dell'autrice di: Vico Magistretti “Playing with Light” in *The International Collection of Interior Design*, p. 322-326.

<sup>124</sup> Giampiero Bosoni, “L'innovazione modifica sempre l'esistente” in *Crossing* n° 3, p. 72-73.

sistemi, come l'ascensore, la distribuzione della corrente elettrica, la rete di telecomunicazioni, la domotica.

In occasione del Made Expo 2012, Paolo Criveller<sup>125</sup> proprietario di Criveller Company, ha spiegato sinteticamente in cosa consiste una delle forze del mercato contract: “la progettazione costruttiva accurata (non dell'idea) la quale comporta la possibilità di avere minori sprechi possibili, minori tempi, alla fine minori costi e risultati più validi”. In poche parole, l'applicazione di un metodo valido di gestione. Nella stessa intervista, Giuseppe Segalla, fondatore e Senior Partner di Koinos Management, identifica una forza del contract: la “domanda differita”, vale a dire, la capacità di programmare grandi quantità e la possibilità di progettare nel tempo volumi, quantità, materiali e finiture con le capacità dell'impresa, e paradossalmente indica come debolezza la necessità di avere a disposizione *expertise* interna in azienda con *know-how* ed esperienza. Questa capacità di programmare il progetto, di coordinare l'interno, insieme alla applicazione di un metodo di gestione riconoscibile, condiviso e soggetto a esame, sono componenti fondamentali della forza del sistema contract.

### Made in Italy

Le statistiche a livello europeo nel 2012 sono ancora sorprendenti, considerando lo stato di crisi generale: un mobilificio ogni venti in Europa è lombardo. Secondo Caro Sangalli, presidente della Camera di Commercio di Milano, “Il settore del mobile rappresenta al meglio quella capacità di unire tradizione e innovazione, artigianato e tecnologia, senso del locale e aspirazione globale che rimane chiave del successo della Lombardia e di Milano. Un valore aggiunto che produce ricchezza e che deve essere valorizzato meglio dalle istituzioni”<sup>126</sup>.

Non si tratta di un *claim* vuoto o di una strategia di marketing ma di un autentico valore. Valore del prodotto (la qualità riconoscibili e

---

<sup>125</sup> Intervista durante gli appuntamenti “Pillole di Architettura à la carte: Metodi e tecniche per combinare gli elementi della progettazione”, Made Expo, 17 ottobre 2012.

<sup>126</sup> Camera di Commercio di Milano, “I mobili europei? Sempre più ‘Made in Lombardia?’” consultato in <http://www.camcom.it> in aprile 2012.

apprezzata internazionalmente) ma si tratta anche di una sistema di impresa, di una rete infrastrutturale, produttiva e di competenze che è già lì, formata e con la ricchezza di un grande know-how coltivato in decenni di lavoro.

### Personalizzazione e artigianalità

La personalizzazione nel retail spesso ha a che fare con la costruzione dell'identità del brand e la soddisfazione di alcuni stadi del pensiero consumistico. Penny Sparke riguardo la esperienza di consumo e il design ci dice:

“Sempre di più le multinazionali cercano di darsi una identità attraverso il linguaggio dei loro interni, oltre che con il loro design grafico. L'esperienza di un McDonald's, di un Hard Rock Cafe o di un Planet Hollywood è, in ogni città del mondo, più o meno standard. Lo stesso principio si applica ai negozi, delle boutique Max Mara a Body Shop a Gap, che utilizzano gli stessi schemi di colore e tecniche di esposizione in tutto il mondo, fino alle catene alberghiere, come il Madonna Inn negli Stati Uniti, ai parchi di divertimento e ai centri commerciali, in cui le stesse catene di franchising son presenti in luoghi diversi. In questi contesti gli interni sono diventati non tanto un'estensione della architettura quanto del design grafico, della pubblicità e del *branding*. Più gli interni diventano standardizzati e prodotti in serie, però, maggiore è il desiderio di creare una “differenza” ai livelli più alti del mercato attraverso un'alleanza dichiarata con la designer culture. La lussuosa raffinatezza degli interni degli hotel newyorkesi progettati dal designer francese Philippe Stark, ad esempio – che hanno un'aria familiare ma sono estremamente personalizzati -, risponde alla medesima esigenza di mercato degli abiti d'alta moda e degli oggetti fatti a mano. Accanto all'erosione del concetto di 'luogo', risultato della standardizzazione degli interni operata dalle aziende, l'assenza di differenze tra centri commerciali e parchi di divertimento, ben documentata, è un'altra conseguenza degli interni legati a un *brand*. Poiché il fascino dello stile di vita domina ogni altro aspetto della cultura del consumo, è sempre più difficile distinguere le esperienze del piacere e del tempo libero dai comportamenti legati al consumo.”<sup>127</sup>

Tante volte la personalizzazione viene espressa attraverso l'artigianalità. Questa è una delle motivazioni per cui il settore contract in Italia si è consolidato in mercati prevalentemente di alto livello e il settore del lusso.

---

<sup>127</sup> Penny Sparke, op. cit., pp. 225-227.

## **Punti di debolezza**

### **Mancanza di metodo e struttura operativa.**

Talvolta, i punti di forza possono diventare un punto di debolezza se ne vengono a mancare. Nel particolare caso della metodologia di approccio al business, si vede spesso che nelle aziende medio-piccole sia applicato in modo empirico e poco strutturato. Questo genera come conseguenza una intrinseca disorganizzazione e carenza di tracce operative, venendo a meno alcune garanzie (del prodotto e dei servizi).

### **Tempi di risposta non ancora appropriatamente rapidi.**

Legato al punto precedente, è importante evidenziare come i tempi di risposta (e i continui imprevisti ed esigenze del progetto) in alcune realtà industriale del contract italiano non venga attuato in maniera tempestiva. Questa scarsa reattività fa sì che altri mercati si trovino spesso al primo posto davanti a quella italiana.

### **Domanda ancora più diversificata.**

La specializzazione del prodotto e del servizio, che in alcuni casi risolve efficacemente argomenti quali la produttività, la ottimizzazione e la gestione strategica delle risorse, va a discapito di una offerta ampia e diversificata più coerente con le richieste del mercato internazionale attuale.

## **5.1.3 Specificità disciplinare e inserimento accademico**

L'analisi dei punti di debolezza hanno portato a pensare che la specificità del contract possa essere inserita in ambito accademico con specificità dell'area. L'importanza del contract nella disciplina degli interni potrebbe essere avvicinata attraverso i corsi opzionali nel ciclo di laurea specialistica, oppure nei master di Design Management o di Strategic Design, così come le enormi potenzialità nascoste in opportunità di ricerca legate direttamente al settore.

A questo scopo, una possibile proposta si cimenta nello studiare alcuni metodi e strumenti per la gestione strategica di progetti di design e architettura degli interni, alcuni di essi da essere creati e altri da essere sviluppati e irrobustiti. Un esempio attualmente in funzione e che potrebbe essere di sostegno a seguito di un adeguato inrobustimento è l'archivio della Politeca ancora di modeste dimensioni.

## 5.2 Che ne sarà del contract?

### Impegno per il consolidamento e strutturazione metodologica del settore

Si tratta in buona misura della consapevolezza e controllo delle minacce e debolezze del settore contract. Quasi dieci anni fa, Simone Micheli evidenziava:

“Esiste, nel nostro panorama territoriale, un esteso bacino di operose entità che progettano luoghi, coordinano e gestiscono processi, realizzano spazi collettivi, tuttavia fuori dai campi procedurali propri del contract reale. In questa parallela filiera anomala, in questo palcoscenico connesso alla collettività, infiniti sono gli attori che intrecciano le proprie specificità, le proprie professionalità, le proprie valenze aziendali per ‘produrre’ ambiti volumetrici per l’uomo contemporaneo, seguendo percorsi dei più vari per la costruzione dell’opera, ma senza una gestione globale appaltata a monte, un deus ex machina. Indiscutibilmente non c’è niente di male, ma ritengo che ci sia necessità di far luce su questo nuovo spaccato creativo e imprenditoriale, per poter veramente capire il senso di questo mondo altro. In questo contract virtuale che vede attivo un infinito numero di operatori c’è infinito spazio per lavorare, ma ricordiamoci che si tratta di una formula attuativa parziale con regole del gioco che non sono quelle specifiche del contract reale e nemmeno quelle conosciute dal manager o dal imprenditore, abituato a muovere i propri passi in territori commerciali a lui canonici”.<sup>128</sup>

152

E ancora oggi queste segnalazioni, enunciate da più voci, vengono spesso ignorate dagli enti e organizzazioni che dovrebbero promuovere e trovare vie di stimolo alla produzione.

Philippe Daverio considera che un punto di riferimento siano gli avvocati, e il capitolato (o BoQ) “uno strumento formidabile per portare a termine il progetto”<sup>129</sup>. In effetti, coincidiamo nell’opinione che un capitolato ben strutturato, dettagliato e completo, non lascia spazio a mancanze, lacune o malintesi, e di conseguenza si trasforma automaticamente in una specie di carta nautica per la valutazione economica e la realizzazione. La stesura del capitolato può essere revisionata da un avvocato ma sarà sicuramente impostata da un tecnico o un progettista e spesso il capitolato fa parte degli allegati al *contratto* di appalto.

<sup>128</sup> Simone Micheli, “L’anima reale del contract” in Ottagono n° 175, p. 72.

<sup>129</sup> Philippe Daverio citato da Evelina Bazzo e Camilla Tosi, “Contract per sapere” in Ufficiostile n° 2.11, p. 40.



## La qualità

Il progettista Marco Piva afferma che “designer e aziende devono impegnarsi nei territori extra domestici [contract] perché si può fare un prodotto di grande qualità” e che “per essere competitivi bisogna indagare come usare i materiali”<sup>130</sup>. Una esortazione al proprio collegio professionale di puntare alla qualità e alla ricerca. Daverio invece insiste sul concetto di unicità più che di eccellenza, unicità che andrà applicata al design. L'imprenditore Roberto Moroso ribadisce l'idea di Daverio e che solo il matrimonio d'imprenditoria e la cultura “ha a che fare con la costruzione dell'unicità e i rapporti con il contract potrebbero essere un valore in più”.<sup>131</sup> Sia che la spinta arrivi dell'ambito professionale, istituzionale o imprenditoriali, la qualità dev'essere il centro di rotazione per fare che il Made in Italy continui ad avere un reale valore aggiunto e valenza sul mercato internazionale.

Da un'ottica centrata sulla creazione del marchio, anche per quanto riguarda gli spazi interni, la comunicazione è fondamentale. Marco Bassani e Saverio Sbalchiero, autori di *Brand Design* sostengono che la potenza di un nuovo design risieda proprio nell'immagine e quello che essa può comunicare: “La maggiore sfida per chi si occupa di produzione –imprenditori, designer o uomini di marketing- è creare prodotti innovativi, concettualmente e culturalmente in grado di distinguersi dalla massa: proporre una personalità significativa, capace di conquistare il pubblico.”<sup>132</sup> È importante sottolineare che la comunicazione di un prodotto dev'essere indispensabilmente supportata dalla qualità reale (e percepita) di esso stesso.

“In un mercato sempre più sovraffollato di concorrenti, prodotti e pubblicità, distinguere la propria offerta agli occhi del consumatore è diventato un'esigenza vitale per le imprese. Ma poiché le imprese dispongono delle stesse tecnologie produttive e i prodotti si assomigliano, la differenza può essere creata solo attraverso l'immagine”<sup>133</sup>.

<sup>130</sup> Marco Piva citato da Evelina Bazzo e Camilla Tosi, “Contract per sapere” in *Ufficiostile* n° 2.11, p. 40-42.

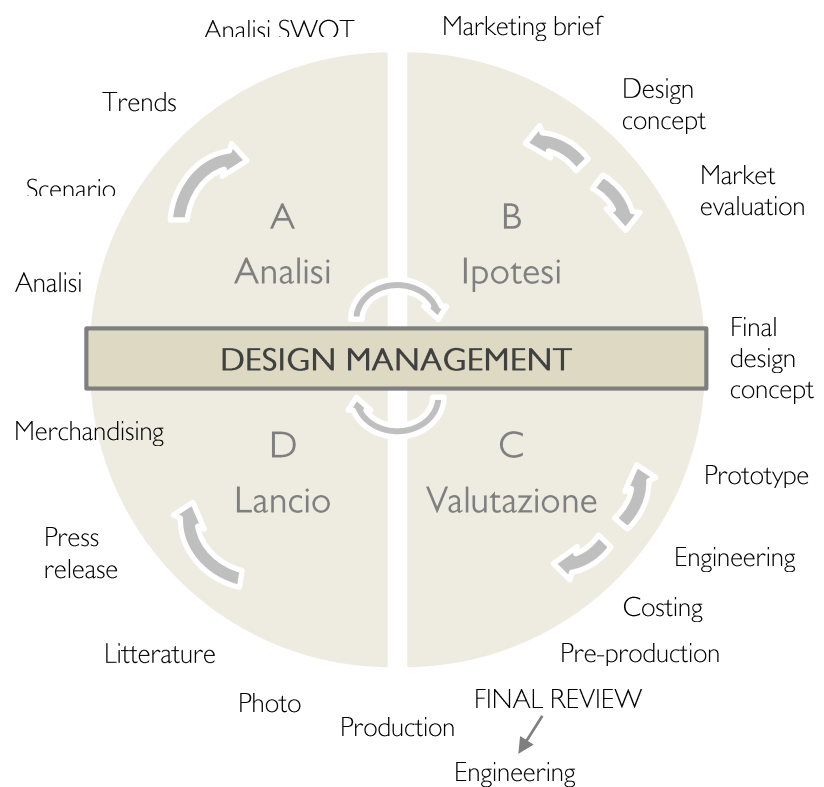
<sup>131</sup> Per maggiore informazione vedere gli atti del convegno “Contract. Per sapere” tenutisi a Venezia nel 2011 e che ha contato con la partecipazioni di molte figure di rilievo nell'ambito del contract a livello nazionale.

<sup>132</sup> Marco Bassani e Saverio Sbalchiero, *Brand Design*, p. 9.

<sup>133</sup> Bassani e Sbalchiero, *Op. cit.*, p. 21.

La visione positiva verso il futuro e la scommessa a una continuità ed evoluzione sostenibile ha generato e rafforzato negli ultimi decenni la domanda di una necessità di preparazione, e vediamo che alcune scuole si sono messe all'opera per rinvigorire l'offerta formativa e coprire questa richiesta. Così nascono negli anni recenti molti corsi di Design Management in scuole e università, tra cui il master in Strategic Design che al consorzio PoliDesign è arrivato alla XV edizione. Non sono corsi dedicati al contract esclusivamente ma con una visione più ampia sui processi e l'entorno culturale, sociale ed economico utilizzano gli strumenti e risorse proprie del management per la gestione operativa per la realizzazione di progetti e prodotti legate direttamente ai servizi, il design industriale e gli interni.

Gino Finizio, *Design & management, gestire l'idea*, schema della gestione del design. Ridisegno dell'autrice.



## Il ruolo del progettista domani

La vera sfida del settore sta nello sviluppo del sistema di progetti e prodotti attraverso la crescita professionale dei nuovi progettisti accrescendo le loro competenze e creando una maggiore comprensione degli obblighi diretti verso il progetto. Questa crescita dovrà essere comandata dalla consapevolezza del loro ruolo, la presa di coscienza della loro responsabilità rispetto all'esito finale positivo o negativo nella riuscita del progetto e la conoscenza delle rispettive conseguenze.

La padronanza dei dettagli di design è fondamentale per fare buon contract, un errore di progettazione può provocare seri problemi di costi sul lavoro in corso, in una misura d'incidenza di circa il 6% sul finale ma si è responsabile del 70% dei costi che vengono assunti<sup>134</sup>. Diventerebbe necessario un atteggiamento aperto che risulti in una certa flessibilità nella progettazione. Paradossalmente questa flessibilità potrebbe tradursi in standardizzazione e modularità, ma anche in tolleranze accettabili e scelte ponderate (di materiali, finiture, sezioni), alla fine non si tratta che di agire con metodo e responsabilità. In aggiunta a questi punti, Walther Iannaccone, segnala alcuni "suggerimenti pratici" riguardo come avanzare nella progettazione<sup>135</sup>:

- Progettare utilizzando componenti normalizzati
- Progettare secondo criteri di standardizzazione
- Progettare secondo criteri di modularità
- Utilizzare il minor numero possibile di componenti
- Seguire i punti fondamentali per una progettazione razionale

Andrea Branzi, propone una nuova visione strategica del *furniture design* (compreso in questo anche il contract) ed enuncia:

"Si tratta di saper affrontare una dimensione nuova del concetto di interior, product e furniture design, come un sistema articolato che realizza trasformazioni territoriali e non soltanto di singoli prodotti o ambienti; si tratta di saper coordinare e

---

<sup>134</sup> Evelina Bazzo e Camilla Tosi, "Contract per sapere" (rassegna degli atti del convegno), in *Ufficiostile* n° 2.11, p. 41.

<sup>135</sup> Per un maggiore approfondimento in merito al metodo per una progettazione razionale, che possa comportare un contract di successo, consultare il testo di Walther Iannaccone *Progetto "contract" (chiavi in mano). Le regole fondamentali per gestire con successo risorse umane, tecniche, economiche*, pp. 61-64.

programmare gruppi di imprese del settore, che possano collaborare per rispondere a grandi commesse. Del resto (non dimentichiamolo) il design italiano è nato durante gli anni trenta quando i piccoli laboratori artigianali sono stati in grado di rispondere alle necessità dei grandi cantieri navali che dovevano arredare i primi transatlantici (...)"<sup>136</sup>.

La visione strategica che presenta Branzi, ricorda una parte fondamentale degli origini del settore e suggerisce una più forte e cospicua sinergia tra progettista e impresa, capace di affrontare problemi complessi dotando il risultato di valore aggiunto basato nelle capacità industriali e il *know-how*.

Già negli anni ottanta, agli albori dell'era dell'elettronica, Gail Hayes<sup>137</sup> sosteneva che dagli studi che allora si facevano sugli uffici si riscontrava un notevole aumento della produttività dei lavoratori in ambienti di lavoro ben progettati, e che al momento che sempre più aziende aggiungevano apparecchiatura elettronica ai propri uffici, era sempre più essenziale la esperienza di un designer d'interni altamente qualificato che sapesse accomodare la tecnologia senza rinunciare le necessità umane<sup>138</sup> di uno spazio abitabile e confortevole.

A distanza di più di sessant'anni, troviamo opportuno citare i 5 principi che George Nelson, dal punto di vista da designer (l'unico che lui si sentiva di poter assumere) ritiene sia la filosofia progettuale che può portare una azienda (come la Herman Miller nel caso qui riferito) alla posizione di rilievo internazionale che mantiene da decenni:

- *Quello che fai è importante*
- *Design è una parte integrale del business*
- *Il prodotto dev'essere onesto*
- *Tu decidi cosa farai*
- *Vi è un mercato per il buon design*<sup>139</sup>.

---

<sup>136</sup> Andrea Branzi, "Per una nuova visione strategica del furniture design" in *Made in Cassina*, a cura di Giampiero Bosoni, p. 308.

<sup>137</sup> Presidente della *American Society of Interior Designers* nel 1986.

<sup>138</sup> Gail Hayes Adams, "Interior Design Issues for the 80's" in *The International Collection of Interior Design*, p. 10-11.

<sup>139</sup> Leslie Piña, *Herman Miller Interior Views*, p. 122.

Questi principi che già nel catalogo del 1950 sembravano apparire naïve ma sinceri e che oggi potrebbero sembrare ancora più ingenui, riteniamo possano essere una chiave di successo per le nuove iniziative e che ogni progettista deve assumere nella strada di creare design di qualità, durevole nel tempo.

Sub copertina

Conclusioni

## Conclusioni

Il contract è un argomento che rimane spesso dietro le quinte, anche quando è principale interprete. Il contract è un tema che sebbene convive nell'attività economica, produttiva e accademica, ha sempre avuto difficoltà nell'essere riconosciuta. Con il presente percorso di ricerca abbiamo voluto restituire in parte il suo ruolo di asse motore in certi campi della disciplina degli interni, e attraverso la raccolta, l'analisi e l'interpretazione di dati precisi e progetti specifici del settore contract, abbiamo approfondito questo argomento, capito gli origini, stabiliti i processi e fasi, riconosciuto protagonisti, progetti e prodotti propri del settore.

159

---

Siamo convinti che, insieme al dare un nome e una storia al contract, il poter riconoscere le opportunità e le implicazioni interessanti sulla produzione degli interni, possa essere il principale contributo originale della presente ricerca. Come in tutti i territori della creazione, i salti di qualità risultano evidenti e percepibili, e l'importanza e specificità del contract e la sua influenza sul progetto, sono in questo senso di grande valore. È vero che non tutte le occasioni del progetto sono ugualmente proffittevoli e suscitatrici di merito, ma quelle dove le attenzioni verso la progettazione degli spazi dell'abitare contemporaneo sono centrali, diventano di grande rilevanza.

Riteniamo che siano molteplici le opportunità che offre il contract nella ricerca accademica nell'ambito disciplinare del design degli interni, sia a livello teorico che tecnologico, così come le opportunità di sviluppo produttivo per incentivare la crescita del settore economico.

Agli origini, il contract si è sviluppato come una aggregazione di prodotti, ma nel giro di alcuni decenni evolve verso la sistematizzazione, e successivamente con l'inserimento di servizi, (punto che oggi rappresenta il principale valore aggiunto) un insieme integrato di prodotti e servizi per gli interni.

La nuova sfida per il settore del contract crediamo possa essere, paradossalmente, voltarsi a guardare indietro la strada fatta: sviluppando nuovi prodotti e nuovi servizi con coraggio nella ricerca tecnologica, produttiva e formale, che abbiano un senso e dialoghino con i tempi che trascorrono. Nuovi, in un contesto nuovo, che tengano conto delle vere preoccupazioni e priorità di questi tempi: l'energia, l'utilizzo delle risorse, l'efficienza produttiva, l'ergonomia. La nuova sfida non è quella di trovare un linguaggio che unisca il pubblico intorno a un prodotto "intelligente" alla portata di tutti ma quella di far evolvere quegli oggetti in prodotti che ottimizzino le prestazioni, che consumino meno risorse, che creino **valore reale** e tendano a coadiuvare un miglioramento sociale effettivo. Sarebbe il tempo della ricerca e lo sviluppo, della applicazione della tecnologia, dell'audacia nella tecnica, tempo di osare e di fare le stesse cose in modo diverso per un risultato eccezionale.

"A cosa serve disegnare un'altra sedia? Ce ne sono già fin troppe!"<sup>140</sup>. Infatti non sono mai altre, sono quasi sempre le stesse. L'approccio al design è quello che deve cambiare ed evolvere per ascoltare e dare risposta alle vere necessità dei fruitori finali. Ci sono già molte grandi aziende e piccoli produttori che si stanno facendo strada da tempo in questa direzione. Crediamo che saranno sempre di più e più frequentemente in compagnia della creatività di designers e architetti validi e coraggiosi insieme a mercati aperti e più attenti a individui e contesti.

Molti esempi audaci li abbiamo trovati nella storia. Vorremmo citare un esempio ritrovato nel primo numero della rivista Ottagono che, sebbene l'intenzione di questa pubblicazione non era

---

<sup>140</sup> Michele De Lucchi nella conferenza "Concettuale / Manuale" a Villa Panza, Varese il 14 novembre 2012.



strettamente legata al contract le era molto vicina. Si legge nella pagina di apertura come la rivista voglia essere una “rassegna di arredamento” non in termini “figurativi o culturali” ma ai “problemi della produzione industriale”, una “guida all’acquisto”<sup>141</sup>. Con questa allusione apriamo lo spazio alle proposte a futuro della presente ricerca:

- La elaborazione di una guida contract, pensata come un valido strumento per la fase di progettazione quanto per la fase di preventivazione, non dovrà limitarsi a una raccolta senza criteri di valutazione ma dovrà proporsi come una selezione che faccia emergere il meglio del design italiano specialistico del settore. Sebbene sia una ingenuità pensare al contract come insieme di elementi, rimane che una guida ponderata di aziende possono essere un valido strumento progettuale e professionale.
- Irrobustimento della collezione della Politeca guidato da un osservatorio professionale e accademico in modo che serva di strumento diretto di consultazione e studio sia di prodotti che di progetti.
- Analisi delle informazioni raccolte nella Politeca con l’obiettivo di analizzare l’evoluzione del prodotto contract e mettere a fuoco un soggetto in continua trasformazione, attraverso casi particolari e la evidenziazione di parametri per la progettazione mirata all’innovazione del prodotto.
- Trasformazione delle competenze specialistiche del contract in merito alla specificità disciplinare in un programma di studio mirato alla concretizzazione di un corso opzionale da inserire all’interno della laurea specialistica che riguardi le nozioni principali e i più importanti strumenti nel affrontare un progetto contract.

Crediamo che questo sia un settore pieno di ricche opportunità e che la dovuta attenzione debba essere data ad attori e forze produttive interdisciplinari.

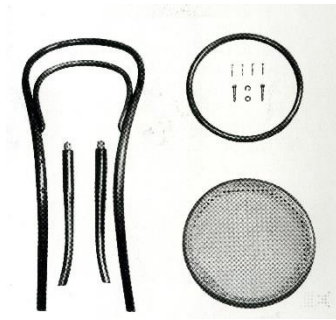
---

<sup>141</sup> *Ottagono* n° 1, aprile 1966, p. 28.

Sub copertina

Timeline

## Timeline



Elementi disassemblati della Bentwood Chair, Thonet.



Scrivania 601 della Metal Office Furniture per l'edificio Boston Customs House, 1919.  
Courtesy: Steelcase Corporate Archives.

**1853**

Peter Ten Eyck inventa “*certain new and useful Improvements in Sitting-Chairs*”, la sua sedia basculante: una sedia girevole in legno proto-ergonomica.

**1854**

Michel Thonet progetta la sua Bentwood Chair model n° 14, composta soltanto da sei elementi, senza giunzioni e assemblata da solo sei viti.

**1912**

Si fonda la Steelcase Inc. sotto il nome the Metal Office Furniture Company, in Michigan, Stati Uniti.

**1914**

Si firma il primo ordine per la fornitura di scrivanie metalliche della Metal Office Furniture Company.

**1915**

Fondazione della Design and Industries Association in Regno Unito con il fine di promuovere e incoraggiare il buon design: “*For the advancement of knowledge to promote, organize and encourage education of the public in the appreciation of good design, more particularly in connection with things in everyday use, and for the purpose to hold lectures, exhibitions and to award bursaries and scholarships to students.*”<sup>142</sup>

**1920**

Durante I primi anni della decada degli anni venti Harold Howe fonda la Howe Furniture in Trumbull, Connecticut. La compagnia Howe iniziò realizzando tavolini per gioco a carte, “snack tables”, comodini, lettini pieghevoli, appendiabiti in legno, tavoli per il cucito e praticamente ogni tipo di arredo pieghevole.

---

<sup>142</sup> <http://www.dia.org.uk/>



Pubblicità Alcoa dei suoi primi arredi in alluminio.



Interno dell'aereo promozionale di "Lucky Lindy". La scrivania, realizzata combinando ferro e alluminio per alleggerire il peso, si era usata dai giornalisti per lavorare in volo, 1927. Courtesy: Steelcase Corporate Archives.

## 1922

Alcoa diventa pioniere nella realizzazione di arredo in alluminio producendo il primo interno coordinato al mondo per l'ufficio del direttore della Mellon National Bank.

## 1925

Tiene luogo la fiera *International Exposition of Modern Industrial and Decorative Arts* a Parigi. Durante il periodo della fiera i principali "department stores" produssero delle stanze o "modern model rooms" chiamati allora *ensembles*, un precedente importante negli interni coordinati con criteri di integrazione dell'arredamento e la decorazione degli interni.

## 1926

Time magazine pubblica l'architetto Ralph Adams Cram nella sua copertina del 13 dicembre.

## 1927

Metal Office Furniture Co. produce e installa una scrivania "custom-built" abordo dell'aereo tri-motore che Charles Lindbergh usò per tour pubblicitari in tutti gli Stati Uniti dopo il suo volo trasatlantico.

## 1928

A Toronto apre uno showroom contract con arredi in legno curvato della Jacob and Joseph Kohn and Mundus.

## 1930

Time magazine pubblica l'architetto William Adams Delano nella sua copertina del 2 giugno.

Howe entrò nel mercato della ospitalità negli anni trenta quando il *general manager* del Hotel Waldorf Astoria a New York, avvicinò Harold Howe perché necessitava di un tavolo da banchetto pieghevole. A fine degli anni sessanta un'altra grande commessa per Howe fu il rifacimento dei 2100 tavolini originali che dopo trenta anni continuavano a lavorare perfettamente ma i piani erano troppo logorati.

## 1934

Il film premiato dalla Accademia "It Happened One Night," interpretato da Clark Gable e Claudette Colbert, mostra più volte un autobus Greyhound durante lo svolgimento della storia, creando interesse per il viaggio in autobus in tutti gli Stati Uniti.

## 1935

Artek è fondata da Alvar e Aino Aalto, Nils-Gustav Hahl e Maire Gullichsen.

## 1936

Frank Lloyd Wright progetta il Johnson Wax Administration Building e il suo "proto-system office furniture", ingegnerizzato e prodotto da Metal Office Furniture Company (Steelcase).

Greyhound introduces the "Super Coach," the first bus with an all-metal body and rear-mounted engine, seating 37 passengers and advertised for family travel.



Passegeri del Pan-Am Boeing 307, 1945 ca.



Arredo di bordo per la marina degli Stati Uniti prodotta da Metal Office Furniture Co, 1942 circa. Courtesy: Steelcase Corporate Archives.



Greyhound Scenicruiser, 1946.

### 1938

Raymond Loewy progetta gli interni del Boeing 307 (Stratoliner) proprietà di Howard Hughes. Si trattava del primo aereo a quattro motori per tratte panamericane e con compartimenti per dormire, con un'altra innovazione: la cabina pressurizzata.

Time magazine pubblica l'architetto Frank Lloyd Wright nella sua copertina del 17 gennaio.

### 1939

Herman Miller è tra i primi ad aprire lo showroom al Merchandise Mart di Chicago.

### 1940

Greyhound istituisce con successo la loro catena di ristoranti "Post House".

Raymond Loewy disegna gli autobus Greyhound negli Stati Uniti fino 1954.

### 1942

I sistemi di arredo per l'ufficio sono lanciati da Herman Miller con il loro innovativo sistema modulare Executive Office Group (EOG).

Metal Office Furniture Co. vince un contratto di \$254,000 per realizzare arredo in metallo, leggero e robusto per la marina (U.S. Naval cruiser class ships). Con l'arrivare della Guerra, tutta la produzione di arredo metallico per l'uso commerciale si ferma.

### 1944

Charles P. Cochrane Co. a New York apre il "Contract Department" all'interno del suo principale edificio di grandi magazzini.

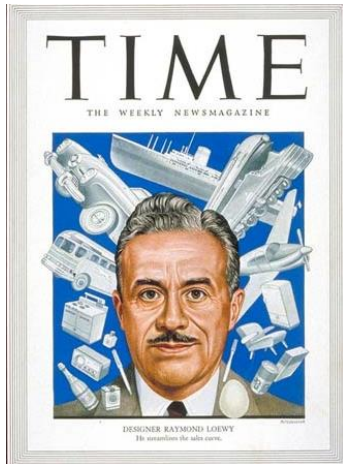
### 1946

Time magazine pubblica l'architetto Charles Luckman nella sua copertina del 10 giugno.

### 1947

Si inaugura la esposizione *Good Design is Your Business* nel Baltimore Museum of Art.

George Nelson spinge ancora più in là il Herman Miller EOG system influenzando il mercato per sempre.



Azucena è fondata da Luigi Caccia Dominioni, Corrado Corradi Dell'Acqua, Ignazio Gardella, Maria Teresa e Franca Tosi.

#### 1948

MoMA lancia il concorso internazionale di design per arredo low-cost.

Howard Hughes ha un nuovo interno per aereo progettato da Raymond Loewy, con la collaborazione di Rita Hayworth, convertendosi in uno dei primi esempi di conversione di un aereo commerciale in un lussuoso "executive transport".

General Fireproofing lancia la linea esecutiva di scrivanie Mode-Maker, progettata con la collaborazione di Raymond Loewy.



#### 1949

Time magazine pubblica il designer Raymond Loewy nella sua copertina del 31 ottobre (sarà la prima volta che un designer compare nella copertina). L'architetto Richard Neutra avrà la copertina del 15 agosto.

#### 1950

Skidmore, Owings, Merrill si rivolgono a Howe per il design di un tavolo pieghevole a 4 gambe "che non sembri un tavolo pieghevole". Il cliente era Union Carbide, e il tavolo risultò nella 500 Series.

La palette Sunshine Styling della Metal Office Furniture Co., 1953. Courtesy: Steelcase Corporate Archives.

I nuovi colori: Desert Sage, Blond Tan, Mist Green, e Metallic Gray, presto saranno completati da Flame, Cordovan, Bamboo, e Blue. L'anno dopo sono stati i primi a distribuire cataloghi a colori.

#### 1952

Time magazine pubblica l'architetto Wallace K. Harrison nella sua copertina del 22 settembre.

#### 1953

Steelcase lancia "Sunshine Styling", il primo arredo per ufficio a colori dell'industria del mobile. Una palette completamente nuova ispirata ai colori del deserto dell'Arizona.

#### 1954

La rivista Interior Design pubblicò un numero dedicato completamente al contract. Fu la prima volta che una rivista specialistica dedicò un numero a interni non residenziali.

L'autobus più famoso degli Stati Uniti, il Greyhound, dà il passo al "Scenicruiser" su due livelli e con capacità per 43 passeggeri, con bagni interni e più spazio per il bagaglio. Furono costruiti più di 1000 unità.

Shelby Williams Industry si fonda con il nome "Illinois Corporation".

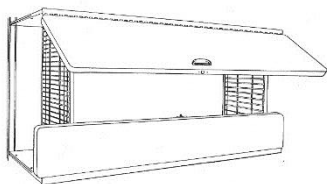
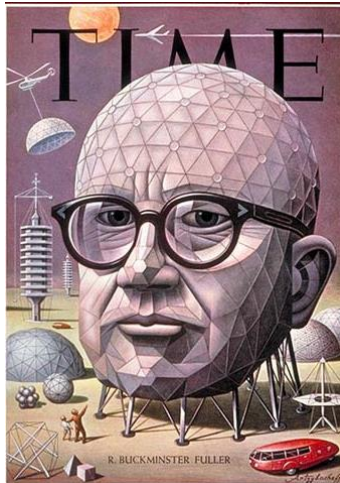
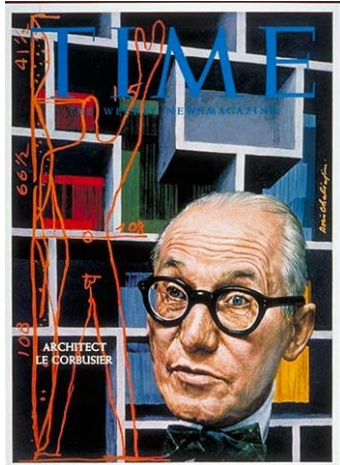
#### 1956

Time magazine pubblica l'architetto Eero Saarinen nella sua copertina del 2 luglio.



#### 1958

Time magazine pubblica l'architetto Edward Stone nella sua copertina del 31 marzo.



Contract Storage System,  
Charles and Ray Eames, 1966.

**1959**

George Nelson lancia le “Contract Benches” con Herman Miller, nel mercato fino a 1970.

**1961**

Herman Miller applica tecniche delle scienze comportamentali per studiare la performance in ufficio.

Charles e Ray Eames progetta per Herman Miller il Contract Storage Units, e la linea di sedie Executive Seating.

Time magazine pubblica l'architetto Le Corbusier nella loro copertina del 5 maggio.

**1962**

Gli Eames sono parte del gruppo che applicò il principio di sospendere l'imbottitura per le sedute di uso pubblico Aluminum Group e il Tandem Sling Seating del Chicago's O'Hare Airport.

**1963**

Il Merchandise Mart di Chicago riallocò diversi showroom di più produttori insieme in un solo piano in quello che dopo si conobbe come il “Contract Floor”.

Time magazine pubblicò l'architetto Minoru Yamasaki nella sua copertina del 10 gennaio e l'architetto William Pereira in quella del 6 settembre.

**1964**

Robert Propst sviluppa e George Nelson dà forma alla Action Office I concept (AOI) di Herman Miller.

Manfred Steinfeld fonda la Contract Manufacturers' Association.

Time magazine pubblica l'architetto, designer, inventore, teorico e autore Buckminster Fuller nella sua copertina del 10 gennaio, e l'architetto Edmund Bacon in quella del 6 novembre.

**1966**

Charles e Ray Eames Contract Storage System di Herman Miller.

**1967**

Conferenza stampa per l'Intercon. Un incendio distrusse la sede dell'evento e la fiera viene annullata.

**1968**

Time magazine pubblica l'architetto Nathaniel Alexander Owings di SOM en su copertina del 2 agosto.

### 1969

La prima fiera Neocon al Merchandise Mart di Chicago.

La Interiors Decorators Society di Quebec cominciò il proprio premio annual di design per arredo residenziale e commercial e l'anno dopo il governo annunciò un nuovo concorso *business-oriented*: il National Design Council Chairman's Award per Design Management.

### 1970

Girard progetta la grafica per i pannelli rivestiti in tessuto dell'Environmental Enrichment, e del AO system del 1971.

### 1972

La tendenza di crescita costante del mercato del contract finisce e il mercato soffre di saturazione.

### 1973

La crisi petroliera originò un rallentamento nel turismo e di conseguenza nelle compagnie di ristorazione e alberghiere.

### 1976

Gli studi di William Stumpf sulla antropomorfia e i modi di lavorare risultarono nel lancio della sedia Ergon.

### 1979

Il sindaco di Chicago proclama il 12 giugno il "Contract Furniture Industry Day".

168

Pubblicazione del testo "Shelby Williams: 25 years of Contract Furniture".

Morristown Foam, una sussidiaria di Shelby Williams, sviluppa CMHR, lo stato dell'arte in poliuretano ritardante al fuoco e crea uno standard nell'industria del mobile.

Si pubblica "Industrial Design" di Loewy.

Time magazine pubblica l'architetto Philip Johnson nella sua copertina del 8 gennaio.

### 1980

Aprire al Mart di Chicago un design center specializzato nel mercato contract, riconoscendo la necessità di risorse per contract designers, architetti e computisti. Il centro riunisce 1200 volumi di referenze bibliotecarie in libri e periodici attinenti ai servizi di ristorazione e alberghiero, arredo specifico, antiquariato, interior design, arte e decorazione, illuminazione, tessili e architettura. Includeva anche una galleria di prodotti presentando molti dei principali fornitori della industria del contract.

Esplosione del mercato dell'ufficio e dei servizi di viaggi business. Boom del mercato di "multiproprietà".



**1994**

IIDA si fonda negli Stati Uniti come risultato della fusione del Institute of Business Designers (IBD) il International Society of Interior Designers (ISID) e il Council of Federal Interior Designers (CFID).

**2001**

Le industrie del viaggio e dell'ospitalità soffrono mondialmente degli attacchi terroristici del 11 settembre. Il mercato si recupera solo dopo circa 4 anni.

**2008**

La recessione globale colpisce l'occupazione alberghiera toccando il più basso livello mai raggiunto. Nuove costruzioni di alberghi declinano significativamente.

**2011**

Si tiene un gruppo di conferenze "Contract per sapere", Venice, Italy.

Manfred Steinfeld crea il portale del contract "chairpedia".

**2012**

Si crea in Italia la fiera del contract "Happy Business to You" a Pordenone.

Sub copertina

Appendici

## Appendici

- \* Brevetto della “sedia basculante per il lavoro”.
- \* Patente di cestino in ferro piegato per l’ufficio e gli alberghi.
- \* Pubblicità delle scrivanie AllSteel della GF.
- \* Pubblicità dell’espositore alimentare mod. Terrel (Steelcase).
- \* Manifesto fondatore e statuto di Artek.
- \* Brossura Aircomb della AllSteel.
- \* Pubblicità del contract, 3 esempi degli anni '60.
- \* Brossura della scrivania the General Fireproofing Co. modello Mode-Maker.
- \* Comunicato stampa della prima fiera internazionale del contract Intercon.
- \* Proclamazione del sindaco di Morristown come “Capitale mondiale della sedia”.
- \* Proclamazione del sindaco di Chicago del “Contract furniture industry day”.
- \* Tabella comparativa del "Construction Contract" e "FF&E Contract" per fasi del progetto.
- \* Raccolta degli articoli di giornale relativi al contract.
- \* Elenco delle aziende contract a livello internazionale (direttorio tratto da chairpedia.com).



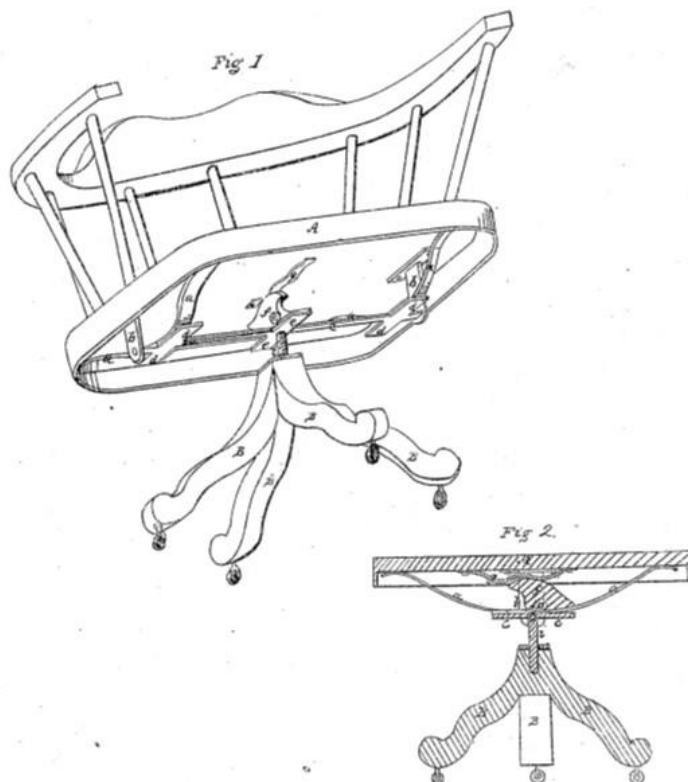
Appendice (2 pagine)

Brevetto n° 9620 registrato negli Stati Uniti il 15 marzo 1853 per “miglioramenti nuovi e utili di una sedia basculante per il lavoro”, Peter Ten Eyck.

*P. Ten Eyck.  
Chair.*

*Nº 9.620.*

*Patented March. 15. 1853.*



# UNITED STATES PATENT OFFICE.

PETER TEN EYCK, OF NEW YORK, N. Y.

## ROCKING-CHAIR.

Specification of Letters Patent No. 9,620, dated March 15, 1853.

*To all whom it may concern:*

Be it known that I, PETER TEN EYCK, of the city, county, and State of New York, have invented certain new and useful Improvements in Sitting-Chairs; and I do hereby declare the following to be a full, clear, and exact description of the same, reference being had to the accompanying drawings, in which—

10 Figure 1 represents a perspective view of the chair, with all the parts complete, and Fig. 2, a vertical section through the same.

15 The nature of my invention consists in combining with a chair, so arranged as that the top or seat shall rock upon the bottom part while the legs remain stationary, a safety guard, to prevent the chair from going back too far, and also to prevent it from going suddenly backward when the person seats himself in it.

To enable others skilled in the art to make and use my invention, I will proceed to describe the same with reference to the drawings.

25 A, represents the seat of the chair, to the under part of which is attached the two steel, or other rockers *a a*. There is also attached to the underside of the seat, two projecting or hanging pieces *b, b*, one on each side of the chair, and into these is fixed a cross bar *c*, having arms *d* extending out at right angles to it, on each side of the chair immediately underneath the rockers or springs *a a*, so that said rockers may rest or oscillate on said arms. There are also similar arms *e*, in the center of the cross bar *c*, on which is hinged the safety guard *f*, it being a cam shaped piece, with a rounded top and slightly curved bottom, working against a friction spring *g*, fixed on the under part of the seat of the chair, and when its slightly curved side comes down upon the arms *e*, it prevents the seat from going back any farther, except by the yielding of the friction spring *g*, which lets it down easily and without jar; the chair then hangs easy upon the ends of the rockers. In rocking forward the feet of the person using the chair, serves the purpose of regulating its forward motion. This cam piece *f*, also, when the person is suddenly seated in the chair, by means of the friction spring *g* prevents the

chair seat from swaying suddenly backward, thus serving the double purpose, of regulating the distance which the seat may rock backward, and preventing it from going back suddenly.

*i*, is a screw rod, fastened to the cross bar *c*, and working in a female screw in the top of the legs *B*, to allow the seat to be raised or lowered on the legs, which legs may also be furnished with casters if found desirable.

Fig. 2 represents a vertical section taken through a plane passing from front to back of the chair through its center, in which similar letters refer to like parts as in Fig. 1. The bar *c*, is kept in a horizontal position by the screw rod *i*, and the rockers *a*, which are firmly attached to the underside of the seat, oscillate on the arms *d, d* on said bar. The projections *b*, which are also firmly attached to the seat affords a support for the pivots of the bar *c*. The arms *e e*, on the bar *c*, remain also horizontal, while the cam *f*, which is hinged to the front one of the arms, may have movement independent of it, and may rock backward until its nearly flat surface rests on the rearmost arm *e*, whereby its contact, with said arm, and the friction of the spring *g*, the seat will be gently stopped and held in an easy position at that point. The pivot of the cam *f*, is eccentric to the pivots of the bar *c*, and in rocking forward the cam leaves the arm *e*, and may by the action of the spring move to a certain extent, with the seat, and then drop back onto or nearly onto the arm again.

Having thus fully described the nature of my invention, what I claim therein as new and desire to secure by Letters Patent is,

In combination with a sitting chair, so arranged as that the seat may rock upon the legs or support, the safety piece or guard hung eccentrically to the pivot of the bar on which it rests, and the spring *g*, for preventing the top part of the chair from rocking too far or too suddenly, substantially as herein described.

PETER TEN EYCK.

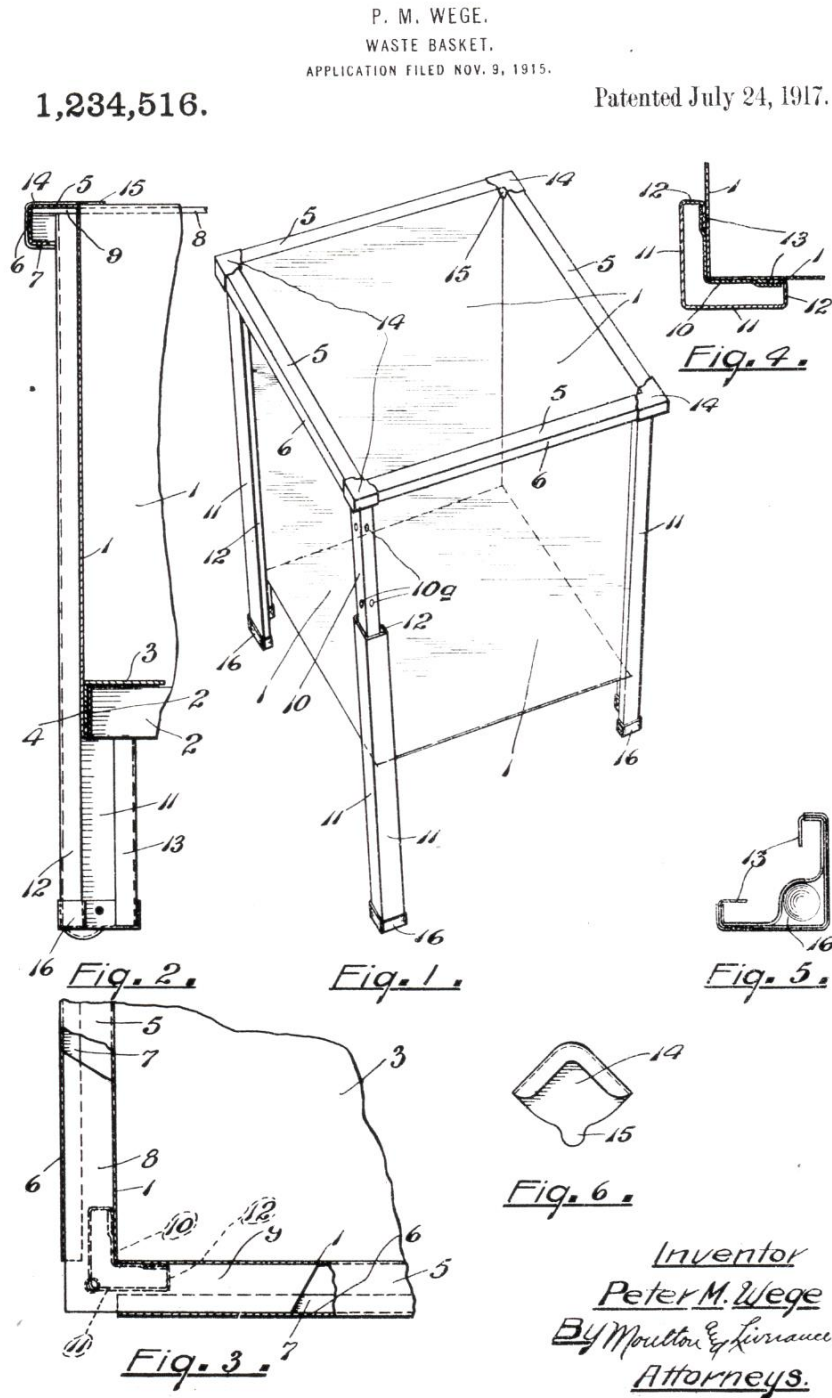
Witnesses:

A. B. STOUGHTON,  
S. C. DUNN.

Si legge più avanti nella relazione descrittiva: “La natura della mia invenzione consiste in combinare con una sedia, sistemata in modo che la seduta oscilli verso la parte bassa mentre che le gambe rimangono ferme, un sistema di sicurezza che prevenga che la sedia indietreggi troppo lontano o che vada indietro mentre la persona si siede”.

Appendice

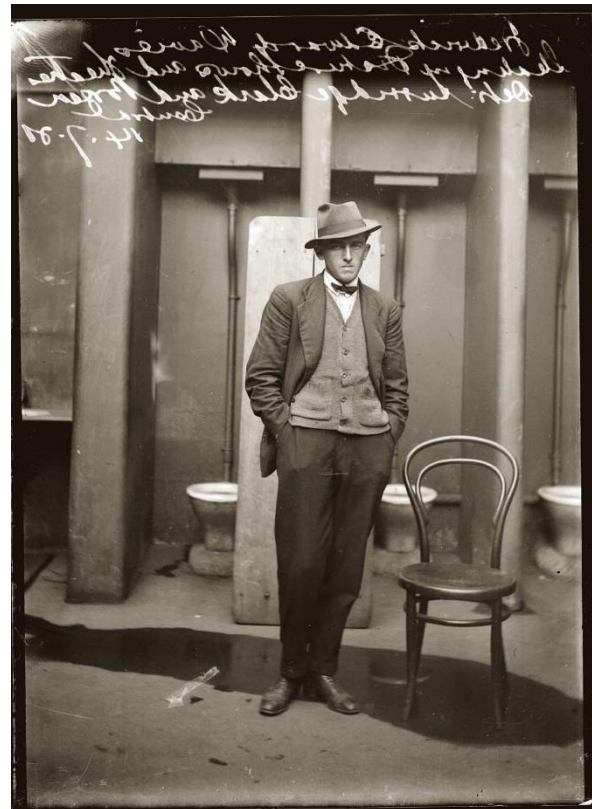
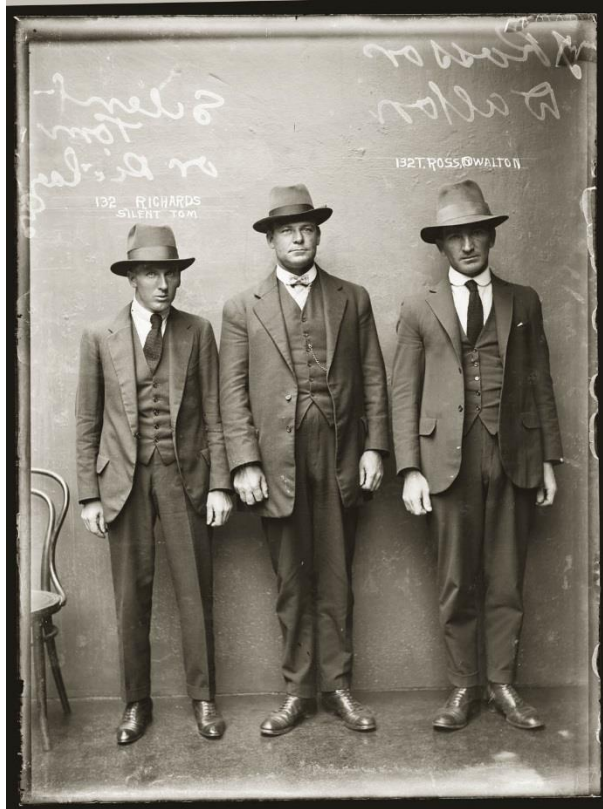
Disegno per la patente del cestino Victor, concesso a Metal Office Furniture depositato nel 1915.  
Courtesy: Steelcase Corporate Archives.



Il primo cestino per la carta costruito in metallo con lamiera piegata per consentire la maggior ottimizzazione di materiale e garantire robustezza (fig. 4), con gommini ai piedi (fig. 5) per evitare di danneggiare la pavimentazione (tendenzialmente in legno) e angolini in gomma (fig. 6) per proteggere gli altri arredi e gli utenti.

## Appendice

Foto segnaletica: (in alto a sinistra) "Silent Tom" Richards e T. Ross, alias Walton, 12 aprile 1920; (in alto a destra) Frederick Edward Davies, 14 luglio 1921; (in basso) May Russell, 31 gennaio 1922.  
Stazione Centrale di Polizia di Sidney, Australia. Fonte: Justice & Police Museum Archives, Sydney.



Si può vedere come all'occorrenza, in assenza di altri strumenti, le sedie in legno curvato, così largamente diffuse all'epoca (e riconoscibili a chiunque), potessero anche servire come riferimento per stabilire la statura e robustezza delle persone identificate al momento delle foto segnaletiche.

Appendice

Pagina pubblicitaria della linea di prodotti per l'ufficio "Allsteel" della *General Fireproofing Co.* mostrando gli uffici della *Alex McMillan Company* a Knoxville TN, Stati Uniti, 1926.

## Allsteel desks of lasting beauty ~ yet surprisingly low in cost



*Offices of the Alex McMillan Co., Knoxville, Tenn.—equipped with Allsteel Desks*

**—even ordinary desks cost fully as much . . . . .**

ALL over America you'll find these new **GF Allsteel Desks** gracing the offices of successful concerns. For these superb desks have many obvious advantages. They not only look better but last longer than desks of the ordinary old fashioned kind. They won't mar—nick—warp. Tops, too, are

marproof—of durable Velvoleon, banded with polished bronze. The steel drawers operate easily—silently. So there's no depreciation—no replacement or refinishing cost. And with all these obvious advantages, Allsteel Desks are inexpensive. Big production has decreased the cost. Today you can have them for no more than you'd pay for ordinary desks. The catalog will bring you complete information. Send it.

**THE GENERAL FIREPROOFING COMPANY**  
Youngstown, Ohio; Canadian Plant: Toronto, Ont.  
Branches and dealers in all principal cities.

**ATTACH THIS SYSTEM TO YOUR FIRE RESISTANCE**  
**THE GENERAL FIREPROOFING CO.**  
Youngstown, Ohio

Please send me a copy of the Allsteel Desk catalog.

Name \_\_\_\_\_  
Address \_\_\_\_\_  
City \_\_\_\_\_ State \_\_\_\_\_



**THE COMPLETE LINE OF OFFICE EQUIPMENT**

Allsteel Office Equipment also includes:  
Safes  
Filing Cabinets  
Sectional Cases  
Tables  
Shelving  
Transfer Cases  
Storage Cabinets  
Document Files  
Supplies

Si notino i prodotti (scrivanie, sedie operative, vassoi portadocumenti e cestini) finiti con la tecnica "graining" e come siano tipologicamente identici a quelli costruite tipicamente in legno.



Appendice

Publicità dell'espositore di prodotti alimentari della linea Terrell, *National Groceries Bulletin*, 1934.

NATIONAL GROCERS BULLETIN, SEPTEMBER, 1934

**IF YOU WANT** *Your* **SALES DOUBLED**  
**READ EVERY WORD on THIS PAGE**  
**and then MAIL the COUPON**



● This Terrell Unit in Van's Food Market earned the excellent sales record of increasing total fruit and vegetable business 40%. Lettuce, celery, and spinach sales doubled.



Mr. G. Vander Hoon, Director of the National Association and proprietor of Van's Food Market. His approval "COUNTS".

★ Increase in sales is important—but increase of profit is more important. Terrell "Dew Fresh" Display Units keep produce fresh, inviting, and saleable at a profit. Such equipment is practical insurance against being forced to "close-out stock" at a sacrifice.

With a Terrell, perfect ventilation is constant. All produce air cooled. Moisture controlled as to direction and density, from a fine dew mist to a true spray, anywhere you want it. Sanitary, easy to clean, durably constructed, rust-proofed throughout; lasting, baked-enamel finish; ventilated steel bins.

It will pay you to inquire for complete information.



● The popular unit model T-23 is 9' long. As shown it is intended for wall installation in the narrow store. With Terrell Dew-Fresh line there is a standard size and style for every need.

**METAL OFFICE FURNITURE CO.**

*Terrell Store Equipment Division*

**GRAND RAPIDS, MICHIGAN**

**MAIL THIS COUPON TODAY**

Metal Office Furniture Company,  
Terrell Store Equipment Division,  
Grand Rapids, Michigan

Please send me complete information on  
Terrell Spray Racks and Islands.

Name \_\_\_\_\_

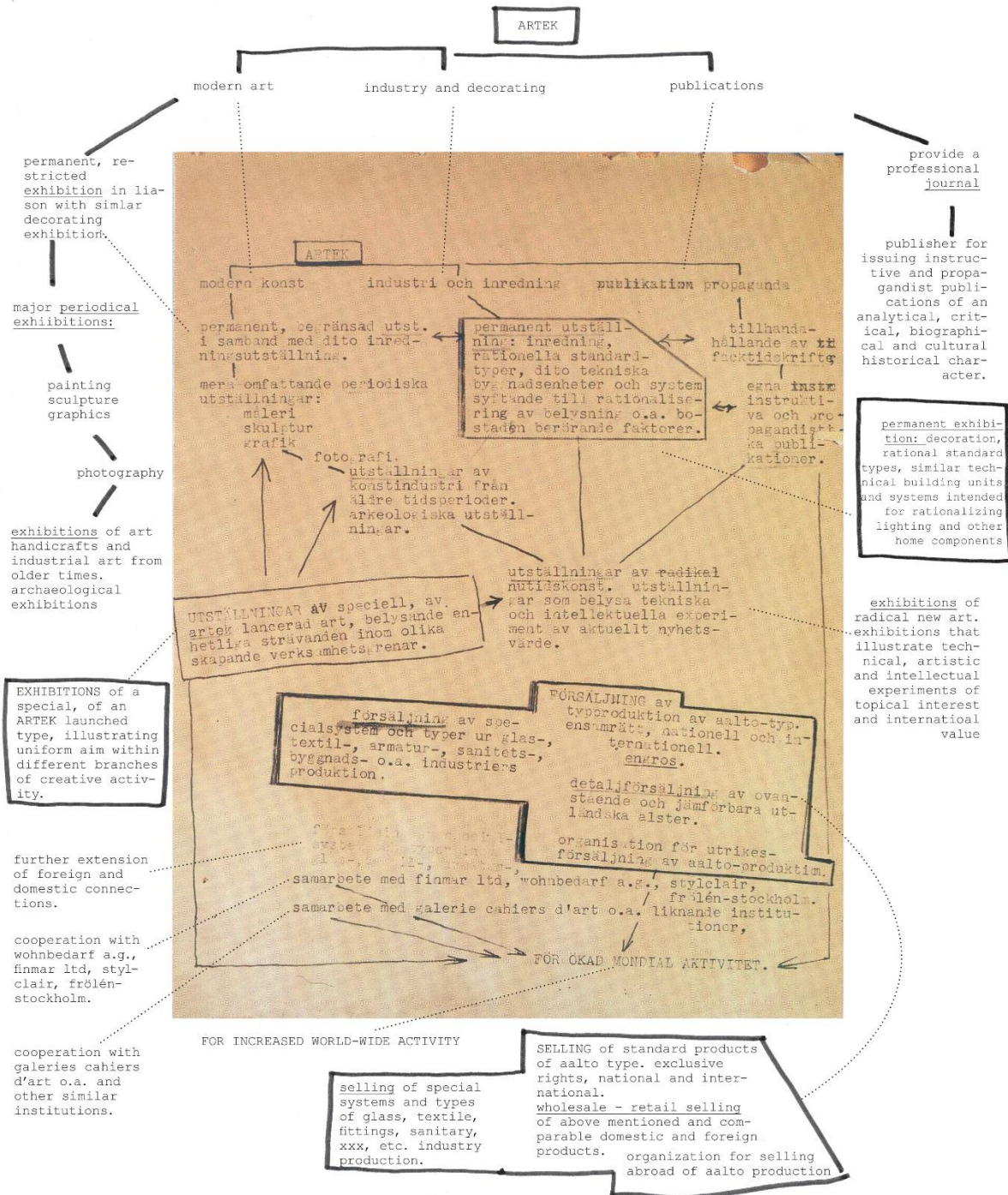
Address \_\_\_\_\_

City \_\_\_\_\_ State \_\_\_\_\_

In pochi anni è diventato uno standard che gli elementi di arredo che dovevano dimostrare prestazioni elevate fossero costruiti in metallo. Questa pubblicità dell'equipaggiamento per negozi Terrell, completa di *testimonial*, dichiara la efficacia nel mantenere la freschezza dei prodotti in modo di garantire vendite e profitto. La linea di unità espositive per alimenti qui presentata si chiamava "Dew Fresh" ("rugiada fresca").

Appendice

Manifesto fondatore della azienda Artek, 1935 circa.



Il manifesto si presenta come una mappa mentale, dove a capo, la prima cosa presentata in modo semplice e diretto è la unione di "arte moderna" e "industria e decorazione" come elementi conformatori dell'essenza Artek. In più presenta come una scaletta di priorità la visione e le azioni strategiche per la raggiunta degli obiettivi (di vendita e di *creazione di valore* con aspirazione internazionale) attraverso diverse tipologia di eventi ed esposizioni (periodiche, permanenti, speciali), pubblicazioni (di carattere giornalistico, commerciale, analitico, critico, biografico, culturale, storico) e pubblicità; così come diversi reti di collaborazioni e cooperazione inter istituzionale.

Appendice (3 pagine)

Comunicato stampa del MoMA per il concorso internazionale di design "Low-cost Furniture", per produrre arredo che sia "capace di adattarsi alla varietà di usi nelle piccole case d'oggi", 1948.

251

THE MUSEUM OF MODERN ART

11 WEST 53RD STREET, NEW YORK 19, N. Y.  
48105-1  
TELEPHONE: CIRCLE 5-8900

FOR RELEASE MONDAY JAN. 5, 1948

\$30,000 IN GRANTS, \$20,000 IN PRIZES IN INTERNATIONAL COMPETITION FOR  
DESIGN OF LOW-COST FURNITURE. ANNOUNCEMENT OF TERMS AND CONDITIONS.

CHICAGO, January 5, 1948....The International Competition for the Design of Low-Cost Furniture, with prizes and grants totaling \$50,000 is declared open today (January 5) and will close at midnight, October 31, 1948, awards to be made by the jury within two months after the Competition closes.

The announcement was made at a meeting yesterday (January 4) in the Drake Hotel, Chicago, attended by officials of the Museum and the Steering Committee of Museum Design Project, Inc. which is sponsoring the Competition jointly with the Museum. Museum Design Project represents leading retail stores in more than 160 cities throughout the United States which are cooperating in the Competition and will be the outlets for the furniture realized from the winning designs.

At the meeting, printed programs of the Competition listing its formal terms and conditions were given out. Many thousands of these booklets will be distributed throughout the country and will be sent upon request to any prospective contestant. A similar booklet with certain changes in the regulations will be sent upon request to all prospective contestants residing outside the United States of America.

Nelson A. Rockefeller, President of the Museum, made the original preliminary announcement of this international project at a dinner held two weeks ago in New York and attended by leading furniture retailers from all over the country. Since that time Rene d'Harnoncourt, Director of the Museum's Curatorial Departments, and Edger Kaufmann, Jr., Director of its Department of Industrial Design, have been working out details of the Competition with the Museum Design Project Steering Committee, which consists of

Harry Fish, Chairman, of New York City  
Nathan S. Sachs of New York City  
Harry I. Stern of Philadelphia, Pa.  
Harry M. Eptine of Pittsburgh, Pa.  
Harry Coplan of Baltimore, Md.

Yesterday all of these officials were present at the meeting in the Drake Hotel.

COMPETITORS ELEGIBLE

The Competition is open to designers in all countries with the exception of employees of the Museum of Modern Art and Museum Design Pro-

-2-

ject, Inc. Entries to the Competition must be submitted anonymously. Competition programs with attached entry blanks giving each prospective competitor a number will be mailed to anyone sending a request to

Edgar Kaufmann, Jr., Director  
Department of Industrial Design  
Museum of Modern Art  
11 West 53 Street  
New York 19, N. Y.

Identified only by the number on the entry blank, drawings on 20 x 30" sketch boards or the equivalent must be submitted (plans or half-plans, sections, elevations, details of construction, etc.) In addition to the technical drawings, each piece must be shown in a colored perspective or isometric at a large enough scale to give an accurate idea of the appearance of the finished piece.

In addition to the drawings competitors are required to send in a working model of each seating or storage unit submitted, not less than 1/4 full size.

#### SCOPE OF COMPETITION

To obtain furniture capable of being adapted to a variety of uses in today's small homes the Competition covers two main categories:

- (1) Seating units for one or more persons, such as upright and lounge chairs, sofas, daybeds, benches, and others.
- (2) Storage units for household or personal effects or for both.

Competitors may submit entries for seating units or storage units or both, and there is no restriction on the total number of entries one competitor may submit.

In addition to individual competitors, six design-research teams consisting of outstanding designers working in collaboration with technological laboratories have been selected by the Museum of Modern Art and given a research grant of \$5,000 each. These teams will be asked to submit a research report to supplement their entries.

#### PRIZES

Prizes will be awarded for designs capable of being developed into furniture groups for living rooms, bedrooms and dining areas.

Best design for a seating unit

First prize \$5,000  
Second prize 2,500  
Third prize 1,250

Best design for a storage unit

First prize \$5,000  
Second prize 2,500  
Third prize 1,250

In addition, a special Research Report Prize of \$2,500 will be awarded to the team submitting the best report.

The jury retains the right not to award any of the prizes if it finds no entries of sufficient merit.

180

Si legge: "Scopo della competizione: per ottenere arredo capace di essere adattato a una varietà di utilizzi nelle piccole case di oggi la competizione copre due principali categorie: 1) Unità di seduta per una o più persone, come sedie, poltrone, divani, *sommier*, panche e altro. 2) Unità di stoccaggio per oggetti d'uso personale o domestico o ambedue.

-3-

253

THE JURY

The jury is composed of the following:

Alfred Auerbach, Design and Merchandising Consultant, former Editor "Retailing"

Catherine Bauer, Housewife, Housing Expert

Luis de Florez, Consulting Engineer, former Deputy Chief of Naval Research, United States Navy

Rene d'Harnoncourt, Director of Curatorial Departments, Museum of Modern Art

Hugh Lawson, Divisional Merchandise Manager of Home Furnishings, Carson Pirie Scott & Company

Ludwig Mies van der Rohe, Director of Department of Architecture, Illinois Institute of Technology

Gordon Russell, Director, Council of Industrial Design, Great Britain

The awards will be made by the jury within two months after the closing of the Competition. Winners will be notified promptly by telegraph. The jurors will meet in as many sessions as are needed for careful judging.

The decision of the jurors will be final.

MANUFACTURE, SALE AND EXHIBITION OF PRIZE-WINNING DESIGNS

Museum Design Project, Inc., co-sponsor of the Competition, will endeavor to arrange for the manufacture and sale of the prize-winning designs in the United States, with a royalty to the designer of not less than 3% on all sales of such furniture or a flat amount agreed to as equivalent to such royalty.

The Museum will exhibit the winning entries and the manufactured furniture if this latter is realized in a form satisfactory to the designers and to the Museum. It may also exhibit additional entries of merit which did not win prizes. Several other museums, and stores cooperating with Museum Design Project, Inc., are expected to hold exhibitions in the United States and in other countries. These exhibitions will be based on and limited to the material selected for exhibition by the Museum of Modern Art.

NOTE: Most important of the technical changes in the Competition regulations governing contestants residing outside the United States is the omission of the requirement to send in a working model of the entry. This is not required of foreign contestants. Other changes in the regulations concern directions for mailing or expressing the entries and customs declarations, etc.

181

A proposito della composizione della giuria si leggono i multidisciplinari integranti: Alfred Auerbach, Consulente di Design e Marketing, Editore di "Retailing". Catherine Bauer, Casalinga ed Esperta della Casa. Luiz de Florez, Ingegnere e Capo della Ricerca Navale della Marina degli Stati Uniti. Rene d'Harnoncourt, Direttore dei Dipartimenti di Curatela del MoMA. Hugh Lawson, Manager della Divisione *Merchandise* di Arredamento Domestico della Carson Pirie Scott & Company. Ludwig Mies van der Rohe, Direttore del Dipartimento di Architettura dell'Illinois Institute of Technology. Gordon Russell, Direttore del Council of Industrial Design di Gran Bretagna.

Appendice (4 pagine)

Brossura del prodotto Aircom della azienda AllSteel, 1957 ca.

**Out of the  
Wonderful  
World  
of  
Aircraft...**

**COMES THIS  
SENSATIONAL NEW**

**ASE DESK TOP**

**of DOUGLAS  
AIRCOMB®**

TRADE MARK

\*Douglas Aircraft Co., Inc., Trademark

La brossura, evidenzia gli origini aeronautici dell'innovativo materiale "Aircomb" e le proprietà di leggerezza e resistenza del prodotto per l'utilizzo sia in un aereo che in una scrivania.

**ASE SELECTS**  
**DOUGLAS AIRCOMB**



for  
**STRONGER**  
**LIGHTER**  
**FLATTER**

**ASE DESK TOPS**



**WHAT ARE ASE AIRCOMB DESK TOPS?**

AIRCOMB, for its weight, is one of the strongest materials made... a honeycomb kraft paper structure impregnated with phenolic type resin, it is coated with adhesive on each side, and sandwiched between steel wrapper sheets. Unexcelled for strength, rigidity, durability and resistance to all environmental factors. Time tested in the aircraft industry for more than a decade and for several years by ASE... Research has proved ASE AIRCOMB Desk Tops superior in every way.



**STRONGER**  
Uniformly strong and possesses great rigidity... strengthens tops which overhang the desk base set.



**MORE DURABLE**  
Accelerated laboratory tests indicate that ASE AIRCOMB Tops are superior in durability to other desk top materials.



**SCORCH RESISTANT**  
ASE AIRCOMB Desk Tops covered with Formica or Textolite are resistant to normal cigarette or cigar burns.



**LIGHTER**  
AIRCOMB, by reducing the overall weight of the desk, decreases floor loads on larger installations.



**FLATTER**  
Flatter, smoother surface for the bonding of desk top materials... improves writing surface and deters creeping of machines while in use.

Copyright 1957 by All-Steel Equipment Inc.

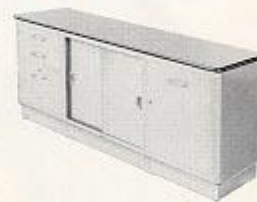
La brochure pubblicitaria recita le proprietà di un materiale testato per più di dieci anni nell'industria aerea, un *sandwich* fatto di alveolare di carta *kraft* impregnato di resina e coperto su ogni lato di colla in modo di diventare solidale alle due lastre di alluminio alle quali successivamente si rivestirà con la finitura. Il materiale più "adatto" all'utilizzo per i piani delle scrivanie in quanto "più forte, più duraturo, resistente alle bruciature, più leggero e più piatto".



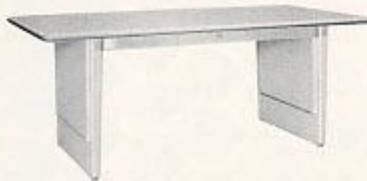
**AIRCOMB<sup>®</sup> TOPS** are available on



1. All Executive Conference Desk Tops



2. All Credenza and L-Unit Tops  
up to 76" in length and Credenza  
Corner Unit Tops



3. Textolite and Formica covered  
Desk and Table Tops




4. Fixed-Side Typewriter Platforms  
No. 6401 and No. 6402


Alcuni dei modelli di scrivania (per lo più operativi e segretariali, non esecutivi) che l'azienda annuncia utilizzano il piano di "Aircomb".



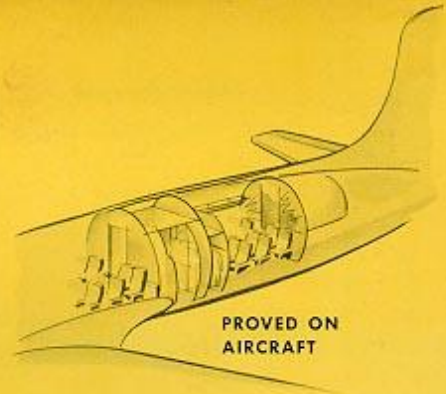
**AIRCOMB<sup>®</sup>**  
TRADE MARK  
**IS RESISTANT TO  
HUMIDITY, FIRE, FUNGI AND PESTS,  
SALT ATMOSPHERE, TEMPERATURE EXTREMES**




PROVED ON  
GUIDED MISSILE FINS



PROVED ON  
LANDING CRAFT

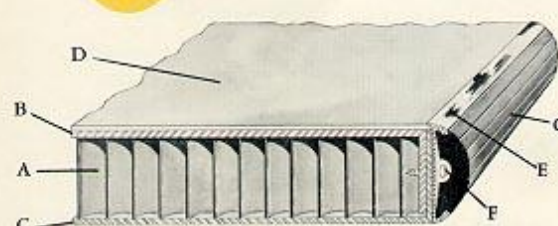


PROVED ON  
AIRCRAFT



PROVED ON EXTERIOR  
CONSTRUCTION PANELS

**ASE** CROSS SECTION OF NEW ASE AIRCOMB DESK TOP



AIRCOMB core (A) is rigidly bonded with adhesive between top and bottom steel wrapper sheets (B) and (C). The edges of the wrapper sheets overlap in the manner of a gigantic pill-box. Textolite or Formica top (D) is bonded to steel wrapper sheet. Anodized aluminum trim (E) is attached with sheet metal screws (F). Resilient Styledge Molding (G) is applied to the trim.

- 1 Bottom wrapper is placed on conveyor
- 2 Top wrapper is placed on conveyor
- 3 Wrappers are conveyed under an automatically controlled spray of adhesive
- 4 Wrappers are conveyed through oven
- 5 Both sides of AIRCOMB are roller coated with a uniform layer of adhesive
- 6 AIRCOMB is inserted in top wrapper
- 7 Bottom wrapper is fitted over AIRCOMB and top wrapper
- 8 Entire assembly is cured under pressure

AIRCOMB is manufactured by the Douglas Aircraft Company and sold only to those companies whose personnel and equipment are capable of properly fabricating the finished product.

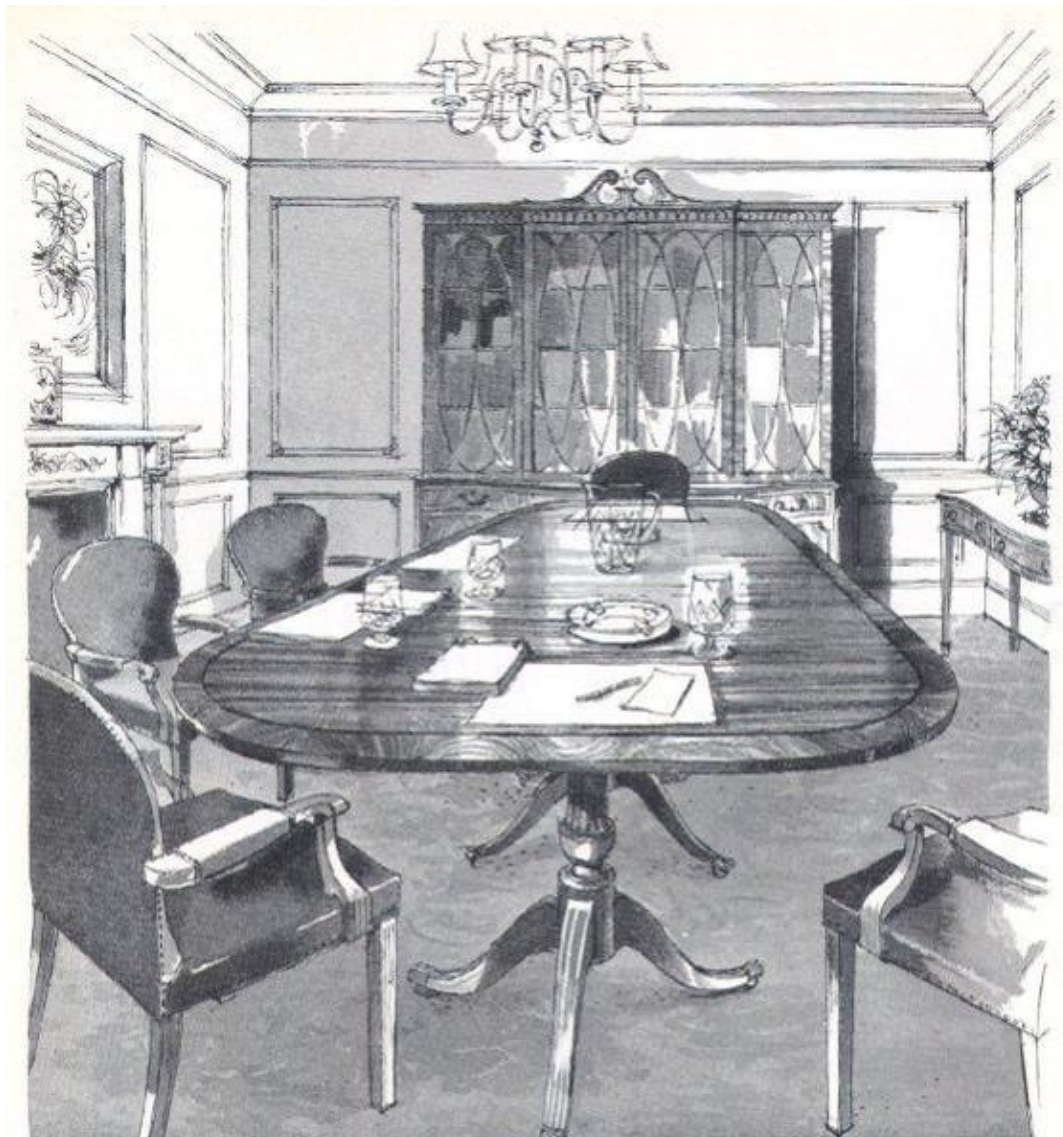
**ALL-STEEL EQUIPMENT INC. • Aurora, Illinois**

Printed in U. S. A.

Illustrazione dei maggiori utilizzi del materiale (aerei, missili, nautica e facciate), e disegno della sezione tecnica del prodotto ed evidenziazione dei componenti, le procedure produttive per la realizzazione e alcune caratteristiche.

## Appendice

Publicità del "Harrods Contract Department at Knightsbridge", nella rivista *Architectural Review*, 1966.  
Advertising from *Architectural Review* "Harrods at Knightsbridge Contract Department", 1966.



# HARRODS

FOREMOST FOR EVERYTHING • KNIGHTSBRIDGE SW1

Harrods Contract Department has been privileged to furnish offices and executive suites for many leading business organisations. Proposed schemes are drawn up in the studio, and are submitted without obligation. With the vast resources of Harrods to call upon, contract work can be carried out quickly and to your entire satisfaction. We invite enquiries, which will receive our prompt attention.

*Contract Department, third floor.*

StOone 1234

"HARRODS – Principalmente per tutto – Knightsbride sw1  
Il Dipartimento Contract di Harrods ha avuto il privilegio di arredare gli uffici ed *executive suites* di molte tra le principali organizzazioni commerciali. Gli schemi proposti sono disegnati nello studio e consegnati senza impegno. Con le vaste risorse di cui può disporre Harrods, il lavoro contract può essere portato a termine velocemente e con la maggior soddisfazione. Vi invitiamo a chiedere informazioni, le vostre richieste avranno la nostra pronta attenzione. Dipartimento Contract, terzo piano."

## Appendice

“Firth’s Contract Carpets” materiali per il contract, pagina pubblicitaria nella rivista *Architectural Review*, 1966. Advertising from *Architectural Review* “Firth’s Contract Carpets”, 1966.



**FIRTH'S  
CONTRACT CARPETS**

**Chosen by leading HOTELS,  
SHIPPING LINES, AIR LINES,  
and THEATRES etc.  
THROUGHOUT  
THE WORLD**



Firth's Carpets have established themselves over the years as being one of Britain's leading Contract Suppliers. This Service has been built up through quality, design and reliability.

Firth's design studio is equipped to re-colour existing designs and create new designs for individual requirements.

Firth's technical representative will be pleased to call at your request.

**FIRTH'S CARPETS**

T. F. FIRTH & SONS LTD., CLIFTON MILLS, BRIGHOUSE · Tel: BRIGHOUSE 374

“Firth’s – Tappeti [e moquette] per il contract. Scelti dai primi alberghi, linee marittime, aerolinee e teatri, ecc. in ogni parte del mondo. I tappeti Firth si sono stabiliti in tutti questi anni come il principale fornitore contract di Bretagna. Questo servizio è stato costruito attraverso qualità, design e affidabilità. Lo studio di design Firth è equipaggiato per ricolorare disegni esistenti e per creare nuovi design per richieste personalizzate. Il rappresentante tecnico Firth sarà felice di richiamare a vostra richiesta.”

## Appendice

“Ici Hyde” prodotti di rivestimento per il contract, pagina pubblicitaria nella rivista *Architectural Review*, 1966. Advertising from *Architectural Review* “Ici Hyde”, 1966.



*... because it's an 'AMBLA' chair, of course*

*And because no-one in his senses, having experienced 'Ambla' comfort, is going to give it up without a struggle. Why 'Ambla'? Because it really is a first-class material—a luxurious expanded vinyl-coated jersey fabric that offers selectivity in design with the 'Bolero' range of nine colours; and seven colours in the 'Tinto' range; not to mention twelve self-colours. ICI makes 'Ambla'—which is another point in its favour for the contract trade. Because ICI supplies the complete range of upholstery materials: 'Ambla' itself; and 'Vynide' PVC-coated fabric; and 'Flexknit' PVC-coated fabric with a knitted jersey base. The complete range—and all in complementary, consistent and up-to-the-minute colours. All three products, of course, are backed by ICI's first-class Technical Service team. But don't let us persuade you. Persuade yourself—send for an 'Ambla' pattern card—today!*

*'Leo' chair by Hille of London Ltd.*

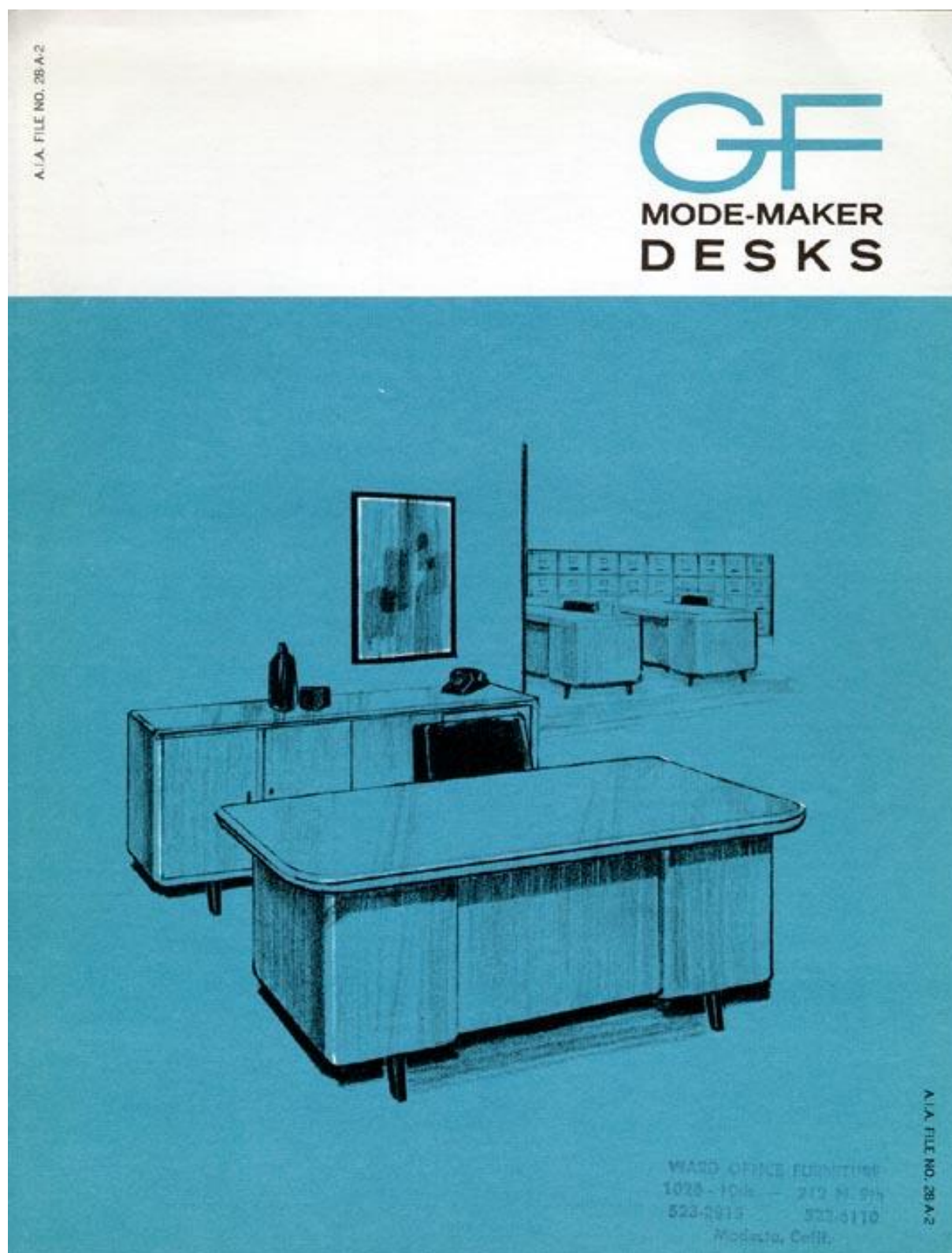


Imperial Chemical Industries Limited  
CT9A

La pagina pubblicitaria esalta le caratteristiche dei prodotti contract Ici in quanto: di prima qualità, autoprodotti (perciò idoneo per scambi commerciali favorevoli), variegata gamma di colori, disponibili al momento, coperti dal loro servizio tecnico. Nella fotografia la sedia “Leo” della azienda Hille.

Appendice (4 pagine)

Brossura della scrivania the General Fireproofing Co. Modello Mode-Maker progettato alla fine degli anni quaranta in collaborazione con Raymond Loewy, 1964.



## GF MODE-MAKER DESKS

—YOUR BEST CHOICE FOR PRIVATE AND  
GENERAL OFFICES

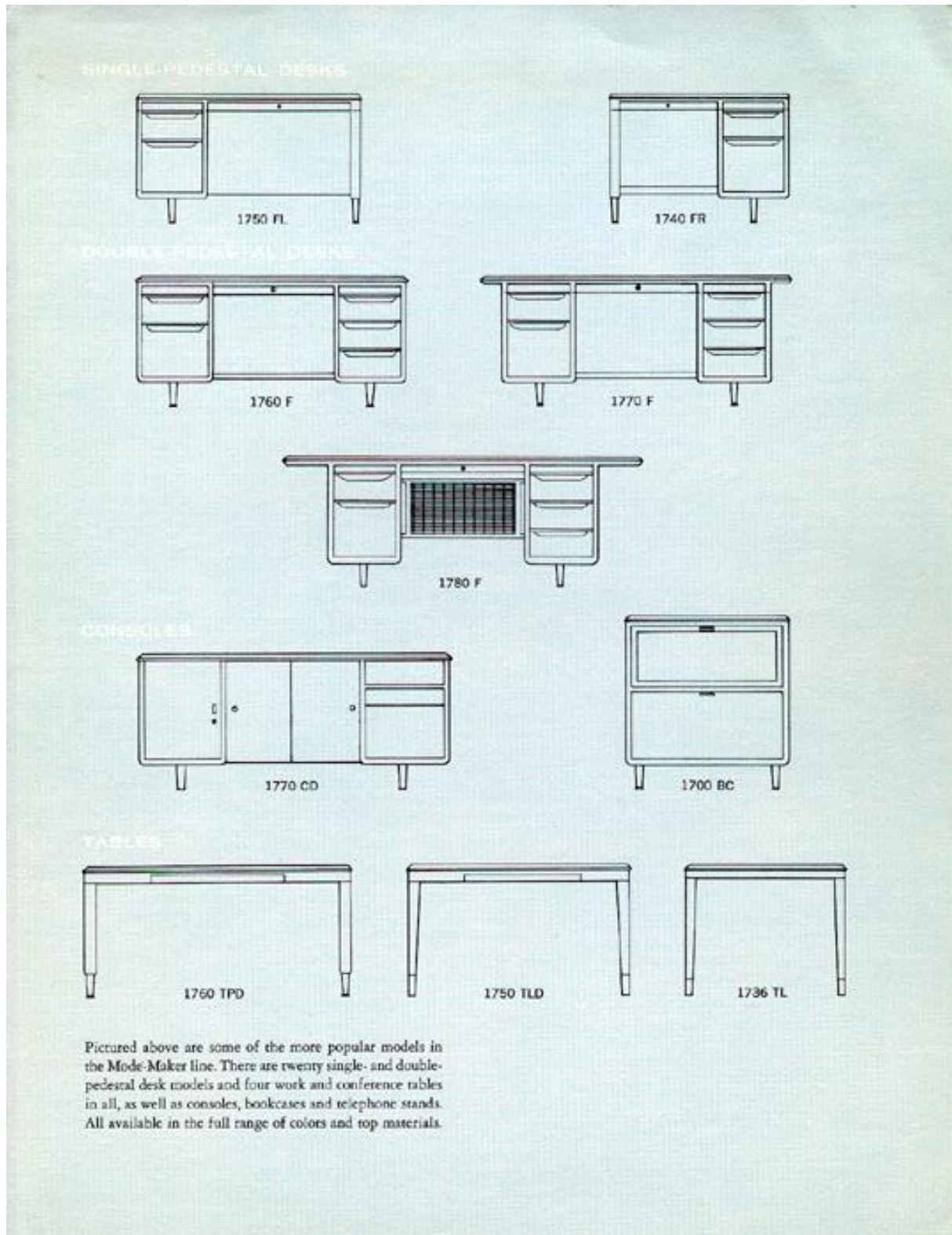
A Mode-Maker desk, properly selected and outfitted to the requirements of a specific job function, can increase office efficiency through organizational flexibility. Model for model, this attractive line of desks and accessory pieces offers an excellent combination of modern styling and construction quality.

Here are soft lines that will be at home in even the most modern environment. From the rounded desk top corners to the trim tapered brushed aluminum struts, Mode-Maker is preferred by clerk and executive alike. And to blend with any office interior, they can choose from ten beautiful standard and decorator colors. Tops are available in ten Hila-Tex and five Velvolum colors, each with complementary edging.



MODEL 1780 F DESK WITH 1770 CD CONSOLE

Questa tipologia di scrivania era diventata da diversi decenni e lo rimarrà ancora per altri successivamente lo standard in arredamento per “aumentare l’efficienza nell’ufficio attraverso la flessibilità organizzativa”. Presentati come prodotti utilizzabili sia in ambienti di ufficio corporativo che in più piccoli studi domestici, si offriva come la miglior soluzione per ogni tipo di richiesta personalizzata.



La General Fireproofing Company come tante altre, offriva ai propri clienti la possibilità di scegliere tra le diverse linee di prodotti (qui la Model Maker) per soddisfare diverse richieste (dal "moderno" al "classico") e per ogni capacità di *budget*, con la possibilità di scegliere tra diverse finiture e colori. Ogni linea era completa in modo di poter abbinare scrivanie, sedie operative, archivi, tavoli, cestini, vassoi portadocumenti, ecc.

Mode-Maker is one of seven distinctive desk lines offered by General Fireproofing—one for every type of installation from the traditional to the most modern—one to fit every budget. To assist in selection of the right style and model, contact the GF branch or dealer showroom near you—or call or write GF direct in Youngstown.

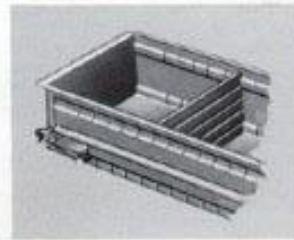
General Fireproofing also manufactures complete lines of office chairs, lounge furniture, contract and institutional chairs and tables, filing equipment, data processing accessory equipment, partitioning and steel shelving. In addition, the services of the GF Studios and Planning Unit are offered to assist in planning and designing any business interior.



PROTECTION is provided by anodized aluminum bindings and scuff-proof composition edging.



ALUMINUM PEDESTAL SUPPORTS are equipped with rubber "shoes" to prevent accidental movement of desk once it is positioned in the office.



DRAWERS operate on quiet suspensions with nylon glides. Fully progressive ball-bearing suspensions are standard on the heavier letter drawers. Live rubber in-and-out stops kill unwanted noise.



ALL CORNERS AND EDGES are styled for graceful appearance and working comfort. Full-width flush drawer pulls are attractive and extremely easy to use.

**GF**  
BUSINESS FURNITURE

THE GENERAL FIREPROOFING COMPANY • YOUNGSTOWN, OHIO 44501

Form No. 412D705

Copyright 1964 by The General Fireproofing Company, Youngstown, Ohio 44501

Litho in U.S.A.

Nelle comunicazioni dei prodotti la qualità e durabilità sono viste come sinonimo di efficienza e valore della spesa, perciò vediamo sempre riferimento ai dettagli costruttivi e avanzamenti tecnici o tecnologici.



Appendice (2 pagine)

Shelby Williams Industries annuncia l'InterCon I, prima fiera dell'industria del contract, 1966.

 MANUFACTURERS OF QUALITY FURNITURE

## Shelby Williams INDUSTRIES, INC.

2500 West Ogden Avenue, Chicago, Illinois 60608  
Area Code 312 738-4055

Shelby Williams of California, Inc.  
2940 E. Olympic Boulevard, Los Angeles, California 90023  
Area Code 213 - 263-9485

Shelby Williams of Tennessee, Inc.  
5303 Tennessee Blvd., Morristown, Tenn.  
Area Code 615 586-3203

June 30, 1966

Dear Friends:

The Contract Furnishings Industry has come of age!!!!

Your many requests for a show aimed at your specialized needs have finally been answered.

We at Shelby Williams have been working very closely with the Merchandise Mart, translating your many comments and criticisms of the various trade shows into a program of positive action, and are now able to give you news of major importance.

The Merchandise Mart will sponsor the first International Contract Exposition and Congress next March 20, 21, & 22, 1967, to be held jointly at the Merchandise Mart and McCormick Place.

Remember the Name! INTER  
CON I

What is it? It is the world's premiere presentation of the products, people and concepts that are energizing the explosive growth of the Contract industry. It is both an exhibition of the newest interior furnishings for commercial and institutional use, and a "Productive Congress" for communication and information -- where people from every international Market will gather together to discuss, enlighten, inspire, listen, learn and purchase.

Here at the Merchandise Mart and McCormick Place all major Contract furnishings manufacturers will, for the first time, exhibit their products and introduce new products at a show specifically aimed at your needs. All segments of the Contract furnishings industry will find this to be the outstanding and only show of its kind -- an exposition to reach all architects, designers, specifiers, Contract furnishings dealers and users -- a show where you will not only find products on exhibition, but where you will have the opportunity to participate in educational programs.



Chicago — Space 1131-34 • Merchandise Mart • Area Code 312 - 644-8474  
Dallas — 2626 Stemmons Freeway • Area Code 214 - 631-3870  
Permanent Showrooms: Atlanta — 351 Peachtree Hills, N.E., Atlanta, Georgia 30305 • Area Code 404 - 233-9444  
Los Angeles — 8899 Beverly Blvd., Los Angeles, Calif. 90048 • Area Code 213 - 272-0204  
New York — 600 Madison Ave., New York, N. Y. 10022 • Area Code 212 - 688-7373

Si legge come saluto al comunicato stampa della prima fiera del contract: "L'industria dell'arredo per il contract è matura!!!!". L'evento si lancia come la prima presentazione di "prodotti, persone e concetti che energizzano la crescita esplosiva dell'industria del contract", sia come esibizione del più nuovo arredamento d'interni per l'uso commerciale e istituzionale che come centro di convegni, informazione e comunicazione. Inteso per architetti, designer, tecnici (*specifier*), agenti commerciali e utenti si presentava come una opportunità unica di scambio e aggiornamento.

-2-

If your requirements are merchandising, there will be seminars covering this field. If your need is color coordination, there will be discussions covering this segment. If your needs are in the field of lighting, lighting consultants will answer them.

Here you will have the opportunity of not only seeing the products you require, but being updated on every specific subject covering your everyday needs. Architects, designers and manufacturers from throughout the world will be here to participate in this first total Contract Furnishings Exposition. This is the one show that you and your entire staff will have to attend. Those who expect to participate in the future dynamic growth of this industry cannot afford to miss it.

We at SHELBY WILLIAMS are happy to have played an important part in giving birth to this Exposition.

We at SHELBY WILLIAMS shall endeavor to lead and make this industry a successful one for all who participate.

We at SHELBY WILLIAMS want all of our friends to be here.

We at SHELBY WILLIAMS will make your stay in Chicago the most worthwhile period of the entire year.


We at SHELBY WILLIAMS look forward to seeing you and playing an important part in your future success.

We will keep you posted on the developments.

REMEMBER THE DATES -- MARCH 20, 21, & 22, 1967.

Cordially yours,

SHELBY WILLIAMS INDUSTRIES, INC.

  
Manfred Steinfeld

## Appendice

Il Sindaco di Morristown nel Tennessee, proclama la propria città la "Capitale mondiale della sedia" il 20 giugno 1978.

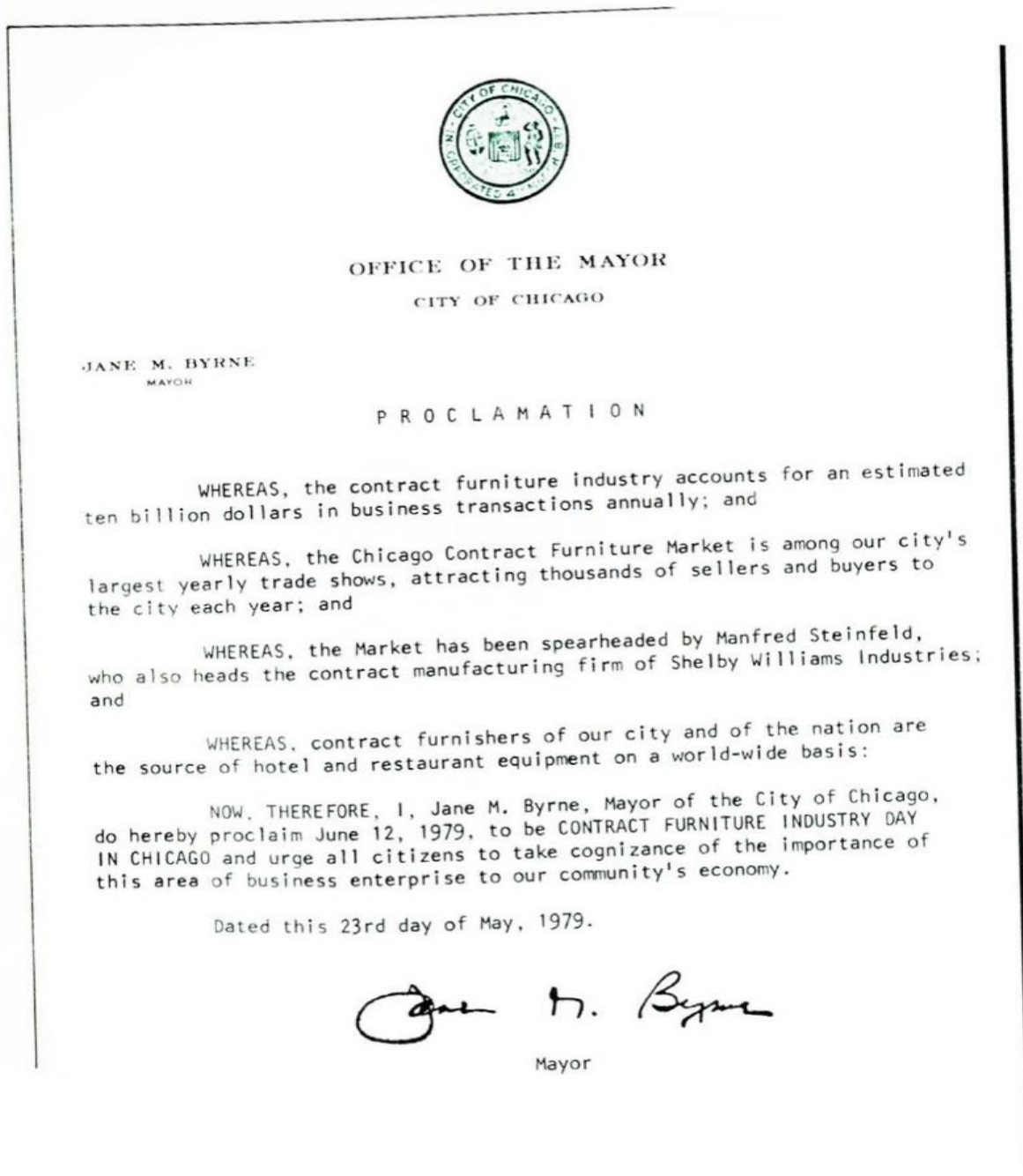


“Considerato che le industrie locali storicamente sono state componente fondamentale dell’economia dell’area, che Morristown si ha guadagnato la reputazione del maggior centro produttivo di arredamento e in particolare di sedie e che, la città desidera esprimere apprezzamento per tutto il contributo all’economia dell’area e promuovere ulteriore riconoscimento all’importanza di Morristown in questo settore. Ora, di conseguenza, il consiglio comunale di Morristown proclama e designa Morristown la capitale mondiale della sedia”.

Morristown per molti decenni è stata per la zona una specie di “Brianza” del New Jersey.

Appendice

Il Sindaco di Chicago proclama la instaurazione del "Contract furniture industry day" il 12 giugno 1979.



Si legge: "Considerato che, l'industria dell'arredo contract rappresenta un giro d'affari stimabile in dieci miliardi di dollari; che il Chicago Contract Furniture Market è tra i più grandi eventi annuali della nostra città, attraendo migliaia di compratori e venditori alla città ogni anno; che il mercato è stato capeggiato da Manfred Steinfeld, capo della azienda contract Shelby Williams Industries; e che i fornitori contract della nostra città e del paese sono la fonte dell'equipaggiamento di alberghi e ristoranti su base mondiale: ora di conseguenza, io, Jane M. Byrne, sindaco della città di Chicago proclamo il 12 giugno 1979, il giorno della industria contract en Chicago e incoraggia i cittadini a tenere conto dell'importanza di questo settore d'impresa nella economia della nostra comunità".

## Appendice (pagina ripiegata)

Tabella comparativa del "Construction Contract" e "FF&E Contract" per fasi del progetto.

Fonte: American Institute of Architects, Washington DC, Stati Uniti.

La presente tabella comparativa mette in confronto le fasi operative e le singole attività che si svolgono normalmente in una comune commessa contract, ed evidenzia le differenze tra le azioni del corso costruttivo e di quello dell'allestimento. Inoltre separa e puntualizza il tipo di azione (se prestazione, se revisione o se approvazione) rispetto a ciascuna delle principali figure coinvolte (designer, proprietario, contractor) in un progetto contract.

### LEGENDA:

P = Prestazione | Performs

R = Revisione | Reviews

A = Approvazione | Approves

---

Incollare tabella

## Appendice (188 pagine in numerazione romana)

Raccolta d'archivio dei principali articoli relativi al contract che sono stati pubblicati all'interno di alcuni giornali italiani negli ultimi 25 anni.

### Giornale: **Abitare**

Archivio: dal 15 dicembre 2008 al 10 luglio 2013

Quantità di articoli riguardanti il contract: n° 26 nell'arco temporale dal 2009 al 2013

2013	2012	2011	2010	2009
3	2	11	6	4

### Giornale: **Affari Italiani**

Archivio: dal 12 marzo 1996 al 10 luglio 2013

Quantità di articoli riguardanti il contract: n° 11 nell'arco temporale dal 1987 al 2013

2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005
2	1	2	2	2	0	1	0	1

198

### Giornale: **Corriere della Sera**

Archivio: dal 01 gennaio 1992 al 09 luglio 2013

Quantità di articoli riguardanti il contract: n° 30 nell'arco temporale dal 1998 al 2013

2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998
2	1	10	3	4	1	1	0	1	2	0	3	1	0	0	1

### Giornale: **Repubblica**

Archivio: dal 01 gennaio 1984 al 10 luglio 2013

Quantità di articoli riguardanti il contract: n° 106 nell'arco temporale dal 1987 al 2013.

2013	2012	2011	2010	2009	2008	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998
11	13	11	17	23	11	11	4	0	0	1	0	0	1	0	0
1997	1996	1995	1994	1993	1992	1991	1990	1989	1988	1987					
0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1					

## Appendice (4 pagine)

Elenco delle aziende contract a livello internazionale (direttorio tratto da [www.chairpedia.com](http://www.chairpedia.com)).

#	Accuride International Inc
100watt Network	ACD All Cabinet Design LLC
101+ Hanging Images	Acentic GmbH
16th Workshop	Aceray LLC
1759 Signs Ltd	Achatsco Hospitality Services
1825 by Serralunga/S.I.T. Inc.	ACI
2 Thousand Degrees	Acoustex Fabrics
2/90 Sign Systems	Acoustigreen
20-20 Technologies Inc.	Acousto AS
212box Products LLC	Acronym Designs
2Modern	Activated Designs Corp.
3D Visualizations by Enrique	Ad Notam GmbH
3form	Adagio Art Glass
3Form Inc	Adagio, Inc.
3G Lighting Inc	Adam Rung Woodworks
3M	Adam Stanley Mosaics
5 Star Custom Furniture	ADDCO ElectricFireplaces.com
52 Editions - Contemporary Photography	Adden Furniture, Inc.
555 International Inc	Adeeni Design Group
567 Framing	Adesso Inc.
	ADI Art Design Inc.
	ADM Associates
	ADM International, Inc
	Admiral Furniture
	ADO Corporation
	Adrian Sankey Lighting
	Adriana Baler Studio, LLC
	Adriana Hoyos
	Advanced Equipment Corp
	Advanced Shading, Inc
	Advanced Technology, Inc (ATI)
	Advanced Technology, Inc.
	Advanced Trading, Inc.
	Advertising Art Litho Printers Inc
	AEC Infosystems Inc.
	AEC Photography
	Aeroshade, Inc
	Aesthetic Mirror
	Aestus Radiators Ltd
	AF New York
	AF Private Collection, Inc.
	Affordable Interior Systems
	Aficom
	AFM
	Afton Grove
	Agape
	Agati Inc.
	Aged Woods, Inc
	Agence Cholleton Contract Carpets - A3C
	Agilysys, Inc
	Agostino Antiques Ltd.
	AGSI All Guest Supplies International SA
	Agua Fabrics
	Ahern's Anvil
	AHK Interiors
	Ai Group
	Aidan James Hurren
	Aimara Masterpieces
	Airsprung Beds Ltd
	AJ Moss
	Akin Hospitality Inc
	Aktiva Systems Ltd
	Al Abbas Interior Environments
	Al Aqili Furnishings LLC
	Al Jalal Trading Est.
	Al Kamda Trading Co, LLC
	Al Khoudh Steel Furniture Industrial Co. LLC
	Al Misnad Trading w.l.l.
	Al Rahmani General Trading Co LLC
A	
A & S Specialty Services	
A E Hadley Ltd	
A J LaGasse Art	
A Kolckmann GmbH	
A P F Munn	
A R T & Associates	
A Shade Above	
A Special Touches	
A Very Big Art.com	
A W Janes Ltd	
A. Rudin	
A.P.H. Waller & Sons	
A/S Gunnebo Nordic	
A+CasalInterior	
AI Mirrors Limited	
A2Z Planter Technology	
AAG Dizajn Centar d.o.o.	
Aamsco Lighting Inc	
Aaron R. Thomas	
AB Fagerhult	
AB&I Foundry	
ABA Interior Surface Ltd	
Abbas Yousef Azraq, EST	
Abbot Art	
ABC Carpet & Home	
ABCO Office Furniture	
Abel Alarm Company Ltd	
Aberrant	
ABET LAMINATI Abilities UNlimited	
Abimóvel - Brazilian Furniture Manufacturers Association	
Abraham Moheban & Son	
Antique Carpets Abrahams & Carlisle Ltd	
Abraxas Arts, Inc.	
Abstract Fine Art by Tim Hovde	
Abstract Metal Art by Artist Sabina Wise	
Abstracta by Consort Display Group	
Abydos	
Academy Awning Inc	
Acajou	
Acanthus Stoneware Ltd	
Accento Italia	
Accento Srl	
Access Display Group, Inc.	
Accessories International, Inc.	

Al Shaali Furniture A  
Ian D. Williams: distinctive photo/graphic images  
Alarwool Alarwool S.L.  
Al-Belad General Trading LLC  
Albemarle Gallery  
Alberta Fire & Security  
Albion Design & Fabrication Ltd  
Albrecht Jung GmbH & Co KG  
Alchemy Glass & Light, Inc.  
Alco Beldan Ltd  
Alco Ventures, Inc.  
Alea USA Inc.  
Alejandra Dunphy | Textiles  
Alessi  
Aleure, Ltd.  
Alexander Palme Contemporary Art & Design  
Alfa Electronics  
Alger-Triton International  
Algoma Hardwoods Inc  
Alias USA  
Aline Johnson Glass Design  
Aliseo GmbH  
Alivar A. Studio SRL  
AlivePromo Inc.  
All Sign Systems, Inc  
Allermuir Allermuir Ltd  
Allfurn Furniture Group Co.,Ltd.  
Allgood plc  
Alliance Training and Consulting  
Allied Fire & Security  
Allied Metals (Thailand) Co Ltd  
Allinwood  
Allmilmo DCOTA  
Allmilmo USA Corp.  
allPopart.com  
AllPosterFrames.com  
Allseating  
Allstate Rubber Corp.  
Allsteel Inc.  
Almerich  
Almoayyed International Group  
ALNO USA  
Aloys F Dornbracht GmbH & Co KG Armaturenfabrik  
Alpha Appliance & General Maintenance Service, LLC  
Alpha Windows, Siding, Roofing  
Alphabetics  
Alshaya Trading Co. W.L.L.  
Alter-E-Go Solutions, Inc.  
Alterna Corp.  
Alternate Resources  
Altima Ltd  
Altinex, Inc  
Altor Industrie  
Alto-Shaam Inc  
Altro Ltd  
Altura Furniture Inc.  
Aluglass (Pty) Ltd  
Alumigraph Interior Sign System  
Always Growing Interiorscapes  
Amaricar Engineering & Systems  
AMAT-3 International SA  
Amazon Timber Frames  
Amba Products  
Ambar Art  
AmBath, LLC  
Amberol Ltd  
Ambience  
Ambiente International  
Ambius  
Ambrosia Glassworks Art Glass Company  
Ameico Inc.  
American Atelier Inc  
American Dryer, Inc  
American Duvet Inc.  
American Fine Art Editions, Inc.  
American Fluorescent Corp  
American Holtzkraft, Inc  
American Hotel & Lodging Association  
American Hotel Furnishing  
American Hotel Register Company  
American Leather  
American Marazzi Tile, Inc  
American of Martinsville  
American Olean Tile Co  
American Seating Company  
American Specialties Inc  
American Standard  
American Standard, Inc.  
American Trading Company  
AmeriCarpet, Inc  
Americh  
Americo Inc  
AmeriTec Lighting  
Amerlux Global Lighting Solutions  
AMG Creative  
Ammonite 2000 Ltd  
Amore Drapery Hardware  
Amorim Benelux BV  
Amorim Flooring NA  
AMS Imports  
Amsco SA  
Amtico International  
Amtico International AB  
Amtico International GmbH  
Amtico International Inc  
Amtico International Pty Ltd  
Amtico International SA  
Amtrend Corporation  
Amuneal Manufacturing Corp.  
AMY NV/SA  
And Bob's Your Uncle  
And Design  
Anderson - Miller, Ltd.  
Anderson O'Day Fine  
Art Andre Joyau  
Andrea Schwartz Gallery  
Andrea Valentini  
Andreu World  
Andreu World America  
Andrew Duncan Contracts  
Andrew Kolb & Son Ltd  
Andrew Muirhead & Son Ltd  
Andrew Pitts ~ FurnitureMaker  
Andrew Richard Designs  
Andromeda International Srl  
Andy Crowther Fine Art Consultancy  
Andy Thornton Ltd  
Angela Adams Designs, LLC  
Anglepoise Ltd  
Angraves Cane Furniture Ltd  
Angus Macrae Interiors Ltd  
Anichini Hospitality  
Anichini Hotel Division  
Animavi Anker-Teppichboden  
Ann Getty House Collection  
Ann Gish, Inc.  
Ann Sacks  
Ann Sacks/ A Kohler Co  
Anna French Ltd  
Anne Kyyro Quinn  
Anne Kyyro Quinn Design  
Annette Jeanne Design  
Annette Nix  
Annibale Colombo srl  
Anta Scotland  
Antecuir SA  
Anthony Redmile Ltd  
Anthro Corporation



Antiquarius Imports  
Antique & Vintage Woods of America  
Antique Furniture Designs Ltd.  
Antique Sink  
Antiques & Interiors Of Sandy Springs  
Antiques by Zaar  
Antiques on Old Plank Road  
Antix  
Antocks Lairn Ltd  
Antoine Proulx  
Anton Maix Fabrics, Inc.  
Antonio Diaz e Hijos, SA  
Antonio Larosa Design & Consulting  
Antonio Lupi Chicago  
Apaizer  
Apartment Zero  
Apavisa Porcelanico S.L.  
APCO Sign Systems  
APF Munn Master Framemakers  
Apollo Hospitality Group  
Appalachian Hardwood Manufacturers, Inc.  
Appia Contract GmbH  
Appian Textiles  
Appiani SpA  
Applied Electronics Limited  
Aqata Ltd  
Aqua Creations USA  
Aquafil USA  
Aqualisa Products Ltd  
Aquatic Industries, Inc  
Aquaworks  
ARA Design  
Arabesk Design Ltd.  
Arakawa Hanging Systems USA, Inc.  
Aram Designs Ltd  
Arc Com Fabrics Inc  
Arc Distribution Oceania  
Arc International - Africa  
Arc International - Denmark  
Arc International - France  
Arc International - Ireland  
Arc International - Singapore  
Arc International - Spain  
Arc International Japan  
Arc International Mexico S.A De C.V.  
Arc International North America  
ARC Prints  
Arc Stone  
Arcadia  
Arcadian Home Decor  
Arch Gate Inc.  
Archer & Smith Ltd  
Architects & Designers Building (A&D Building)  
Architectural Area Lighting  
Architectural Brass Co.  
Architectural Ceramics  
Architectural Heritage Ltd  
Architectural Paneling, Inc  
Architectural Pottery  
Architectural Products by Outwater, LLC  
Architectural Sculpture  
Architectural Sculpture and Rest Inc.  
Architectural Systems Inc  
Architex International  
Archit-X A+D  
Arclinea  
ARCONAS  
Arconas Corporation  
Arden and Associates  
Area  
Area Rugs and Carpets Ltd  
Area Stones  
Areen Purchasing Services  
Ares Electronics Ltd  
Argal Service Hotel & Restaurant Supplies Ltd  
Argentine Hide Design  
Aria International Furniture Resources  
Ariadne  
Arizona Tile  
Arkitektura, Inc.  
Armitage Shanks Ltd  
Armour Decorative Finishes Ltd  
Armour Hotel  
Armourcoat Ltd  
Armourcoat Surface Finishes  
Armourcoat Surface Finishes Inc  
Armstrong Ceiling Systems  
Armstrong Commercial Flooring  
Armstrong Floor Products BV  
Armstrong Floor Products UK Ltd  
Armstrong World Industries Ltd  
Arnhold & Co Ltd  
Aroma Cafe Culture, Inc.  
Around the Bend woodworks  
Arpa Italia Srl  
Arpa USA  
Arper SpA  
Arquitek  
Arredamenti Piani Srl  
Arredo  
Arroll Design  
Arroyo Craftsman  
Art & Soul by MJ Design  
Art Classics Ltd  
Art Commissions and Photographic Art by Michael Murray  
Art Dallas Inc  
Art Forma (Furniture) Ltd  
Art Gallery Line  
Art In Motion  
Art Initiative, Inc.  
Art of Dale Mathis, The  
Art On A Grand Scale  
Art People Wallcovering, Inc.  
Art Peritus Appraisers & Advisors  
Art Source For Design  
Art Source L.A. Inc  
Art Works  
Art You Can Walk On  
Art.com  
Art:Addiction  
Artco-Bell Corporation  
Artcoustic  
Artcraft Bedding and Draperies  
Artcraft Signs/Sachs-Lawlor  
Arte De Mexico  
Arte NV  
Artecnica, Inc.  
Artefacto  
Arteiro Artcrafed Furnishings  
Artemaga, SL  
Artemide  
Artemide (Portugal) Illuminacao SA  
Artemide Benelux  
Artemide Canada Ltd  
Artemide France Sarl  
Artemide GB Ltd  
Artemide GmbH  
Artemide Handelsgesellschaft mbH  
Artemide Hellas SA  
Artemide Illuminazione SA  
Artemide Inc  
Artemide Italia Srl  
Artemide Japan K.K.  
Artemide Ltd  
Artemide OOO  
Artemide SA  
Artemide Trading (Shanghai) Co., Ltd  
Artezanos Inc.

Artflor, Inc	Atlanta Architectural Textiles
Arthur Brett & Sons Ltd	Atlantis Rail Systems
Arthur Brett and Sons	Atlas Archimedes
Arthur Price of England	Atlas Carpet Mills Inc
Articolo	Atlas Homewares
Artisans of Devizes	Atlas Industries
Artist Woody Woodill	Atlas Intrad S.R.L.
Artista Gallery, Inc.	Atma Contract
Artistic Framing, Inc	Atova International
Artistic Licence	Auffrance Furniture
Artistic License	Auffray & Co.
Artistic Tile, Inc	August Inc.
Artistry In Veneers, Inc	Aura Interiors Ltd
Artland ArtLynx - Global Art Resource	Aureus
Artnet Worldwide Corporation	Aurora Storage Products
Arton Atlantic/Genesys	Auton Motorized Systems
Artonauts Fine Arts	Avant Design Group
Artone	Avant Gallery
ArtOnYourWall.Com	Avena Carpets Ltd
Artquitect	Avendra LLC
AS Hanging Systems	Avery Boardman Ltd./Head-Bed
AS Ristart	Avignon Specialty and Contract Wallcovering
ASA Industries	Avio Galleries, Inc.
Asher Cole	Avitecture, Inc.
Asheville Horizon Metal Creations	Avonite Surfaces
Ashlar Mason	Avram Rusu
Ashley Lighting, Inc	AWP Butcher Block, Inc.
Ashton Clarke Pressed Metal Designs	Ayre Architectural Lighting
ASI Sign Systems	AySuz Interiors
Aslotel Group	Azcor Lighting Systems Inc
Asmara, Inc	Azulev/Copresa
Assa Abloy AB	
ASSA ABLOY Chile Ltda	B
ASSA ABLOY Door Security Solutions	C
ASSA ABLOY Door Solutions	D
ASSA ABLOY Hospitality	E
ASSA ABLOY Hospitality AB	F
ASSA ABLOY Hospitality Iberica SL	G
ASSA ABLOY Hospitality Inc	H
ASSA ABLOY Hospitality Ltd	I
ASSA ABLOY Hospitality SAS	J
ASSA ABLOY Hungary Ltd	K
Associated Response	L
Associated Weavers International	M
Associated/ACC International Ltd	N
Astek Wallcovering Inc	O
Aston Matthews	P
Astoria Imports Ltd	Q
Astro Lighting Ltd	R
Aswoon/Susan Woods Studio, LLC	S
At Their Service	T
ATC Electrical & Mechanical Ltd	U
ATD American	V
Atelier B Fine Decorative Hardware	W
Atelier D.L.H.V.	X
Atelier Interior Design	Y
Atelier Maison	Z
Atelier of Prague, Inc.	...
Atelier Sedap	
Atkinson & Kirby Ltd	

Per dare una idea della mole di aziende legate al settore contract, in particolare negli Stati Uniti, abbiamo riportato solo le prime due lettere di un elenco che potrebbe estendersi per decine di pagine tra fornitori di: prodotti per pavimentazioni, moquette, impianti, illuminazione, arte, tessuti per rivestimento, sistemi di tende, sedie operative per l'ufficio, vernici, arredo, accessori, infissi, ecc; operatori e prestatori d'opera di posa di materiali, falegnami, imbianchini, montatori, ecc.; servizi e consulenza, collaudatori, manager, supervisori, ecc...., infine la diversità di competenze coinvolte nel contract.

Sub copertina

Bibliografia

## Bibliografia

### Monografie

AA.VV. *Classici moderni. I mobili che fanno storia*, Rozzano: Editoriale Domus, 1985.

AA.VV. *The International Collection of Interior Design*. Londra: Grosvenor Press International, 1985.

AA.VV. *Enciclopedia del Novecento*. Roma: Istituto dell'Enciclopedia Italiana, 1977.

AA.VV. *Sweet's Contract Interiors. 1995 Catalog file*. New York: McGraw Hill, 1995.

Abercrombie, Stanley. *A century of interior design, 1900-2000: a timetable of the design, the designers, the products, and the profession*. New York: Rizzoli, 2003.

Akiyama, Jiro. *Small & Luxury Hotels*. Tokyo: Process Architecture Co., 1993.

Aloi, Roberto. *Esempi di arredamento moderno di tutto il mondo. Sedie, poltrone, divani*, Hoepli, 1957, vol. I.

Asimow, Morris. *Introduction to Design*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, 1962.

Banham, Reyner. *Theory and design in the first machine age*, London: The Architectural Press, 1960 (tr. it.: *Architettura della prima età della macchina*, Bologna: Calderini, 1970).

Banham, Reyner; Mary Banham; Sutherland Lyall and Cedric Price. *A Critic Write: Selected Essay*. Alexandria: Centennial Books, 1999.

Bassani, Marco; e Sbalchiero, Saverio. *Brand design*, Firenze: Alinea, 2002.

Baudrillard, Jean. *Il sistema degli oggetti*. Milano: RCS Libi, 1972. 2° edizione Tascabili Bompiani, 2004 (*Le système des objets*, Éditions Gallimard, 1968).

Behrendt, Walter Curt. *Modern building*, New York 1937.

- Best, Kathryn. *Design Management. Managing design strategy, Process and Implementation*. Lausanne: AVA Publishing, 2006.
- Bosoni, Giampiero (a cura di). *Made in Cassina*. Milano: Skira editore, 2008.
- \_\_\_\_\_. *Tecno. La'eleganza discreta della tecnica*. Milano: Skira editore, 2011.
- Bosoni, Giampiero e Nulli, Andrea. *Il viaggio abitato. Storia degli interni nei mezzi di trasporto del XIX e del XX secolo*. Milano: Mondadori, 1997.
- \_\_\_\_\_. *L'epopea del treno dall'Ottocento ai nostri giorni. La storia delle carrozze ferroviarie tra industria, tecnica e design*. Milano: Mondadori, 1999.
- Brown, Kenneth. *Inventors at work: Interview with 16 Notable American Inventors*. Redmond, Washington: Tempus Books of Microsoft Press, 1988.
- Burdg, Earl O. *The Manual of Show Window Backgrounds for Mercantile Display*, Chicago: Merchants Record and Show Window, 1925.
- Collier, Allan (curatore). *West Coast Modern*. Vancouver: Vancouver Art Gallery, 1988.
- Corlin, Len. *Contract*. New York: Gralla Publications, 1988.
- Creswell, John W. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks: Sage, 1994.
- Cross, Nigel. *Engineering Design Methods: Strategies for Product Design*. Chichester: Wiley, 2000
- Dal Lago, A. *Arredamento Moderno*, Milano: Fabbri Editori, 1966.
- Darling, Sharon S. *Chicago furniture: Art, Craft and Industry, 1833-1953*, New York – London: W. W. Norton & Co Inc., 1984.
- Decelle, P., D. Hennebert, P. Loze. *L'utopie du tout plastique*, Norma Editions, 1994.
- De Fusco, Renato. *Architettura come mass medium: note per una semiologia architettonica*. Bari: Edizioni Dedalo, 2005.
- De Guttry, Irene e Maria Paola Maino. *Il mobile italiano degli anni '40 e '50*. Roma – Bari: Editori Laterza, 1992 (2da ed. 2010).
- Deschermeier, Dorothea. *Impero ENI. L'architettura aziendale e l'urbanistica di Enrico Mattei*. Bologna: Damiani editore, 2008.
- Finzio, Gino. *Design & management, gestire l'idea*. Milano: Skira, 2002.
- John Flemming e Jugh Honour (ed.). *The Penguin Dictionary of Decorative Arts*, London: Viking, 1977.
- Forino, Imma. *Uffici. Interni arredi oggetti*. Torino: Giulio Einaudi editore, 2011.
- Giedion, Sigfried. *Space, time and architecture: the Growth of a New Tradition*, Cambridge: Harvard University Press, 1941 (tr. It. *Spazio, tempo e architettura. Lo sviluppo di una nuova tradizione*. Milano: Ulrico Höepli, 2da ed. it, 1984).

Gramigna, Giuliana. *Repertorio 1950-1980*, Milano: Mondadori, 1985.

Hall, William R. *Contract interior finishes: a handbook of materials, products and applications*. New York: Whitney Library of design, 1993.

Iannaccone, Walther. *Progetto Contract (chiavi in mano): le regole fondamentali per gestire con successo risorse umane, tecniche, economiche*. Milano: Franco Angeli Editore, 2000.

Israel, Lawrence J. *Store Planning/Design: History, theory, Process*. New York – Chichester – Brisbane – Toronto – Singapore: John Wiley & Sons, Inc., 1994.

Jackson, Leslie. *Robin e Lucienne Day. Pionieri del design contemporaneo*. Milano: Electa, 2004.

Knobel, Lance; Helen Buttery; Jame Lamacraft. *International Contract Design: Offices, Stores, Hotels, Restaurants, Bars, Concert Halls, Museums, Health Clubs*. New York: Abbeville Pr, 1988.

La Pietra, Ugo (a cura di). *Gio Ponti. L'arte si innamora della industria*. Milano: Coliseum Editore, 1988 (3<sup>a</sup> ed. Milano: Rizzoli, 2009).

Lipman, Jonathan. *Frank Lloyd Wright and the Johnson Wax buildings*. New York: Rizzoli, 1986.

Lo Ricco, Gabriella; Silvia Micheli. *Lo spettacolo dell'architettura: profilo dell'archistar*. Milano: Bruno Mondadori, 2003.

McGowan, Maryrose. *Specifying Interiors. A guide to construction and FF&E for Residential and Commercial Interiors Projects*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2006.

Morozzi, C. e S. San Pietro, *Mobili italiani contemporanei*, Milano: L'archivoltò, 1996.

Morteo, Enrico. *Grande atlante del design del 1850 a oggi*. Milano: Electa, 2008.

Mumford, Lewis. *Technics and Civilization*, New York: Harcourt, Brace and company, 1934.

Noble, David F., *Progettare l'America. La scienza, la tecnologia e la nascita del capitalismo monopolistico*, Torino: Giulio Einaudi Editore, 1987,

Patrone, Pietro D. e Virgilio Piras. *Contract e project management*, Firenze: Alinea, 2007.

Percier et Fontaine. *Recueil de décorations intérieures*. Paris: L'Aventurine, 1997. (Raccolta di alcune delle tavole del *Recueil de décorations intérieures* di Charles Percier e François Léonard Fontaine, 1801).

Pevsner, Nikolaus. *Pioneers of modern design. From William Morris to Walter Gropius*, London: Faber & Faber, 1936 (tr. it.: *I pionieri del movimento moderno da Morris a Gropius*, Bologna: Calderini, 1962).

Piccione, Paolo e Maurizio Eliseo. *Andrea Doria. Cento uno viaggi*. Milano: Hoepli Editore, 2006.

Piña, Leslie. *Herman Miller Office*. Atglen (PA): Schiffer Publishing Ltd., 2002.

\_\_\_\_\_. *Herman Miller Interior Views*. Atglen (PA): Schiffer Publishing Ltd., 1998.

Poe, Edgar Allan. *La Filosofia dell'Arredamento*. Raccolta a cura di Gianluca Burgio, Palermo: Torre del Vento Edizioni, 2011.

Praz, Mario. *La filosofia dell'arredamento. I mutamenti nel gusto della decorazione interna attraverso I secoli dall'antica Roma ai nostri tempi*. Milano: Longanesi & C., 1981 (prima edizione TEA Arte, Cuneo, 1993).

Pulos, Arthur J. *American Design Ethic. A History of Industrial Design to 1940*, Massachusetts: The Massachusetts Institute of Technology, 1986.

Read, Herbert. *Art and industry*, London: Faber & Faber, 1934.

Renzi, Giovanni. *Thonet 14. Storia, evoluzione e imitazioni della sedia più venduta al mondo*. Milano: Silvana Editoriale, 2003.

Santini, Pier Carlo, *Gli anni del design italiano. Ritratto di Cesare Cassina*, Milano: Electa, 1981.

Schönberger, Angela (ed.), *Raymond Loewy. Pionier des Amerikanischen Industriedesigns*. München: Internationales Design Zentrum Berlin e.V. sowie Prestel-Verlag, 1990.

Serrats, Marta. *Star Interior Designers*, Barcelona: Loft Publications, 2011 (tr. It. Francesca Del Moro, tr. Antonella Lami, *Archistar d'interni*. Modena: Logos, 2011).

Spadoni, Anna. *L'indiscreto fascino del design. Breve storia del design italiano dell'arredamento attraverso le esperienze di un imprenditore: Rodrigo Rodriguez*. Milano: Skira Editore, 2011.

Sparke, Penny. *The Modern Interior*. London: Reaktion Books, 2008 (tr. It. Di Chiara Veltri, *Interni moderni. Spazi pubblici e privati dal 1850 a oggi*. Torino: Giulio Einaudi editore, 2011).

Staebler, Wendi W. *Architectural detailing in contract interiors*, London: Butterworth architecture, 1988.

Tasma-Anargyros, Sophie. *Andrée Putman*. London: Laurence King Publishing, 1997 (1° ed. 1993).

von Vegesack, Alexander; Dunas Peter e Schwartz-Clauss, Mathias; editors. *100 Masterpieces from the Vitra Design Museum Collection*. Weil am Rhein: Vitra Design Museum, 1996.

Warner, Mickey. *Non-commercial, Institutional, and Contract Foodservice Management*. New Jersey: John Wiley & Sons, 1994.

Wright, Virginia. *Modern Furniture in Canada, 1920 to 1970*, Toronto – Buffalo – London: University of Toronto Press Incorporated, 1997.

Yin, Robert K. *Case Study Research: Design and Methods*. London: Sage, 1984.

## Tesi

Boeretto, Giovannina. *Ipotesi metodologiche per una indagine sul design. Una verifica sulla produzione del mobile di serie in Italia nel secondo dopoguerra*, tesi di Laurea presso la facoltà di Lettere e Filosofia dell'Università di Milano, 1977.

Buratti, Iris. *Classico moderno. La contaminazione stilistica nello scenario contemporaneo*; rel. Giampiero Bosoni. Milano: Politecnico, 2004/2005.

De Marco, Alberto. *Bathroom & kitchen contract*; rel. Marco Piva; correl. Armando Bruno. Milano: Politecnico, 2005/06.

Garlinzoni, Nadia. *Contract socio-sanitario assistenziale: un nuovo scenario dell'abitare*; rel. Alessandro

Deserti; correl. Stefano Menotti Colucci. Milano: Politecnico, 2003/04.

Locatelli, Massimiliano. *Interni commerciali: tendenze e linguaggi dei negozi americani dagli anni 50 ad oggi*; rel. Arturo Dell'Acqua Bellavitis. Milano: Politecnico di Milano, 2000.

Rubinelli, Marta. *Contract low cost. Sistema per riqualificazioni a basso costo per hotel di catena nazionali ed internazionali*; rel. Giuliano Simonelli; correl. Armando Bruno. - Milano: Politecnico, 2004/05.

#### White Papers

Drummond, Alanya. *Architects on the Cover of Time Magazine*. Illinois: Common Ground Publishing, 2012.

Hewson, John. *The New Foundations of Residential Light Control: Alternatives for New Lamp Regulations*. 2011.

Loehr, David & Schoessler Lynn, Rachele. *Design Strategies in a Post-recession Marketplace*. 2011.

Moran, Brooke. *Apples to Apples. Tips for writing a furniture RFP to yield more accurate and consistent results*. 2011.

Oviatt, Joyce P. *Keys to a successful furniture installation*. 2012.

Sawyer, Craig. *High Tech Homes for Low Tech Designers V. 2.0*. 2011.

Wilson, Kristina. *Livable Modernism: Interior Decorating and Design During the Great Depression*. Yale: Yale University Press, 2004

Witte, Stephen. *How to Wow Interior Designers in the Furniture Specification Process*. 2011.

#### Periodici / Articoli / Voci enciclopediche

\_, *Contract interiors*, n. 11, New York: Billboard Publications, giugno 1976.

\_, *Decoration International[e]*, n. 2, novembre 2012.

\_, *Decoration International[e]*, n. 3, aprile 2013.

\_, *Decoration International[e]*, n. 4, ottobre 2013.

\_, *Industrial Design*, vol. 31, n. 4, luglio-agosto 1984, pp. 46-59.

\_, *Interni Annual Contract 2011*, *Interni* n. 11, novembre 2011.

\_, *Interni Annual Contract 2012*, *Interni* n. 9, settembre 2012.

\_, *La rivista dell'arredamento*, n. 88, aprile 1962.

\_, *Orgatec. Modern Office & Facility, Catalogue – Magazine*, 2012.

\_, *Ottagono*, n. 1, aprile 1966.



- \_, *Ottagono*, n. 14, luglio 1969.
- \_, *Ottagono*, n. 30, 1973.
- \_, Pianeta Hotel International, 2010.
- \_, Pianeta Hotel International, 2012.
- \_, "Domus, per chi deve scegliere mobili di serie" in *Domus*, n° 399, febbraio 1963.
- \_, "News – Arredamento e design" in *Domus*, n° 613, gennaio 1981.
- \_, "Schede contract. 26 aziende e le loro proposte per il settore CONTRACT: prodotti e servizi per operare nelle grandi forniture" in *Domus*, n° 717, giugno 1990.
- \_, "Schede contract. 22 aziende e le loro proposte per il settore CONTRACT: prodotti e servizi per operare nelle grandi forniture" in *Domus*, n° 728, giugno 1991.
- s.n. "Schede contract" in *Domus*, n° 739, giugno 1992.
- Bazzo, Evelina e Tosi, Camilla. "Contract per sapere" (rassegna degli atti del convegno), in *Ufficiostile* n° 2.11, giugno – luglio 2011.
- Bersano, Giorgio. "Il Contract" in *Abitare*, n° 466, novembre 2006.
- Bosoni, Giampiero. "L'innovazione modifica sempre l'esistente" in *Crossing* n° 3, dicembre 2001.
- Bruno, Armando. "Il contract del sapore domestico" in *Ottagono* n° 265, novembre 2013.
- Camera di Commercio di Milano. "I mobili europei? Sempre più 'Made in Lombardia?', aprile 2012.
- Cannel, Michael. "Design Loves a Depression" in *The New York Times*, 3 gennaio 2009.
- Lotti, Luca. "Architettura dell'ensamblier" in *Rassegna* n° 26, giugno 1986.
- Marzullo, Benedetto. "La nuova frontiera del Contract Design" in *AT Casa*, Corriere della Sera, 25 luglio 2008.
- Massey, Anne. "Interior Design, History and Development" in Banham, Joanna (ed.) *Encyclopedia of Interior Design*. London – Chicago: Fitzroy Dearborn, 1997.
- Meyhöfer, Dirk. "Un paesaggio blu cielo? Promesso", in *BMW Magazine*, gennaio 2002.
- Micheli, Simone. "L'anima reale del contract" in *Ottagono*, n° 175, 2004.
- Mirti, Stefano. "Contract" in *Abitare* n° 476, ottobre 2007.
- Moreno, Meritxell. "Reflejos visuales entre opuestos" in *Proyecto Contract*, Casa Viva, n° 18, agosto 2005.
- Moss, Murray. "Design Hates a Depression". The Design Observer Group, 6 gennaio, 2009.
- Musante, Guido. "Contract Design" in *Domus*, n° 920, dicembre 2008.

Musante, Guido. "Uffici e contract non esistono" in *Domus*, n° 931, dicembre 2009.

Musante, Guido. "Prima del progetto" in *Domus*, n° 953, dicembre 2011.

Orlowski, Stanislaw T.; Testa, Carlo, "Education Facilities in Ontario" in *Domus*, n° 598, settembre 1979.

Robert, Paul. *Dictionnaire de la langue française*, Paris: Saffroy, 1958-1964, voce "Ensemble".

Travan, Diego. "Italian 'contract'" in *Ufficiostile*, n° 2.11, giugno-luglio 2011.

#### Atti di convegni

*L'industria italiana del mobile e dell'arredamento: per la casa, l'ufficio, il contract, la città: riaprire il mercato interno per mantenere la leadership sul mercato mondiale*. Atti degli incontri di Milano, Pesaro, Pisa, Udine, Roma. Milano: Federlegno-Arredo, 1998.

*NeoCon Conference proceedings*, 2011.

*NeoCon Conference proceedings*, 2012.

*Show Daily*. Interior Design Show Daily 2011, n° 1, Merchandise Mart, 13 giugno 2011.

#### Cataloghi di case d'asta

Alaimo, Davide, con Giancarlo Cristiani, Ilario Scagliola, Piermaria Scagliola, Catalogo asta "Design XX-XXI", Della Rocca Casa d'aste, martedì 28 aprile 2009, Torino.

Alaimo, Davide. Catalogo asta "Design e Arti Decorative del XX e XXI Secolo", Della Rocca Casa d'aste. 12 novembre 2008, Torino.

Montefusco, Sergio, con David Chester Park, Roberto Piu. "Selected". Aste Boetto, 26 ottobre 2009, Genova.

#### Brochure aziendali

AA. VV. *Shelby Williams: 25 years of Contract Furniture*. Senza copertina, dati della edizione non reperibili (Morristown, databile 1979).

*Cassina Contract Division*, elenco di realizzazioni, s.d.

*Cassina Contract. Hotel Ramada*, Istanbul, 1988.

*Cassina Contract. Rose's Club*, Milano, 1988.

*Cassina Contract. Parc des Loges, Megève. Ospitalità alberghiera per un turismo d'élite*, 1990.

*Cassina Contract. Versilia Holidays. Affari e vacanze in un'atmosfera di prestigio*, 1990.

*Cassina Contract. Four Seasons Hotel*, Milano, 1993.

*Cassina Contract*. 1994.

*Cassina Contract. Hotel Sheraton, Jeddah. Cinque stelle di oriente*, 1998.

*Cassina. Custom interiors. Poltrona Frau. Seating collection*. Ed. 2010-2011

Figli di Amedeo Cassina, s.d.

Elenco di realizzazioni. Navi, alberghi, ristoranti, bar, uffici arredati con elementi della ditta Figli di Amedeo Cassina, Meda (Milano) – Roma Via del Babuino 101, s.d.

Herman Miller “State and local government and higher education”, Michigan, 2009.

Herman Miller “Thrive Portfolio 2012-2013 Catalog”, 2012.

PFGGroup Contract. *Interior. Seating*, 2010.

#### Risorse elettroniche e documenti in rete

<http://appartamentoalago.com/il-progetto/>

<http://collection.hht.net.au/firsthhtpictures/quickSearch.jsp>

<http://www.adi-design.org/blog/un-portale-italiano-per-il-contract.html>

[http://www.alcoa.com/global/en/about\\_alcoa/history/home.asp](http://www.alcoa.com/global/en/about_alcoa/history/home.asp)

<http://www.arflex.it/it/progetti/index#contract>

<http://www.artifactgr.org>

<http://www.asid.org>

<http://www.azucena.it>

<http://www.bebitalia.it>

<http://www.bifma.org/standards/standards.html>

<http://www.bsigroup.com>

<http://www.cassina.com>

<http://www.catas.it>

<http://www.chairpedia.com>

<http://www.csilmilano.com>

<http://www.contractdesign.com/contract/industry-resources/Interior-Design-Reso-24.shtml>

<http://www.contractitaliano.it>

<http://www.contracttextiles.org/glossaries.jsp?navigation=22>

<http://www.depadova.it/it/contract/surroundings/>

<http://www.designobserver.com>

<http://www.dwrcontract.com>

<http://www.e15.com/e15contractandcustomservices.html>

<http://www.emeco.net/about-emeco/1944>

<http://www.happybusinesstoyou.it/index.php>

<http://www.hermanmiller.com/products/collection/about-collection.html>

[http://www.ikea.com/ae/en/about\\_ikea/newsitem/ikea-contract-packages-2010-09#](http://www.ikea.com/ae/en/about_ikea/newsitem/ikea-contract-packages-2010-09#)

<http://www.iso.org/iso/home.htm>

<http://www.itoki.jp/english/corporate/history.html>

<http://www.klaustoon.wordpress.com>

<http://www.knoll.com>

<https://www.kokuyo.co.jp/english/history.html>

<http://www.lemamobili.com/it/lema/contract>

<http://www.molteni.it/web/scontracts/>

<http://www.moma.org/learn/resources/index>

[http://www.moroso.it/home\\_moroso.php?n=13&l=it](http://www.moroso.it/home_moroso.php?n=13&l=it)

<http://www.neocon.com/education/seminars/conference-proceedings/>

<http://www.officemuseum.com>

<http://www.parisenimages.fr>

<http://www.pastpresentfuture.net/archives/index.html>

<http://www.pianetahotel.it>

[http://www.poliform.it/poliform\\_contract\\_it.html](http://www.poliform.it/poliform_contract_it.html)

<http://www.saporiti.com/eng/saporiticontract/home.php>

<http://www.time.com/time/magazine>

<http://www.ul.com/global/ita/pages/>

<http://www.vads.ac.uk/index.php>

<http://www.winecaregroup.com/wp-content/uploads/2012/01/Incoterms2.jpg>

<http://www.workspace-resources.com>

Larsen, Teri. "What is Contract Design?" in A Little Design Help, consultato il 26 giugno 2012, in:

<http://alittledesignhelp.com/what-is-contract-design/>

## Colophon

Per la composizione del presente volume è stata utilizzata parte della famiglia di caratteri Gill Sans, conosciuta come la "helvetica d'Inghilterra". La storia della Gill Sans ha come partenza il carattere Johnston Sans disegnato da Edward Johnston per la *London Underground Railways* nel 1913. La evoluzione è stata fatta da un suo allievo: Eric Gill, che non completamente soddisfatto dal lavoro del suo maestro s'impegnò a perfezionarla, completando l'intera famiglia Gill Sans nel 1928.

Gill Sans MT Pro Book (24 pt titoli, 11 pt corpo del testo). Regular, corsivo e grassetto.

Gill Sans MT Pro Light (10 pt didascalie, intestazione note a pie di pagina e colophon). Regular e corsivo.

Stampa laser su carta DIN A4 80 gr. bianca e grigia Trophée 1993.

Rilegatura con copertina rigida rivestita in carta e dorso in tessuto.

5 copie.