

## **Clino Castelli, il designer che veste i "server"**

Con l'Enterprise Server EP8000, progettato da Castelli Design di Milano con la Design Division di Hitachi a Tokyo, ha vinto uno dei "Gold Award" al "Design Award 2007", organizzato da IfIndustrie Forum Design di Hannover, premio internazionale dedicato ai prodotti industriali

RENATA FONTANELLI

Un premio tedesco per un designer italiano con una produzione giapponese. Stiamo parlando del Design Award 2007, organizzato da IfIndustrie Forum Design di Hannover, che viene assegnato ogni anno a prodotti industriali che si distinguono in tutto il mondo per il loro design. Il vincitore di uno dei Gold Award è stato quest'anno l'Enterprise Server EP8000, progettato da Castelli Design di Milano con la Design Division di Hitachi a Tokyo. Clino Castelli è un designer che è stato pioniere di concetti che sono ormai entrati nell'uso comune, come ad esempio lo sviluppo dell'identità emozionale e della sostenibilità estetica dei prodotti industriali. L'Enterprise Server EP8000 è stato realizzato da Hitachi, il gruppo giapponese per conto del quale Castelli svolge attività di metadesign dal 1990. Il lavoro di progettazione era già iniziato dal 1997 con gli innovativi supercomputer basati sul concetto di "Optical Storm". Come spiega Castelli: «La metafora formale degli Enterprise Server evoca le caratteristiche distintive di questo modello: performance superiori ed affidabilità». La parte frontale è costituita da elementi colorati in metallo perforato disposti secondo un disegno optical che varia in funzione del punto di vista. Aggiunge Castelli: «Tale pattern evoca visivamente l'intensa attività interna di operazioni svolte in parallelo, ma è anche finalizzato a migliorare la performance di questi grandi calcolatori: consente infatti l'integrazione su tutta la superficie frontale di aperture multiple che aumentano la ventilazione interna».

Clino Castelli è, sin dagli esordi, anche un teorico del design. Formatosi a Torino, nel settore automobilistico, ha lavorato al Centro Stile Fiat per poi entrare all'Olivetti nello studio di Ettore Sottsass. Nel 1974 ha fondato quella che oggi è la Castelli Design, uno studio milanese nella zona di Brera, ed ha esordito in campo internazionale proponendo nuovi temi quali il colore, i materiali e le finiture dei prodotti, sviluppati attraverso processi di metadesign.

Questi concetti sono in realtà alquanto complessi, facendo parte del lessico dei designer, come lui stesso spiega: «La mia missione è sempre stata quella di occuparmi della componente emozionale del design». Oggi un po' tutti lo fanno, perfino lo shopping deve essere considerato un'"esperienza emozionale": dall'acquisto di un abito alla più ovvia confezione di biscotti.

Tra le sue convinzioni, c'è anche quella che: «Spesso il "design emozionale" accorcia la vita al prodotto, soprattutto se si parla di prodotti domestici, televisori, interruttori per la luce, elettrodomestici». Il perché lo spiega così: «L'eccessiva attenzione verso la forma rende il prodotto troppo legato ai mutamenti degli stili. Io vedo un futuro dove ad esempio i televisori in quanto componenti di arredo svaniranno per finire magari dietro a specchi o incastonati a scomparsa nelle pareti. Penso poi che si stia forse dando troppa importanza al design degli oggetti. Oggi i giovani non si interessano più degli aspetti industriali del design. Tutti sono impegnati a soddisfare esigenze estetiche di natura sempre più effimera. Bisogna cambiare approccio e passare a un design che sia ecoemozionale e che tenga conto dei grandi mutamenti in corso». Per quanto riguarda il tema dell'estetica sostenibile, molto caro a Castelli: «La questione, come già sottolineato, è che oggi un prodotto invecchia prima sul piano emozionale che su quello funzionale, venendo dismesso prematuramente solo per motivi di obsolescenza estetica». Questo ovviamente crea una proliferazione di prodotti da smaltire. Prosegue il designer: «L'identità emozionale dei prodotti sta alla base della Qualistica, disciplina nata dall'esperienza più che ventennale applicata alla progettazione, attraverso l'uso dello strumento Qualistic Diagram. Quest'ultimo, nato come strumento d'analisi ad uso interno della Castelli Design, è ora adottato anche da alcune delle grandi aziende con le quali collabora, tra cui le francesi Legrand e Somfy, le giapponesi Honda, Toli e la stessa Hitachi. Formando lo staff dei loro dipartimenti interni di design alla comprensione delle sue regole di base per determinare le nuove strategie aziendali, la

qualistica diventa una vera e propria disciplina progettuale. Essa permette l'utilizzo di un lessico comune da parte del product planning, del design e del marketing già nelle fasi di valutazione, di descrizione e di elaborazione delle caratteristiche estetiche ed emozionali di un prodotto, evitando malintesi e sprechi nello sviluppo delle sue versioni».

Ritornando al metadesign, di cosa si tratta? «Il termine greco "meta", richiama al mutamento e alla trasformazione. Fino a un decennio fa il design di intere famiglie di prodotti era caratterizzato da scelte estemporanee che si sommarono le une alle altre, determinando nel brand un senso di accumulazione estetica. Il metaprogetto è oggi invece alla base del modo di lavorare al design strategico dell'intero "sistema prodotto". Nella mia esperienza la strategia diventa l'arte della critica orientata al progetto: un modo di rendere il prodotto capace di superare le verifiche della realtà e nel contempo di influenzarla». Recentemente Clino Castelli ha curato per BTicino un libro dal titolo: "Worldscape. The new domestic landscape", dalla cui documentazione fotografica si può osservare come i nuovi temi della sostenibilità estetica condizionino sempre di più l'ambiente in cui viviamo. Lì infatti si scopre che anche la domotica, pensata originariamente solo per risolvere aspetti funzionali della vita nella casa, ha in realtà ricadute estetiche superiori a quanto immaginabile. Il concetto è quello del "domoscape": «Mostrare attraverso le esperienze e i progetti di grandi architetti e designer la nuova visione della domotica basata sullo scaping domestico, ovvero di come sempre più la tecnologia si trasformi in paesaggio».