

Atmosfere

MARCELLA GABBIANO

Può trasformare l'atmosfera di un ambiente. Esaltare la bellezza di monumenti, edifici. Cambiare la prospettiva architettonica di strade e quartieri. Ma insieme a un cotè puramente estetico, la luce, la luce "giusta", è fondamentale per rendere funzionali luoghi di lavoro e di studio. Così, se per molto tempo l'illuminazione ha avuto storia a sé, oggi si comincia a capire che è parte integrante di un progetto più complesso e articolato. Che coinvolge tutti: dai produttori di lampadine fino ai designer della luce. E' per questo che Carlo Guglielmi (imprenditore di suo con l'azienda FontanaArte e presidente di Assoluce, l'associazione nazionale delle imprese per apparecchi di illuminazione) da anni lavora per far sì che tutti gli attori della filiera dialoghino tra loro. Creando un pianeta della luce made in Italy di grande qualità. Su questo fronte due tappe importanti sono già state raggiunte: a settembre dell'anno scorso la prima convention, «Questione di luce: vederci chiaro nel settore dell'illuminazione», ha segnato la partnership tra la stessa Assoluce e l' Assil (associazione nazionale produttori illuminazione) presieduta da Paolo Targetti (altro importante imprenditore del settore). C'erano tutti i nostri più importanti marchi (da Artemide a Flos, da Guzzini a Luceplan), che insieme agli architetti, studiosi e ricercatori di università e laboratori specializzati, hanno disegnato lo stato dell'arte di un settore così importante per la bilancia commerciale italiana. La seconda liaison è più recente. E' quella annunciata l'8 marzo tra FederlegnoArredo e Apil (l'associazione dei professionisti che operano nei campi della progettazione della luce). «A pochi giorni dall'avvio di Euroluce, la biennale del mondo dell'illuminazione che quest'anno al Salone del Mobile si presenta come fiera unica del settore a grande valore aggiunto – spiega in proposito Carlo Guglielmi – l'aggregazione di Apil in Federlegno assume un significato ancora più importante».

Perché?

«Intanto perché si affianca a altre realtà associative europee e internazionali e collabora con loro su comuni programmi di sviluppo».

E poi?

«Risponde a esigenze sempre più sentite da molti operatori del settore illuminotecnica e per lungo tempo rimaste irrisolte. Mi riferisco in particolare all'esigenza di una progettazione qualificata e indipendente di tutto quanto occorre all'illuminazione di un ambiente interno o esterno, o di un'opera. E in questo l'Apil si propone di dare la giusta evidenza, la visibilità e la riconoscibilità a una figura professionale specializzata: il professionista dell'illuminazione o lighting designer, che si è rivelata fondamentale per la crescita qualitativa dell'intero settore».

Infondo il suo sogno è creare una federazione...

«Sì, ma nel rispetto dei singoli dna delle varie associazioni. E' importante che ciascuna categoria mantenga le proprie specificità e competenze, e le porti al tavolo comune contribuendo a una visione omogenea e integrata di tutto il settore. E vorrei aggiungere che non c'è bisogno di creare una nuova federazione poiché da tempo FederlegnoArredo incarna questo modello federativo. Basta incrementarlo».

Per i non addetti ai lavori tutta questa serie di sigle e di differenze che solo voi potete comprendere, suona un po' ostica. Ci sono i produttori di lampadine, e questo è facile da comprendere. Poi ci sono quelli che fanno apparecchi di illuminazione che, tradotto per chi non è del mestiere sono le lampade, i lampadari, abatjour, faretti, che passano sotto l'etichetta di decorativo. Ci sono quelli che fanno sistemi di illuminazione, a volte anche su misura, per grandi superfici commerciali, uffici, aree pubbliche e via scorrendo. E adesso ci sono i lighting designer che si occupano di creare un progetto armonico che stabilisca cosa, come e dove usare tutti questi "oggetti" luminosi.

«Esattamente. Anche se queste distinzioni non sono più così nette. Anzi. Molti produttori del decorativo si stanno occupando di tecnico e viceversa. Ma illuminare qualsiasi spazio, che sia una casa un museo, una strada o un centro commerciale, è un mestiere complesso e non può essere svolto da chi produce. Richiede la mano del famoso lighting designer che sappia sapientemente illuminare sulla base di un progetto studiato ad arte».

Ho capito. La luce è importante e come tale deve essere trattata in modo corale. Per il benessere estetico ma anche del business. E la federazione è lo strumento per mettere d'accordo le due cose.

«In questo scenario c'è però un anello mancante».

Quale?

«Le fiere internazionali. Basta con mostre, mostrine e mostriciattole organizzate da enti, associazioni e istituzioni diverse, che si sovrappongono e non rappresentano l'essenza del made in Italy. E' capitato che a New York ci fossero tre manifestazioni differenti sponsorizzate da altrettanti organismi diversi, tra cui l'Ice. Come si può immaginare che in Giappone o in Cina, sappiano cogliere la differenza tra un prodotto fatto a Parma piuttosto che a Prato».

Che cosa propone?

«Che si realizzino due tre eventi selezionati all'anno, con una forza mediatica fortissima. Mi spiego con un esempio. Se si decide di sponsorizzare il design italiano a Tokyo, bisogna portare là le eccellenze di tutto il settore. Non oggetti e prodotti "regionali" in ordine sparso».