

# LUCE

327



**Elettricità,  
tecnica e arte**  
Electricity,  
technology and art

**La nuova luce  
di San Pietro**  
New light in Saint  
Peter's Basilica

**Progettare la luce.  
Viaggio nelle  
università italiane**  
Designing light:  
A journey in  
Italian universities

**Direttore responsabile / Editor-In-Chief**  
Silvano Oldani  
silvano.oldani@rivistaluce.it

**Art Director**  
Mario Piazza

**Grafica e impaginazione**  
46xy / Fabio Grazioli

**Collaboratori / Contributors**  
Carla Balocco, Laura Bellia,  
Mario Bonomo, Paolo Calafiore (Teatro), Andrea Calatroni,  
Federica Capoduri, Stephanie Carminati (redazione), Jacqueline  
Ceresoli (Light Art), Carlo D'Alesio, Arturo dell'Acqua Bellavitis,  
Marcello Filibeck, Eleonora Fiorani, Silvia Longo (Berlino),  
Pietro Mezzi, Fulvio Musante, Alberto Pasetti,  
Amaranta Pedrani (Parigi), Anna Pellegrino, Andrew Peterson,  
Maurizio Rossi, Francesca Tagliabue

**Segreteria / Administration**  
Roberta Mascherpa

**Redazione / Editorial Department**  
Via Monte Rosa 96, 20149 Milano  
T +39 02 87389237 F +39 02 87390187  
redazione@rivistaluce.it www.luceweb.eu

**Presidente / Chairman**  
Gian Paolo Roscio

**Vice Presidente / Deputy Chairman**  
Dante Cariboni

**Consiglio / Board**  
Alvaro Andorlini (segretario generale), Roberto Barbieri,  
Michele Bassi, Laura Bellia (responsabile scientifico), Aldo Bigatti,  
Clotilde Binfa, Raffaele Bonardi, Roberto Brambilla, Dante Cariboni,  
Paolo Di Lecce, Gianni Drisaldi, Massimiliano Guzzini,  
Luca Moscatello, Anna Pellegrino, Luca Pellizzari, Lorella Primavera,  
Alessandra Reggiani, Alberto Scalchi, Ubaldo Schiavi, Andrea Solzi,  
Margherita Suss, Alessia Usuelli, Alessandro Visentini

**Pubblicità e Promozione / Advertising & Promotion**  
Mariella Di Rao  
T +39 3357831042  
mdirao@gmail.com

**SERVIZIO ABBONAMENTI**  
SUBSCRIPTION  
T +39 02 87389237  
abbonamenti@rivistaluce.it

L'abbonamento può decorrere  
da qualsiasi numero /  
The subscription may start  
from any number

**UN NUMERO / ONE ISSUE**  
€ 15,00  
contributo spese di spedizione € 2,00 / shipping fee of € 2,00

**ABBONAMENTO ANNUALE ITALIA / YEARLY SUBSCRIPTION ITALY**  
4 numeri / 4 issues € 60,00

**ABBONAMENTO ANNUALE ESTERO / YEARLY SUBSCRIPTION FOREIGN COUNTRIES**  
4 numeri / 4 issues € 92,00  
(Europa e Paesi Mediterranei / Europe and Mediterranean countries)  
4 numeri / 4 issues € 112,00  
(Africa / America / Asia / Oceania)

**Modalità di pagamento**  
Payments

Banca Popolare di Sondrio - Milano  
IBAN IT58M0569601600000010413X67  
c/c postale / postal current account n. 53349205

**Stampa / Printer**  
Arti Grafiche Bianca&Volta, Truccazzano (Mi)

**Distribuzione in libreria / Bookshop distribution**  
Joo distribuzione, Milano

© LUCE  
ISSN 1828-0560



Copyright AIDI Editore, via Monte Rosa 96, Milano  
Registrazione presso il Registro della stampa del Tribunale  
di Milano n. 77 del 25/2/1971 Repertorio ROC n. 23184  
Associato alla Unione Stampa Periodica Italiana

La riproduzione totale o parziale di testi e foto è vietata senza l'autorizzazione dell'editore.  
Si permettono solo brevi citazioni indicando la fonte. In questo numero la pubblicità non supera il 45%.  
Il materiale non richiesto non verrà restituito. LUCE è titolare del trattamento dei dati personali presenti  
nelle banche dati di uso redazionali. Gli interessati possono esercitare i diritti previsti dal D.LGS. 196/2003  
in materia di protezione dei dati personali presso T +39 02 87390100 - aidi@aidiluce.it  
The total or partial reproduction of text and pictures without permission from the publisher, is prohibited.  
Only brief quotations, indicating the source, are allowed. In this issue, the advertisement does not exceed 45%.  
The unsolicited material will not be returned. LUCE is the controller of the personal data stored in the editorial  
databases. Persons concerned may exercise their rights provided in Legislative Decree 196/2003  
concerning protection of personal data by: T +39 02 87390100 - aidi@aidiluce.it

Nelle migliori librerie d'Italia



**ASCOLI PICENO**

**Libreria Rinascita**  
Piazza Roma 7

**BARI**

**Libreria Campus**  
Via Gioacchino Toma, 76-78

**BRESCIA**

**Libreria Punto Einaudi**  
Via della Pace 16/a

**CESENA**

**Libreria Giunti  
al Punto**  
Piazza Giovanni Paolo II°, 1-2

**GENOVA**

**Punto di Vista**  
Stradone Sant'Agostino, 58/r

**FIRENZE**

**Libreria Alfani Editrice**  
Via Degli Alfani, 84

**LECCE**

**Libreria Liberrima**  
Corte dei Cicala, 1

**MILANO**

**Cooperativa  
Università, Studio  
e lavoro,**  
Piazza Leonardo da Vinci, 32

**Libraccio Bovisa**  
Via Candiani, 102

**Libreria Cortina**  
Via Ampere, 20

**Libreria Hoepli**  
Via Hoepli, 5

**Skira c/o Libreria Bocca**  
Galleria Vittorio Emanuele

**NAPOLI**

**Libreria Fiorentino**  
Calata Trinità Maggiore, 36

**ROMA**

**Libreria Casa  
dell'Architettura**  
Piazza Manfredo Fanti, 47

**Libreria Dei**  
Via Urbana, 42

**Libreria Kappa**  
Via Gramsci, 33

**PESCARA**

**Libreria Campus**  
Viale Pindaro, 85

**Libreria dell'Università**  
Viale Pindaro, 51

**PISA**

**Libreria Pellegrini,**  
Via Curtatone e Montanara, 5

**PORDENONE**

**Libreria Giavedoni**  
Via Mazzini, 64

**SIRACUSA**

**Libreria Gabò**  
Corso Matteotti, 38

**TORINO**

**Libreria Celid**  
Corso Castelfidardo, 34/a

**TRENTO**

**La Rivisteria**  
Via San Vigilio, 23

**TRIESTE**

**Libreria Einaudi**  
Via Coroneo, 1

**UDINE**

**Libreria Paolo Gaspari**  
Via Vittorio Veneto, 49

**VENEZIA**

**Libreria Cluva**  
Tolentini Santa Croce, 191

distribuito da **Joo distribuzione**  
www.joodistribuzione.it



327

Anno / Year 57  
Marzo / March 2019

COVER PHOTO  
Vittorio Corsini, *Esercizio 1*, 2010  
Led e plexiglass, 200 x 200 x 20 cm

photo © Vittorio Corsini

CREDITS

**CONTRIBUTI / CONTRIBUTORS**  
Gianpiero Alfarano, Nadia Baldone,  
Laura Bellia, Paolo Calafiore,  
Andrea Calatroni, Federica Capoduri,  
Jacqueline Ceresoli, Massimo Coppi,  
Carolina De Camillis, Riccardo Fibbi,  
Marcello Filibeck, Pasquale Giordano,  
Iacopo Golasi, Sabrina Luccarini,  
Empio Malara, Pietro Mezzi,  
Maurizio Rossi, Ferdinando Salata,  
Stefano Smith, Andrea Venditti

**FOTOGRAFI / PHOTOGRAPHERS**  
Dickenson V. Alley, Fred Boissonas,  
Brescia e Amisano, Jean-Claude Carbonne,  
Elizabeth Carecchio, Vittorio Corsini,  
Carolina De Camillis, Giovanni Gastel,  
Daniele Iodice, Francesco Mascolo,  
Georges Meguetditchian, Paolo Monesi,  
Olivier Monge, Andrea Rossetti,  
Patrizia Sacchi, salaposa, Napoleon Sarony,  
Eric Soyer, Leo Torri, Otto Wegener

**TRADUTTORI / TRANSLATORS**  
Stephanie Carminati, Monica Moro,  
Barbara Rossi

**GRAZIE A / THANKS TO**  
Archivio Fotografico Fabbrica di San Pietro,  
Città del Vaticano; Basilica Papale  
di San Paolo Fuori le Mura, Roma;  
Gruppo UniCredit;  
Teatro alla Scala di Milano

**EPIFANIE DI LUCE**  
EPIPHANIES OF LIGHT

TERZA PAGINA

**FORMAZIONE**  
EDUCATION

**RICERCA**  
RESEARCH

**PROGETTARE LA LUCE**  
DESIGNING LIGHT

MAKING OF

**LIBRI**  
BOOKS

DESIGNERS

**INCONTRI**  
INTERVIEWS

**LANTERNA MAGICA**  
MAGIC LANTERN

SHOWTIME

- 16 **Le finestre illuminate di Marcel Proust nel romanzo *Un amore di Swann***  
Marcel Proust's lighted windows in the novel *Swann's Way*  
- Empio Malara
- 18 **Una lezione da Bruno Munari**  
A lesson from Bruno Munari  
- Laura Bellia
- 21 **La formazione negli atenei italiani**  
Teaching lighting design in the Italian universities  
- Pietro Mezzi
- 28 **La ricerca OTOMO applicata al lighting design degli uffici: sperimentazioni e test**  
The OTOMO research applied to office lighting design:  
Experiments and tests  
- Maurizio Rossi, Nadia Baldon
- 34 **M'illumino diverso. Nuovi materiali e applicazioni per una luce a basso consumo**  
"I illuminate myself" differently.  
New materials and applications for a low consumption lighting  
- Gianpiero Alfarano
- 40 **Sapienza Università di Roma ed illuminotecnica: ottimizzazione dei costi energetico-manutentivi, valorizzazione artistica e attività di ricerca**  
Sapienza University of Rome and lighting design: Optimisation of energy  
and maintenance costs, artistic enhancement and research activity  
- Sabrina Luccarini, Andrea Venditti, Stefano Smith, Pasquale Giordano,  
Massimo Coppi, Ferdinando Salata, Iacopo Golasi
- 47 **Nova lux in San Pietro. La Basilica in pieno splendore grazie all'illuminazione digitale**  
New light in Saint Peter's basilica.  
The basilica shines thanks to digital lighting  
- Federica Capoduri
- 52 **Il Medioevo a San Paolo. La musealizzazione del sito archeologico della Basilica papale di San Paolo Fuori le Mura**  
The Medieval period at Saint Paul's: The archaeological site  
of the papal Basilica of Saint Paul Outside the Walls becomes a museum  
- Carolina De Camillis, Riccardo Fibbi
- 57 **Torna a splendere Palazzo Pratonieri, eredità rinascimentale di Reggio Emilia**  
Palazzo Pratonieri returns to its splendour.  
A Renaissance heritage in Reggio Emilia  
- Federica Capoduri
- 62 **Straight. Un passo oltre**  
*Straight*: A step beyond  
- Andrea Calatroni
- 66 **Esalite. L'esagono è perfetto**  
*Esalite*: The hexagon is perfect  
- Andrea Calatroni
- 70 **Elettricità. Dalla storia della tecnica alla storia dell'arte. Il libro di Alberto Mugnaini e Antonio Savini**  
*Electricity. From the history of technology to the history of art.*  
The book by Alberto Mugnaini and Antonio Savini  
- Jacqueline Ceresoli
- 75 **Simone Fanciullacci: gli oggetti ben riusciti nascondono una tensione misteriosa**  
Simone Fanciullacci: Objects that turn out well  
hide a mysterious tension  
- Margherita Pincioni
- 79 **Franco Raggi. Per me, la luce è l'ombra**  
Franco Raggi. For me, light is all about shadow  
- Andrea Calatroni
- 85 **Anty Pansera e gli archivi di impresa, tra patrimoni e risorse**  
Anty Pansera and the Company archives, amidst assets and resources  
- Federica Capoduri
- 90 **Luce d'inverno, Eric Soyer al Teatro alla Scala**  
*Winter light*, Eric Soyer at the Teatro alla Scala  
- Paolo Calafiore
- 96 **Video mapping: l'arte di trasformare la realtà. Intervista a Philippe Bergeron**  
Turning the world into a canvas.  
An interview with Philippe Bergeron  
- Marcello Filibeck

INCONTRI

# Franco Raggi

## Per me, la luce è l'ombra

di Andrea Calatroni

**P**er *LUCE* ho incontrato Franco Raggi, maestro gentile dell'architettura e del design italiano. Abbiamo parlato di luce, design e rapporti umani. E di Milano, sua città di nascita e di vita.

*Iniziamo con le presentazioni.*

*Chi è Franco Raggi? E cos'è per lui la luce?*

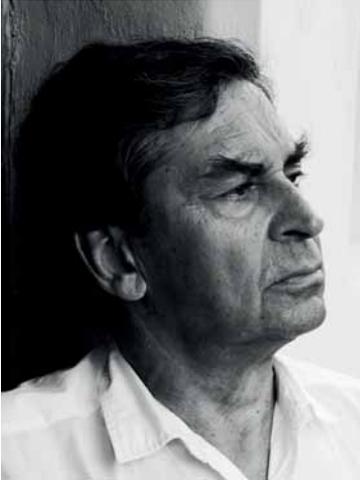
Alla prima domanda rispondo che sono un architetto, forse un artista e per caso un designer. Alla seconda domanda non posso rispondere, la luce è quella che ognuno vuole che sia, per me è l'ombra. La vedo più in negativo che in positivo, la vedo come qualcosa che si deve manipolare, filtrare

o cambiare, gestire e trasformare. La luce in assoluto non c'è. Esistono infinite luci, quella del Mediterraneo, quella di un prato di neve senza sole, quella di un bosco, quelle artificiali, quella della luna, ecc. Le luci sono delle atmosfere, costruirle consapevolmente è il mestiere dell'architetto - oggi lo chiamano lighting designer. E secondo me, questo deve aver poco a che vedere con gli standard illuminotecnici, le quantità e le normative. Mi piacerebbe fondare un movimento contro le normative, per liberarci da prescrizioni dimensionali che servono solo a proteggerci da noi stessi e dalla nostra distrazione. Dovremmo imparare a conoscerci e a conoscere

i nostri limiti, e forse non ci sarebbe più bisogno di normative. Alla luce non ho mai pensato se non come conseguenza, quando ho iniziato a disegnare lampade le ho sempre progettate dal punto di vista emozionale. Ho concepito degli oggetti che raccontassero delle storie; che fossero delle lampade, una valigia o un vaso, un'installazione di luce o una casa, poco importa.

*Fontana Arte, Artemide, Barovier&Toso e Luceplan. Com'è stato collaborare con queste grandi aziende?*

Principalmente ho collaborato con Fontana Arte e Barovier&Toso. Per Artemide ho progettato



**L'ironia è un modo molto utile e serio per non prendersi troppo sul serio. È un atteggiamento che suggerisce che quello che stai facendo potrebbe anche non essere vero**

**Irony is a very useful and serious way of not taking yourself too seriously. It is a positive attitude that will remind you that what you are doing may not be true**

**FRANCO RAGGI**

*Trifluo*, usando una tecnologia brevettata dall'azienda stessa e sulla quale Ernesto Gismondi aveva chiesto ad alcuni designer una interpretazione. Si trattava di un sistema RGB a luci fluorescenti di tre colori e gestite con un telecomando che permetteva di miscelare i colori ottenendo infinite possibilità cromatiche. La *Trifluo* è una lampada nata intorno al layout dettato dalle 6 sorgenti, è un oggetto sottile, con un diffusore microprismatico che consentiva di leggere i colori e di diffondere una luce colorata omogenea. Aveva solo un difetto, era costosa. Avevo proposto a Gismondi di farne una a luce cromaticamente fissa, più abbordabile e facile da usare. Comunque, è vitale che le aziende abbiano delle visioni e che tentino nuove strade, che facciano ricerca e sperimentazione anche se alla fine certi prodotti non avranno successo commerciale.

Con Fontana Arte e Barovier&Toso è stato un rapporto più continuo nel tempo. Se fossi un imprenditore non cercherei le *firme*, ma qualcuno con cui intraprendere un dialogo con tempi lunghi, anche su questioni che non riguardano la luce o il design. Parlerei di arte, politica o filosofia, perché fare prodotti non è solo un rapporto tra committente e progettista, è qualcosa di più complesso e articolato. Ho cominciato a lavorare con Fontana Arte nel 1980, quando Gae Aulenti divenne Art Director. La conobbi grazie al mio lavoro alla Biennale di Venezia come coordinatore delle mostre nel '76 e poi come

redattore di *Modo*. Credo sia stato il mio modo di raccontare e scrivere a interessarla. Il fatto che la Aulenti chiamasse qualcuno come me, che non aveva mai disegnato niente, mi è sempre sembrato un atto di generosa incoscienza e lungimiranza insieme. E da qui è iniziato un rapporto con l'azienda che è durato trent'anni. Attorno a Gae e a Carlo Guglielmi si era creato un team notevole: Gae Aulenti, Piero Castiglioni, Pierluigi Cerri, Ettore Sottsass, Daniela Puppa e io. Grazie al lavoro di tutti, e al dialogo continuo con Aulenti e l'azienda, Fontana Arte tornò a essere uno dei marchi italiani più prestigiosi. Poi fu venduta e tutto è cambiato, allargando l'orizzonte, coinvolgendo molti designer *a chiamata*, con collaborazioni spot che funzionano per il marketing, ma che hanno fatto perdere coerenza alla collezione. Una vicenda simile a quella di Luceplan, cresciuta grazie al rapporto stretto tra Riccardo Sarfatti, Paolo Rizzato e Alberto Meda. Poi tutto è cambiato e il rapporto si è spento, e la tensione innovativa anche. Con Jacopo Barovier è stato un incontro diverso ma altrettanto casuale, dopo avermi sentito parlare ad un convegno nel 1981 sul design dell'inutile e dell'apparenza e sulle banalità del marketing. Con lui abbiamo ridisegnato l'immagine dell'azienda, confermandola leader nella produzione del classico muranese e delle sue evoluzioni in senso moderno. Anche in questo caso si è creato un rapporto professionale e culturale di scambio e di amicizia, che andava oltre il lavoro.

*Noi giornalisti, legati al mondo del design, tendiamo ad associare una lampada o un oggetto a un nome e viceversa. Nel nostro caso si tratta di Oz. Ce la può raccontare?*

*Oz* è nata nel 1980, nello stesso anno in cui stavo lavorando con Alessandro Mendini, Daniela Puppa e Paola Navone alla mostra sul design post-moderno per la Biennale di Venezia, da affiancare alla *Strada Novissima* di Paolo Portoghesi. Poiché nel 1980 il design non era presente nelle case come lo è oggi, abbiamo pensato di fare una mostra usando oggetti anonimi. La nostra riflessione partiva dal fatto che gli acquirenti di un oggetto di design fossero una nicchia, colta e intellettuale, mentre la gran massa dei consumatori comprava felicemente oggetti anonimi, tra banalità e kitsch. Abbiamo quindi deciso di proporre quaranta prodotti "normali", senza apparente qualità, mostrando una visione cinica del mondo degli oggetti. La mostra esibiva manufatti presi nei supermercati o nei nostri viaggi, ma che raccontavano una cultura materiale concreta e discontinua; che fossero belli o meno non importava. Abbiamo deciso di decorare questi oggetti con puntine fluorescenti che, con la luce di Wood, di notte risplendevano, mostrando la loro essenza/ assenza. Per illuminare gli oggetti ho disegnato una lampada "preziosa" in vetro, un cono in vetro opalino tagliato e molato sghembo e con una lastra di cristallo inclinata che lo attraversava. Insomma, un oggetto prezioso e urticante insieme. Fu realizzata per l'occasione da Fontana Arte, poi entrata in catalogo anche in versione da tavolo, appoggiata su una base di cristallo trasparente.

*Guardando i suoi lavori ho notato tre possibili approcci progettuali. Il primo è l'uso di forme primarie (Flûte e Oz), il secondo è la ricerca (Trifluo), il terzo è l'innovazione (Mood e Domo). È una plausibile definizione del suo lavoro?*

Non saprei. Posso dire che nel mio lavoro mi piace esplorare degli estremi. Per esempio, quello di "fare poco". *Flûte* ne è esempio: È minimale, in vetro borosilicato trasparente e alluminio, il vetro serve solo da sostegno e non ha funzione di filtraggio della luce. La bellezza del borosilicato è la possibilità di unire le forme, senza stampaggio, la perfetta trasparenza e la possibilità di forarlo senza scheggiature. L'imbuto deriva dalla forma classica del "matraccio" che a fiamma viene unito allo stelo. Il diffusore è in alluminio, sospeso nella struttura in vetro grazie a tre bacchette. *Flûte* indaga un tema che mi ha sempre affascinato: la sottrazione. Ho cercato di lavorare sulla lampada non come elemento decorativo, ma come elemento essenziale, fatto di pochi elementi la cui qualità sta nella essenzialità. Se c'è poco, c'è poco che invecchia. Di *Trifluo* ho già raccontato. Con *Mood e Domo*, per Barovier&Toso, abbiamo innovato cambiando il modo di disporre nello spazio pezzi di lampadari classici. Nel lampadario veneziano, coppe, bracci, bicchieri e foglie soffiati in forme immutabili dai maestri vetrai sono poi assemblati a comporre una galassia di parti che ruotano attorno a un centro. Il processo è stato quello di prendere questi pezzi e disporli in modo diverso, in una sorta di *ikebana* di vetri e luci. Poi ho deciso di esporre i cavi elettrici e le parti meccaniche solitamente nascoste. Sia *Mood* che *Domo* sono un modo diverso di fare un ordine diverso nell'iconografia del chandelier muranese.

*L'ironia è un elemento presente in molti suoi progetti, come On/Off o Cap o nei suoi Esperimenti. Ce ne vuole parlare?*

L'ironia è un modo molto utile e serio per non prendersi troppo sul serio. È un atteggiamento che suggerisce che quello che stai facendo potrebbe anche non essere vero. L'ironia è anche un modo di porsi di fronte al mondo senza troppe certezze. Poiché le certezze, a parte matematica e scienza, sono un po' pericolose. Praticare l'ironia è come insinuare un batterio che cambia la prospettiva e induce un sorriso. L'ironia presuppone un'attitudine al sorriso, ed è anche una forma di conoscenza, perché svela le nostre e altrui debolezze e ci invita a essere vigili rispetto alla retorica e alla banalità. Per me è fondamentale, è una forma non aggressiva di critica e di comunicazione del pensiero. Seguendo queste riflessioni nasce *On/Off* per Vistosi, poi editata da Luceplan. Ideata prendendo come spunto creativo un furto di tecnologia: l'interruttore a gravità, quello dei coperchi dei congelatori per capirsi. Trovo interessante prendere un componente che appartiene a un certo mondo e vedere cosa accade se portato in un altro. È una lampada perfetta, tolta dal catalogo per ragioni oscure; se fosse stata comunicata adeguatamente avrebbe potuto avere un posto tra le icone del mercato e del design, come la *Parentesi*. Senza paragonarmi ai Castiglioni, con Santachiara e Meda abbiamo messo



OZ, lampada a sospensione / suspended lamp, FontanaArte, 1981

a punto l'oggetto perfetto, che essendo stranamente figlio di tre padri, ognuno con una propria poetica, non porta il segno di nessuno dei tre; e forse anche per questo ha funzionato.

*Da milanese e architetto, come vede le ultime trasformazioni della sua città?*

Milano negli ultimi vent'anni ha avuto una spinta interessante, legata al suo modo di essere una città fortemente dinamica. Sono molto perplesso sul risultato architettonico di alcune operazioni come CityLife. Una scelta urbanistica formalmente sbagliata, rispetto alla costruzione di un pezzo di città dentro la città, anche se l'uso e il tempo mitigheranno questo innesto infelice. Da architetto devo dire c'erano progetti migliori presentati per l'area. Da milanese vedo che ha vinto il progetto che pagava di più, e nella giuria non c'erano architetti. Considerando la parabola storica di una città, cosa sono qualche decina di milioni di euro rispetto al fatto che questi edifici resteranno per moltissimi anni visibili all'interno del suo tessuto urbano? In questo caso la scelta è stata determinata dal denaro e da cittadino considero che Milano in questo caso ha rinunciato alla *governance* delle sue forme urbane per motivi economici. La finanza e l'economia, che sono energie positive se ben regolate, sono diventate prevalenti rispetto alla strategia collettiva per il bene pubblico. Da architetto e da cittadino amo molto Milano, e la considero l'unica città italiana veramente



Trifluo, Artemide, 2006



OZ, lampada da tavolo / table lamp, FontanaArte, 1981

europea, una città in movimento nella quale si manifesta spesso un virtuoso matrimonio tra privato e pubblico. Milano mi piace anche per quello che accade anche in deroga alle leggi; ad esempio, il mio studio è stato costruito in un'area di grandi industrie dismesse che il PRG anni fa aveva previsto per piccole attività artigianali e commerciali di quartiere. In realtà è arrivato il "terziario creativo": architetti, fotografi, designers, showroom, abitazioni in loft, gallerie d'arte, locali, etc. Infine, la vitalità dell'economia reale è riuscita a modificare le previsioni del PGT e i modelli di insediamento. Ci si è alla fine resi conto che, in una città che passa



**Flûte Magnum**  
FontanaArte, 1999

da manifatturiera a terziaria, si liberano molte aree urbane che vengono occupate da realtà produttive in crescita e che l'urbanistica deve comprendere, favorire e regolare queste trasformazioni. Per Milano sono state la moda e il design.

*Esiste la lampada perfetta?*

Esistono le lampade "giuste". Come abbiamo detto prima, potrebbero essere *On/Off* o *Parentesi*. Giuste nel senso che enunciano in maniera chiara, leggera e non retorica un'idea, un principio costruttivo ed estetico.

*Verso dove sta andando il design?*

Non lo so, forse va verso un'autocelebrazione che diventa autoestinzione. Per fortuna, commercialmente il design continua a crescere, ma quanto questa crescita sia un bene per rispondere ai nostri bisogni umani o filosofici in generale, non lo so. Figure come Enzo Mari o Ettore Sottsass ci mancano, ma torneranno quando tornerà il piacere di trovare un senso nelle cose senza la dittatura del marketing. Ogni tanto si può fare qualcosa che non vende, ma che ci dona le emozioni che un bestseller non dà. Ad esempio, la *Java*, la zuccheriera di Mari in melamina per Danese; è un oggetto che contiene una genialità, un rigore e un'etica unici. Se dovessi spiegare a uno studente cos'è il design, gli direi di studiarla la *Java*, di comprenderne ogni suo dettaglio e poi di ridisegnarla "a memoria".

## Franco Raggi. For me, light is all about shadow

**F**or *LUCE*, I met Franco Raggi, the gentle master of Italian architecture and design. We talked about light, design and human relationships. And of Milan, his city of birth and life.

*Let's start with the introductions. Who are you, Franco Raggi? And what is light for you?*

To the first question I answer that I am an architect, perhaps an artist, and by chance a designer. As to the second question, I cannot answer, as light is whatever each person wants it to be. For me, it is the shadow. I see it more negative than positive; I see it as something you have to manipulate, filter or change, manage and transform. There is no absolute light. There are endless lights, that of the Mediterranean Sea, that of a snowy meadow without sun, that of a forest, the artificial ones, or that of the moon, etc. The lights are atmospheres, and knowingly constructing them is the architect's job; today they call him lighting designer. And in my opinion, this should have little to do with the lighting

standards, quantities and regulations. I would like to start a movement against the regulations, to free us from dimensional requirements that only serve to protect us from ourselves and from our distraction. We should learn to know our limits and ourselves, and then perhaps there would be no need for regulations. I have never thought about light except as a consequence, so since I started designing lamps I have always designed them from an emotional point of view. I have imagined objects telling stories, no matter if they were lamps, a suitcase or a vase, a lighting installation or a house.

*Fontana Arte, Artemide, Barovier&Toso and Luceplan. Tell us about your collaboration with these big companies.*

Principally, I worked with Fontana Arte and Barovier&Toso. For Artemide I designed *Trifluo*, using a technology patented by the company, and which Ernesto Gismondi had called some designers to interpret. It was a RGB system with fluorescent lights of three colours

and managed with a remote control that allowed you to mix the colours obtaining infinite chromatic possibilities. The *Trifluo* lamp was created around the layout dictated by the 6 light sources, so it was a thin object with a micro-prismatic diffuser that allowed you to read the colours and to spread a homogeneous coloured light. It had only one flaw, it was expensive. I proposed to Gismondi to make one with a chromatically fixed light, more affordable and easier to use. However, it is vital that a company has visions and tries new ways of research and experimentation even if, in the end, certain products will not be a commercial success.

With Fontana Arte and Barovier & Toso, there has been a more continuous relationship over time. If I were an entrepreneur, I would not look for the *big names*, but for someone with whom to engage in a long-term dialogue, even on issues unrelated to lighting or design. I would talk about art, politics or philosophy, because making products is not just a relationship between a client and a designer, it is something more complex and multifaceted. I started working with Fontana Arte in 1980, when Gae Aulenti became the Art Director. I met her thanks to my work at the Venice Biennale as a coordinator of the exhibitions in '76, and then as editor of the *Modo* magazine. I think it was my way of telling and writing that was of interest to her. The fact that the great Aulenti called someone like me, who had never designed anything, has always seemed to me an act of generous unconsciousness and farsightedness together. And from there a collaboration with the company started, lasting thirty years. A remarkable team had been created around Gae and Carlo Guglielmi: Gae Aulenti, Piero Castiglioni, Pierluigi Cerri, Ettore Sottsass, Daniela Puppa and myself. Thanks to everyone's work, and to the continuous dialogue with Aulenti and the company, Fontana Arte became, once again, one of the most prestigious Italian brands. It was then sold and everything changed, they widened the horizon and involved many designers *on call*, with spot collaborations that worked for the marketing, but which damaged the image coherence of the brand's collection. A story similar to that of Luceplan, grown thanks to the close relationship between Riccardo Sarfatti, Paolo Rizzatto and Alberto Meda. Then again everything changed and the relationship turned off and the innovative tension too. With Jacopo Barovier it was a different but equally casual meeting, it happened after having heard me speak in 1981 at a conference on the design of useless and of appearance, and on the banality of marketing. Together, we redesigned the image of the company confirming it as a leader in the production of classic Murano glass and its evolutions in the modern sense. Also in this case a professional and cultural relationship of exchange and friendship was created that went beyond work.

*As journalists linked to the world of design, we tend to associate a lamp or an object with a name and vice versa. In our case it is Oz. Would you tell us more about it?*

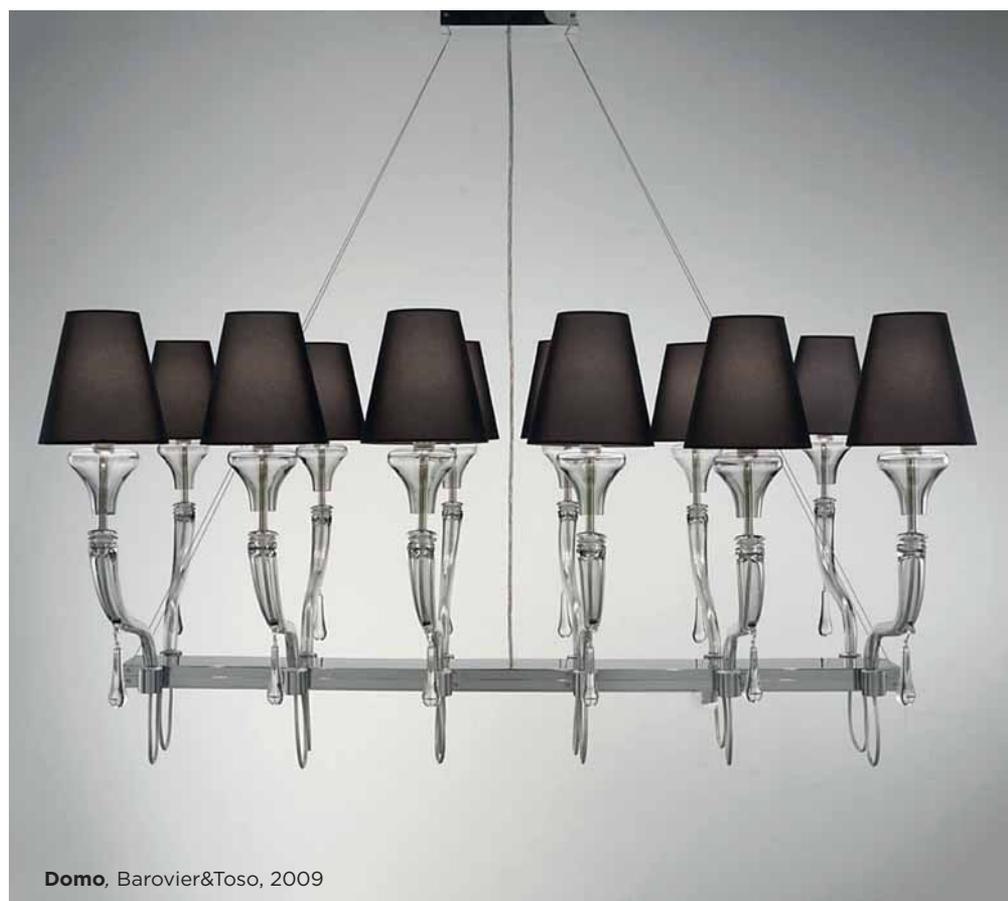
Oz was born in 1980, in the same year I was working with Alessandro Mendini, Daniela

Puppa and Paola Navone at the exhibition on post-modern design for the Venice Biennale, alongside the *Strada Novissima* by Paolo Portoghesi. Since design was not present in homes in 1980 as it is today, we decided to do an exhibition using anonymous objects. Our reflection started from the fact that the buyers of a design object were a niche, cultured and intellectual, while the great mass of consumers happily bought anonymous objects, between banality and kitsch. We therefore thought to display forty "normal" products, without any apparent quality, showing a cynical view of the world of objects. The exhibition featured products that we had bought in supermarkets or on our travels, but that told a concrete and uneven material culture; whether they were beautiful or not did not matter. We decided to decorate these objects with fluorescent pins that at night, under the light of Wood, would shine, showing their essence/absence. To illuminate the objects, I designed a "precious" glass lamp: an opal glass cone, cut and bevelled, and with a sloping crystal plate that crossed it. In short, it was a both precious and stingy object. Fontana Arte created it for the occasion, and then it entered the catalogue also in a table version, resting on a transparent crystal base.

*Looking at your work I noticed three possible design approaches. The first one is the use of primary forms (Flûte and Oz), the second is the research (Trifluo), and the third is the innovation (Mood and Domo). What do you think, am I right about these approaches? I do not know. I can say that in my work I like to explore extremes. Let us take for instance "to do little", and the *Flûte* lamp. It was minimal, in transparent borosilicate glass and aluminium; the glass served only as a support*

and did not have the function of filtering the light. The beauty of borosilicate is the possibility of combining the shapes without moulding, the perfect transparency and the possibility of cutting holes in it without chipping. The funnel derived from the classic shape of the "flask" that is flame annealed to the neck. The diffuser was in aluminium, suspended in the glass structure thanks to three rods. *Flûte* explored a subject that has always fascinated me: the subtraction. I tried to work on a lamp not as a decorative element, but as an essential element, and therefore made up of a few elements whose quality was in their essence. If there is little, there is little that ages. I have already told you about *Trifluo*. With *Mood* and *Domo*, for Barovier & Toso, we innovated by changing the way in which pieces of classic chandeliers were placed in space. In the Venetian chandelier, the cups, arms, glasses and leaves, blown in immutable shapes by the master glassmakers, are typically assembled to compose a galaxy of parts revolving around a centre. The process was to take these pieces and arrange them in a different way in a sort of "glass-and-lights" *ikebana*. Then I decided to show the electrical cables and mechanical parts that were usually hidden. Both *Mood* and *Domo* were a different way of making an unusual order in the iconography of the Muranese chandelier.

*Irony is an element found in many of your projects, such as On/Off or Cap or in your Esperimentati. Would you like to talk about it? Irony is a very useful and serious way of not taking yourself too seriously. It is a positive attitude that will remind you that what you are doing may not be true. Irony is also a way of facing the world without too much certainty; because certainties, apart from mathematics*



**Domo**, Barovier&Toso, 2009

Photo © salaposa



### Mood

Barovier&Toso, 2007

and science, are a bit dangerous. Practicing irony is like instilling a bacterium that changes your perspective and makes you smile. Irony presupposes an attitude to smile, and it is also a form of knowledge, because it reveals our and others' weaknesses and invites us to be vigilant about rhetoric and banality. For me it is fundamental, it is a non-aggressive form of criticism and communication of thought. Following these reflections, *On/Off* was born for Vistosi and then edited by Luceplan. It was conceived by taking as a creative cue a technology theft: the gravity switch, that of the lids of the freezers, as it were. I find it interesting to take a component that belongs to a certain world and see what happens if brought into another. It was a perfect lamp, removed from the catalogue for obscure reasons; if it had been properly communicated, it would probably have had a place among the market and design icons, such as the *Parentesi*. Without comparing ourselves to the Castiglioni brothers, together with Santachiara and Meda we created a perfect object, which, strangely, was the son of three fathers, each one with its own poetics, however without bearing any sign of the three. And who knows, perhaps for this reason it really worked out well.

*As a Milanese and an architect, what do you think about the latest transformations of your city?*

In the last twenty years Milan has had an interesting boost, linked to its way of being a strongly dynamic city. I am very perplexed about the architectural result of some operations like *CityLife*. It is a formally wrong urban choice, the creation of a piece of city within the city, even if use and time will mitigate this unhappy graft. As an architect, I have to say there were better projects presented for the area. As a Milanese citizen, I saw that it was the most rewarding project that won, and there were no architects in the jury. Considering the historical trend of a city,

what are some tens of millions of euros compared to the fact that these buildings will remain visible for many years within its urban fabric? In this case the choice was determined by money, and as a citizen I consider that Milan, in this case, gave up the governance of its urban forms for economic reasons. The finance and the economy, which are positive energies if well regulated, have become prevalent compared to the collective strategy for the public good. As an architect and as a citizen, I love Milan and I consider it the only truly European city in Italy, a city always moving and in which there is often a virtuous partnership between private and public. Another example of why I like Milan is that, notwithstanding the regulations, my studio was built in an area of large disused industries that the PRG, the urban master plan,

had foreseen, years ago, for small craft and commercial activities in the district. As a matter of fact, it was the "creative tertiary sector" that came to reside there (architects, photographers, designers, showrooms, loft houses, art galleries, clubs, etc.). Finally, the vitality of the real economy has managed to change the PGT's, or the Government Territory Plan's, forecasts and settlement patterns. Everybody eventually realised that inside a city, in transition from an industrial economy to a service one, many urban areas are freed, which will later be occupied by growing productive realities, and that urban planning must understand, favour and regulate these transformations. For Milan, it was fashion and design.

*Is there a perfect lamp?*

Well, there are the "right" lamps. As we said before, they could be *On/Off* or *Parentesi*. Right in the sense that they state an idea and a constructive and aesthetic principle in a clear, light and non-rhetorical way.

*So, where is the design going?*

I do not know, maybe it goes towards a self-celebration that becomes self-extinction. Fortunately, design continues to grow commercially, but how much this growth is a good thing to respond to our human or philosophical needs in general, I do not know. We miss the figures like Enzo Mari or Ettore Sottsass, but they will reappear when we will get back to the pleasure of finding meaning in things without the marketing dictatorship. Now and then you can do something that does not sell, but that gives you the emotions that a bestseller does not give.

For example, the *Java*, Mari's sugar bowl in melamine for Danese; it is an object that contains a truly unique genius, rigor and ethics. If I had to explain to a student what design is, I would tell him to study *Java*, to understand its every detail and then to redesign it "by heart".



**La Classica**, 1976. Collezione Design Centre Pompidou dal 2015 / Since 2015, part of the Centre Pompidou's Design Collection

photo © Georges Meguet/ditchian