

RIVISTA ITALIANA DI
ERGONOMIA

RIVISTA QUADRIMESTRALE

NUOVA EDIZIONE

NUMERO 10 - 2015



Organo ufficiale della
SOCIETÀ ITALIANA DI ERGONOMIA
www.societadiergonomia.it

DIRETTORE RESPONSABILE

Francesco Draicchio

DIRETTORE SCIENTIFICO

Oronzo Parlangeli

DIRETTORE EDITORIALE

Francesco Ranzani

SEGRETERIA DI REDAZIONE

Antonella Barresi

REDAZIONE PROFESSIONE ERGONOMIA

Federico Terenzi, Isabella Steffan (responsabili)

Maria Pia Cancellieri (SPSAL ASUR zona terr. 2 Urbino)

Giorgio Cavassi (Faentia Consulting)

Gabriele Corbizzi Fattori (AUSL Firenze)

Giordano Pierlorenzi (Centro Sperimentale di Design Poliarte)

REDAZIONE STUDI E RICERCHE

Giovanni Tubaro, Sara Albolino (responsabili)

Giuseppe Andreoni (Politecnico di Milano)

Nicola Magnavita (Università Cattolica del Sacro Cuore Roma)

Giulio Arcangeli (Università di Firenze)

COLLABORATORI DELLA REDAZIONE EDITORIALE

Chiara Aghemo (Politecnico di Torino), Marco Casarotti

(Studio Casarotti), Paola Cenni (Commissione Ergonomia

UNI), Luigi Ciulli (Camera dei Deputati), Andrea Colantoni

(Università della Tuscia di Viterbo), Maria Angela De Salvo

(PRAE), Antonella Frisiello (ISMB), Marina Liverani (Istituto

Ortopedico Rizzoli), Barbara Meghnet (ASL 5 Torino), Paolo

Occari (AULSS Chioggia), Angelo Sacco (ASL Frosinone),

Silvana Salerno (ENEA).

SEDE LEGALE REDAZIONE, AMMINISTRAZIONE,

ABBONAMENTI, PUBBLICITÀ

Segreteria SIE c/o R.M. Società di Congressi srl

Via Ciro Menotti 11, 20129 Milano

tel. +39 02 70.12.63.67 - fax +39 02 73.82.610

segreteria@societadiergonomia.it

CONTATTI REDAZIONE EDITORIALE

tel. 055 43.85.391 - rivista.ergonomia@gmail.com

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE

Frush [Design sostenibile] - www.frush.it

STAMPA

FCM Snc, Marcallo con Casone (MI)

COMITATO SCIENTIFICO

Presidente **Francesca Tosi**

Erminia Attaianesi (Università Federico II di Napoli),

Adriana Baglioni (Politecnico di Milano), **Luigi Bandini Buti**

(Design for All Italia), **Giuliano Benelli** (Università di Siena),

Antonio Bergamaschi (Università Cattolica del Sacro Cuore

Roma), **Maurizio Cardaci** (Università di Palermo),

Francesco Carnevale (Medicina del lavoro Firenze),

Cristiano Castelfranchi (CNR Roma), **Maurizio Catino**

(Università Milano Bicocca), **Gian Carlo Cesana** (Università

Milano Bicocca), **Alberto Del Bimbo** (Università di Firenze),

Marco Depolo (Università di Bologna), **Pier Luigi Emiliani**

(CNR Firenze), **Angelo Failla** (Fondazione IBM Italia),

Maurizio Franzini (Università La Sapienza Roma),

Giuseppe Favretto (Università di Verona), **Francesco Filippi**

(Università La Sapienza Roma), **Walter Gerbino** (Università di

Trieste), **Bruno Giordano** (Tribunale di Milano),

Dino Giuli (Università di Firenze), **Isao Hosoe** (Isao Hosoe

Design), **Ivetta Ivaldi** (Università La Sapienza Roma),

Nicola Magnavita (Università Cattolica del Sacro Cuore Roma),

Melchiorre Masali (Università di Torino), **Marco Masi**

(Regione Toscana), **Roberto Nicoletti** (Università di

Bologna), **Enrico Occhipinti** (Fondazione Policlinico Ca'

Granda), **Antonio Panti** (Ordine dei Medici Chirurghi e degli

Odontoiatri Provincia di Firenze), **Fabio Paternò**

(CNR Pisa), **Alessandra Re** (Università di Torino),

Antonio Rizzo (Università di Siena), **Sergio Roncato**

(Università di Padova), **Oliviero Stock** (IRST Trento),

Erberto Sandon (Studio Sandon), **Alberto Seassaro**

(Politecnico di Milano), **Riccardo Tartaglia** (Regione Toscana).

INTERNATIONAL ADVISORY COMMITTEE

Carlo Cacciabue (Eu), **David Caple** (Australia), **Pascale**

Carayon (USA), **Jan Dul** (The Netherlands), **Pierre Falzon**

(France), **Halimahtun Khalid** (Malaysia), **Steven Hecker**

(USA), **Erik Hollnagel** (Sweden), **Martin Helander** (Singapore),

Waldemar Karwowski (USA), **Thomas Kieselbach** (Germany),

Tadeusz Marek (Poland), **Marino Menozzi** (Switzerland),

Pedro Mondelo (Spain), **Gerrit Van Der Veer** (Holland),

Thomas Waters (USA), **John Wilson** (UK).

PREZZO PER L'ITALIA € 10,00

ABBONAMENTO ANNUALE € 25,00

ABBONAMENTO STUDENTI € 20,00

ABBONAMENTO BIBIOTECHE E ISTITUZIONI € 30,00

L'abbonamento comprende 3 numeri della rivista

Autorizzazione del Tribunale di Milano

n. 484 del 30 Ottobre 2009

Poste Italiane S.p.A. - Sped. in Abbon. Post. DL 353/2003

conv. in L.27/02/2004, n.46, art.1 comma 1 DCB Milano

ISSN 2037-3910 Rivista Italiana di Ergonomia

INDICE

Editoriale **5**

Il design è l'esplorazione. Intervista a Giulio Ceppi sulla "sensorialità sostenibile" **7**

DI IRENE LIA SCHLACHT

Apprendere il Saper Fare **16**

DI SEBASTIANO BAGNARA, SIMONE POZZI

Design "saper fare" e innovazione **23**

DI FRANCESCA TOSI

Ergonomia e Design per la sanità. Sicurezza e usabilità dei dispositivi medici e del packaging dei farmaci nell'Home Care **31**

DI FRANCESCA TOSI, ALESSANDRA RINALDI

Computer indossabili e indumenti smart per il design di prodotti per uno stile di vita attivo e sano per tutti **44**

DI ALESSANDRA RINALDI

Recensione "Design for all - il progetto per tutti" **54**

DI FRANCO LIGONZO

La SIE nella Consulta Interassociativa Italiana per la Prevenzione (CIIP) **56**

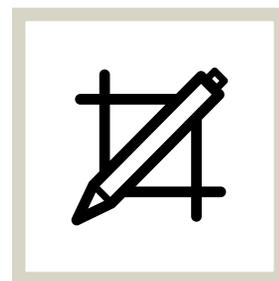
DI PAOLA CENNI

Il design è l'esplorazione.

Intervista a Giulio Ceppi sulla "sensorialità sostenibile"

Irene Lia Schlacht

Dipartimento di Design, Politecnico di Milano, www.extreme-design.eu



Recentemente Luigi Bandini Buti (responsabile del marchio Design for All) durante un incontro pubblico¹ inquisito di dare un buon esempio di Design for All dalla presidente Chiara Cerea (Design for All Italia) parla proprio di Giulio Ceppi e del suo ultimo progetto Autogrill di Villoresi Est. Luigi presenta il progetto come uno dei più importanti esempi di design for all, proprio quell'autogrill che si riconosce perché "è rosso di notte", spiegando come i bagni siano come quelli di casa: non viene creata disuguaglianza dividendoli per handicappati e non, ma come small, medium e large, non ci sono gli scomodi vassoi ed il percorso forzato allo shopping, i cani possono fare la pipì ed i bambini hanno un loro spazio. Un progetto che, puntualizza il Bandini, "ha superato le aspettative" integrando anche gli aspetti economici, sociali ed ambientali, come con la copertura del tetto captante. Si spera quindi solo che possa essere ripreso. Ma chi è Giulio Ceppi? Qual è la sua visione dell'ergonomia e del design. Questo testo vuole portare l'opportunità di capire chi è veramente questo progettista sorprendente, riportando le parole fresche di un dialogo spontaneo dove emerge il suo approccio, quello di una persona semplice e diretta che racconta anche del suo progetto Autogrill.

¹ (Comunicazione di Bandini Buti il 21 Gennaio 2015 durante il Talk pubblico: "Dal Design for All alla Tecnologia assistita" di Francesco Rodighiero, Open Dot Lab www.opendotlab.it)

IS: Qual è il senso del design?

GC: (Ride) Una domanda impegnativa! Io credo che nella migliore tradizione italiana ognuno abbia una risposta diversa. A differenza di altre nazioni come la Francia, la Spagna e la Germania, la storia del design italiano è proprio nel modo di affrontare il design che i singoli professionisti ne hanno dato, almeno questo nella fase "eroica" del design, la fase dei maestri quella del Dopoguerra agli anni 80, dove abbiamo poi vissuto come un po' ibernati fino ad oggi. Perché è ancora questo il modello che il giovane studente della Facoltà del design ha in testa: lui pensa di diventare Stark o Castiglioni, cosa che, ahimè, non succederà quasi mai più. Perché è un momento storico passato, oramai da 30 anni e non si può continuare a pensare che il senso del design sia quello.



Fig. 1 Giulio Ceppi docente al Politecnico di Milano facoltà Design (Image© Giulio Ceppi)

IS: Quindi quale è il senso del design, oggi? Cosa è superato?

GC: L'autocelebrazione è stata parte importante del design per molto tempo e ancora lo è per tanti designer: Fabio Novembre, Simone Micheli... soggetti per i quali alla fine il senso è la sola riconoscibilità del loro linguaggio. Io credo che il linguaggio sia una parte del design ma che oggi il design si debba occupare di valori, di contenuti, di servizi, di problematiche emergenti. ...Mi chiedo perché ci servano ancora tavoli, sedie, lampade? Vogliamo andare avanti a fare queste cose che oggi non servono assolutamente a nulla e che producono ormai pochissimo valore aggiunto e spesso fatturati irrisori?

IS: Se dovessi riassumere in due parole (il senso del design)?

GC: Secondo me più l'approccio "problem setting" che non "problem solving". Cioè la capacità di indentificare delle problematiche emergenti e riuscire ad incominciare a trovare delle possibili soluzioni.

Fig. 2 Individuazione delle problematiche (progetto Autogrill di Villoresi Est, image © Total Tool) (©Schlacht)

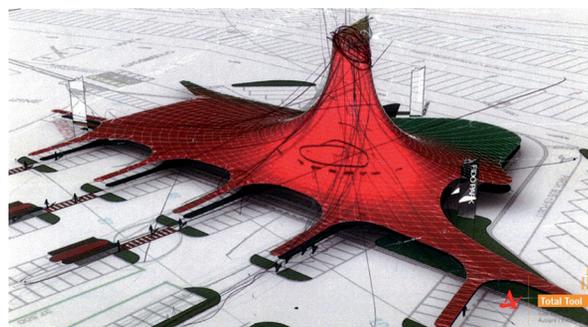
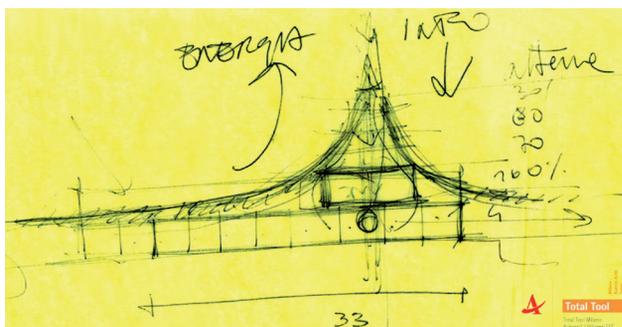


IS: È quindi la ricerca?

GC: Ricerca ed esplorazione: la capacità di andare a lavorare su valori nuovi, su terreni diversi da quelli tradizionali.

IS: Infatti nel sito dei Total Tool di cui sei il fondatore, design è sinonimo di esplorazione.

GC: Mi interessa cercare di approntare cose non necessariamente nuove, ma innovative. Il nuovo può essere anche solo un fattore commerciale o estetico, mentre l'innovazione significa produrre un cambiamento di scenario o introdurre elementi che creano strade per risposte diverse.



IS: Ma in che campo opera il design?

Fig. 3-4 Schizzi e sezione (progetto Autogrill di Villoresi Est, image © Total Tool)

Prime modellazioni (progetto Autogrill di Villoresi Est, image © Total Tool)

GC: Una risposta è in questo libro (*Porta sul tavolo: Awareness design. Il design della consapevolezza: un percorso sperimentale*, Autore Giulio Ceppi. Pubblicato da Dodici Edizioni, 2012. Collana di cui è stato direttore editoriale, Fig. 6) che è quella della consapevolezza. Cosa esplorare? Che persona voglio essere attraverso il mio lavoro? Esploro l'individuo, la sua capacità di conoscenza rispetto al mon-

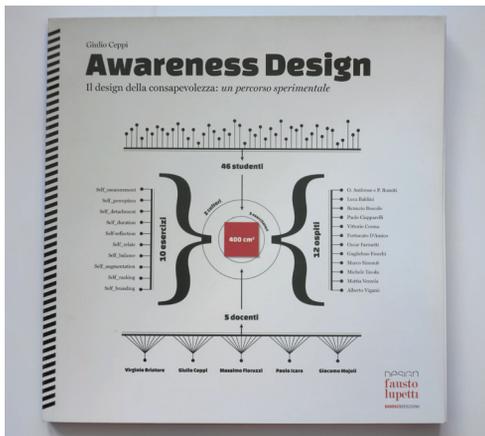


Fig. 5 L'autogrill rosso di notte (progetto Autogrill di Villoresi Est, image© Giulio Ceppi)

do, un mondo denso, articolato, dove si deve imparare a navigare, a riconoscere il virtuale dal reale, il duraturo dall'effimero, il solido dal fluido: un mondo denso e complesso. E quindi penso che il ruolo del designer sia quello anche di aiutare l'individuo ad aumentare la propria consapevolezza. Però il primo ad essere consapevole deve essere lui.

IS: Quindi la progettazione è ricerca?

GC: Per me sì, non può esistere un progetto senza un esplorazione, senza una ricerca: sono sinonimi o per lo meno esistono in forma sincretica!



IS: Ed un progetto senza design?

GC: (Ride) Dipende cosa intendi per Design? Maldonado in quel libretto bellissimo che è "La speranza progettuale" diceva che un fare senza progettare è gioco, mentre un progettare senza fare è l'utopia, in cui progetto ma non faccio. Interessante è il rapporto tra "fare e progettare". Ognuno trova il proprio equilibrio. Io nel modo di affrontare il

Fig. 6 Awareness Design di Ceppi (Image© Irene Lia Schlacht)

progetto non ho un approccio feticista, non ho l'ansia di arrivare alla fine intesa come un "prodotto". La fine può essere intesa come un prodotto, ma può essere un insieme di linee guida, oppure uno scenario strategico, un aspetto più legato al DNA e alle possibilità, che non al dire: "Ecco questa è la soluzione", ma piuttosto indicare delle strade possibili e aiutare a percorrere una direzione inesplorata...

IS: Comunque tutto finalizzato all'uomo

GC: Di sicuro. Il design deve essere "buono (bello), giusto e pulito", come dicono i miei amici di Slow Food.

IS: Qual è allora il senso dell'ergonomia rispetto al design?

GC: Credo l'ergonomia da tempo non sia più da intendersi come antropometria, come misura ideale di rapporti dimensionali, ma oggi sia intesa in senso antropologico profondo, includendone una dimensione sociale, culturale, cognitiva... quindi profondamente legata all'uomo globale, diverso appunto in ogni punto del pianeta, legato a contesti specifici ma anche connesso dalle reti planetarie. Un uomo multidimensionale che necessita un design attento alle nuove condizioni che il XXI secolo ci sta mostrando.

IS: L'aspetto del design e dell'ergonomia che ti interessa più personalmente?

GC: Insieme a Giacomo Mojoli, amico e vicepresidente di Slow Food, abbiamo coniato l'espressione non facile della "sensorialità sostenibile". Per me un prodotto di design deve essere sostenibile, da un punto di vista ambientale e anche tendenzialmente economico, ma deve essere anche sensorialmente godibile e ricco. Cioè la sostenibilità non deve generare oggetti poveri, brutti, tecnici... perché un oggetto/servizio ambientalmente efficiente deve avere anche un'elevata qualità estetica. Ma la sensorialità non è quel modo in cui si disegnano oggetti morbidi e colorati come se fossimo tutti bambini, ma poi non sappiamo come sono fatte, chi le ha prodotte, dove sono state realizzate. Perché anche la scarpetta più bella della NIKE, se si scopre che l'hanno cucita dei bambini pakistani di 14 anni in uno scantinato semibuio, la NIKE crolla...

Oggi dobbiamo mettere insieme le due cose: perché la parola ergonomia abbia un valore sociale ed etico: sostenibilità e sensorialità. Come dice appunto Slow Food: buono, giusto e pulito! Quindi è un incrocio di fattori, che mettono insieme il tema della sostenibilità con il design primario ma producendo una qualità complessa, densa, che ha contenuti, valori e anche una estetica. Tutti i progetti che faccio sono basati su queste due variabili.

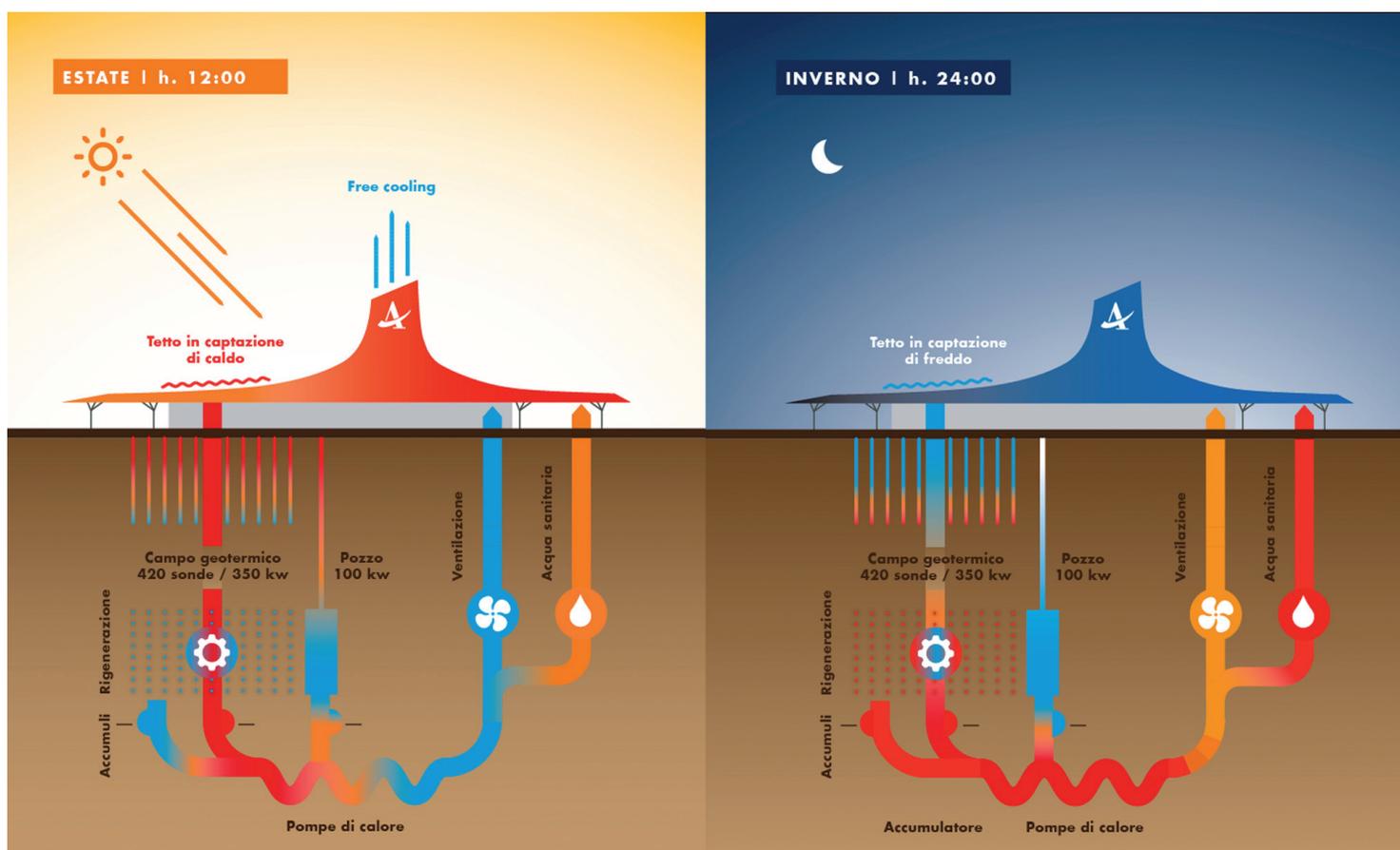
Fig. 7 Tavola delle qualità sensoriali (progetto Autogrill di Villoresti Est© Total Tool)



IS: Vuoi raccontare in dettaglio un progetto?

GC: Per Autogrill, abbiamo da poco terminato a Villoresti Est, sull'autostrada più trafficata d'Europa (la Milano Laghi), di fronte all'Expo e alla fiera di Rho, nella direzione di Malpensa, un nuovo locale, importante da un punto di vista strutturale e commerciale. È il locale più altovalente in Italia, con grandi superfici ma anche di forte impatto emozionale. Noi abbiamo creato un edificio con un notevole volume interno, che apparentemente vorrebbe dire un grande costo costruttivo e gestionale. Ma in verità sollevando il tetto abbiamo intuito che il nostro

edificio avrebbe funzionato, grazie ad copertura captante che ha la capacità di sfruttare l'irraggiamento solare con delle canaline d'acqua in grado poi di viaggiare sotto terra e combinarsi con un sistema a geotermia (420 sonde, che ne fanno il più grande in Italia), e di scambiare praticamente il calore immagazzinato sotto terra con 6 mesi di differenza tra inverno e l'estate. Questa soluzione tecnica, ad impatto zero, l'abbiamo chiamata "Pila termica" (Fig. 8).



Siamo partiti da un'idea impiantistica innovativa, perché se vuoi fare un edificio che ha un'alta sostenibilità da un punto di vista energetico non si disegna e poi si climatizza: al contrario, prima si decide come si gestiscono le energie e poi gli si dà la migliore forma, anche in senso estetico. Quindi in questo la sostenibilità ci ha guidato. Poi arrivano le certificazioni: Leed, classe A, ma arrivano se c'è un pensiero a monte.

Fig. 8 Pila Termica (progetto Autogrill di Villoresi Est, image© Total Tool)

IS: C'è una sequenzialità del progetto, non bisogna considerare tutte le variabili insieme...

C: Prima si considerano delle innovazioni forti sul piano tecnico-gestionale, poi incominci a dargli una forma fisica e poi sulla forma fisica ci lavori in termini di linguaggio, perché sia sensorialmente godibile, e alla fine si ricerca la relazione, l'equilibrio. Perché ogni cosa che cambia tecnicamente, cambia esteticamente, e viceversa. L'aspetto tecnico/energetico della sostenibilità e l'aspetto estetico/architettonico sono collegati, crescono in parallelo e si sviluppano reciprocamente, influenzandosi mutualmente. Quindi alla fine l'Autogrill può vendere i cibi e le bevande in un ambiente gradevole, spendendo poco come energia.

IS: Sempre tenendo presente i bisogni degli utenti.

GC: Esatto, ed in questo caso ci sono anche i bisogni del committente. Alla fine la qualità del tuo progetto dipende anche dalla qualità del tuo committente,

dalla capacità di spingerlo all'estremo su lacune scelte e sulle quali ti devi guadagnare la sua fiducia. Con Autogrill abbiamo vinto il Premio Dedalo Minosse alla committenza, in particolare per la massima applicazione dei criteri del Design For All. Abbiamo infatti lavorato congiuntamente sui servizi di questo edificio, perché è un'area di largo afflusso e con tipologie di utenti alquanto differenziate. Il Design for all è una pratica di grande interesse che porta non solo a migliorare l'integrazione e l'accessibilità di un edificio, ma, come in questo caso, a implementarne i servizi e l'offerta: abbiamo migliorato le logiche del servizio e della scelta del cibo (un solo scontrino, personalizzazione del piatto, menù vegani o per ciliaci...), della zona market (gondola ribassate per maggior accessibilità e per una miglior percezione ambientale...), dei servizi igienici (toilette per bambini, servizi ergonomicamente accessibili a tutti, docce per i truckers...), dei parcheggi (parcheggi dedicati per famiglie con bambini, per donne incinte, per possessori di auto elettriche...).

IS: Alessandro Guerriero dice che il design è arte e quello di cui parlavamo lo chiama industrial design, ma essendo il tuo progetto unico, non è industriale. Rientra comunque nel design.

GC: Il design è solo un modo di chiamare le cose: mi interessa se genera nuove qualità e servizi.

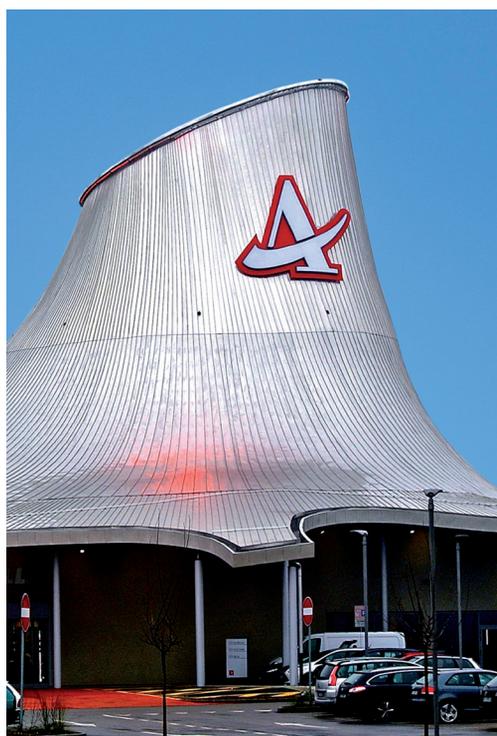


Fig. 9 Copertura captante della lanterna centrale (progetto Autogrill di Villoresi Est, image© Federico Brunetti)

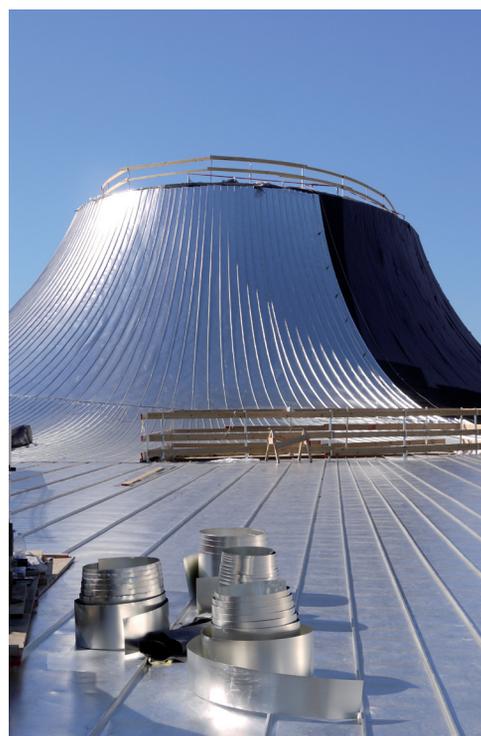


Fig. 10 Lanterna centrale (progetto Autogrill di Villoresi Est© Giulio Ceppi)



Fig. 11 Copertura captante esterno (progetto Autogrill di Villoresi Est© Federico Brunetti)



Fig. 12 Opening Day (progetto Autogrill di Villoresi Est© Giulio Ceppi)



Fig. 13-14 Interni con lanterna centrale e sala ristoro (progetto Autogrill di Villoresi Est© Giulio Ceppi)
Interni con lanterna centrale (progetto Autogrill di Villoresi Est© Giulio Ceppi)

IS: Come potremmo far capire che la funzione del design è importante?

GC: Alla fine degli anni 90, ho lavorato 3 anni in Philips design, un'azienda technology driven, dove contava l'innovazione tecnica in sé e il design era una variabile a seguire. Poi è arrivato Stefano Marzano con un approccio latino, non anglosassone e monosequenziale dove il design è solo estetica. Mentre nella cultura italiana il designer parla con l'amministratore delegato a pranzo, con l'amministratore delegato della Philips non prendi un caffè neanche dopo 400 telefonate. Marzano con "Vision of the future", fece capire agli ingegneri come con le tecnologie che loro avevano nei cassetti si potevano fare cose bellissime e diverse, fantastiche. Per farlo prima dobbiamo creare il consenso sociale e culturale (anche dentro l'azienda) e spiegare al consumatore quello che si potrebbe fare con la tecnologia e quindi vedere se sia antropologicamente accettabile. Perché certe cose possono anche spaventare o sembrare troppo invasive. Quindi, in tal senso il design ha una funzione sociale e antropologica: esplorare le soglie della consapevolezza.

Ci sono sempre tante componenti in gioco, ma appunto per me il design mette insieme l'aspetto sociale, l'aspetto tecnologico e l'aspetto economico. Ecco non devi dimenticare che alla fine si fanno dei conti perché abbiamo un committente, altrimenti fai dell'utopia, o della ricerca slegata dal contesto applicativo. A me interessa la ricerca se poi arriva a produrre delle cose: non faccio l'osservatore dall'alto della mia torre. Alla fine, le cose devono avvenire, però oggi sei tu che devi farle accadere: di fatto avvengono perché tu le fai accadere, se lavori sullo stato nascente delle cose.

IS: Quando uno studia design al Politecnico diventa un Master of science, mentre in nord Europa usualmente è un Master of art. Designer è un Master of Art o un Master of science?

GC: Certo son due culture diverse quella mediterranea e quella anglosassone, come dicevo anche prima, ma oggi è più importante la capacità di formulare e organizzare il pensiero e dare risposte a problemi complessi. Se poi lo fai sia dal punto artistico che scientifico, valgono tutte e due le cose. Ad esempio molti artisti, come Michelangelo Pistoletto o Olafur Eliasson, che stimo hanno un approccio molto espressivo, sono dei provocatori, attori sociali intelligenti che generano continuamente contenuti: l'arte usa una grammatica diversa dal design, ma ha una capacità di esplorazione sociale oggi fortemente interessante. C'è gente invece chiusa nel proprio linguaggio ma in modo banale, perché continua a dire le stesse cose, come certi architetti che si ridisegnano all'infinito, prevedibili e noiosi, ma premiati dal mercato che vuole essere rassicurato.

IS: Qual è il tuo maestro?

GC: Forse il più improbabile: Jacques Costeau! Un grande designer perché è un vero esploratore, che si è inventato anche una capacità mediatica per esistere. Lavorava sulla tecnologia: per primo ha usato certi materiali o soluzioni tecniche, ma era mosso da una grande passione da una forte umanità, perché alla fine gli interessava l'uomo, attraverso i grandi temi dell'inquinamento e della salvaguardia del mare. Era un vero ricercatore... (fa un gesto con le mani

circolare come per disegnare una circonferenza che si chiude), e amava anche starsene sotto l'acqua, come me. Però lui è un grande progettista.

IS: Cosa farà il design tra 1.000 anni

GC: Beh mille... (ride ed annuisce). Secondo me garantirà, come già diceva Umberto Eco parlando dell'architetto, che ancora esista ancora la figura dell'umanista: il designer è l'ultimo umanista e auguriamoci che esista almeno per altri 10.000 anni.

Ringraziamenti: Si ringrazia il Prof. Giulio Ceppi, per la sua disponibilità e contributo, Barbara Bersani, Federico Brunetti e Total Tool per l'accesso e la concessione all'uso delle immagini. Inoltre per il consulto Antonella Frisiello, per l'invito al talk Luigi Bandini Buti e Francesco Rodighiero.