

PORTO

& diporto



IL MAGAZINE CHE APRE IL PORTO ALLA CITTÁ

CONFITARMA

48 Ore del Mare 2009

Tariffa R.O.C. Poste Italiane SpA
Spedizione in abbonamento postale
D.L. 353/2003 (conv. in L. 27/2/2004 n. 46)
art. 1, comma 1, DCB Napoli
ANNO V - N. 6 - GIUGNO 2009
Costo singola copia € 2,50 - Contiene I.P.

design / porto&diporto

Giganti del mare: nuova etica nella progettazione

La recente crisi del sistema borsistico e finanziario internazionale ha indotto mutamenti importanti nelle società e negli obiettivi di spesa famigliari, generando forti contrazioni in molti settori economici, ma anche creando, grazie ad una maggiore selettività nei bilanci di spesa, inaspettate occasioni di crescita in altri.

Uno di questi è quello delle crociere, già in incredibile espansione prima della crisi, e che oggi viene identificato quasi come un bene rifugio dal consumatore-turista, sia per la insostituibile convenienza che per l'alto grado di affidabilità dei servizi offerti a bordo e sulle diverse destinazioni.

Questo particolare aspetto legato alla crisi ci spinge a riflettere sui suoi significati più profondi, imponendo a tutti gli addetti ai lavori un rinnovamento culturale e un approccio più etico nelle scelte strategiche. Le grandi aspettative di un pubblico sempre più differenziato ed esigente, rappresentano una chiara domanda di progresso e miglioramento in termini di qualità, di evoluzione e innovazione anche del Design.

Nell'ottica dei progettisti, taglie post-panamax sempre più imponenti consentono l'introduzione di importanti novità sulle navi da crociera, sul piano spaziale, tipologico ed urbanistico, che di per sé però non costituiscono – ad eccezione dell'incremento delle cabine esterne - necessariamente un progresso in termini di qualità, o di innovazione del design puro, e rischiano di riproporre, per la loro affiliazione tipologica con l'industria delle costruzioni edili, gli stessi caratteri di speculazione e disumanizzazione. Si tratta infatti di novità di tipo essenzialmente strutturale e commerciale –

incremento cabine esterne, nuove "malls" scoperte, nuove volumetrie idonee per la creazione di revenue points, aree piscina, sport e aquapark sempre più vaste ed elaborate e, in generale, una sempre maggiore indipendenza tra architettura interna e vincoli strutturali – che, senza l'indispensabile mutamento culturale dei progettisti del settore, rischia di azzerare tutto il potenziale innovativo legato al gigantismo dei futuri prototipi, relegandoli ancora una volta ad un ruolo secondario rispetto alle analoghe sperimentazioni in ambito terrestre o nautico.

Oggi è ormai riconosciuta, in questo settore, la crisi del "modello Americano", dove per Americano non intendiamo il ricco potenziale creativo del popolo Americano in senso stretto, ma il modello tutt'ora imposto dal principale attore del settore.

Un modello che applica metodi arcaici, da lungo tempo superati nel terrestre più affermato, e che nei suoi principi continua a privilegiare una astratta e distorta ricerca di effetti speciali a tutti i costi, con un'unica chiara ossessione: quella di teorizzare – nonostante alcuni incoerenti slogan pubblicitari vagamente "impegnati" - il villaggio di massa globale, un minestrone artificiale privo di qualsiasi riferimento culturale e di spessore artistico.

Viene così negata a molte, troppe navi, tutto il potenziale creativo e culturale oggi rappresentato dal prodotto Design evoluto, oramai il vero riconosciuto motore della crescita qualitativa della progettazione in ogni ambito creativo, dal terrestre al navale, dalla moda alla nautica e alla sperimentazione artistica.

L'assenza di questo fondamentale valore in una pro-



Giuseppe e Marco De Jorio

gettazione d'interni contemporanea – come quella dedicata alle navi da crociera – equivale all'assenza totale di etica nei confronti del passeggero fruitore, troppo spesso considerato come un pollo da batteria da distrarre e scioccare per ottimizzarne lo sfruttamento, piuttosto che un essere umano con un proprio appetito culturale ed una propria sensibilità. Sappiamo bene quanto sia esigente e smaliziato il pubblico Europeo, a cui il mercato delle crociere offre ancora troppo poco di adeguato al suo gusto.

E' innegabile che su questa nuova sensibilità si muova oggi la MSC, entrata nel mondo delle crociere con il chiaro obiettivo di lasciare un segno importante, nel senso dell'innovazione del settore crociera, come solo un outsider – considerata la sua leadership in un ambito diverso - avrebbe potuto fare.

Da queste premesse nasce e si sviluppa un proficuo rapporto tra la MSC e il nostro studio, da sempre impegnato in ricerche formali e di linguaggio più colte di quelle espresse normalmente nel settore, che ha permesso di ottenere quelle sinergie utili per l'individuazione di un prodotto globalmente nuovo, più etico e più sensibile all'evoluzione di un mercato che, lo ricordiamo, non riguarda solo quello delle crociere, ma soprattutto quello dell'evasione e delle vacanze, di cui la crociera costituisce – fatto che oggi ne amplifica il ruolo morale e propulsivo – la punta di diamante.

La MSC FANTASIA rappresenta a buon diritto il "nuovo", essendo la prima realizzazione – a partire dalle ultime del genere realizzate negli anni 30 – a esprimere in modo compiuto ed omogeneo lo spirito colto del proprio tempo, lo spirito e la cultura migliore della società di oggi. Volendo sintetizzare gli aspetti primari legati a questo nuovo progetto sotto il profilo dell'Interior Design, possono essere elencati i seguenti valori:

– **AFFERMAZIONE DEL DESIGN DI INTERNI COME UNA DELLE RISPOSTE CRUCIALI ALLA DOMANDA DI EVASIONE, E QUINDI COME INEDITO PROPULSORE ECONOMICO "ETICO" (NUOVA FORMA DI PRODOTTO).**

– **IMPOSIZIONE DI UN DESIGN DI ALTA QUALITA', OTTENUTO ATTRAVERSO SPERIMENTAZIONI CREATIVE ETEROGENEE ED ORIGINALI, RICCHE DI SIGNIFICATI TEMATICI E DI CONTENUTI ARTISTICI, MEDIATE DAL RIGOROSO CONTROLLO DELLA CULTURA ITALIANA DEL PROGETTARE.**

– **INTERVENTI CHE SINTETIZZANO, ANCHE NELLA LORO VESTE PIU' CORAGGIOSA E INNOVATIVA, IL NUOVO MODO DI VIVERE LA CONTEMPORANEITA', SECONDO L'INTERPRETAZIONE VINCENTE DEL PIU' PURO MADE IN ITALY.**

– **ALTA QUALITA' INTRINSECA E TANGIBILE : PER LA PRIMA VOLTA SU UNA NAVE PASSEGGERI MODERNA LA MEDESIMA QUALITA' E RICCHEZZA ESPRESSIVA VIENE APPLICATA AL 100% DEGLI SPAZI COMUNI E PRIVATI.**

NESSUNA NAVE AL MONDO – NEMMENO NELLA CLASSE DELLE LUXURY CRUISE SHIPS – OFFRE UN GRADO DI PERSONALIZZAZIONE E DI QUALITA' DEL DESIGN E DEI MATERIALI COSI' ESTESO COME NELLA MSC FANTASIA .

OGNI PIU' PICCOLO ACCESSORIO - AMBIENTE E' STATO STUDIATO NEL DETTAGLIO E FINALIZZATO, PER OTTENERE LIVELLI DI QUALITA' E DI ESPRESSIVITA' INEDITI, CON GLI STESSI CRITERI E LO STESSO IMPEGNO CON CUI SI PROGETTA UNO YACHT PRIVATO.

L'USO GENERALIZZATO DI MATERIALI NATURALI E COMPOSITI DI ALTISSIMA GAMMA – NEI LIMITI IMPOSTI DALLA NORMATIVA VIGENTE – COME PER ESEMPIO IL MARMO PORTORO NELLA CAFETERIA, LA PAVIMENTAZIONE SWAROVSKI DEGLI SCALONI DEL MAIN FOYER, O LE ROCCE NATURALI PER LE PARETI DELL'AREA SPA, TESTIMONIANO LA PRECISA VOLONTA' DI OFFRIRE A TUTTI I PASSEGGERI SERVIZI E AMBIENTI DI LUSO MA CON MATERIALI REALI E SINCERI, LONTANI DALLA PRATICA IMPERANTE DELLA FACILE E VOLGARE "RESINA PER TUTTO".

Questi nuovi profili, aggiunti ad una vera e onesta sperimentazione formale della progettazione, costituiranno sempre di più i nuovi parametri da tener presente per la realizzazione di grandi navi di qualità.

Al di fuori di essi non vi sarà né l'indispensabile affermazione di nuovi modelli di progetto condivisibili, né la dimostrazione tangibile di un progresso raggiunto nella moralizzazione delle costruzioni commerciali.

La sfida d'ora in avanti non sarà più nella pura dimostrazione di superiorità fisica o nella spasmodica ricerca di attirare l'attenzione, bensì nel sapere stare al passo con i tempi.

Colpire nel segno formando, oltre che divertendo, dando quel particolare ed unico significato ad ogni realizzazione in grado di renderla eterna almeno nella memoria storica e iconografica, considerata l'ineluttabile caducità che caratterizza l'industria più affascinante che esista.

**MARCO DE JORIO
DE JORIO DESIGN INTERNATIONAL**