

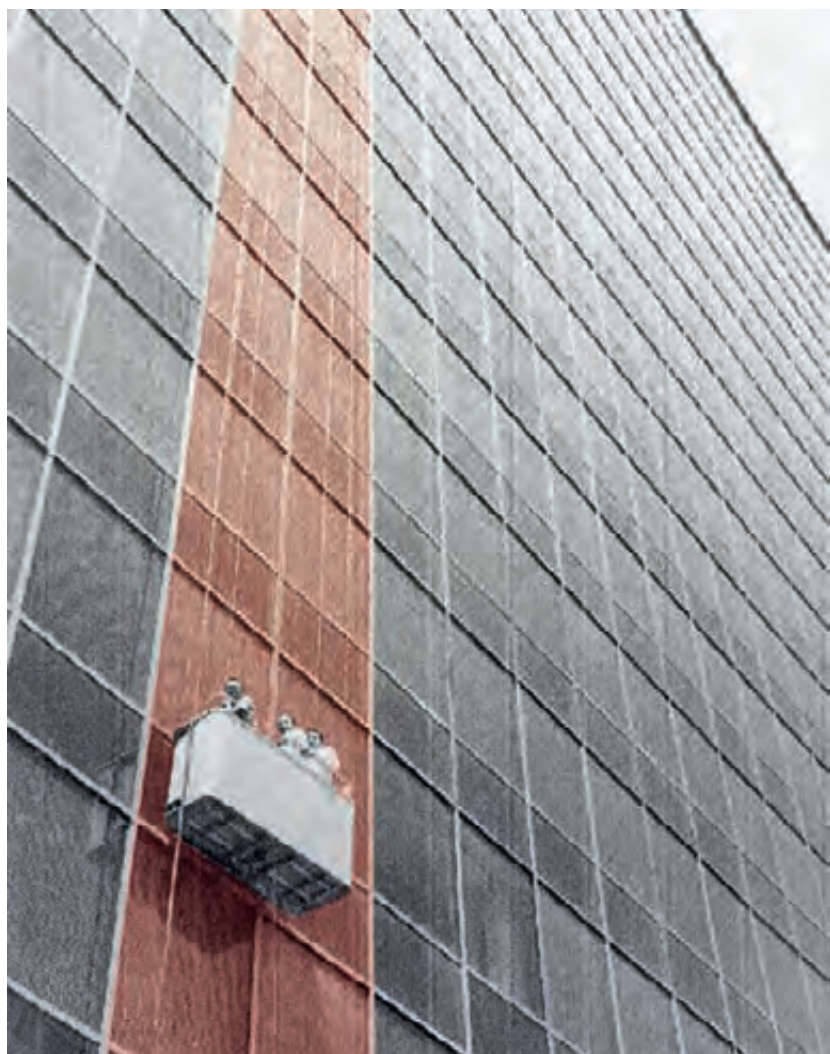
EDILIZIA

A CURA DI STEFANIA MORNATI

AH ARCHITECTURE
INDUSTRY
HERITAGE

LA PREFABBRICAZIONE LEGGERA NEL LAZIO

Riflessioni e casi di studio



FRANCOANGELI 

**Album dell'alluminio
nell'architettura
italiana
nella produzione della
Curtisa di Bologna.**

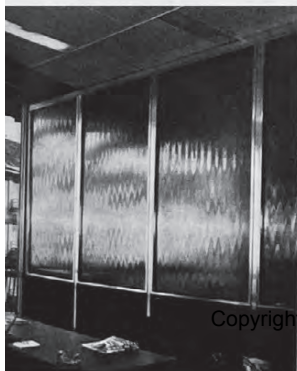
Fra le architetture singolari che vanno apparendo a Milano, v'è l'edificio per le rotative del «Corriere della Sera», progettato dall'architetto Alberto Rosselli nello studio Ponti, Fornaroli, Rosselli.

Anche in questo edificio è presente la Curtisa all'esterno con le finestrate verticali e con le intelaiature per il montaggio delle grandi pareti a canali verticali di vetro delle facciate, ed all'interno con le sue divisorie mobili in alluminio.

La Curtisa è onorata sempre dall'essere presente nelle effettuazioni più significative dell'architettura moderna in Italia ed all'estero, ed aggiunge questa pagina a quelle che sono state dedicate ai suoi lavori in Italia ed all'estero.



Edificio delle macchine del «Corriere della Sera» in Milano



CURTISA S.p.A. - BOLOGNA
Via Ranzani 16 - tel. 233855 + (3 linee)
Filiale a Milano
Via Gustavo Fara 4 - telef. 653534/5
Filiale a Roma:
Via S. Francesco di Sales 1/a tel. 6568842/1

9. *L'industrializzazione edilizia attraverso le pagine pubblicitarie delle riviste*

Leila Bochicchio

La consultazione di alcune delle più note e longeve riviste di architettura italiane, che da sempre rappresentano la sede del dibattito culturale e costituivano un tempo anche il principale strumento di aggiornamento per gli addetti ai lavori, ha permesso di individuare una originale chiave di lettura per l'analisi della diffusione dei sistemi di industrializzazione edilizia in Italia nel secondo dopoguerra. Le riviste di settore costituiscono, infatti, non solo una fonte in termini di contenuti puntuali sulle opere che fanno uso di tecnologie aggiornate, ma anche un ricco repertorio di notizie sul contesto culturale, sociale ed economico al contorno delle architetture presentate sulle loro pagine.

La notevole diffusione ed eterogeneità di costruzioni che potessero rientrare nella casistica, selezionate nell'ambito di questo studio, ha determinato l'esigenza di individuare un criterio di selezione per orientarsi attraverso la quantità di manufatti collocati nel perimetro geografico e nell'arco temporale presi a riferimento.

Il criterio della pubblicazione su rivista di settore ha rappresentato, in questo quadro, la discriminante per selezionare le opere da inserire all'interno dell'archivio in costruzione; il principio di selezione in base all'apparizione sulle pagine delle riviste ha costituito, infatti, un metodo imparziale per identificare un numero relativamente circoscritto di manufatti – presumibilmente i più significativi – all'interno di un repertorio, quello laziale e in particolare romano, che si presentava molto ampio ed eterogeneo.

È risultata, al contempo, operazione interessante provare a indagare

A fronte - Pagina pubblicitaria della Curtisa (da Domus, n. 421, 1964)

– o meglio monitorare – la diffusione dei sistemi di prefabbricazione edilizia e la connessa filiera produttiva attraverso le pagine delle riviste e, in particolare, attraverso le inserzioni pubblicitarie che, via via più numerose, iniziarono a comparire nelle pubblicazioni del periodo.

La sistematica consultazione di alcune delle principali e più diffuse edizioni, ma anche di quelle meno note ma più spiccatamente legate alla tematica in oggetto (come la rivista *Prefabbricare*¹), per i numeri pubblicati tra la fine degli anni Cinquanta e i primi anni Ottanta, ha interessato quindici testate², per un totale di circa 1900 fascicoli consultati. L'operazione, oltre che regesto bibliografico e strumento per l'individuazione del gruppo di manufatti che potessero comporre il 'corpo' della ricerca, si è rivelata funzionale a includere nello studio anche quelle testimonianze, legate al mondo del costume, della comunicazione, della commercializzazione di prodotti, che non rientrano tra i consueti documenti attraverso cui siamo soliti indagare i fenomeni edilizi.

Le inserzioni pubblicitarie, ma più in generale le rubriche ricorrenti dedicate al tema, le promozioni redazionali, gli innumerevoli articoli e saggi di carattere divulgativo o critico sull'argomento, con la loro progressivamente più costante e copiosa presenza, testimoniano quanto, a partire dal secondo dopoguerra e per tutto il corso dei tre decenni successivi, il tema dell'industrializzazione dei processi e dei prodotti dell'edilizia fosse argomento cogente e centrale. Il fenomeno era oggetto di studio tra gli addetti ai lavori e la critica; interessava professionisti, aziende produttrici, associazioni di settore, ma anche

¹ *Prefabbricare* è stata la rivista promossa dalla Associazione Italiana Studio Sviluppo Materiali e Sistemi di Prefabbricazione, in seguito AIP - Associazione Italiana Prefabbricazione. Esordisce come "Prefabbricare. Rivista trimestrale della Associazione Italiana Studio Sviluppo Materiali e Sistemi di Prefabbricazione" con il primo numero, nel 1958. Diviene presto bimestrale, cambiando poi denominazione, dal 1967, in "Prefabbricare. Edilizia in evoluzione" ed è edita fino al 1970

² Le testate consultate sono state Acciaio. Edizione italiana della rivista internazionale delle applicazioni dell'acciaio (1959-1963); Acciaio e Costruzioni metalliche (1955-1982); Alluminio. Rivista tecnica del gruppo metalli leggeri (1934-1958); Alluminio. Rivista della nuova metallurgia (1959-1971); Architettura/Cantiere. Rivista di architettura tecnica ed industria edilizia (1952-1960); Casabella (1955-1981); Domus (1949-1980); Edilizia Moderna (1951-1966); Edilizia Popolare (1954-1980); Edilizia scolastica (1977-1981); L'architettura. Cronache e storia (1955-1976); L'industria delle costruzioni (1967-1985); Metron (1945-1954); Prefabbricare (1958-1970); Vitrum. Lastre di vetro e cristallo (1949-1967).

pubbliche amministrazioni e persino ‘consumatori’; tutti protagonisti o testimoni partecipi delle dinamiche che stavano trasformando il cantiere edile nel nostro Paese.

L’insieme dei documenti offerto dalle riviste è nel suo complesso espressione di un periodo di fermento e di veloci cambiamenti che hanno interessato tutti gli aspetti della costruzione, dalla progettazione alla produzione di componenti, al cantiere, includendo nuovi prodotti, non strettamente connessi alle nuove tecnologie, ma anche soluzioni costruttive generate da queste, quali ad esempio *brise soleil*, tende avvolgibili e altri componenti necessari ai nuovi sistemi di facciata.

Basti, a tal proposito, solo a titolo esplicativo, leggere la presentazione al primo numero della citata “Prefabbricare”³, che già nel 1958 si annunciava al pubblico con il fine di sopperire alla grave carenza individuata nell’arretratezza italiana del settore, se paragonato al contesto europeo:

«I sistemi della prefabbricazione, soprattutto nel settore edilizio, sono altamente sviluppati in tutta Europa ove esistono da anni pubblicazioni dedicate a questo specifico argomento. È nostro desiderio inserirci in tale movimento per propagandare e divulgare in Italia il concetto della prefabbricazione e raccogliere le idee dei nostri tecnici favorendo i dibattiti, affinché anche il nostro Paese sia in linea al più presto con quanto già realizzato altrove. Confidiamo che la nostra opera contribuirà a modificare taluni sistemi costruttivi oggi in uso, assolutamente improduttivistici e siamo fermamente convinti che la prefabbricazione, seriamente e razionalmente applicata, condurrà a notevoli riduzioni nei costi a vantaggio della collettività e della economia nazionale. Desideriamo collaborare con tutti e chiediamo la collaborazione di tutti, Organi Governativi, Architetti, Ingegneri, Costruttori, Tecnici, Industriali i cui materiali possono trovare impiego nella prefabbricazione».

Il sintetico prologo alle pubblicazioni a venire è una sorta di appello alla mobilitazione, che convoca tutti i soggetti coinvolti a contribuire all’auspicato cambiamento che l’associazione, sul finire degli anni Cinquanta, prospettava e promulgava attraverso la propria testata.

La ricognizione condotta sulle inserzioni pubblicitarie e sulle altre forme di comunicazione commerciale rintracciabili nelle riviste può essere sintetizzata attraverso tre principali declinazioni, che le inser-

³ “Lettera del direttore Sergio Mulitsch” da “Prefabbricare. Rivista trimestrale della Associazione Italiana Studio Sviluppo Materiali e Sistemi di Prefabbricazione”, n. 1, 1958.

zioni stesse hanno assunto come materiale di studio: una fonte diretta; un'espressione del dibattito culturale; uno strumento di divulgazione e di aggiornamento. La pubblicità come fonte diretta è testimonianza del periodo storico, della società e del sistema economico di cui era portavoce. Le inserzioni pubblicitarie sono poi espressione, in particolare negli anni del *boom* economico, del fitto dibattito culturale attraverso cui le aziende produttrici prendono posizione e supportano il valore e le qualità dei prodotti che rilasciano sul mercato. Infine, le pagine pubblicitarie descrivono i nuovi processi edilizi legati ai materiali proposti, comunicando anche gli aspetti più strettamente tecnologici e operativi connessi al cantiere e alla necessaria formazione delle maestranze.

9.1 La pubblicità come fonte diretta

Come detto, il corpo delle pagine pubblicitarie selezionate costituisce in primo luogo una inaspettata fonte di informazioni, rappresentando di per sé una interessante testimonianza diretta. Organizzate in base a criteri cronologici, geografici, tematici, le pubblicità forniscono dati utili per ripercorrere la storia e le dinamiche dello sviluppo dei nuovi materiali, prodotti e tecnologie legati all'industrializzazione del cantiere.

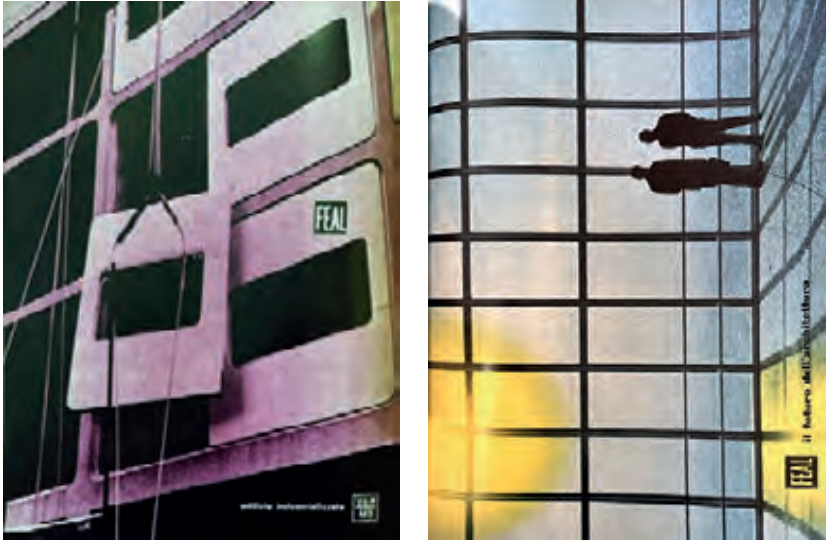
Le inserzioni di seguito riprodotte sono state individuate prevalentemente sulla storica testata *Casabella*, caratterizzata da una diffusione di ampio respiro, anche internazionale, e da un approccio storico-critico, e su *L'architettura. Cronache e storia*, anch'essa a diffusione nazionale ma più legata allo specifico contesto territoriale romano rispetto alla prima. Per quanto riguarda *Casabella* – tra le più longeve riviste di architettura in Italia, edita dal 1928 – le pubblicità raccolte provengono da numeri pubblicati tra il 1954 e il 1981. Proprio nel 1954 la rivista riprende ad essere edita, dopo un periodo di sospensione di sette anni tra il 1947 e il 1953, sotto la direzione di Ernesto Nathan Rogers (fino al 1965), poi di Gian Antonio Bernasconi (fino al 1970), poi di Alessandro Mendini (fino al 1976) e infine di Tomás Maldonado (fino al 1981). Per quanto riguarda *L'architettura. Cronache e storia*, le

pubblicità raccolte provengono da numeri pubblicati a partire dal 1955 (anno della sua fondazione su iniziativa di Bruno Zevi che ne rimane direttore e animatore fino al 2000).

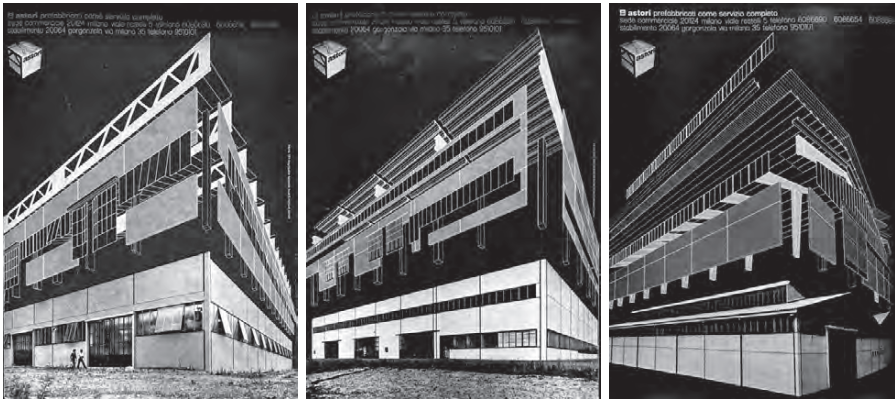
In questo inconsueto repertorio è parso naturale individuare e riconoscere in primo luogo alcune modalità di linguaggio: le impostazioni grafiche delle inserzioni seguono principi differenti, ovviamente riconducibili ad altrettante strategie di comunicazione. Alcune sono sintetiche, basate su loghi ed elementi iconici che rimandano all'azienda o al prodotto; altre fanno uso di immagini d'impatto o evocative, a discapito di una parte testuale circoscritta a brevissimi motti o al solo logo aziendale; in altre ancora, l'impostazione prettamente grafica gioca sul tema della ripetizione, serialità e riconoscibilità della campagna pubblicitaria, fino a programmare, in alcuni casi particolarmente riusciti, una sorta di rubrica a puntate che compare in sequenza, su numeri successivi, quasi ad articolare e approfondire il dialogo con



Figg. 1, 2 - Campagne pubblicitarie Italsider. La sezione del profilo metallico diventa logo: la prima immagine publicizza i profilati in acciaio HE e IPE recentemente introdotti sul mercato italiano (da L'architettura. Cronache e storia n. 97, 1963); nella seconda, la «A» di acciaio campeggia a tutta pagina inquadrando al suo interno un edificio che ne impiega «la moderna tecnologia, al servizio di ingegneri, architetti e costruttori» (da L'architettura. Cronache e storia, n. 149, 1968)



Figg. 3, 4 - Spesso le inserzioni Feal utilizzano immagini evocative a tutta pagina, accompagnate dal solo logo aziendale. In questi due esempi campeggiano una facciata realizzata con elementi prefabbricati pesanti in corso di costruzione (da *L'architettura. Cronache e storia*, n. 61, 1960) e un generico interno di un edificio caratterizzato da un sistema di facciata modulare e vetrato (da *L'architettura. Cronache e storia*, n. 63, 1961, verticale nell'originale)



Figg. 5-7 - La campagna Astori è esemplificativa di una strategia basata sulla ripetitività e riconoscibilità dell'inserzione che, tra il 1974 e il 1976, occupa spesso il retro di copertina di *Casabella* e di *L'architettura. Cronache e storia*. Le figure a tutta pagina rappresentano edifici immaginari ma plausibili, sempre molto simili ma a ben vedere sempre diversi tra loro. L'immagine ripropone ogni volta la stessa vista angolare di un generico capannone produttivo, rappresentato in esplosione tridimensionale. La tecnica del collage fotografico, misto a parti di disegno, ben si addice alla volontà di veicolare i principi della modularità, componibilità e velocità di costruzione (tratte, nell'ordine, da *L'architettura. Cronache e storia* n. 241, 1975; *Casabella*, n. 405, 1975; *Casabella*, n. 411, 1976)



Figg. 8-12 - Anche questa campagna pubblicitaria della Secco, puntando sulla riconoscibilità dell'inserzione ma occupando questa volta pagine consecutive all'interno del fascicolo, mostra i vari reparti di produzione dell'azienda, ciascuno specializzato in una specifica fase o attività di fabbricazione del prodotto. Si legge, nell'ordine: «Reparto 1. La produzione dei profilati PROFILTUBO da nastro zincato»; «Reparto 2. La produzione di profilati speciali da lamiera di acciaio zincato»; «Reparto 3. L'allestimento dei serramenti con profilati di acciaio zincato»; «Reparto 4. Il trattamento di fosfatizzazione ad immersione a caldo dei serramenti»; «Reparto 5. La verniciatura dei serramenti con smalti essiccati in forno» (da Domus, n. 381, 1961)

il lettore. È il caso, ad esempio, di una campagna Focchi, rintracciata su alcuni numeri de *L'architettura*. Cronache e storia intorno alla metà degli anni Settanta, che attraverso quattro diverse pagine elenca le differenze sostanziali tra gli infissi di propria produzione e gli altri «ottimi» infissi presenti sul mercato.

Infine, probabilmente la modalità di trasmissione più interessante ai fini della raccolta condotta – spesso sovrapponibile con le strategie grafiche e comunicative precedenti – poiché ricca di dati ed esplicita nella volontà di assumere una posizione sulle tematiche della prefabbricazione, appartiene a quelle inserzioni che fanno ampio uso del testo. In questi casi, composite e concluse trattazioni, nonostante l'esiguo spazio a disposizione e l'imprescindibile prevalenza dell'immagine o della composizione grafica sulla pagina, sono il principale contenuto della campagna; il prodotto appare come poco più che un pretesto per esprimere la più ampia visione dell'azienda sul tema, al di là della volontà di commercializzare un singolo componente o materiale. Da quest'ultima tipologia di inserzioni è possibile ricavare dati relativi alle aziende produttrici, quali le sedi amministrative, commerciali e degli stabilimenti produttivi, la presenza di agenti sul territorio nazionale e internazionale e, dunque, informazioni sull'area geografica di influenza e sul bacino di diffusione dei prodotti. Dagli slogan, dalle frasi a impatto e dai testi descrittivi è possibile estrapolare elementi significativi sui prodotti e sistemi utilizzati, a volte anche in termini di quantità numeriche o di misure impiegate per la realizzazione di specifiche opere, l'eventuale esistenza di brevetti, le qualità tecnologiche ritenute interessanti e quindi promosse, fino a indicazioni puntuali su progettisti o imprese coinvolti nella realizzazione di edifici che ne hanno fatto uso.

9.2 La pubblicità come espressione del dibattito culturale

Proprio le parti testuali delle inserzioni ci portano a identificare in esse una delle voci attive nel dibattito culturale sulla prefabbricazione nella seconda metà del Novecento. Le pagine di pubblicità così concepite permettono quasi di assistere, concretamente e in prima persona, a una stagione – economica, sociale e culturale – in bilico tra l'aspi-



Figg. 15, 16 - Una nutrita serie di inserzioni della Feal presenta opere realizzate con i prodotti dell'azienda. L'immagine dell'edificio, accompagnata da un motto, era l'elemento preponderante della pagina; il testo a seguire forniva dettagli sul prodotto.

Nella pagina che illustra l'edificio della sede Esso a Roma si legge: «Nella nuova sede della Società Esso e nell'edificio gemello della Società Generale Immobiliare, a Roma, la Feal ha installato 19.000 metri quadrati di facciate continue con profilati d'alluminio anodizzati Duranodic 300 (licenza Feal per l'Italia), 26.000 metri quadrati di pareti mobili interne, 40.000 metri quadrati di soffittature in doghe d'alluminio verniciato.(...) Gli elementi del sistema Feal Varlonga VAR M3 rappresentano il frutto di un'esperienza preziosa: essi sono a disposizione di tutti i progettisti e di tutte le imprese interessate all'aumento della produttività, alla diminuzione dei costi e a un alto livello tecnologico dei materiali». (da *L'architettura. Cronache e storia*, n. 126, 1966). Dello stesso genere, la pagina più espressamente destinata a pubblicizzare il sistema VAR M3: l'immagine è la facciata di uno degli edifici residenziali in via Laveno, a Milano, Marco Zanuso, completamente realizzato con i componenti dell'azienda. Lo scopo è sottolineare le ampie possibilità offerte dal sistema: «I materiali impiegati sono certamente importanti, e importanti sono le soluzioni tecniche date ai vari problemi di assiemaggio. Ma è importante soprattutto che l'intero sistema sia dimensionato sulla base di un modulo. Solo così il sistema è aperto: tocca all'architetto comprenderlo e realizzarne liberamente tutte le possibilità a livello creativo». (da *L'architettura. Cronache e storia*, n. 122, 1965). In entrambe le pagine, come in tutte quelle della campagna, il nome del progettista è riportato a lato della fotografia

GRIESSER
PROTEZIONI SOLARI PER L'EDILIZIA

Il nuovo palazzo del Credito Fondiario a Roma è stato attrezzato con 653 tende veneziane avvolgibili SOLOMATIC della Griesser. Ciò dimostra ancora una volta come i prodotti Griesser siano presenti nelle particolari espressioni dell'architettura moderna, e come questi prodotti per la loro qualità e la loro funzionalità siano caratterizzati in ogni costruzione moderna di rilievo.

GRIESSER ITALIANA S.p.A.
20100 COMO
CORRELLA PORTALE 3/E
TEL. 031/82.825 IN TUTTI
I TELE. GRIESSER N. 100

Perisiane avvolgibili in alluminio ALUCOLOR - NDVACOLOR - AIRCOLOR. Tende veneziane avvolgibili SOLOMATIC. Tende veneziane a pacchetto per esterno ed interno. Tende in tessuto di fibre di vetro SOLOGREEN. Tende oscuranti. Tende ITALIA in stoffa con apparecchio a sporgere automatico. Tandoni in stoffa con bracci snodati. Posaletti mobili.

Filiale di Milano: Via Dante, 4 - Tel. 802.825 - Rappresentanza Roma: Via F. Redi, 5 - Telefono 8.444.041
ORGANIZZAZIONE DI VENDITA IN TUTTA ITALIA

GRIESSER
PROTEZIONI SOLARI PER L'EDILIZIA

Il nuovo palazzo del Credito Fondiario a Roma è stato attrezzato con 653 tende veneziane avvolgibili SOLOMATIC della Griesser. Ciò dimostra ancora una volta come i prodotti Griesser siano presenti nelle particolari espressioni dell'architettura moderna, e come questi prodotti per la loro qualità e la loro funzionalità siano caratterizzati in ogni costruzione moderna di rilievo.

GRIESSER
PROTEZIONI SOLARI PER L'EDILIZIA

Il nuovo palazzo del Credito Fondiario a Roma è stato attrezzato con 653 tende veneziane avvolgibili SOLOMATIC della Griesser. Ciò dimostra ancora una volta come i prodotti Griesser siano presenti nelle particolari espressioni dell'architettura moderna, e come questi prodotti per la loro qualità e la loro funzionalità siano caratterizzati in ogni costruzione moderna di rilievo.

GRIESSER
PROTEZIONI SOLARI PER L'EDILIZIA

Figg. 17-19 - Similmente alla Feal, anche altre aziende impostano la strategia di comunicazione su immagini di realizzazioni portate a termine e informazioni dettagliate sui prodotti in esse impiegati. Le pagine della Griesser, anche in questo caso caratterizzate dalla stessa impostazione grafica, utilizzano immagini di progetti realizzati e gli elenchi dei prodotti di azienda impiegati.

In quella che illustra il palazzo del Credito Fondiario a Roma si legge: «è stato attrezzato con 653 tende veneziane avvolgibili SOLOMATIC della Griesser: Ciò dimostra ancora una volta come i prodotti Griesser siano presenti nelle particolari espressioni dell'architettura moderna, e come questi prodotti per la loro qualità e la loro funzionalità siano caratterizzati in ogni costruzione moderna di rilievo» (da L'architettura. Cronache e storia n. 186, 1971). Nelle successive, più sintetiche, sono riportate le quantità di prodotto impiegato, senza omissione dell'autore del progetto: «Università Cattolica del Sacro Cuore - Facoltà di Medicina e Chirurgia - Roma. Progettisti: Prof. Architetto Gaetano Minucci (parte architettonica) - Ing. Anselmo Poma (parte impianti). In questa importante costruzione sono state installate N.5738 persiane avvolgibili in lega leggera alu-color» (da L'architettura. Cronache e storia n. 136, 1967). «S.I.A.E. - Società Italiana degli Autori ed Editori - Roma. Progettisti: Architetti V.F.L. Passarelli, Luccichenti e Monaco, Direzione Lavori: Dott. Ing. Vittorio Ricci. In questo importante edificio sono state installate 1900 tende alla veneziana avvolgibili SOLOMATIC» (da L'architettura. Cronache e storia, n. 161, 1969)

**FRANGISOLE A MOVIMENTO
VERTICALE AZIONABILI
MECCANICAMENTE
DALL'INTERNO**



Un interessante soluzione per un maggiore comfort realizzata dalla **CURTISA**



Tutti i sistemi di chiusura in alluminio ed acciaio
SEDE E STABILIMENTO:
Bologna
Via C. Ranzani, 16
FILIALI:
Milano Via G. Fara 4
Roma
Via S. Francesco di Sales 1

Costruzione: Direzione Generale Birra Peroni - Roma

IL NUOVO INFISSO CURTISA "ESTOR" BREVETTATO



CURTISA BOLOGNA - ITALIA - tel. 051.263.34.5

ESTOR
BREVETTATO DAL
PATENT OFFICE ITALIANO

in alluminio • in acciaio

**FACCIAE CONTINUE
IN ALLUMINIO
CURTISA**

tutti i sistemi
di chiusura in alluminio e acciaio



ROMA: DIREZIONE GENERALE RAI-TV - Progetto: architetti Francesco Berarducci e Alessandro Fioroni

CURTISA
Sede e stabilimento:
40217 BOLOGNA
Via C. Ranzani, 16 - Tel. 233.855 (4 linee)

Filiali:
20124 MILANO - Via Gen. Fara, 4 - Tel. 65.35.34.5
00165 ROMA - Via S. F. di Sales, 1/A - Tel. 60.68.841/2



lascia spazio a considerazioni di carattere più ampio: «La tessitura del prospetto di questa costruzione modernissima progettata dall'architetto Gaetano Minnucci, dimostra due cose: la prima che Roma continua la sua funzione di grande centro storico dell'architettura perché anche oggi è storia e queste costruzioni rappresentano l'architettura d'oggi; la seconda è che l'architettura d'oggi si avvera in una sua estetica che deriva dalle materie impiegate (qui cemento ed alluminio) e dalla rigorosa perfezione della loro esecuzione, alla partecipazione delle nostre migliori produzioni. Questa finestrata elegantissima è dovuta alla CURTISA di Bologna» (da Domus, n. 396, 1962). I frangisole azionabili meccanicamente dall'interno per la Direzione Generale Birra Peroni, ancora a Roma (da L'architettura. Cronache e storia, n. 157, 1968). L'infisso brevettato Estor (da L'architettura. Cronache e storia n. 10, 1956). Infine le facciate continue in alluminio impiegate nella Direzione Generale Rai di Francesco Berarducci (da L'architettura. Cronache e storia, n. 43, 1967)

razione all'innovazione e il mal celato timore del nuovo; tra l'entusiasmo per il futuro e l'apprensione per i valori e i principi costruttivi legati alla tradizione. Attraverso le pubblicità si percepisce l'esaltazione, a tratti ostentata, verso i nuovi prodotti e sistemi costruttivi da parte delle aziende produttrici, che spesso li presentano quali soluzioni, ultime e definitive, a ogni problema legato alla progettazione, alla gestione del cantiere e alla successiva vita dell'edificio. L'attenzione è ovviamente focalizzata sulla necessità di veicolare le qualità del prodotto o del sistema presentato: nell'impellente esigenza di rassicurare utenti, enti, addetti ai lavori, diffidenti verso le soluzioni innovative proposte, forse non ancora troppo appetibili e incerte, se paragonate ai metodi tradizionali ormai affrancati dalla prova del tempo, le pubblicità forniscono dati, esprimono motivazioni e adducono testimonianze e prove concrete a sostegno della propria posizione. In sintesi e nel loro insieme, queste pagine riescono a restituire in maniera abbastanza evidente, probabilmente sintetica ma chiara, 'lo stato d'animo del paese', sospeso tra l'entusiasmo dell'industria e la resistenza dell'utenza, assumendo a tutti gli effetti una netta e chiara posizione nel dibattito in corso sulle criticità e possibilità legate all'industrializzazione edilizia.

In questo insieme di documenti, si può tentare di distinguere una serie di tematiche salienti attraverso cui le pubblicità tentano di prendere posizione, ottemperando in maniera efficace al proprio scopo di persuasione degli addetti ai lavori, ma anche dell'opinione pubblica.

9.2.1 Un'industria all'avanguardia: il successo di un nuovo settore produttivo

In numerose inserzioni la prefabbricazione edilizia è presentata in primo luogo come nuovo settore economico e di impiego capace di creare ricchezza e posti di lavoro per il Paese. Nell'inserzione FEAL dal numero 107 de *L'architettura*. Cronache e storia del settembre 1964, l'azienda, appellandosi non a caso «industria» e citando le numerose realizzazioni portate a termine in Italia e all'esterno, pone l'accento

«sulle idee e il lavoro e sui successi che confermano la validità dell'impostazione tecnica, produttiva, organizzativa che fa della FEAL l'industria all'avanguardia in Italia».



Fig. 26 – Pubblicità Feal, sistema di edilizia coordinata VAR M3 (da *L'architettura. Cronache e storia*, n. 107, 1964)

La strategia di comunicazione propone il prodotto – il sistema di coordinamento modulare VAR M3 – senza nemmeno citarlo nel testo. Questo è menzionato solo sotto forma di logo, all'interno dell'accattivante composizione grafica, che combina brani di taglio tecnico-descrittivo tradotti anche in tedesco, e si concentra sull'enfatizzare l'impostazione tecnica e produttiva dell'azienda italiana. Si legge:

«C'è un'industria che ha messo a punto da anni un sistema costruttivo basato sul coordinamento modulare e sull'impiego di materiali quali l'acciaio, l'alluminio, il vetro. Questa industria è la FEAL. Sono FEAL le 201 scuole prefabbricate costruite o in costruzione in molte città d'Italia. Sono FEAL le pannellature esterne e interne del grattacielo Pirelli, l'intero edificio dell'ICE a Roma (...). Ma soprattutto sono FEAL il progetto delle facciate della Maison de la Radio a Parigi, le facciate del

palazzo della Giustizia a Wuppertal, gli edifici dell'esposizione USA, a Mosca (...). Con FEAL sono le idee e il lavoro italiani che si impongono in Europa e i successi europei sono la conferma di un'impostazione tecnica, produttiva, organizzativa che fa della FEAL l'industria all'avanguardia dell'edilizia coordinata in Italia».

Nella volontà di commercializzare il sistema costruttivo, l'azienda non punta sulla sua descrizione, quanto sulla sua diffusione, in particolare all'estero, per dimostrare quanto l'iniziativa imprenditoriale e il metodo di lavoro realizzati siano universalmente apprezzati e rappresentino un'eccellenza del comparto produttivo nazionale.

9.2.2 Il valore sociale come potenzialità del nuovo settore

La prefabbricazione è lo strumento attraverso cui affrontare le sfide di interesse pubblico e sociale che coinvolgono il Paese, come quella di dover realizzare, in poco tempo e in maniera economica, un grande numero di scuole pubbliche o di altri edifici a servizio della popolazione. L'industria della prefabbricazione non è dunque solo una valida opportunità di impiego e un'eccellenza dal punto di vista economico, produttivo, imprenditoriale, ma anche, e soprattutto, strumento di riscatto e di evoluzione collettiva. In questi termini si esprime l'inserzione, ancora della Feal, comparsa sul numero 94 de L'architettura. Cronache e storia di agosto 1963 che, nell'illustrare le nuove scuole prefabbricate in occasione dell'inaugurazione di una di esse nella città di Legnaia, assume quasi la valenza e le sembianze di un articolo di quotidiano:

«Il comune ha potuto cogliere a tempo di record un altro frutto della sua ardita politica scolastica: una politica che gli ha fatto adottare, tra i primi in Italia, il sistema delle costruzioni prefabbricate. Ampia comoda e luminosa è un vero modello del suo genere. Una scuola che non teme confronti in fatto di funzionalità e modernità. I lavori di montaggio si sono protratti per sei mesi, la scuola è costata 289 milioni, terreno compreso. (...) All'inaugurazione c'erano il prefetto, il sindaco, il procuratore generale della Repubblica, il questore, il provveditore agli studi, assessori, funzionari e tecnici del Comune. C'erano anche un folto stuolo di insegnanti, genitori e alunni, tutti palesemente soddisfatti.»

Puntualizzare sulla committenza pubblica e sulla folta presenza dei suoi rappresentanti in occasione del sopralluogo inaugurale enfatizza



Fig. 27 - Inserzione della Feal pubblicata in occasione dell'inaugurazione della scuola prefabbricata di Legnaia (da *L'architettura. Cronache e storia*, n. 94, 1963)

il valore collettivo della commessa portata a termine in maniera veloce ed economica dall'azienda.

Dello stesso tenore la pubblicità della Nuovo Pignone, comparsa sul numero 244 della stessa rivista nel febbraio 1976, che illustra la realizzazione di un complesso scolastico a Saronno:

«Il Nuovo Pignone ha progettato e realizzato un intero sistema che copre le specifiche esigenze della edilizia scolastica. In particolare sono stati risolti i problemi inerenti le caratteristiche degli elementi che compongono il progetto al fine di avere una piena rispondenza a tutta la normativa di settore (...). Il primo e più importante vantaggio della edilizia industrializzata resta comunque la rapidità di esecuzione.

Nuovo Pignone a Urbino

Centri universitari

La realizzazione di centri universitari di nuova concezione, che integrano le strutture esistenti, è stata affidata alla Ditta di Nuovi Pignone s.p.a. per la costruzione di un complesso di edifici universitari a Urbino.

Il complesso è costituito da un edificio di 1000 mq. di superficie, con un volume complessivo di 10000 mq. di volume, con un totale di 1000 posti letto. L'edificio è stato progettato e costruito in modo da integrare le strutture esistenti, con un totale di 1000 posti letto.

Il complesso è stato progettato e costruito in modo da integrare le strutture esistenti, con un totale di 1000 posti letto.

NuovoPignone

DIVISIONE PREFABRICATI - Z. F. Malpica - C. P. 414 - 50050 FIRENZE - Tel. 05547101 - Telex 57106

Nuovo Pignone a Saronno

Edilizia scolastica

La realizzazione di edifici scolastici di nuova concezione, che integrano le strutture esistenti, è stata affidata alla Ditta di Nuovi Pignone s.p.a. per la costruzione di un complesso di edifici scolastici a Saronno.

Il complesso è costituito da un edificio di 1000 mq. di superficie, con un volume complessivo di 10000 mq. di volume, con un totale di 1000 posti letto. L'edificio è stato progettato e costruito in modo da integrare le strutture esistenti, con un totale di 1000 posti letto.

Il complesso è stato progettato e costruito in modo da integrare le strutture esistenti, con un totale di 1000 posti letto.

NuovoPignone

DIVISIONE PREFABRICATI - Z. F. Malpica - C. P. 414 - 50050 FIRENZE - Tel. 05547101 - Telex 57106

FEAL NEL MONDO

REALIZZA CON IL SISTEMA VAR M3 DI EDILIZIA COORDINATA APERTA

CASE - SCUOLE - OSPEDALI - PALAZZI - PER UFFICI E STABILIMENTI

Il Sistema FEAL, con il suo sistema di edilizia coordinata aperta, ha permesso di realizzare in tutto il mondo edifici di grande valore architettonico e funzionale.

Il Sistema FEAL, con il suo sistema di edilizia coordinata aperta, ha permesso di realizzare in tutto il mondo edifici di grande valore architettonico e funzionale.

OSPEDALE PROVINCIALE DI ACQUI TERME

FEAL
DIREZIONE: Via B. Verro, 90 - 20141 Milano
Tel. 5258 (15 linee) - Telex 52217 FEALTUBI
STABILIMENTO: Via B. Verro, 90
20141 Milano - Tel. 5258 (15 linee)

FEAL SUD S.p.A.
Via Tito Omboni, 138 - 00147 Roma - Tel. 5123132/3
Telex 5055 FEALSDI
STABILIMENTO: Via del Mare, 16
00048 Portofino - Tel. 9123392/5/7
Telex 61470 FEALSUD

PER FABBRICATI PASOTTI BRESCIA

Una serie di immagini e testi che illustrano i progetti e le realizzazioni di Pasotti in Brescia.

Una serie di immagini e testi che illustrano i progetti e le realizzazioni di Pasotti in Brescia.

PER I PROGETTISTI E I COSTRUTTORI

EDILIZIA INDUSTRIALIZZATA

IRCOM

Una serie di immagini e testi che illustrano i progetti e le realizzazioni di Ircom.

Una serie di immagini e testi che illustrano i progetti e le realizzazioni di Ircom.

scuole in costruzione nei nostri cantieri in varie città

Fig. 28-32 - Molte sono le aziende che pubblicizzano i propri prodotti sottolineando come essi siano stati impegnati nella fortunata realizzazione di edifici di carattere pubblico; scuole, università ma anche edilizia sanitaria sono tra le destinazioni funzionali più correntemente citate nelle campagne pubblicitarie del periodo. Nell'ordine, da L'architettura. Cronache e storia, n. 244, 1976 (Nuovo Pignone); n. 327, 1975 (Nuovo Pignone); n. 107, 1964 (Ircom); n. 130, 1966 (Pasotti); Casabella, n. 379, 1973 (Feal).

I lavori di costruzione della scuola elementare qui illustrata, realizzata per conto del Comune di Saronno, sono stati iniziati e portati a termine in pochissimi mesi (...). La disponibilità in così breve tempo di questo edificio, mette in evidenza il contributo che l'edilizia prefabbricata, e in particolare quella progettata in elementi standardizzati da un complesso industriale della dimensione del Nuovo Pignone, può portare alla soluzione della crisi in cui si dibatte l'edilizia sociale».

Non solo gli edifici scolastici, ma in generale tutte le destinazioni di carattere pubblico rappresentano per le imprese, che con i loro prodotti ne hanno sostenuto la realizzazione, una nota di merito da spendere per la propria promozione; così fa ancora FEAL, presentando il complesso ospedaliero di Acqui Terme in costruzione che

«viene realizzato interamente con il sistema costruttivo di edilizia coordinata VAR M3. L'Istituto ha una ricettività di 400 posti letto, suddivisi nei reparti di Chirurgia, Ostetricia, Traumatologia, Medicina generale, Pediatria, Infettivi, che si sviluppano sui sette piani dell'edificio. Sono inoltre presenti attrezzature postali, telefoniche commerciali, religiose e poliambulatoriali. Le facciate a nastro sono costituite da pannelli modulari in marmo e serramenti a saliscendi già attrezzati con persiane oscuranti scorrevoli».

9.2.3 La personalizzazione come valore: prefabbricare non è omologare

Altro tema rilevante è quello della personalizzazione: nello sforzo di convincere progettisti e committenti che l'impiego di componenti prefabbricati non debba necessariamente determinare l'omologazione dell'immagine e dello spazio architettonico, le aziende si impegnano a veicolare le numerose possibilità di variazione consentite dai prodotti e le altrettante occasioni di collaborazione e confronto offerte ai progettisti, allo scopo di assecondarne le esigenze, non solo di ordine tecnico, ma anche espressivo e di linguaggio.

Esemplificative in tal senso sono le inserzioni di due diverse tipologie di prodotto (elementi strutturali in cemento armato e rivestimento di facciata) entrambi presentati come aperti alla libera interpretazione attraverso le scelte di progetto.

Il sistema di elementi strutturali prefabbricati BRIONA 72 di Sacie prefabbricati viene esaltato per la

**i prefabbricati SACTE
presentano la
struttura polivalente
BRIONA 72**

L'invito rivolto dalla nostra Società ai progettisti italiani ha avuto un suo primo esito positivo con la realizzazione di una nuova struttura prefabbricata esposta all'8° Saie di Bologna: si tratta della struttura "Briona 72", tipico esempio di prefabbricazione aperta in cemento armato che rappresenta una soluzione di straordinaria efficienza nell'ambito della industrializzazione edilizia. Questa struttura è dovuta al progetto dell'Architetto Mangiarotti e costituisce l'aspetto culminante delle più interessanti esperienze da lui compiute nel settore. Caratterizzata dalla più grande versatilità di impiego, forma una soluzione polivalente, aperta alla più vasta gamma delle tipologie edilizie, consentendo la costruzione di officine specializzate, uffici, scuole, padiglioni espositivi, centri commerciali e sociali, motel, laboratori, negozi ecc. Infatti, la variabilità delle realizzazioni consentite dal modulo su maglia quadrata nelle dimensioni di m. 7,20 - 8,40 - 9,60 è praticamente larghissima. Ma la caratteristica più interessante di questa realizzazione è che essa è aperta alla collaborazione di altri architetti e di quei progettisti che in essa possono trovare tutte quelle soluzioni ed utilizzazioni che la loro creatività può suggerire.



**prefabbricati
sactie**

SACTE
Società per Azioni Costruzioni
e Industria Edilizia

Direzione Generale
20121 Milano via Turati 25
telefono 6264

Stabilimenti:
20094 Corsico (Milano)
v.le della Liberazione
20072 Briona (Novara) Località Proh

Fig. 33 - Inserzione della Prefabbricati Sactie, struttura polivalente Briona 72 (da L'architettura. Cronache e storia, n. 205, 1972)

«variabilità delle realizzazioni consentite dal modulo su maglia quadrata delle dimensioni di m. 7,20-8,40-9,60 praticamente larghissima. Ma la caratteristica più interessante di questa realizzazione è che essa è aperta alla collaborazione di altri architetti e di quei progettisti che in essa possono trovare tutte quelle soluzioni ed utilizzazioni che la loro creatività può suggerire».

Similmente il processo Alcoa Duranodic 300 di FEAL può incarnare

«il sogno di un architetto [che] diventa realtà (...) Scintillanti tonalità del bronzo, grigi vellutati, neri intensi come il cielo di mezzanotte (...) colori che fanno correre la fantasia e le danno vita. È questo un fascino pacato che partecipa attivamente alla rivoluzione silenziosa nell'aspetto dei prodotti per l'edilizia».



Figg. 34, 35 - Inserzioni pubblicitarie della Alcoa International (da *L'architettura. Cronache e storia*, n.166, 1969)

9.2.4 Il confronto con la tradizione

Tematica saliente, probabilmente tra quelle più pressanti per le aziende produttrici, è quella della relazione che intercorre tra le nuove soluzioni e le tecnologie costruttive del passato. Alcune inserzioni, pur nella sintesi dettata dallo spazio disponibile, riescono ad assumere posizioni nette rispetto al confronto tra i sistemi prefabbricati e le tecniche dell'edilizia tradizionale. In un contesto culturale in cui gli addetti ai lavori erano probabilmente ancora inclini a prediligere i metodi del passato, o per lo meno orientati verso soluzioni di compromesso, una inserzione di Sacie prefabbricati del 1974 stronca con ostentata ironia ogni legame con la consuetudine:

«e pensare che c'è ancora chi crede che per costruire occorra mettere un mattone sopra l'altro. L'edilizia industrializzata ha ormai risolto tutti i problemi relativi ai tempi di edificazione, alla perfezione costruttiva, alla funzionalità degli impianti, al prestigio architettonico. Costruiamo case, fabbriche, supermercati, scuole, ospedali. Questo è ciò che facciamo per chi crede che per costruire non occorra più mettere un mattone sopra l'altro».

La pubblicità dell'Impresa Prefabbricazione Rimini, al contrario, solo di pochi anni precedente (1968), è incentrata sulla volontà di esprimere la condivisione dei valori della costruzione tradizionale, rassicurando il lettore sul rispetto degli stessi da parte dei prodotti proposti:

«Niente strutture leggere e tamponamenti in lamierino, quasi sempre incapaci di riparare dal freddo, dal caldo e dai rumori e prodotti con metodi di industrie diverse dall'edilizia e quindi imposti indifferentemente in qualsiasi circostanza (...). La S.r.l. prefabbricazione adotta strutture in cemento e tamponature pesanti modulari con caratteristiche fisiche vicinissime a quelle della edilizia tradizionale delle nostre regioni».

In questo caso l'affinità del materiale/sistema con quelli tradizionali e la filiera produttiva classica dell'edilizia, a fronte di quella derivata da metodi industriali concepiti per altri tipi di prodotti, sono le ragioni addotte per la scelta di un componente che, pur prefabbricato, è simile, per caratteristiche proprie e per prassi di fattura, al prodotto/materiale tradizionale.

Parallelamente altre campagne adottano strategie promozionali volte a manifestare il vincolo di continuità con i metodi del cantiere tradizionale.

Così, nell'inserzione tutta grafica della Prebi, sotto un tavolo da disegno affollato da pannelli e materiali da rivestimento dal palese carattere innovativo e dall'estetica moderna, appare un secchio con cazzuola, quasi alieno ed estraneo alla composizione ma presente per essere riconosciuto; un simbolo funzionale a suscitare nel lettore la sensazione consolatoria che si prova quando si comprende e si padroneggia la consuetudine.

Similmente Secco elenca i propri prodotti metallici –profilati, grandi portoni a vetro, scaffalature componibili, serramenti scorrevoli complanari– sotto l'immagine di una finestra in ferro che fluttua sullo sfondo di una confortante, trecentesca Siena⁴, tutta intonaco e pietra.

⁴ La pubblicità della Secco utilizza come immagine di sfondo un dettaglio dell'affresco "Allegoria del Buon e Cattivo Governo", di Ambrogio Lorenzetti, 1337



Figg. 39, 40 - Inserzione della Curtisa (da L'architettura. Cronache e storia, n. 59, 1960);
 inserzione della Volani (da Casabella, n. 406, 1975)



Figg. 41, 42 - «Feal nel mondo» è il motto di una campagna che mira a sottolineare la credibilità e affidabilità dell'azienda tramite le numerose commesse estere. Le due pagine qui riportate illustrano le realizzazioni dell'azienda nell'Unione Sovietica - Esposizione permanente delle conquiste spaziali, Mosca (da Domus, n. 522, 1973) e negli Stati Uniti - Palazzo per uffici a Pittsburgh (da Domus, n. 523, 1973)

9.2.5 Affidabilità: la garanzia del progettista, del precedente, del mercato estero

Nella necessità di convincere addetti ai lavori e opinione pubblica sull'affidabilità e qualità dei prodotti pubblicizzati, le inserzioni spendono il nome e la notorietà dei progettisti che hanno impiegato nelle loro realizzazioni i sistemi proposti dalle aziende. Sono numerosissime le pagine che riportano immagini di architetture realizzate, in cui sono ben visibili il nome del progettista incaricato, della committenza prestigiosa, della destinazione funzionale pubblica o di grande peso e richiamo. Nella pubblicità della FEAL illustrata in precedenza (Fig.16), la menzione del progettista Zanuso aggiunge credibilità al prodotto e lascia intendere che la corretta e piena comprensione del sistema sia indispensabile per approfittare delle innumerevoli variazioni creative che il sistema di prefabbricazione stesso è potenzialmente in grado di accogliere. Al pari della garanzia di adeguatezza rispetto alle esigenze espressive, avvalorata dal nome di un noto progettista, l'affidabilità tecnica dei prodotti è supportata dal loro impiego in edifici divenuti noti per la loro funzione. Curtisa sponsorizza i propri prodotti citando il loro impiego in numerosi nuovi edifici realizzati in occasione delle Olimpiadi del 1960 a Roma, senza dimenticare che persino la fiaccola olimpica in alluminio ossidato color bronzo è stata oggetto di processi di lavorazione simili a quelli dei sistemi di facciata utilizzati per i principali edifici che hanno ospitato l'evento:

«L'affermazione delle applicazioni in alluminio nelle attrezzature dei Giochi della XVII Olimpiade è stata quanto mai estesa e lusinghiera, per la sua sicura rispondenza tecnica funzionale ed estetica».

Ulteriore 'garanzia', infine, è quella offerta dal mercato estero, che sceglie per le proprie esigenze prodotti industrializzati provenienti dalle filiere italiane. L'azienda Volani suggerisce a coloro che devono «realizzare edifici industriali, civili e sociali in tempi brevi, a prezzo chiuso, con qualità e design» di chiamare il numero telefonico di riferimento, come hanno fatto in precedenza i 1000 clienti in Europa, Africa, Medio Oriente avvalendosi dell'esperienza dell'azienda.

9.3 La pubblicità come mezzo di divulgazione e comunicazione del processo edilizio

Le immagini e i testi delle inserzioni lasciano trapelare la diffusa esigenza, da parte delle aziende produttrici, di impiegare lo spazio della pubblicità come vero e proprio strumento per comunicare – al pubblico generico dei potenziali fruitori e a quello specialistico degli addetti ai lavori – le nuove dinamiche che interessano il cantiere e le possibilità offerte dai nuovi prodotti introdotti sul mercato. In un'ottica didattica, le pubblicità sembrano prefiggersi uno scopo molto più ampio rispetto alla generica presentazione di un bene, tentando di inquadrarlo all'interno del più vasto e complesso sistema dei processi di progettazione e costruzione dell'edificio. Le pubblicità si occupano dunque, seppure sinteticamente, di temi specifici, di questioni tecniche e tecnologiche legate alla progettazione e realizzazione delle opere: tempistiche di cantierizzazione, ottimizzazione dei costi, nuove modalità di fruizione dello spazio architettonico sottese all'uso di componenti prefabbricati, gestione dei processi realizzativi mirati alla qualità generale dell'opera, fino alla necessità di specializzazione da parte della manodopera da impegnare in cantiere.

9.3.1 Tempi, costi, leggerezza: velocità di esecuzione e vantaggio economico

Il tempo è spesso il fattore primario in base al quale gli annunci promozionali costruiscono la propria narrazione; l'esigenza di costruire bene, ma rapidamente, è fortemente sentita ed è anche uno degli aspetti tecnici più caratterizzanti i nuovi processi di industrializzazione.

Emblematico è l'esempio offerto dall'azienda SAE Spa di Milano nella pagina che illustra una realizzazione portata a termine mettendo a disposizione della committenza non solo i propri materiali, ma anche la compagine organizzativa e operativa che ha reso possibile «il montaggio della struttura di circa 1000 tonnellate in circa 90 giorni di lavoro effettivo».

Nella Torre Turati a Milano che, come afferma l'inserzione, appena



Fig. 43 - Inserzione della SAE Spa (da Casabella, n. 322, 1968)

«ieri non c'era (...) l'ossatura portante è stata realizzata in profilati di acciaio accuratamente controllati e lavorati con i procedimenti più moderni nelle officine della SAE Spa. La progettazione curata dagli uffici tecnici della SAE si è avvalsa di prove su modelli e dell'ausilio di elaborati elettronici».

Appare evidente e chiaramente espressa la volontà di porre l'accento sui vantaggi derivanti dai ristretti tempi realizzativi, ma al contempo rassicurare sulla non compromissione della qualità, a vantaggio della velocità di esecuzione. Aspetto allettante almeno quanto il fattore tempo, il dato sul costo è l'altro parametro proposto dalla pubblicità quale elemento su cui si potrebbe fondare la predilezione di un sistema prefabbricato rispetto ad uno tradizionale. Ancora una volta la FEAL afferma di commercializzare «un serramento di pregio offerto al costo di un comune infisso in legno», ricalcando una dicotomia ricorrente, quella legno-alluminio, emblemi rispettivamente dei materiali da costruzione del passato e di quelli del futuro.



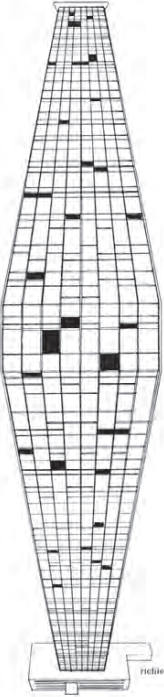
Figg. 44-46 - Campagna della Feal per la promozione degli infissi in alluminio. Le tre inserzioni si focalizzano sulla convenienza economica dell'infisso in alluminio rispetto a quello in legno, senza compromessi in termini di qualità tecniche ed estetiche. «Valori di un'architettura sottolineati da un serramento di pregio al costo di un comune infisso di legno» (Nell'ordine da *L'architettura. Cronache e storia*, n. 6, 1956 ; *Domus*, n. 302, 1955; *Domus*, n. 303, 1955)

Dopo costo e tempo, il peso è il terzo elemento discriminante nella scelta dei materiali e componenti da impiegare nella costruzione, spesso corollario dei primi due fattori. In questo caso la pubblicità di Officine Saira sul prodotto Wallspan è quanto di più sintetico e allo stesso tempo incisivo sia stato rintracciato nel repertorio esaminato:

«Un cinquantesimo della facciata tradizionale pesa il Wallspan! 20 grammi di Wallspan al posto di 1 kg di muro! (...) Alta, altissima e leggera, meravigliosa e inalterabile è la costruzione moderna realizzata con il Wallspan».

9.3.2 Gli spazi interni: flessibilità planimetrica, integrazione impiantistica, integrazione dell'arredo

Aspetto secondario, ma non trascurato dalle inserzioni pubblicitarie, è quello che riguarda le conseguenze dell'impiego delle nuove tecnologie e sistemi di prefabbricazione negli spazi interni. Gli ambienti residenziali, di lavoro, di studio recepiscono le innovazioni e possibilità offerte dall'industrializzazione del cantiere. 'Integrato' è l'aggettivo chiave per descrivere i vantaggi offerti dalla costruzione leggera e a secco, soprattutto alla scala delle singole unità. La prefabbricazione



1

50

*della facciata tradizionale
pesa il*

Wallspan !

*20 grammi di
Wallspan
al posto di 1 Kg. di muro!*

*Alta, altissima e leggera,
meravigliosa e inalterabile
è la costruzione
moderna
realizzata con il*

Wallspan

*la nuova facciata
in profilati di alluminio
e pannelli isolanti.*

officine SAIRA verona

VIA SASSA, 7 - TELEFONO 28941 - 22228

richiedete "memorandum" rivista di informazioni tecniche

Fig. 47 - Pagina pubblicitaria dedicata al Wallspan di Officine Saira (da *L'architettura. Cronache e storia*, n. 6, 1956) la cui grafica è affidata al noto artista Pietro Cuniberti, come dichiarato nella scritta a lato sinistro del disegno

introduce infatti l'uso di partizioni leggere, modulari, flessibili, permettendo al contempo una più agevole realizzazione e gestione degli apparati impiantistici e nuove modalità di concepire gli elementi di arredo. L'inserzione dell'Anonima Castelli Sud per il suo sistema di pareti è un piccolo compendio sull'evoluzione della storia dell'abitare:

«Un tempo, un edificio era una scultura più o meno abitabile, una specie di grotta, estratta dalla montagna e faticosamente accessoriata per lo svolgimento di atti sempre uguali. Un po' per volta diventava un blocco poco maneggevole inglobando e nascondendo impianti e condutture. Oggi, digerita ormai la casa - torta, possiamo serenamente riconsiderare l'edificio come un sistema articolato nell'insieme dei suoi sub-sistemi: strutture, tamponamenti, climatizzazione, illuminazione, igienico-sanitario, arredo... In quest'ottica è stata creata ANONIMA CASTELLI SUD con l'obiettivo di produrre un SISTEMA PARETE INTEGRATO: un insieme di componenti

tempi, la leggerezza, la flessibilità degli spazi, non fossero sufficienti ad allontanare ogni dubbio, la promessa di un supporto tecnico competente, garanzia del buon esito di tutte le fasi – progettuale, costruttiva, gestionale – dell’opera, è l’ultima risorsa a disposizione dei produttori per vincere lo scetticismo e la resistenza ai nuovi sistemi e prodotti.

Così Focchi:

«L’esperienza è stata definita la capacità di fare errori diversi dai precedenti. C’è del vero, ma ai nostri tecnici noi chiediamo molto di più. A cominciare dall’ufficio progettazione (...) e poi nello stabilimento (...) e infine fuori dello stabilimento, verso i tanti cantieri sparsi per l’Italia e all’estero, per “posare” gli infissi con precisione e rapidità, anche quando occorre essere estremamente precisi e rapidi come ad esempio nel settore della prefabbricazione, dove il tempo è tutto. Nella nostra azienda anche un tecnico di venticinque anni ha un’esperienza trentennale: l’esperienza Focchi».

Similmente Astori:

«Dal momento della progettazione alla posa in opera tecnici specializzati sono con voi(...). È un servizio gratuito che accompagna ogni costruzione realizzata con i prefabbricati Astori. Grande o piccola, sarà sempre pensata sulla vostra misura».

Infine Sacie:

«In sede di progettazione vi è ancora chi pensa che il prefabbricato limiti la libertà creativa, ne condizioni le scelte e la qualità. Questo non corrisponde a verità noi siamo pronti a collaborare con voi, a far nostre le vostre impostazioni progettuali. In fatto di prefabbricazione la nostra esperienza costituisce un prezioso strumento operativo a vostra disposizione. MetteteVi in contatto con noi, accettate la nostra collaborazione. Sarà un incontro di cui non potremo che rallegrarci, Voi e noi».

Accanto alle pagine pubblicitarie vere e proprie, altre forme di comunicazione a cavallo tra l’inserzione e la pubblicitaria corrente partecipano al dibattito sulla prefabbricazione. Tra il 1965 e il 1967 due rubriche tematiche si susseguono su tutti i numeri di Casabella. Una, in tredici puntate, è dedicata al tema dell’industrializzazione edilizia. La seconda, in sette puntate, all’uso delle materie plastiche. Allo stesso tempo quattro delle quindici riviste analizzate, presentano nello stesso arco temporale rubriche fisse sull’aggiornamento rispetto ai brevetti di nuovi prodotti, materiali e sistemi, depositati in Italia e in Europa.



Figg. 50, 51 - Astori (da *L'architettura. Cronache e storia*, n. 288, 1974) e Sacie (da *Domus*, n. 512, 1972)

Ancora Casabella, tra il 1975 e il 1976, propone al lettore una serie di schede-prodotto, pubblicate a puntate come inserti nelle ultime pagine del fascicolo. Stampate su carta più spessa, le schede sono estraibili dalla rivista e collezionabili separatamente a formare una sorta di compendio dei principali ritrovati dell'industria edilizia, suddivisi per tematiche (impianti, strutture, rivestimenti, finiture ecc.). Proprio su una di queste schede compare per la prima volta il sistema prefabbricato del blocco bagno FEAL, riproposto poi nel numero successivo come un particolare, forse unico esperimento editoriale che trasforma una pubblicità in un vero e proprio articolo, pubblicato su dieci doppie pagine con lo stesso peso, in termini di foliazione, di un edificio realizzato. Significativo è il breve testo introduttivo, seguito da una serie di tavole tematiche che analizzano il prodotto sotto ogni aspetto:

«Nell'ampio panorama delle novità relative al componente edilizio segnaliamo il nuovo blocco bagno FEAL. Da tempo, nelle nostre rubriche auspichiamo che il cantiere si trasformi in un luogo dove si svolgano operazioni di collegamento e montaggio di parti pre-finite altrove. Questo blocco rappresenta uno degli ultimi e complessi esempi in tale direzione, un impegno che non può passare inosservato».



Fig. 52-59 - Pagine dall'articolo-inserzione sul blocco bagno Feal (da Casabella, n. 406, 1975)

Architecture, Industry, Heritage

Collana diretta da

Angelo Bertolazzi (Università degli Studi di Padova)

Ilaria Giannetti (Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”)

Comitato scientifico

Yael Allweil (Technion, Israel Institute of Technology), Inbal Ben-Asher Gitler (Ben Gurion University of the Negev), Antonio Brucculeri (ENSA Paris La Villette), Tzafirir Fainholtz (Technion, Israel Institute of Technology; Åbo Akademi University) Laura Greco (Università della Calabria), Regine Hess (Technische Universität München), Stefania Mornati (Università degli Studi di Roma “Tor Vergata”), Pedro Ignacio Alonso Zuniga (Pontificia Universidad Católica de Chile).

Gli edifici industrializzati del secondo Novecento sono ancora generalmente trascurati dalla storiografia e prevalentemente assenti nelle attuali ricognizioni sul patrimonio dell’architettura contemporanea, raramente protetti: supportati dalla generalizzata immagine pubblica negativa degli edifici prefabbricati – che nella maggior parte dei casi sono anche “invecchiati male” – demolizioni e cancellazione della memoria sono ampiamente la norma in tutto il mondo. Negli ultimi vent’anni, nella comunità internazionale, sono stati condotti significativi studi storici e alcune rilevanti azioni di salvaguardia, utili per riformulare gli edifici industrializzati all’interno del patrimonio architettonico e tecnologico del Novecento.

In questo scenario, la serie di libri *Architecture, Industry, Heritage* propone l’apertura di uno spazio editoriale nuovo, specificamente dedicato, da un lato, a studi che si sviluppano nell’alveo della Storia della costruzione del Novecento, dall’altro, alle ricerche sugli attuali processi di salvaguardia, conservazione e riuso adattivo delle architetture industrializzate, anche sulla base delle più aggiornate sperimentazioni tecnologiche.

Coerentemente con la molteplicità di attori e di saperi che ha caratterizzato gli edifici industrializzati del secondo Novecento e informa l’attuale processo di conservazione e salvaguardia del patrimonio – materiale e immateriale – degli edifici industrializzati esistenti, lo sviluppo della serie di libri è supportato dall’azione di un comitato scientifico, composto da ricercatori italiani e stranieri attivi in settori disciplinari diversi, dalla progettazione architettonica e tecnologica alla storia della costruzione, dell’architettura e dell’arte, alla sociologia della tecnica, permettendo la collezione di studi e di punti di vista multidisciplinari ed eteronomi.

Per la pubblicazione dei volumi (in inglese o in italiano) è prevista un’analisi da parte del Comitato scientifico che, attraverso le differenti competenze disciplinari, esprime un giudizio in merito alla qualità scientifica della pubblicazione, considerando in maniera collegiale il potenziale impatto nella comunità scientifica estesa, insieme ad una successiva fase di valutazione tramite peer review.



Il presente volume è pubblicato in open access, ossia il file dell'intero lavoro è liberamente scaricabile dalla piattaforma **FrancoAngeli Open Access** (<http://bit.ly/francoangeli-oa>).

FrancoAngeli Open Access è la piattaforma per pubblicare articoli e monografie, rispettando gli standard etici e qualitativi e la messa a disposizione dei contenuti ad accesso aperto. Oltre a garantire il deposito nei maggiori archivi e repository internazionali OA, la sua integrazione con tutto il ricco catalogo di riviste e collane FrancoAngeli massimizza la visibilità, favorisce facilità di ricerca per l'utente e possibilità di impatto per l'autore.

Per saperne di più: [Pubblica con noi](#)

I lettori che desiderano informarsi sui libri e le riviste da noi pubblicati possono consultare il nostro sito Internet: www.francoangeli.it e iscriversi nella home page al servizio "[Informatemi](#)" per ricevere via e-mail le segnalazioni delle novità.

A CURA DI STEFANIA MORNATI

LA PREFABBRICAZIONE LEGGERA NEL LAZIO

Riflessioni e casi di studio

Atti della giornata di studi: "La prefabbricazione leggera nel Lazio: riflessioni e casi di studio", 18 settembre 2025, Università degli Studi di Roma Tor Vergata

FRANCOANGELI 

Questo studio rientra nell'ambito del progetto finanziato dall'Unione europea – Next Generation EU – PRIN 2022 Missione 4 Componente 2 CUP H53D23006790006 “La prefabbricazione leggera: conoscenza, monitoraggio e riqualificazione del patrimonio architettonico del secondo Novecento nelle regioni Calabria e Lazio”, sviluppato dalle Unità di ricerca dell'Università della Calabria, coordinata da Laura Greco, e dell'Università degli Studi di Roma Tor Vergata, coordinata da Stefania Mornati.



Ministero
dell'Università
e della Ricerca



Italiadomani
PIANO NAZIONALE
DI RIPRESA E RESILIENZA



Tutti i volumi pubblicati nella serie Architecture, Industry, Heritage vengono sottoposti a un processo di peer review che ne garantisce la validità scientifica

Ringraziamenti

Gli autori e le autrici ringraziano gli archivi e le biblioteche che hanno messo a disposizione la documentazione e, laddove necessario, ne hanno autorizzato la pubblicazione.

Per immagini soggette a diritto di autore, gli autori e le autrici sono a disposizione degli aventi diritto con i quali non è stato possibile comunicare.

Impaginazione grafica di Leila Bochicchio

In copertina: dettaglio della facciata della sede Eni a Roma, foto di cantiere (ASE)

Isbn: 9788835181088

Isbn e-book open access: 9788835189008

Copyright © 2025 by FrancoAngeli s.r.l., Milano, Italy.

Publicato con licenza *Creative Commons*

Attribuzione-Non Commerciale-Non opere derivate 4.0 Internazionale

(CC-BY-NC-ND 4.0).

Sono riservati i diritti per Text and Data Mining (TDM), AI training e tutte le tecnologie simili.

L'opera, comprese tutte le sue parti, è tutelata dalla legge sul diritto d'autore.

L'Utente nel momento in cui effettua il download dell'opera accetta tutte le condizioni della licenza d'uso dell'opera previste e comunicate sul sito

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.it>

I link attivi presenti nel volume sono forniti dall'autore. L'editore non si assume alcuna responsabilità sui link ivi contenuti che rimandano a siti non appartenenti a FrancoAngeli.

Indice

1. La prefabbricazione leggera nel Lazio, le imprese, i simboli della modernità	pag.	9
<i>Stefania Mornati</i>		
1.1 Qualche nota sulle imprese coinvolte	»	15
1.2 Una riflessione sulla facciata vetrata, simbolo della modernità	»	21
2. La proto-prefabbricazione nel cantiere di Villa Adriana a Tivoli	»	25
<i>Giuseppina E. Cinque, Elena Eramo, Adalberto Ottati</i>		
2.1 Premessa	»	25
2.2 Osservazioni generali	»	27
2.3 Il cantiere adrianeo osservato nell'ottica dell'individuazione della pre-produzione <i>in situ</i> di alcuni materiali da costruzione	»	30
2.4 Organizzazione, proto-prefabbricazione e riferimenti nei cantieri dell'epoca	»	38
3. La sede direzionale Eni (Roma, 1960-1962)	»	53
<i>Stefania Mornati</i>		
3.1 Un laboratorio progettuale	»	54
3.2 La sede direzionale a Roma	»	56
3.3 Il cantiere tra tradizione e innovazione	»	61

4. «L'edificio Esso e il suo gemello»: due edifici per uffici di Luigi Moretti (Roma, 1960-1966)	pag.	75
<i>Rinaldo Capomolla</i>		
4.1 La porta d'ingresso all'EUR	»	75
4.2 Una struttura portante <i>double face</i>	»	80
4.3 Le facciate: da velari trasparenti a barriere di alluminio e vetro	»	86
5. La sede della Direzione Generale della RAI (Roma, 1962-1965)	»	99
<i>Stefania Mornati</i>		
5.1 Il progetto	»	100
5.2 Il dispositivo strutturale	»	103
5.3 Le facciate vetrate	»	108
6. A 'scuola' di prefabbricazione leggera: progetto e (de)costruzione degli edifici TecnoSider (1962-1967)	»	115
<i>Ilaria Giannetti</i>		
6.1 Il sistema TecnoSider	»	120
6.2 Le scuole TecnoSider nella regione Lazio	»	124
6.3 Un patrimonio da (de)costruire?	»	130
7. Il complesso per uffici di piazza Sassari (Roma, 1962-1967)	»	137
<i>Leila Bochicchio, Stefania Mornati</i>		
7.1 Il caso dell'INA	»	137
7.2 Il triangolo direzionale INA	»	139
7.3 Il complesso di piazza Sassari	»	140
7.4 L'architettura degli edifici	»	142
8. La sede della Direzione Generale Pensioni (Roma, 1965-1968)	»	153
<i>Leila Bochicchio, Stefania Mornati</i>		
8.1 L'evoluzione del progetto architettonico	»	156
8.2 Tradizione e modernità	»	168

9. L'industrializzazione edilizia attraverso le pagine pubblicitarie delle riviste pag. 171

Leila Bochicchio

- 9.1 La pubblicità come fonte diretta » 174
- 9.2 La pubblicità come espressione del dibattito culturale » 178
 - 9.2.1 Un'industria all'avanguardia: il successo di un nuovo settore produttivo » 184
 - 9.2.2 Il valore sociale come potenzialità del nuovo settore » 186
 - 9.2.3 La personalizzazione come valore: prefabbricare non è omologare » 189
 - 9.2.4 Il confronto con la tradizione » 191
 - 9.2.5 Affidabilità: la garanzia del progettista, del precedente, del mercato estero » 195
- 9.3 La pubblicità come mezzo di divulgazione e comunicazione del processo edilizio » 196
 - 9.3.1 Tempi, costi, leggerezza: velocità di esecuzione e vantaggio economico » 196
 - 9.3.2 Gli spazi interni: flessibilità planimetrica, integrazione impiantistica, integrazione dell'arredo » 198
 - 9.3.3 Il supporto del produttore dal progetto al cantiere » 200

10. La progettazione del portale CALAXXI come sintesi dell'iter metodologico di ricerca » 205

Leila Bochicchio, Cristian Tolù

- 10.1 L'individuazione di un repertorio » 208
- 10.2 La compilazione delle schede di sintesi » 211
- 10.3 L'approfondimento in archivio » 213
- 10.4 La georeferenziazione » 215
- 10.5 La modellazione BIM » 217
- 10.6 La consultazione del portale on line » 221

Abbreviazioni » 224