

YACHT'N ITALY EXPORT MUSEUM

IL MEDITERRANEAN STYLE '79 - '99

VOLUME II

A CURA DI

PIER FEDERICO CALIARI E MASSIMO MUSIO-SALE

## COLOPHON

Ente promotore  
UCINA Confindustria Nautica, in collaborazione con Fiera di Genova

Curatori della mostra  
Pier Federico Caliari e Massimo Musio-Sale

Comitato scientifico  
Marina Stella  
Aldo Cichero  
Roberto Franzoni  
Alessandro Campagna  
Pier Federico Caliari  
Massimo Musio-Sale

Progetto della mostra  
Caliari and Associates (Massimo Bellotti, Carola Gentilini, Dan Andresan) e  
Politecnico di Milano, Dipartimento Dastu  
con Aurora Restucci

Progetto grafico della mostra, del catalogo e del sito web  
Caliari and Associates (Massimo Bellotti, Carola Gentilini, Dan Andresan) con  
Aurora Restucci

Coordinamento scientifico e direzione artistica  
Pier Federico Caliari

Allestimento  
GiPlanet S.p.a.

Questo volume è dedicato all'amico Paolo Caliari

Anche questo secondo episodio, che illustra gli anni compresi fra il 1979 e il 1999, si è potuto realizzare grazie al contributo di molti appassionati, cultori, e protagonisti della progettazione di quel periodo.

Primo fra tutti, il ringraziamento degli autori è quest'anno rivolto particolarmente a Paolo Caliari (che purtroppo ci ha lasciato orfani di un grande Maestro dallo scorso aprile).

È un ringraziamento corale, perché senza di lui non sarebbe esistito questo irripetibile fenomeno definito come Italian Yacht Design.

Tutti i progettisti italiani possono dire GRAZIE a una persona che ha lasciato tantissimo: c'è un po' di Paolo Caliari in ognuno di noi.

Per quanto riguarda la fattispecie dei casi studio trattati, gli autori ringraziano le disponibilità di Mario Amati, di Federica Bertolini e Stefano Righini, di Aldo Cichero, di Alberto Corradi Cervi e Fulvio De Simoni, di Massimo Franchini, di Piero Picchiotti, di Tommaso Spadolini, di Andrea Vallicelli e per il supporto e le indicazioni fornite in merito ai rispettivi progetti e al contesto storico in cui questi lavori sono stati sviluppati.

Ancora una volta gli autori ringraziano Ucina e in particolare Marina Stella e Alessandro Campagna per la produzione del progetto editoriale.

Immane la presenza di Roberto Franzoni che, con la sua esperienza e la sua regia, ha reso possibile questa pubblicazione.

Yacht'n Italy Export Museum. Il Mediterranean Style '79\_'99 Volume II

Finito di stampare nel mese di Settembre 2013  
ISBN 978-88-909155-0-5



**INDICE**

**INTRODUZIONE**

Sara Armella  
*Anni eroici per lo slancio creativo* 7

Anton Francesco Albertoni  
*Capacità di innovare e "saper fare"* 9

Maria Benedetta Spadolini  
*Storia, Formazione e Ricerca, una continua evoluzione per la nautica da diporto* 11

**DALLA TRILOGIA AL MUSEO**

**LA COLLEZIONE PERMANENTE DEL DESIGN NAUTICO ITALIANO**

Massimo Musio-Sale  
*Mediterranean yacht design 1979 - 1999* 17

Pier Federico Caliarì  
*Il museo replicante* 27

Aurora Restucci  
*Il mare "dentro"* 32

Roberto Franzoni  
*La pubblicistica nautica tra la fine degli anni cinquanta e la fine degli anni settanta* 35

**PROFILO DI DIECI "STORIE" DEL DESIGN NAUTICO ITALIANO**

Schede a cura di  
MAGNIFICA 38 di Paolo Nazzaro 46  
SINTESI 47 di Francesca Pagan 54  
CRONOS 83 di Enrico Carassale 62  
LEOPARD SPORT di Mariateresa Campolongo 70  
ADLER di Davide Telleschi 78  
AKHIR di Francesca Bruzzo 86  
GENESI 43 di Giacomo Gori 94  
MAFFY BLUE di Laura Ferrando 102  
TECHNEMA 82 di Elisa Bassani 110  
AZ 40 di Valentina Solera 118



## IL MUSEO REPLICANTE

Pier Federico Caliarì

Nell'introduzione all'YTEM presente nel precedente volume dedicato al Mediterranean Style, avevo anticipato la sua natura replicante. Una natura dovuta essenzialmente al fatto che l'oggetto stesso del museo, cioè una collezione di oggetti originali rappresentativa del design italiano nella nautica da diporto, richiederebbe una dotazione di spazio fisico istituzionale, di questi tempi, improponibile. Il "format" del Museo doveva quindi essere fin da subito leggero e privo di costi fissi, inaffrontabili senza un piano industriale sostenuto da un congruo investimento.

Optare sin dall'origine su un museo privo di originali (almeno per quanto riguarda la sua fase di formazione) potrebbe sembrare una scelta di ripiego. In realtà, e cercherò di dimostrarlo, è una scelta che vuole essere non solo realistica ma innovativa. Realistica perché fa i conti con la realtà economica dell'Italia della crisi e innovativa perché la natura da "esportazione" con cui è pensato è a tutti gli effetti una novità nel mondo-museo.

Se pensiamo infatti ad un museo la cui collezione sia legittimamente pensata da originali, è presto fatto calcolare il fabbisogno di superfici utili all'esposizione e al magazzino. Immaginando di esporre solo esemplari di barche fino ad una lunghezza di dieci metri, va considerato infatti che la superficie coperta da ogni scafo è di circa settantacinque metri quadrati compreso lo spazio di pertinenza e circolazione. Con una collezione di trenta esemplari, lo spazio necessario comincia ad essere sui tremila metri quadrati. Quattromila con magazzini, uffici, spazi per la didattica, ecc. E anche volendo immaginare il museo come un "magazzino visitabile", rinunciando quindi all'appeal della scenografia, i costi di gestione risulterebbero subito come una strada da intraprendere in salita. Qual è quindi il suo modello di museo? Credo vada subito sottolineato che non si tratta di un museo tradizionale composto cioè da modelli tradizionalmente intesi (riproduzioni in scala finite in ogni dettaglio) o modelli al vero di tipo ricostruttivo. È un museo del design della nautica italiana da diporto, e come tale cerca di mettere in evidenza e narrare proprio gli aspetti progettuali e produttivi di tale ambito. È, nella sostanza, un museo della forma del prodotto nautico. La forma intesa come insieme di relazioni, dimensionali e geometriche, di navigabilità, abitabilità ed espressione estetica, viste dalla prospettiva del progettista, cioè di colui che interviene sul disegno della forma. Da qui l'idea di riprodurre la forma nella sua dimensione asettica, colta in una fase intermedia, compresa tra l'ideazione e la prototipazione, e quindi non ancora nella sua identità finale, intesa come prodotto finito. A ciò consegue l'idea di esibire questa condizione attraverso modelli ideali, astratti, di studio, capaci di contenere già tutti i dettagli della forma nelle sue relazioni compositive, ma priva della componente materiale analogica e di ogni texture che non sia quella propria del processo produttivo del modello stesso. La riproduzione come prototipo, quindi, è la caratteristica della replica

*Vedi Pier Federico Caliarì, Yacht'n Italy Export Museum, in P.F. Caliarì e M. Musio-Sale (a cura di) Il Mediterranean Style '59-'79, International Sea Press, Milano 2013. Pag. 27-31*

*L'YTEM come prodotto esportabile*

*Ma, questo museo non vuole essere solo un contenitore per il design e per la sua narrazione; vuole essere esso stesso un prodotto di design. Vuole nascere cioè con un DNA programmato per essere un sistema produttivo e per potersi riprodurre. Perché un museo, che per definizione è un fatto di autentica unicità dovrebbe riprodursi per diventare un museo seriale?*

*In questa idea c'è tutto il contenuto di innovazione che questo museo vuole proporre per un pubblico internazionale: non solo un museo italiano visitato da un pubblico globalizzato, ma un museo replicato e diffuso sul pianeta, presente a Genova, come a New York a Miami, a Shanghai a Dubai a Mosca e a Tokio. Questo pone quindi un problema di metodo nel trattamento della*

che sta alla base del layout dell'YTEM.

Ma prima di descrivere la natura replicante dell'YTEM, credo valga la pena cercare di comprendere a pieno il concetto di "replica" e le declinazioni che essa ha avuto nel suo rapporto con il mondo Museo. La replica è una riproduzione. Una rappresentazione di un oggetto, o concetto che non è presente e visibile, con un oggetto o altro artefatto sensoriale che invece è presente e comunica. La replica quindi è andata sempre a pari passo con la civiltà e con i processi di comunicazione ad essa sottesi, istituzionali, religiosi e artistici. La replica è una convenzione sorretta da regole di sostituzione con cui si accetta la perdita, o non presenza, di un originale (Dio, l'Imperatore, la Venere di Milo o la Gioconda) e la sua sostituzione con un altro artefatto simbolico. Tale alterità si manifesta in n modi differenti, sia codificati, sia spontanei.

La replica quindi ha una natura totemica ed è inquadrabile nell'idea stessa di rappresentazione. Più la rappresentazione è aderente all'originale, più la replica assume i connotati di una copia conforme. Questo fatto ha prodotto, almeno nella storia dell'arte, un autentico monstrum, compreso il terrore che esso ha generato: il falso. L'idea che la copia costituisca nella sua essenza un falso ha percorso l'intera storia della civiltà da quando questa ha, appunto, inventato l'arte. Con l'invenzione dell'arte ed il terrore della sua falsificazione, la replica ha subito un trattamento di continua abiezione rispetto alle aspettative sociali. Questo processo si è intensificato con la fine del mondo classico e l'inizio dei classicismi. Tuttavia, la copia/replica vista nella prospettiva classica dell'arte come tekne (tecnica) istruita sulla mimesis (imitazione), avendo un importante ruolo nella formazione degli artisti, così come nella comunicazione reiterata dei valori istituzionali, è stata accettata come parte del dispositivo di crescita culturale e di consapevolezza civile. Sicché, nel mondo greco romano, le repliche erano una regola, una presenza stabile. Si trattava per lo più di repliche dei grandi capolavori della scultura e pittura classica del V e IV secolo, che andavano ad ornare le ville, le terme, i fori, le strade della grande civiltà costruita attorno al mare mediterraneo.

Nel mondo museo, la replica è sempre esistita poiché originariamente l'opera non era intesa come oggetto inimitabile, ma proprio il suo contrario, cioè come oggetto imitabile. La messa a punto del kànon (regola) andava appunto nel senso della riproducibilità. Con la nascita del museo moderno, a partire dal XV secolo, la replica costituisce in gran parte il corpus del museo stesso, che non è solo museo d'arte, ma anzi, è un museo generalista, di curiosità provenienti dal mondo scientifico, naturalistico e tecnico. La machina e il liber costituiscono l'oggetto e la ricchezza stessa delle collezioni ed entrambi sono appunto oggetti di cultura materiale riproducibili e replicabili n volte.

E' con la cultura antiquariale, orientata a dare un plus valore all'antico, che il rapporto tra originale e copia introduce il problema dell'autenticità. Problema che è sempre esistito, ma che tra il XVI e il XIX secolo diventa la questione centrale nella formazione dei musei d'arte e nei musei di antichità. Unitamente alla questione della cosiddetta copia d'autore e a quella del restauro delle opere antiche, l'autenticità non smetterà mai di ossessionare i critici e gli esperti d'arte, fino a diventare un'autentica professione, quella cioè di sapere discernere l'originale dalla copia. Un discernimento non sempre facile, anzi, spes-

*collezione, la quale sia essa composta di originali, sia essa composta da riproduzioni, deve passare ideologicamente attraverso un processo di acquisizione vettoriale dei reperti (il prodotto barca finito) o degli artefatti comunicativi che ne hanno permesso la realizzazione (disegni esecutivi, piani di costruzione, piani generali, ecc.). Con questo sistema, l'intera collezione sarà riproducibile ed esportabile in copia autentica. L'YTEM, in una sua fase più evoluta, potrà essere non solo un museo diffuso, ma costituire una rete di musei della nautica MII nel mondo, articolando di volta in volta quella necessaria declinazione tra realtà locale e impostazione globale.*

*Ibidem: (...) Questa è una delle ragioni di fondo per cui la creazione dell'YTEM è da considerarsi un passo epocale per chi, come UCINA che ne è la depositaria, opera con l'obiettivo del sostegno di un intero comparto economico, preso nella sua*

so foriero di incredibili errori che hanno peraltro avuto, straordinarie ricadute nella storia dell'arte antica e nell'archeologia. E' il caso dell'Apollo del Belvedere, con il quale il grande studioso tedesco di arte antica Johann Joachim Winckelmann aveva identificato "il più alto ideale dell'arte fra tutte le opere antiche" (tutto ciò che è stato fatto prima era da considerarsi preparazione e tutto ciò che è stato fatto dopo, decadenza), influenzando almeno due secoli di teoria estetica. Tutto ciò, senza aver compreso che nella realtà esso è una copia marmorea romana (II secolo d.C.) di un originale in bronzo forse realizzato da Leocares intorno alla metà del III secolo a.C.

Il grande secolo della replica, nonché inizio dell'era del museo replicante è l'800. Questo non solo perché le opere esposte, soprattutto di pittura e scultura, venivano copiate dai giovani artisti, ma perché a partire dal 1864, una gigantesca operazione di riproduzione di grandi opere d'arte e di architettura, venne promossa dal Direttore del Victoria and Albert Museum di Londra e attivata dai ben quindici paesi sovrani, con l'obbiettivo di replicare "the finest works of art which each country possesses". Uno dei risultati di questa straordinaria operazione è stata, tra le altre, la realizzazione della Cast Court in cui calchi delle più importanti opere della statuaria del Rinascimento italiano (i tre David) coabitano assieme ad una "doppia" Colonna Traiana, ad un pulpito di Nicola Pisano, alla Porta de la Gloria di Santiago de Compostela e al Portale di San Petronio di Bologna. Imprese specializzate nella riproduzione di opere d'arte vennero incaricate per rendere professionalmente possibile, e senza rischi per gli originali, la grande operazione di calcatura e successivo scambio di copie. Molte imprese nacquero grazie a questo movimento che stava prendendo piede in Europa. Ma a ben guardare ci sono anche casi precedenti meno noti, come il museo privato della Casa dell'architetto londinese John Soane, che si formò grazie all'attenzione che il suo curatore riservava alle repliche di opere di scultura, architettura e arti decorative. Proprio nel John Soane's Museum è presente una replica in bronzo del già citato Apollo del Belvedere, la cui aura, ispirata da Winckelmann, aveva avuto fortissima influenza nella cultura neoclassica e antiquariale in cui Soane era incardinato.

Questa tradizione non ha mai cessato di esistere. A Roma, il Museo della Civiltà Romana fu voluto da Mussolini con l'obbiettivo di creare il primo grande museo didattico, integralmente costituito da riproduzioni a diverse scale, attivato per fini esclusivamente educativi e formativi rispetto all'idea di classicità che il Duce, assieme a Giovanni Gentile, voleva trasmettere alle giovani generazioni fin dai primi anni di scuola. Il dimensionamento del museo fu fatto sulla base della replica del Tempio di Augusto ad Ankara, calcato più di un secolo fa e oggi meglio conservato del suo stesso originale. Infine, è del 1961 l'apertura della Cast Gallery dell'Ashmolean Museum a Oxford, ulteriormente implementata nel 2010, in occasione della riapertura del museo dopo la ristrutturazione dei primi anni del millennio.

Tutto questo ragionamento, in sostanza, è dispiegato per legittimare la scelta del museo replicante, cercando di evidenziare come il rapporto tra museo e replica sia una costante nella storia della cultura museale occidentale. Optare per un museo composto da repliche e da riproduzioni, è quindi nelle cose, con la differenza che Ytem vuole essere esso stesso oggetto di replica ed essere in sostanza un museo replicante. E' stato infatti pensato in questo modo con l'obbiettivo principale di potersi riprodurre in qualsiasi momento, in qualsiasi parte del mondo, in qualsiasi spazio architettonico. E' integralmente immateriale, ma è pensato per materializzarsi tridimensionalmente. E' invisibile ma allo stesso tempo è fisico. E' storico, ma è anche tecnologico. E' temporaneo, ma è anche stabile. E' trasformabile, implementabile, stampabile. E' integralmente vettoriale e insensibile al cambio di scala. La sua qualità dipende da quella reitutiva dei modelli tridimensionali, che possono a loro volta essere sempre più raffinati e dettagliati. Queste sono le principali caratteristiche di un museo che deve essere leggero e privo di uno spazio

*globalità, come brand e come storia. L'YTEM è quindi sotto il profilo della sua ragione d'essere, un museo identitario; e sotto il profilo della tipologia di museo, è a tutti gli effetti un museo del design.*

istituzionale dedicato. E' infatti un museo da esportare. L'acronimo Ytem è sintesi di Yacht'n Italy Export Museum. Un museo quindi che per sua natura è destinato a posizionarsi in diversi punti del pianeta, con il doppio obiettivo di esportare il brand Italia e integrarsi nelle realtà locali, aprendo un dialogo con le diverse culture ospiti.

La collezione di Ytem è una collezione immateriale, si diceva. E' infatti realizzata da cartelle di files essenzialmente vettoriali, accompagnati da una serie di immagini documentarie, inseribili in templates grafici. Ogni cartella corrisponde ad un elemento della collezione, nel nostro caso ad una barca che costituisce un'icona del design nautico italiano degli ultimi cinquant'anni.

Le icone nautiche, dopo un processo curatoriale di selezione sono sottoposte ad un lavoro di ricostruzione della loro identità storica e progettuale basata inizialmente su una ricerca iconografica (fotografie, disegni, pubblicità, ecc..) e successivamente su un processo di ridisegno vettoriale bi-tridimensionale. Si rilevano quindi, sulle tracce iconografiche, i profili volumetrici dello scafo, della sovrastruttura e dell'allestimento di coperta restituiti in un piano generale formato da viste in proiezione ortogonale. La restituzione è quindi sottoposta ad una prima verifica di congruità delle linee e ad un ulteriore processo di affinamento degli elementi di dettaglio. Terminato il piano generale in formato vettoriale, si passa alla parte più complessa, quella della restituzione tridimensionale, elaborata su diverse piattaforme di modellazione solida.

Alla fine del processo le icone sono solide e pronte per passare alla fase di restituzione fisica. Il corpo delle icone perde la bidimensionalità del processo ideativo originale ricostruito nella cartella, per diventare prototipo e modello assieme. L'assunzione di corporeità solida è affidata ai files CAD CAM per la riproduzione alle diverse scale e attraverso processi diversificati, basati sostanzialmente su stampaggio mediante 3D printer oppure su fresatura.

In questo modo un'icona nautica può essere riprodotta, a partire dallo stesso file in scala 1:50 come in scala 1:1, assemblando più parti. Modelli piccoli fino a 10/15 cm possono essere riprodotti con processo di Direct Metal Laser Sintering (sinterizzazione diretta di metallo) per la realizzazione di particolari in leghe di alluminio, acciaio e titanio, assumendo qualsiasi forma e sottosquadro. Con dimensioni più grandi, 20/25 cm, si possono ottenere elementi monoblocco finiti oppure componenti realizzate in resine simil ABS e trasparenti mediante Stereo Litographic Apparatus (stereolitografia). Salendo con le dimensioni, 30/35 cm, e in un'ottica di realizzare modelli "in bianco" (solo volumetrici), è possibile realizzare elementi finiti o parti assemblabili mediante processi di Sintering Laser Selective (sinterizzazione di resine poliammidiche miscelabili con fibre di vetro e cariche di alluminio).

Assemblando ed incollando più elementi monoblocco è possibile raggiungere dimensioni fino a un metro e mezzo di lunghezza. Poi, per ragioni di costi, è ragionevole passare al processo di fresatura di elementi in resina, legno, polistirolo o poliuretano. Con una fresa "piccola" (centro di lavoro con asse X da 8 m, Y 4,5 m e Z 2 m), è possibile realizzare un prototipo volumetrico di una piccola barca da diporto con due soli elementi costitutivi (scafo e sovrastruttura), ma anche prototipi di barche di maggiori dimensioni costituite da quattro o sei elementi da assemblare.

Nel caso in cui un'icona sia ancora nella sussistenza volumetrica, la sua modellazione può avvenire in modo diretto, senza ricorrere alla ricostruzione iconografica. Se una barca, infatti, è accessibile e posizionabile in uno spazio adeguatamente ampio per poter essere fotografata completamente, è possibile attivare un processo di modelling reverse gestito da softwares tipo Photoscan che permette la restituzione tridimensionale (mappata fotograficamente) di una forma complessa, semplicemente mediante una serie coerente di fotografie scattate con una buona macchina digitale reflex, rese continue e trifdimensionali dal programma. Con una corretta esecuzione della serie fotografica, nell'arco di poche sessioni di lavoro è possibile ottenere un modello tridimensionale eccezionalmente attendibile perché totalmente aderente alla realtà. Naturalmente, eventuali questioni di natura filologica rispetto al prodotto originale sono problemi specifici di curatela e, in alcuni casi, di teoria del restauro riferita ai manufatti

navali, realizzati in serie o one off.

In questo senso, questione filologica non può essere sottovalutata e anzi dovrebbe essere uno dei problemi centrali nel reperimento documentario delle icone. Un'icona infatti può essere stata prodotta in molti esemplari oppure, in alcuni casi, anche in un modello unico e irripetibile. Non solo, una barca pensata per la serie può avere avuto diverse customizzazioni e differenti metrature. Oppure può essere stata realizzata in un numero limitato di esemplari ma con molte varianti (open, semicabinato, cabinato, sport, ecc). E' il caso per esempio, del Leopard Sport del Cantiere Arno, selezionato in questo volume, che nasce nel 1982 con una lunghezza di 19 mt, ma viene successivamente sviluppato con diverse metrature, 18,50 e 21,50 (quest'ultimo diventa il prodotto di serie in vetroresina), fino a 23 e 24 metri realizzati a partire dal 1996. Qual è il Leopard Sport autentico? Il primo, di 19 metri, realizzato in lega di alluminio nel 1982, oppure il primo realizzato in serie, sempre di 19 metri ma in vetroresina (il cui prototipo fu il celebre Superfour), oppure ancora, il primo della serie dei 21,50, destinato ad essere prodotto in settanta unità? La risposta, sotto il profilo curatoriale, può essere che un'icona, se ben documentata e ricostruita, dovrebbe essere potenzialmente riprodotta nelle versioni che sono state significative per la storia del design nautico. In questo testo, e nell'economia riferita alla formazione dell'YTEM, si è scelta la versione industrializzata in serie, ritenendola quella che maggiormente ha contribuito a diffondere l'idea stessa del Leopard Sport nel Mediterraneo e a creare l'identità del Cantiere Arno, divenuto poi, appunto, Cantiere Leopard.