

ABITARE



400

FULL TEXT IN ENGLISH

www.abitare.it

TADAO ANDO ■ FUKSAS ■ FULLER ■ SIZA

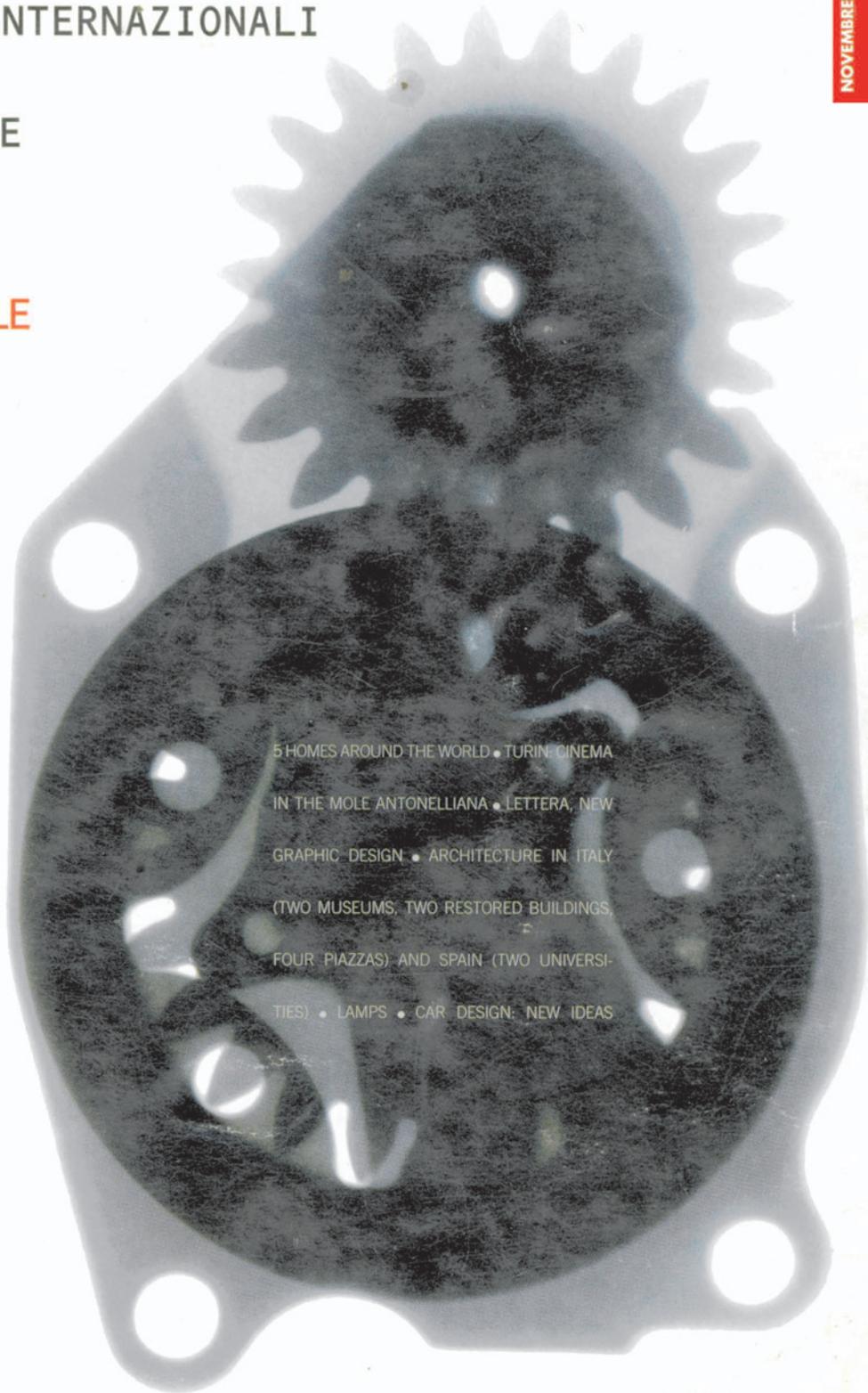
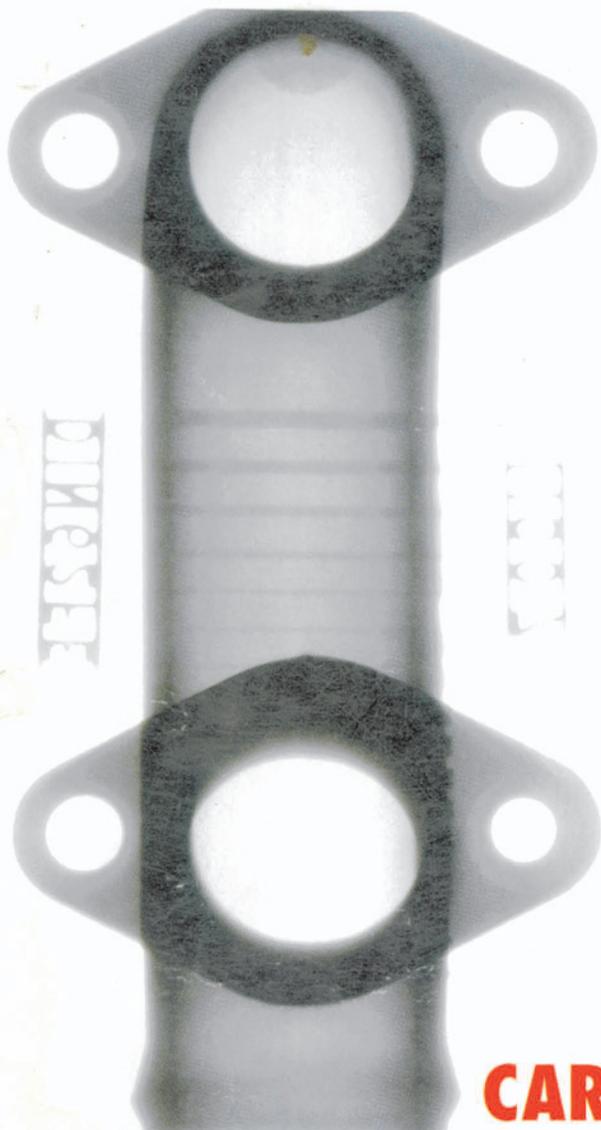
LETTERA, LA NUOVA GRAFICA

IN ITALIA: 2 MUSEI, 2 RESTAURI, 4 PIAZZE
IN SPAGNA: DUE UNIVERSITÀ

CASE INTERNAZIONALI

LAMPADE

TORINO: IL CINEMA NELLA MOLE



5 HOMES AROUND THE WORLD • TURIN: CINEMA
IN THE MOLE ANTONELLIANA • LETTERA, NEW
GRAPHIC DESIGN • ARCHITECTURE IN ITALY
(TWO MUSEUMS, TWO RESTORED BUILDINGS,
FOUR PIAZZAS) AND SPAIN (TWO UNIVERSI-
TIES) • LAMPS • CAR DESIGN: NEW IDEAS

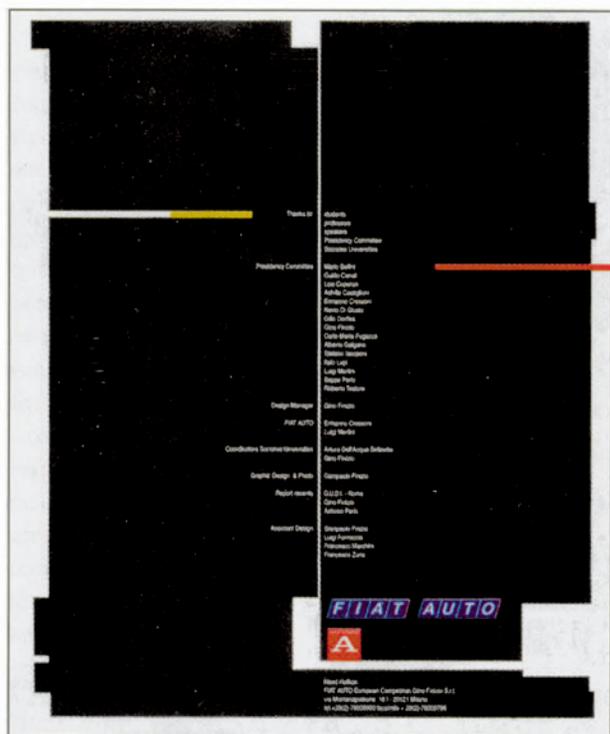
CAR DESIGN: PROPOSTE



CAR DESIGN

architettura e mobilità: nuovi scenari domestici dell'automobile
 architecture and mobility: new domestic scenarios for the motor car

foto Gianpaolo Finizio



**FIAT AUTO
 EUROPEAN COMPETITION
 ARCHITECTURE & MOBILITY
 SOCRATES UNIVERSITIES**

Fiat Auto:
 Nevio Di Giusto
 Ermanno Cressoni

Progetto e coordinamento
 Design Management:
 Gino Finizio

SEDI UNIVERSITARIE/UNIVERSITIES

**Akademie der Bildenden Künste
 Lehrstuhl Fur Industrie Design
 Stuttgart**

Brunel University of West London

Department of Design

Gerrit Rietveld Academie

Industrial Design - Amsterdam

Institut d'Arts Visuels

Atelier Design - Orléans

Kingston University

Faculty of Design - London

Politecnico di Milano

**Facoltà di Architettura e Corso
 di Laurea in Disegno Industriale**

Politecnico di Torino

Facoltà di Architettura

**e DUNDIT (Diploma Universitario
 in Disegno Industriale)**

**T.E.I. (Technological Educational
 Institution), Faculty of Graphic Arts
 and Design - Atene/Athens**

**Università degli Studi di Napoli
 "Federico II"**

Facoltà di Architettura

e Scuola di Specializzazione

in Disegno Industriale

Università degli Studi di Roma

"La Sapienza"

ITACA, Facoltà di Architettura

**e DUDI (Diploma Universitario
 di Disegno Industriale)**

Universität Gesamthochschule

Studiengang Industrial Design - Essen

Universität Pompeu Fabra, Elisava,

Escola Superior de Disseny - Barcelona

AUTO GIOVANE. L'European Competition Architecture & Mobility Socrates Universities è un progetto voluto da Fiat Auto nelle persone dell'ing. Nevio Di Giusto e dell'arch. Ermanno Cressoni, coordinato da Gino Finizio che, come design manager per Fiat Auto, ha selezionato le università partecipanti, le giurie e i comitati seguendo tutte le fasi di avanzamento.

Il progetto, partito nel 1998, ha coinvolto gli studenti di dodici università europee delle Facoltà di Architettura e Design.

Nelle varie università sono state organizzate Giornate di Studio, durante le quali l'Impresa e il coordinatore, con Umberto Riva, Andrea Branzi, Makio Hasuike, Enzo Mari, Jean Nouvel, Franco Mirrenzi, Richard Sapper, Michele De Lucchi, Gillo Dorfles e Denis Santachiara, hanno incontrato gli studenti ai quali è stato presentato il brief progettuale: lo studio degli spazi interni dell'auto in funzione di immagine e posizionamento dell'azienda sul mercato eu-

● Sopra: pagina pubblicitaria su *Abitare* come sostegno all'iniziativa.

● Above: advertising in *Abitare* to support the initiative.

Alcune riflessioni intorno ai risultati del concorso Fiat Auto per l'interno di un'auto giovane. Da questi workshop nelle principali facoltà di design in Europa sono scaturiti alcuni studi avanzati, attualmente in corso, affidati a Bellini, De Lucchi, Hosoe e Sapper ■ Some considerations on the results of the competition sponsored by Fiat Auto to attract interior designs for a "young" car of the future. The workshops organised in some of Europe's major design schools and university departments generated ideas that are now being developed by designers like Bellini, De Lucchi, Hosoe and Sapper

GIAMPIERO BOSONI. In questo periodo "transitivo" a cavallo di due secoli (che alcuni si sforzano di leggere come il passaggio epocale tra un millennio e l'altro), in molti hanno cercato di interpretare le ultime tendenze del design internazionale nella speranza di leggere il "messaggio nella bottiglia" per le nuove generazioni. Il design dell'automobile risulta senza dubbio uno dei luoghi cruciali di questa indagine, essendo ormai evidente che la fase matura attuale del progetto automobilistico raccoglie in sé una grande complessità di fattori tecnici, estetici e sociali che ne fanno un modello di riferimento per leggere il futuro del design. L'incrociarsi dei temi della mobilità, del comfort, dell'energia, della sicurezza e della comunicazione, per citare solo i principali, porta a vedere il progetto dell'automobile come il processo di design più complesso nel sistema degli oggetti maggiormente integrati e di più largo consumo, vorremmo anche dire tra i più "vissuti", nel mondo contemporaneo. Ed è appunto

←
ropeo; caratteristiche del mercato cui è rivolto il prodotto; utilizzo di materiali innovativi; uso di materiali riciclabili; uso e integrazione di strumentazione telematica (target giovane); comfort; sicurezza; rapporto uomo/macchina/ambiente; comportamenti delle nuove generazioni con la mobilità.

Gli studenti hanno avuto a disposizione sei mesi per elaborare

i progetti al termine dei quali la giuria, composta dal coordinatore scientifico, dai professori delle singole sedi e dai manager di Fiat Auto, ha designato tre classificati per ognuna delle università partecipanti per un totale di 36 progetti finalisti e ha poi designato tre università vincitrici alle quali è stata riconosciuta la possibilità di sviluppare un nuovo

progetto per l'anno accademico 1999/2000 dal tema "The Car, my Friend". I progetti vincitori sono qui pubblicati.

La Fiat Auto ha, inoltre, attraverso il responsabile dell'Advanced Design, l'architetto Ermanno Cressoni, riconosciuto una "menzione speciale" a un progetto della Facoltà di Architettura del Politecnico di Milano.

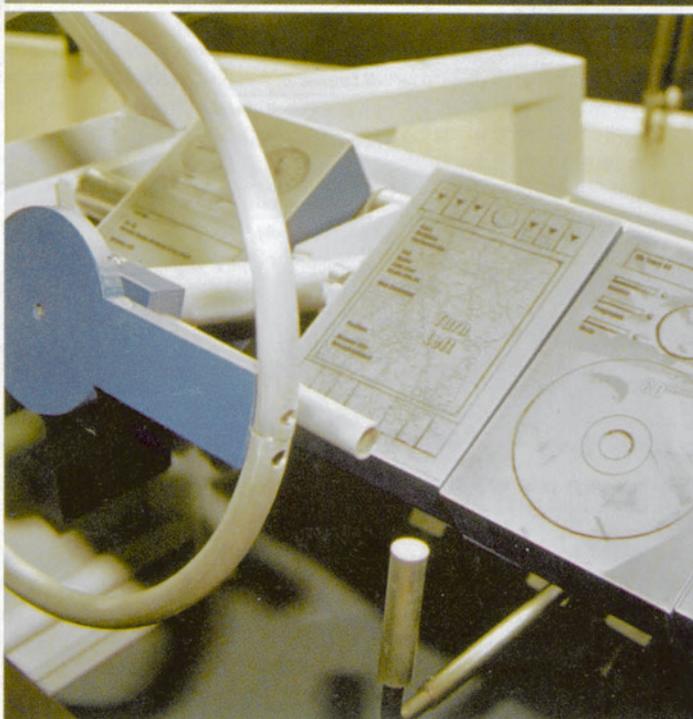
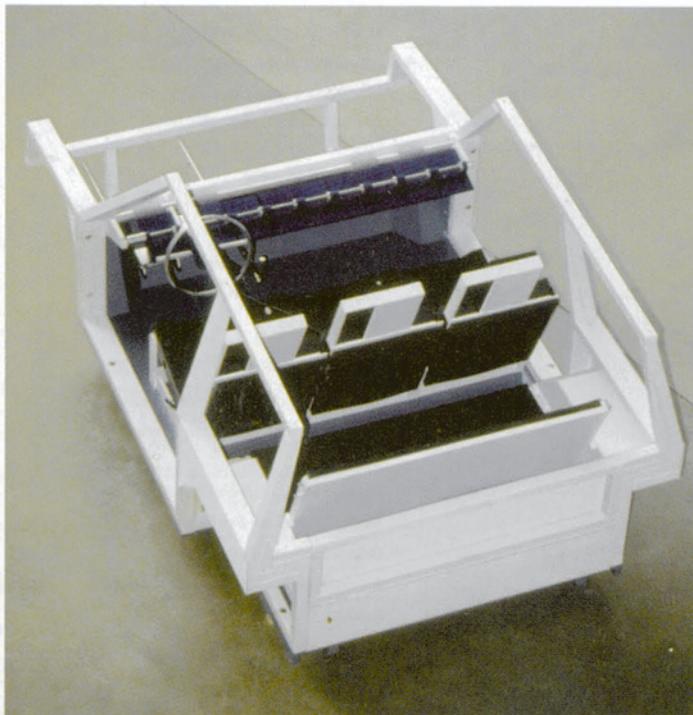
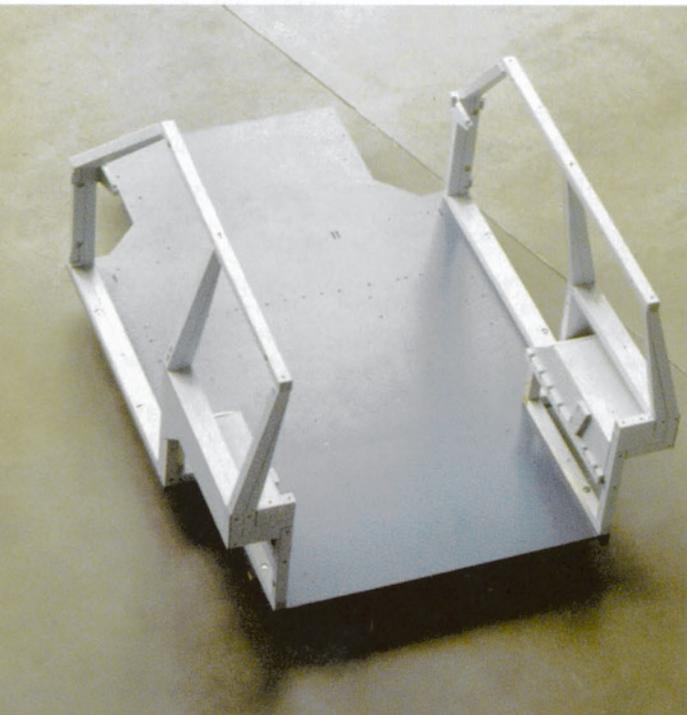
YOUNG CAR. *The European Competition Architecture & Mobility Socrates Universities project was brought into being by Nevio Di Giusto and Ermanno Cressoni of Fiat Auto, and coordinated by Gino Finizio, design management consultant for FIAT AUTO, who chose the participating universities, the juries and the committees, and oversaw*

the project in all its stages. The project started in 1998, and involved students from the Architecture and Design Faculties of twelve European universities. The universities organised workshop sessions in which the company and the coordinator, with Umberto Riva, Andrea Branzi, Makio Hasuike, Enzo Mari, Jean Nouvel, Franco Mirenzi, Richard

continued on page 155

1° classificata/ 1st category
Akademie der Bildenden Künste - Stuttgart

Professori referenti/*supervisors*
Klaus Lehmann, Richard Sapper, Gino Finizio



Trio
Sandra Johannes,
Christophe de la Fontaine,
Uli Merkle, Daniel Gommel

Trio è automobile versatile munita di tre posti a sedere nella parte anteriore del veicolo e da un'unica seduta trasformabile posteriore. Tutte le sedute sono completamente reclinabili. Ciò consente un uso differenziato dello spazio interno: da sei persone a bordo a una sola con possibilità di carico. Aprendo a 180 gradi tutti i sedili lo spazio interno si modifica ed è possibile utilizzarlo per il riposo notturno. Il cruscotto, costituito da un semplice tubolare metallico, ospita una serie di moduli per le funzioni base (strumenti di guida, radio, computer, air bags eccetera), ognuno dei quali può essere utilizzato individualmente dal passeggero o posizionato, quando non necessario, sulla portiera del veicolo.

Trio is a versatile car with three front seats and a single convertible rear seat. All the seats are fully reclining so the interior can accommodate up to six people, or convert to a big loading space with just a driver. Since all the seats fold flat, the interior converts easily into an overnight sleeping space. The dashboard is a plain metal tube housing an array of basic functions (driving instrumentation, radio, computer, air bags, etc.), each of which can be used separately by the passenger or stored in the door when not needed.

punto forse il tema dell'abitabilità, la domesticità dell'interno automobilistico, a costituire il nuovo terreno di trasformazione ed evoluzione dell'automobile come mezzo non più solo di trasporto, ma per certi versi sempre più di lavoro, di socialità e in qualche modo anche di intrattenimento. In questo quadro i risultati

del concorso indetto dalla Fiat Auto nel 1998/99 sul tema "Auto Giovane - per lo studio degli spazi interni dell'auto rivolta a un pubblico giovane nel contesto europeo", ci offrono un importante contributo per riflettere più approfonditamente sullo stato dell'arte e sulle prospettive del design automobilistico e non solo. Il

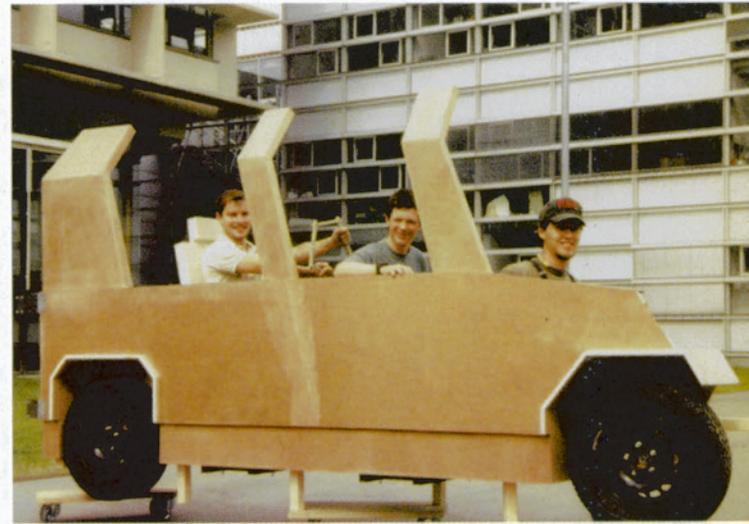
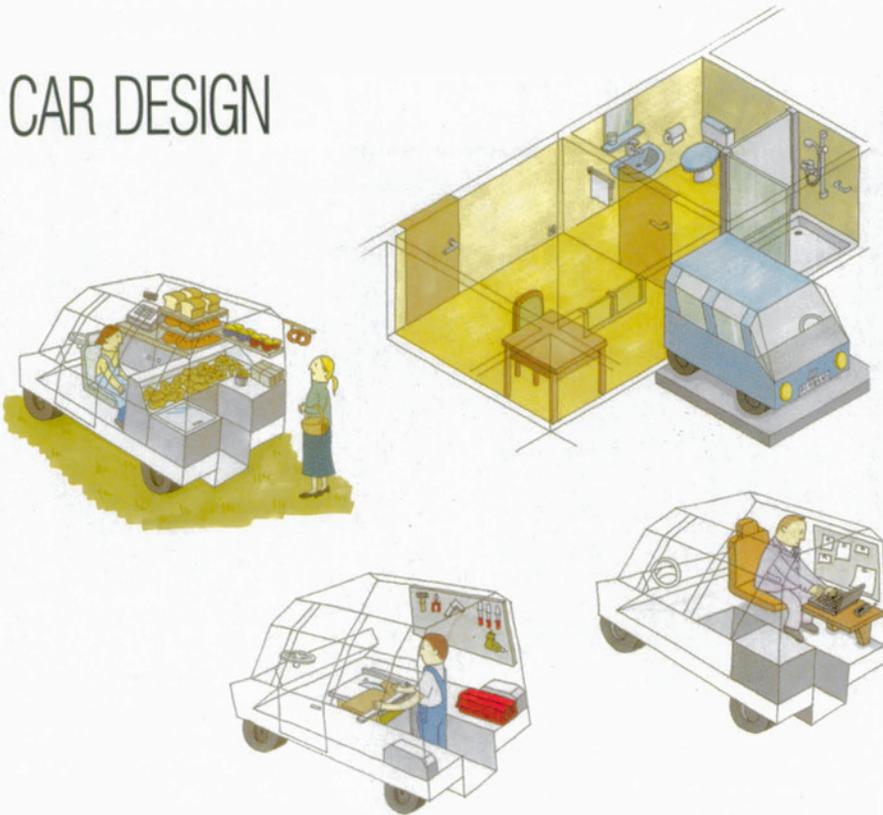
concorso ha coinvolto alcune delle più rinomate scuole e università di design a livello europeo, e ha visto la partecipazione di un nutrito e autorevole gruppo di designer in qualità di coordinatori dei gruppi di studenti, di componenti delle giurie e di esperti relatori invitati in apposite giornate di studio organizzate

sul tema. Scorrendo la raccolta dei progetti selezionati in una prima fase all'interno delle varie scuole, colpiscono alcuni caratteri comuni che vanno ben al di là delle indicazioni di concorso. In particolare si osserva una innovativa apertura verso l'esterno, il "fuori", a partire dall'interno dell'automobile, sia per mezzo

di più ampie aperture, con la possibilità di portare fuori e utilizzare all'esterno le sedute dell'auto, sia con l'impiego di maggiori specchiature per ottenere una maggiore trasparenza dell'interno, che in un caso molto interessante arriva a rappresentarsi in un'idea di auto totalmente trasparente (gruppo Nouvel). Curioso è an-

→

CAR DESIGN



Mobilizer

Stefan Diez, Ako Hino,
Peter Jaensch, Olaf Kiessling

Il tema dominante di questo progetto è l'integrazione dell'automobile con l'ambiente e le architetture. Mobilizer può, quindi, essere definito un'auto/stanza, una sorta di appendice dell'habitat domestico. Il veicolo, un monovolume, può essere attrezzato all'interno con moduli differenti che ne determinano l'utilizzo: auto "negozio", auto "ufficio", auto "stanza mobile" eccetera.

Tali assetti sono facilitati, inoltre, da un pianale interno che può, in parte, scendere fino a quota zero consentendo l'accesso al veicolo direttamente dal livello strada.

Il collegamento all'abitazione domestica è invece possibile attraverso un montacarichi che porta l'auto a piani esterni all'edificio, dove l'auto parcheggiata si può così "agganciare" alla casa.

The major theme of this project is how to integrate the car with the environment and buildings. Mobilizer can therefore be defined as a room on wheels, a sort of appendix to the domestic habitat. The interior of the people carrier-type vehicle can be fitted out with a variety of modules that determine how it will be used - "shop", "office", "mobile room", etc. Changes in layout are facilitated by the floor, part of which drops to road level so you can step straight into the vehicle.

Back home, an external goods elevator lifts the vehicle to the various floors of the apartment building so that your personal transport plugs directly into wherever you live.



← che riscontrare come il progetto interno si rifletta immediatamente per molti in un'idea di carrozzeria all'esterno, la quale per alcuni si associa ancora con un concetto di aerodinamismo spinto di tipo tecnico-organico (divertente in tal senso è la provocatoria forma organico-dinamica del modello peperone-automobile), mentre

per altri, all'opposto, si rappresenta in un abitacolo squadrato, una sorta di stanza viaggiante, più simile agli esempi che attualmente conosciamo come *caravan* o *motorhome*. Rispetto al tema specifico di concorso, spazi interni dell'auto per un pubblico giovane, le risposte emerse dalle varie scuole portano in luce di-

versi punti di vista: si passa dalla multifunzionale e spiritosa "Ciabatta" risultata vincitrice all'interno della Scuola di specializzazione dell'Università degli Studi di Napoli "Federico II", in cui si esaltano aspetti ludici del tempo libero attraverso una rivisitazione caricaturale della storica 2CV versione "multiuso" per giun-

gere a un estremo concetto di Unità d'abitazione, che vede l'automobile interpretata come un pezzo di casa viaggiante, una sorta di salotto, che dovrebbe collegarsi con le vere e proprie abitazioni ai diversi piani. Fra questi due estremi troviamo diverse proposte giocate intorno al tema della trasformabilità estremizzata

in alcuni casi verso l'ipotesi di uno spazio a "pianta libera" dove potersi muovere e sedersi a piacimento. Un'idea quest'ultima che ha un'importante precedente nella famosa auto-casa "Kar-a-Sutra" progettata da Mario Bellini nel 1972 come ambiente abitativo sperimentale in occasione della mostra "Italy: the new

2° classificata/2nd category

Università degli Studi di Napoli "Federico II"
Scuola di Specializzazione in Disegno Industriale

Professori referenti/supervisors
Virginia Gangemi, Riccardo Dalisi,
Gino Finizio

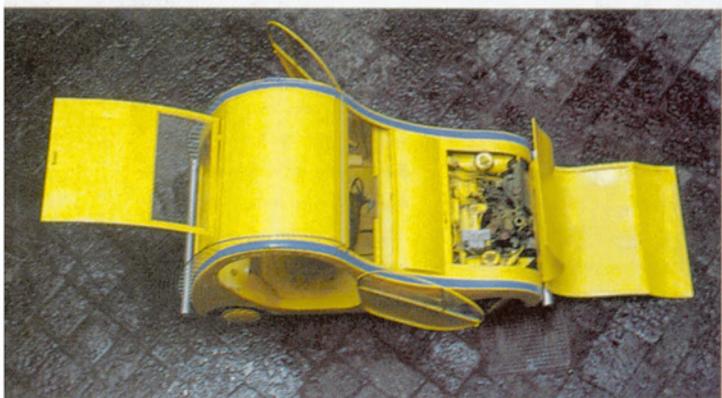
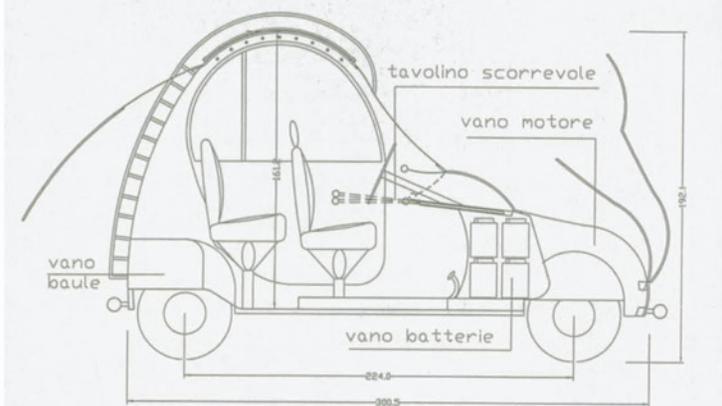
Ciabatta

Vincenzo Fontana,
Francesco Moliterno,
Marcello Silvestro

Ciabatta sembra nascere da un sentimento di "tenerezza", cosa insolita per un'auto verso la quale si pensa in termini di efficienza, sicurezza, comfort.

Quest'auto nasce dalla volontà di creare una macchina che dialoghi con il paesaggio urbano, che si integri con questo: attraverso una osmosi continua l'automobile si trasforma in oggetto di arredo urbano. Alcune parti esterne della carrozzeria si aprono e divengono estensioni dello spazio interno che si proietta all'esterno: il cofano si apre a 180 gradi e, poggiandosi sul terreno, compone un'inusuale chaise longue; il portello posteriore apribile, e parte del tetto scorrevole, offre un inaspettato riparo sotto il quale si può sostare sedendosi sui sedili per l'occorrenza portati all'esterno.

Ciabatta seems born of "affection", which is unusual because we normally think of cars in terms of efficiency, safety and comfort. We decided we wanted to create a car that relates to the urban landscape and becomes part of it. Through a process of continuous osmosis, the car itself becomes a piece of street furniture. Some outer parts of the body open to become extensions of the interior, which thus projects itself into the world outside. For example, the hood opens out flat and rests on the ground to form an unusual chaise-longue, while the hatchback and part of the sliding roof unexpectedly form a shelter where passengers can sit on seats taken from inside the car.



domestic landscape" al MoMA di New York. Altri indirizzi di ricerca hanno lavorato su un'idea di lunghezza variabile del mezzo automobilistico, piuttosto che su ipotesi di uso specialistico dello spazio interno dell'automobile come nel caso di una versione auto-ufficio. Un tema molto importante, trasversale a molti pro-

getti di concorso, è quello dei materiali dove si possono riconoscere due principali scuole di pensiero: una che si propone di "riscaldare" lo spazio interno impiegando diffusamente il legno come materiale di rivestimento, l'altra che cerca un'immagine "soft" e "friendly" attraverso l'uso di materiali plastici di tipo espanso dalle for-

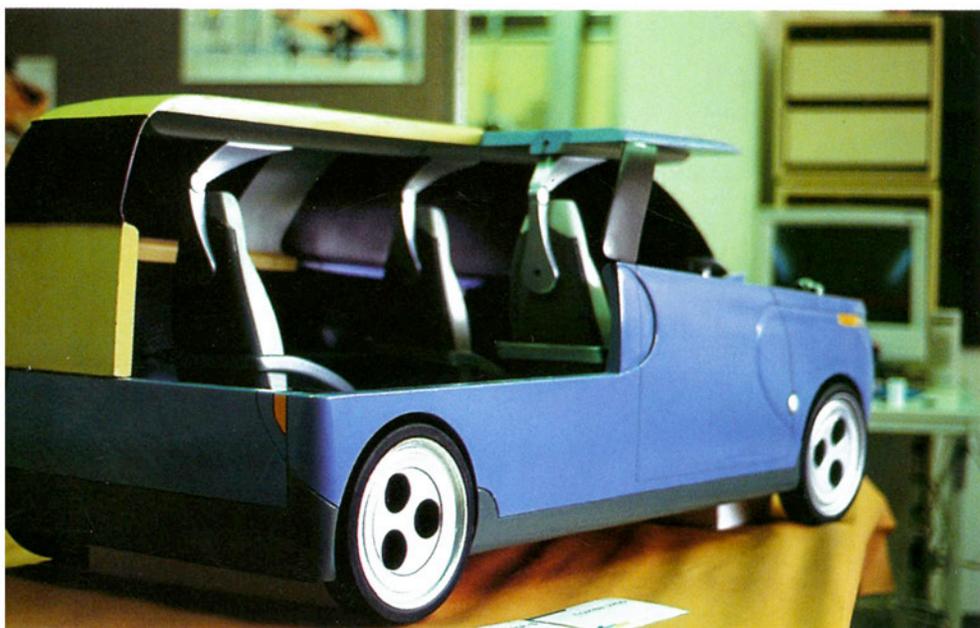
me organiche. Un ultimo discorso, non abbastanza evidente negli elaborati di progetto, è relativo alle sempre più vaste applicazioni dei sistemi informatici e servizi resi possibili dalle trasmissioni via satellite. Una prospettiva che rende ancora più autonoma la cellula abitativa dell'automobile e allo stesso tem-

po la può mettere, per così dire, "in rete" rendendola partecipe in presa diretta con il sistema della comunicazione globale. In conclusione questo programma di esercitazioni nella forma del concorso insieme alle giornate di studio si è dimostrato un buon esercizio didattico e un utile lavoro istruttorio per approfondi-

re questi temi raccolti in mezzo alla linfa vitale delle scuole, fra quelli che saranno i futuri progettisti che verranno chiamati all'interno degli uffici stile delle grandi aziende automobilistiche per dare risposte alle domande che emergono dai nuovi stili di vita e di comportamento delle prossime generazioni.

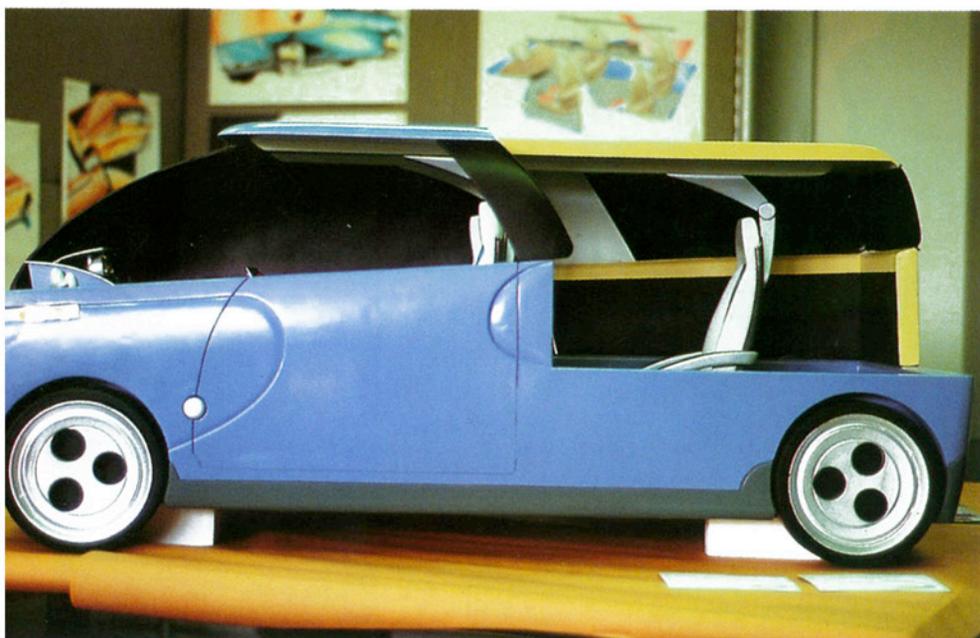
English text on page 153

CAR DESIGN



3° classificata/3rd category
Universität Gesamthochschule
Essen

Professori referenti/supervisors
Stefan Lengyel, Ralf Bruder,
Marianne Eigenheer



Rollercoaster

Bodo Brücher, Thomas Nachlik

Rollercoaster, monovolume compatta, è costituita fondamentalmente da due elementi: una struttura esterna che definisce il modello pick-up e un modulo differenziabile che completa la vettura monovolume. I quattro sedili, costituiti da una scocca rigida, si spostano avanti e indietro su delle guide, possono ruotare, e, in talune posizioni prefissate, possono oscillare, trasformandosi in dondolo; si muovono, quindi, liberamente all'interno del veicolo. Il modulo accessorio posteriore può contenere o due dei quattro sedili o la strumentazione telematica (video).

Rollercoaster, a compact people carrier, basically consists of two elements: an external frame that provides the skeleton for the pick-up model, and a variable module that adds on the bodywork needed for the people-carrier version. The four hard-shell seats move backwards and forwards on runners, rotate and, in some fixed positions, actually swing like rocking chairs. In other words, they can be positioned freely within the interior. The accessory rear module can accommodate either two of the four seats, or a video screen and telematics hardware.

Cultura del progetto e cultura d'uso

GINO FINIZIO. Le imprese, nella loro rapida trasformazione, tendono a strutture organizzative unitarie e, allo stesso tempo, articolate, riducendo dispersioni e ripetizioni di ruoli e senza correre il rischio di tagliare fuori tutto ciò che è libero e impreve-

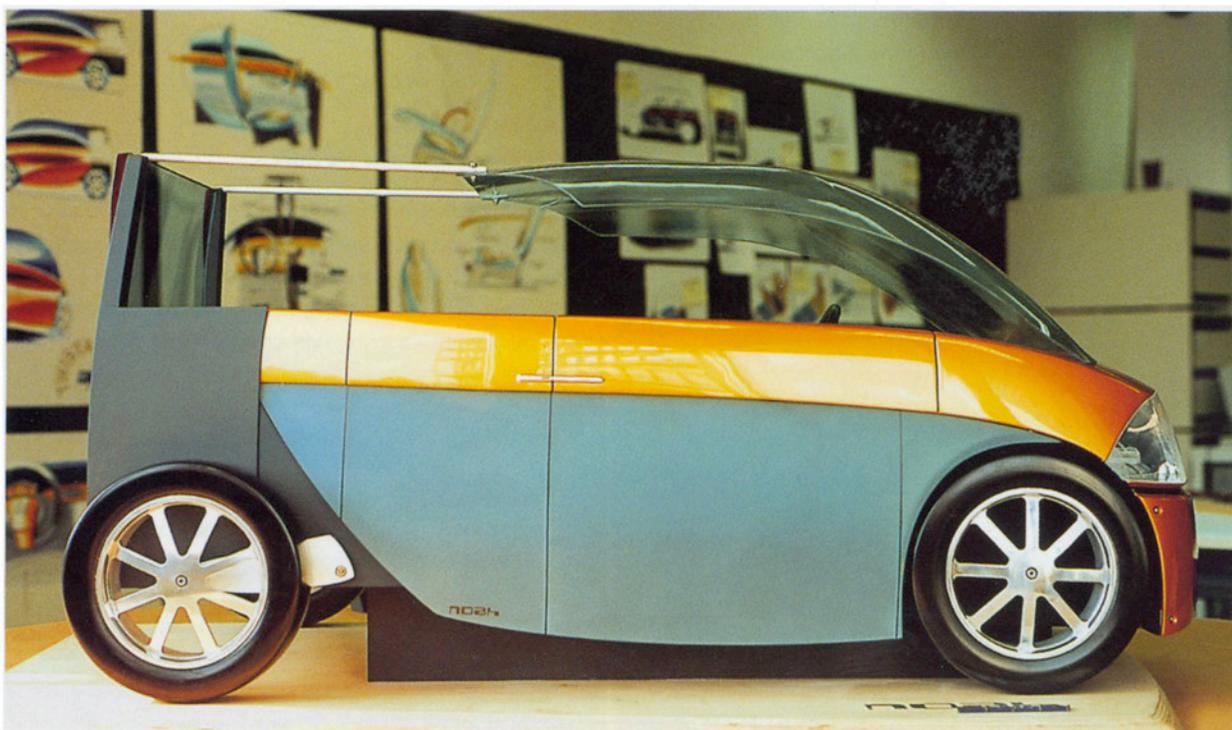
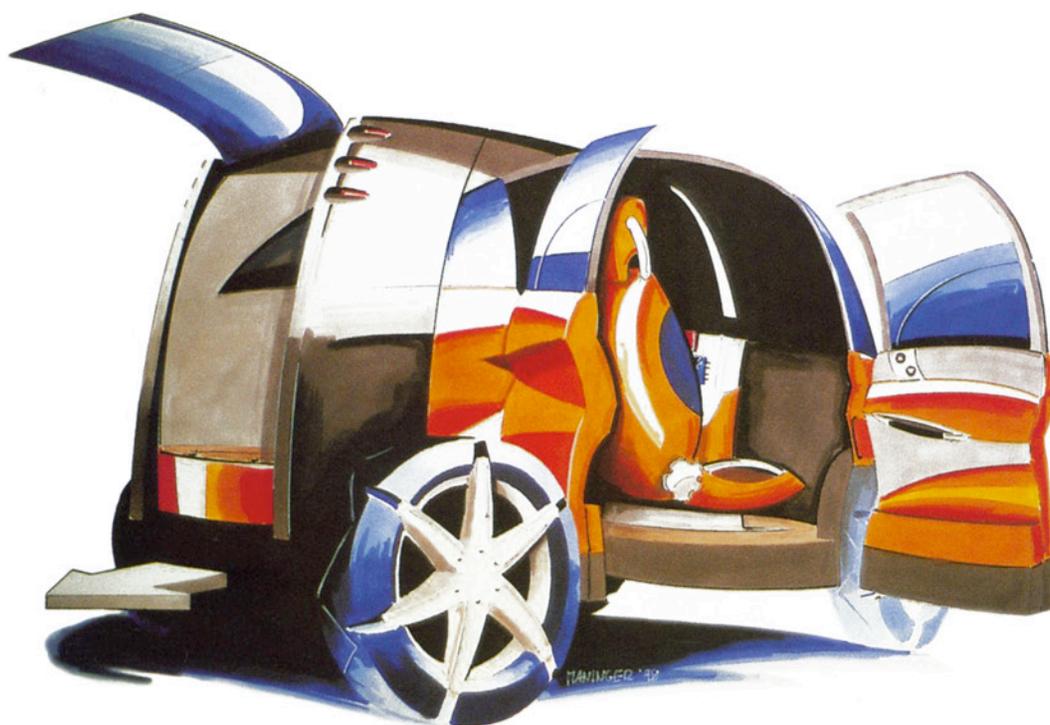
dibile. Quindi la tutela della creatività interessa non solo il designer ma anche l'impresa stessa, quale depositaria di una sua attività creativa. Come interagiscono i due livelli di creatività? Sono una cosa sola? Se non lo sono, possono diventarlo? A che cosa attingono? Come si sviluppano? Che ruolo han-

no le due creatività nella formulazione e stesura di un progetto? E nella sua conduzione attuativa? Nella diffusione? Nella critica e autocritica? Il convincimento di fondo è che c'è una linfa che circola in ogni atto dell'uomo che, di volta in volta, incontra la necessaria disciplina dell'ordine e delle

sistematizzazioni. In un mercato maturo come quello dell'auto uno degli aspetti più importanti è l'innovazione costante del prodotto che non può derivare solo da una cultura d'impresa, ma deve attingere dall'interazione tra la cultura d'impresa e la cultura di progetto, sviluppando una comprensione reale del

ruolo delle comunità produttive e del pubblico. La creatività dell'uso è da considerare sempre più al centro dell'attenzione del marketing moderno e, allo stesso tempo, la disciplina del design tende ad assorbire in sé il concetto stesso di marketing, sviluppando attorno all'impresa una serie di condizionamenti.

English text on page 155



Arca

**Georg Godde,
Holger Maninger**

Arca si caratterizza per la particolare attenzione ai materiali che contribuiscono all'immagine di un'auto innovativa e giovane: parti in plastica si mescolano a tessuti colorati e tecnologici.

Ognuno dei quattro sedili mobili è munito di prese multimediali per il collegamento di portatili o di strumentazione elettronica. La plancia, razionalizzata, è costituita da un unico blocco che contiene tutta la strumentazione di bordo. La parte superiore del veicolo e il portello posteriore sono realizzati in materiale completamente trasparente, consentendo un'ottima visibilità interna e una percezione differente dell'esterno della vettura.

Arca is unusual for the care that has been lavished on its materials, in order to create the image of a young, innovative car. Plastic parts combine with coloured fabrics and high-tech fittings. Each of the four movable seats has multimedia outlets for laptops and electronics. The rationalised dashboard is a single unit containing all the on-board instrumentation. The upper part of the car and the hatch-back are totally transparent, making for excellent inside-outside visibility and a whole new outside-inside perception of the car.

CAR DESIGN

G.B. Some have tried to see the "transitive" turn-of-century period we are now living through as an epoch-making millennium shift, and many more have tried to interpret recent international design trends as a message in a bottle for future generations. Certainly, car design has to be one of the touchstones of any

such enquiry. No-one would question that the present maturity of car design pulls together an immensely complex set of technical, aesthetic and social factors that constitute a benchmark for predictions about the direction design seems likely to move in. This unique correlation of themes like mobility, comfort, energy-

saving, safety and communication – to name just the most important ones – makes car design the most complex of the design processes involved in the manufacture of the most integrated and most eagerly sought-after – if you like, the most "lived" – of today's mass market products. And it is precisely this notion

of liveability, the domesticity of car interiors, that may determine the transformation and evolution of the car not just as a means of transport, but also as a place where people work, socialise, and even entertain friends, family and colleagues.

The outcome of "Young Car – towards car interior designs

for young European users" the competition sponsored by Fiat Auto in 1998/99, offers important indications as to the state of the art, and future prospects, of car design and other kinds of design too.

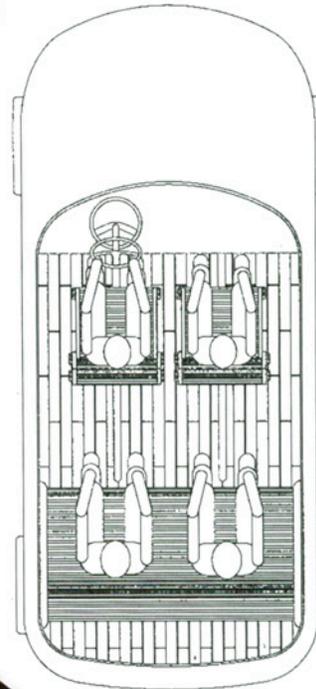
The competition involved some of Europe's best known design schools and university departments, plus an impressively

→

**Menzione speciale della Giuria/special mention
Politecnico di Milano - Facoltà di Architettura**

Professori referenti/supervisors
Arturo Dell'Acqua Bellavitis, Gino Finizio

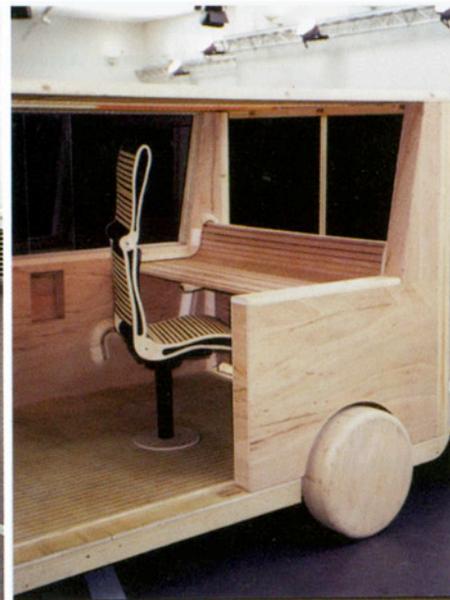
**Transformable
Punto
Luigi Formicola**



Questo progetto, come suggerisce il nome, deriva dalla Fiat Punto, della quale sono state mantenute le dimensioni del pianale.

Due sedili anteriori, realizzati con doghe, contenute in strutture d'acciaio, sono stati agganciati su guide metalliche posizionate sul pianale di teak. Gli stessi si possono richiudere per essere riposti in appositi scomparti sotto il cruscotto.

Il sedile posteriore, una panchina di aste di legno, può ritirarsi all'interno del pianale, scivolando lungo guide situate sulle fiancate. Il sistema sedile/tapparella posteriore, grazie a uno scambio, può, inoltre, deviare il percorso per trasformarsi in piano di lavoro in modo che quando l'auto è ferma questa possa essere utilizzata come ufficio o luogo di relax. I sistemi a scomparsa delle sedute conferiscono libertà di gestione dello spazio interno: da cinque passeggeri a uno spazio completamente vuoto.



As its name suggests, this project derives from the Fiat Punto, whose platform size has been retained. The two steel-framed, wooden-slat front seats are fixed to metal runners on the teak floor, and fold up to fit in special housings under the dashboard. The wooden rear bench seat slides away into the floor on runners conveniently positioned along the sides. Also, the rear seat/luggage-cover system slides in a different direction to form a work surface, so that the car can be used as an office or lounge when parked. The foldaway seating system makes the interior extraordinarily flexible: it can carry five passengers or be totally empty.

←

authoritative list of world-famous designers brought in to coordinate student groups, sit on juries, and address workshop sessions convened to explore the implications of the competition brief.

A quick glance through the initial shortlist of designs reveals a remarkably consistent set of shared features that

goes well beyond anything specified in the competition brief. Most notable is the desire to open up the interior of the car by designing from the inside out, through such means as larger windows, detachable seats that can be used outside the car, and increased use of reflecting surfaces to create a more trans-

parent interior (one especially interesting design goes so far as to make the whole car transparent) (Nouvel Group). It is also curious to see how often interior designs are directly reproduced in external bodywork designs. In many designs, the body is still aerodynamic in the technico-or-

ganic sense (one amusing and provocative design envisages a pepper-shaped car). However, other designs opt for the opposite scenario: the interior is square like a travelling room, much more similar to what we would currently recognise as caravans and motorhomes. Responses varied widely to the official requirement to design car interi-

ors for young users. At one extreme is the wittily multipurpose "Ciabatta" (winner at the graduate design school of Naples' Federico II University), which stresses the ludic dimension of leisure time in a caricatural revisitation of the legendary "multipurpose" 2CV. The opposite extreme is a kind of unité d'habitation that

Institut d'Arts Visuels - Orléans

Professori referenti/supervisors

Gerard Boudoin, Gerard Boisard, Jocelyn De Noblet, Gino Finizio



Homo Mobilis

Stéphanie Amoordon,
Christelle Georges,
Alexandra Hemon

Mobilità e fluidità. Sembra essere questo il motto di Homo Mobilis che riesce in pieno a sintetizzare la visione che i giovani hanno dell'automobile: semplicità, rapidità, efficacia, condivisione. L'involucro esterno, completamente trasparente, diviene una membrana sottile, un filtro inesistente attraverso il quale l'interno si racconta.

"Mobility and fluidity" would make an excellent motto for Homo Mobilis, which epitomises the young person's vision of the car – quick, simple, efficient and shareable. The totally transparent outer shell is a thin, invisible membrane that lets the interior tell its own story.

Università degli Studi di Napoli "Federico II" Scuola di Specializzazione in Disegno Industriale di Napoli

Professori referenti/supervisors

Virginia Gangemi,
Riccardo Dalisi,
Gino Finizio



Peperone

Raffaella Granata

L'auto come alternativa, divertimento, attrazione. Peperone è un giocattolo fuori scala e con questo spirito cerca di arricchire il paesaggio urbano, con i suoi colori, le sue forme sinuose, morbide e carnose. Colore, forme, materiali e tecnologia fanno di questa vettura l'auto per l'evasione.

A car that is alternative, attractive and fun. Peperone is an oversized toy and, as such, tries to add something a bit different to the urban landscape with its bright colours and soft, sinuous, fleshy shape. Colour, shape, materials and technology make this an ideal car for escaping from routine.

transforms the car into a travelling piece of the home, a sort of living-room on wheels, designed to connect up with the various floors of real homes. Between the two extremes there are several variations on the idea of transformability, which in some cases means an "open-plan" space that allows passengers to move around and sit where they want. One important precedent for this was the "Kar-a-Sutra" auto-home designed by Mario Bellini in 1972 as an experimental living space for the "Italy: The New Domestic Landscape" exhibition at the MoMA in New York. Another group of designs explores the idea of the variable-length car rather than the specialised interior (as in one design for an office on wheels). Many of the designs shared an interest in materials, for which there seem to be two main schools of thought: one tries to warm up the interior by making lavish use of wood as a facing material; the other aims at a softer, friendlier image using organically-moulded expanded plastics. One final theme that perhaps featured less widely than one would have expected, is the ever-increasing applications of satellite-transmitted ICT and services, which can make car interiors even more autonomous by hooking them up directly to the global communications network. All in all, this combination of closely-defined competition tasks and genuinely stimulating workshop sessions has proved both a valid teaching exercise and a useful preliminary exploration of ideas tapped from the vital sap of today's design schools, the training grounds for the car designers of

tomorrow who will have to find answers to the questions raised by the lifestyles and behaviours of future generations.

from page 148

Sapper, Michele De Lucchi, Gillo Dorfles and Denis Santachiara, met the students and gave them the design brief. This was to design car interiors taking into account: the company's image and positioning in the European market; features of the target market; use of innovative materials; use of recyclable materials; use and incorporation of ICT (young target users); comfort; safety; person/machine/environment interaction; behaviour patterns of new mobile generations. The students were given six months to produce their designs, after which the jury comprising the coordinator, teachers at each of the universities, and Fiat Auto managers, drew up three judgement categories for each of the participating universities, giving a shortlist of 36 designs, and selected the three winning universities, which were asked to develop a new project for academic year 1999/2000 entitled "The Car, My Friend". The winning designs are published here. Through its head of Advanced Design, architect Ermanno Cressoni, Fiat Auto also awarded a special mention to the Faculty of Architecture at Milan Polytechnic.

Design culture, user culture

As they undergo rapid transformations, companies tend to simplify themselves into unified yet clearly subdivided organisational structures that can reduce dilution and overlap of roles without running the risk of excluding everything that is free and unpredictable.

So safeguarding creativity is the responsibility not just of the designer, but also of the company itself, as the depository of its own creative activity. How do these two levels of creativity interact? Are they the same thing? If they aren't, how can they become so? What do they derive from? How do they develop? What roles do they play in conceiving and drafting a design? And then in bringing it to fruition and telling people about it? And in criticism and self-criticism? The basic belief is that a person's every action is driven by a creative lymph which, in each separate case, comes up against the discipline - the imposition of order and system - that it needs.

Constant product innovation is one of the most important aspects of mature markets like the car market. And yet, this innovation cannot derive from corporate culture alone; it also thrives on interaction between corporate culture and design culture, and depends on a real understanding of the roles played by manufacturing and buyer communities. Creativity of use must always be the focus of modern marketing, yet design tends to assimilate the very concept of marketing, bringing a whole series of conditioning influences to bear of the companies. G.F.

CAR DESIGN

1972

● Mario Bellini, "Kar-a-Sutra", prototipo di ambiente mobile realizzato su invito del MoMA dal Centro Cassina per la mostra "Italy: the new domestic landscape".

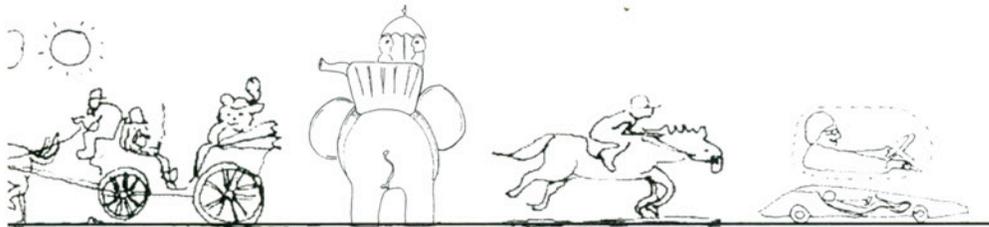


● Mario Bellini, "Kar-a-Sutra", prototype of a mobile micro-living environment made by Centro Cassina on commission from the MoMA for its "Italy: The New Domestic Landscape" exhibition.

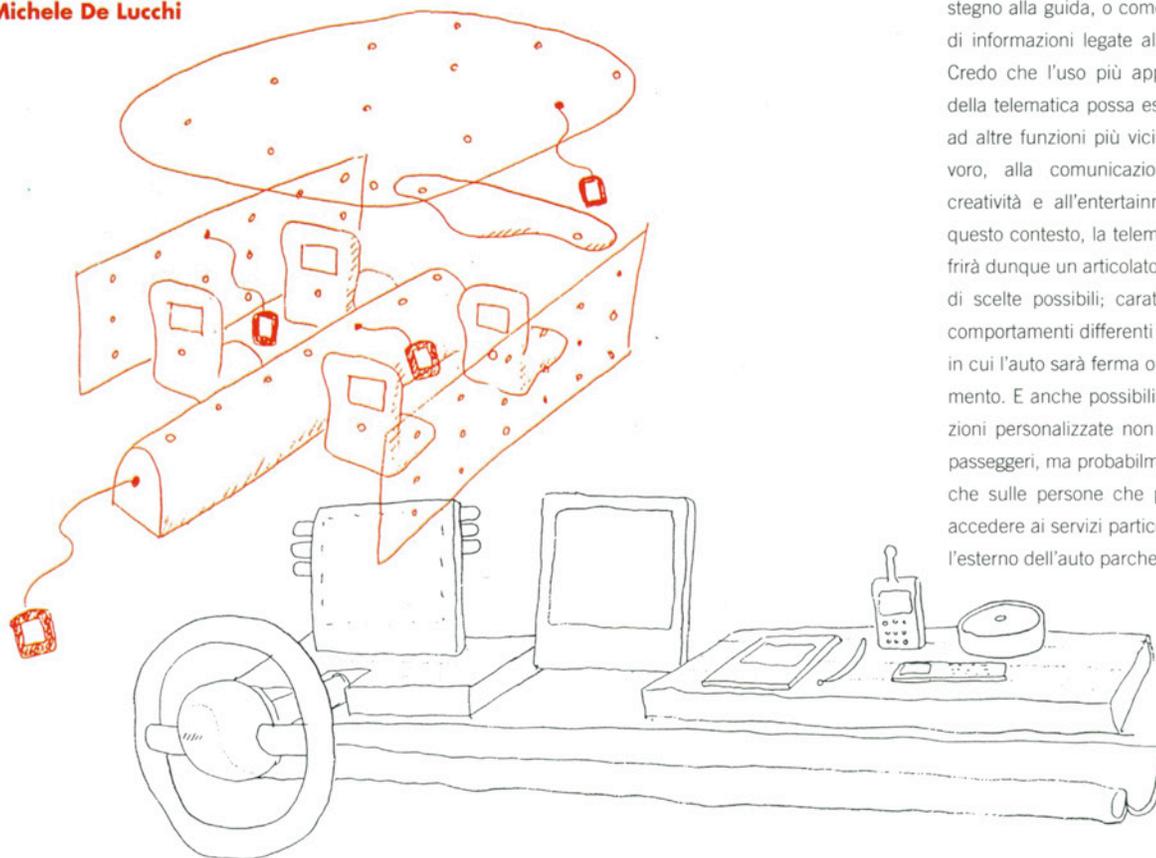
Il Fiat Auto European Competition, che ha coinvolto giovani progettisti, è parte di un progetto globale che vede impegnati l'Advanced Design di Fiat Auto e noti progettisti, quali Mario e Claudio Bellini, Richard Sapper, Michele De Lucchi, Isao Hosoe e altri, su temi diversi per la definizione di concept auto progettati in relazione agli scenari futuri possibili ■ Fiat Auto European Competition, which involved young designers, is part of a larger project that has involved Fiat Auto's Advanced Design department and well-known designers like Mario and Claudio Bellini, Richard Sapper, Michele De Lucchi and Isao Hosoe, in defining the thematic input for concept cars designed to meet the requirements of future personal transport scenarios



L'auto mobile/l'auto immobile. Metamorfosi possibili
Auto-mobile/Auto-immobile. Possible metamorphoses
Mario Bellini, Claudio Bellini



Telematica e mobilità
Telematics and mobility
Michele De Lucchi



L'interpretazione del rapporto tra auto mobile e auto immobile si fonda sulla ridefinizione della tipologia organizzativa e distributiva interno/spazio interno disponibile, dove il conducente è coinvolto, rispetto al moto, in modo completamente autonomo e indipendente rispetto ai passeggeri, per i quali il moto ha un valore istantaneo e non continuativo. Il doppio paradosso della mobilità nasce dalla mobilità dell'automobile e dall'immobilità relativa dei passeggeri, che sono immobili in una macchina in movimento. L'auto non è immobile quando è ferma, ma quando è un luogo di rinuncia, dove la condizione di passeggero è predominante su quella di "abitante". Se invece si considera l'auto come cellula abitativa, emancipata dalle problematiche del moto, e organizzata in funzione delle esigenze degli "abitanti", allora l'auto conserverà un grado di mobilità, indipendentemente dal moto.

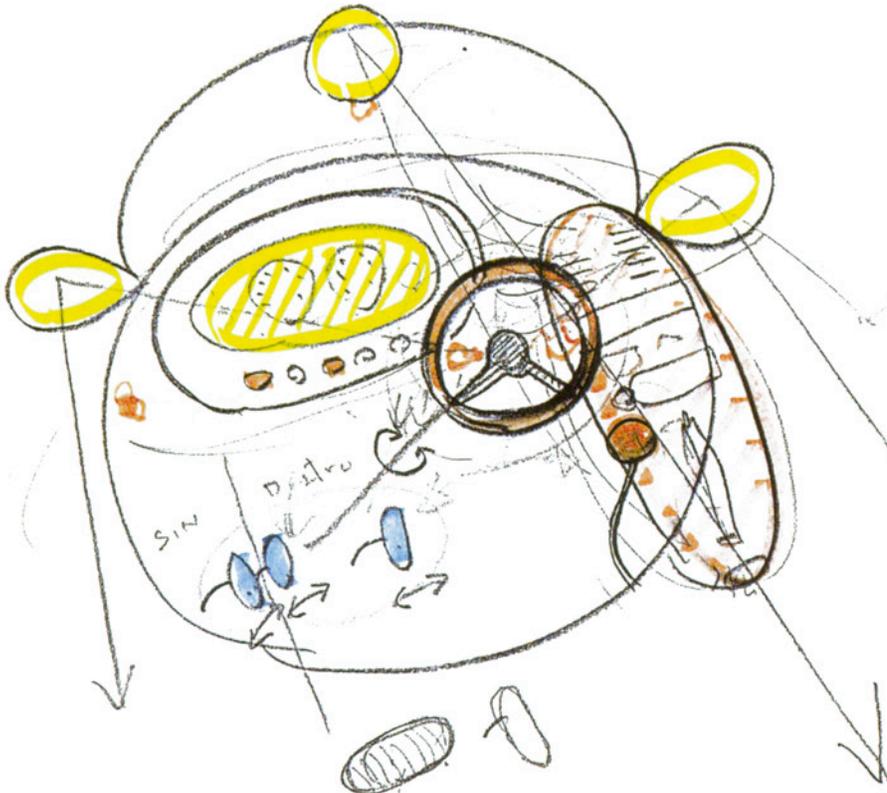
Interpreting the relationship between the auto-mobile and the auto-immobile means redefining the organisation and layout of the car's interior and passenger space. The driver is totally autonomous and separate from the passengers in terms of the car's movement, whereas passengers perceive this movement as instantaneous rather than continuous. This dual paradox of mobility is a function of the mobility of the car and the relative immobility of the passengers, who find themselves immobile in a moving car. The car isn't immobile when it's stationary, but when people resign themselves to being passengers rather than "inhabitants" of an interior space. If, on the other hand, you see the car as a unité d'habitation freed from the problems of movements and organised around the needs of its inhabitants, the car will conserve a high degree of mobility, independently of its movement.

La tecnologia telematica nell'auto non verrà solo utilizzata come sostegno alla guida, o come vettore di informazioni legate al traffico. Credo che l'uso più appropriato della telematica possa estendersi ad altre funzioni più vicine al lavoro, alla comunicazione, alla creatività e all'entertainment. In questo contesto, la telematica offrirà dunque un articolato sistema di scelte possibili; caratterizzerà comportamenti differenti nel caso in cui l'auto sarà ferma o in movimento. E anche possibilità e funzioni personalizzate non solo sui passeggeri, ma probabilmente anche sulle persone che potranno accedere ai servizi particolari dell'esterno dell'auto parcheggiata.

On-board telematics technology will develop into something more than a driver aid or a source of traffic information. When used properly, I think telematics will perform other functions more closely related to work, communications, creativity and entertainment. By which I mean that telematics will offer a complex range of options to characterise and support a variety of behaviours, depending on whether the car is stationary or moving. It will also make possible customised functions available not only to passengers inside the car, but probably also to people who can obtain services by plugging into the exterior of the vehicle when it is parked.

Trasformabilità e personalizzazione
Transformability and custom design

Isao Hosoe

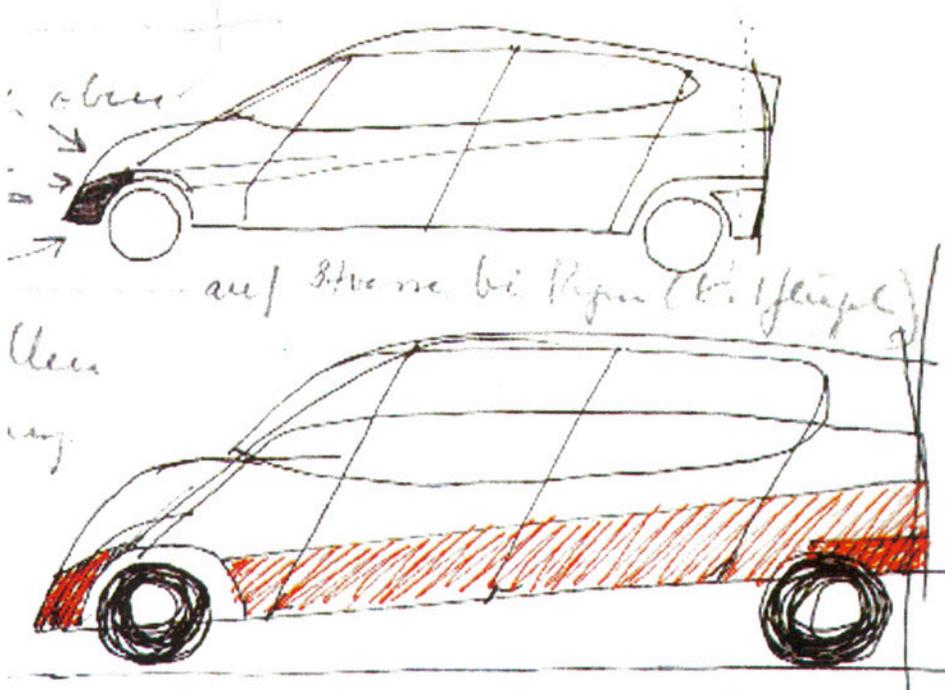


Trasformabilità=Personalizzazione. Con la definizione "Personalizzazione" si intende la scelta iniziale, al momento dell'acquisto, dell'identità che dovrà connotare l'abitacolo dell'auto. L'abitante può scegliere la connotazione che meglio rispecchia il suo carattere, i suoi gusti personali e l'uso prevalente che egli farà dell'autoveicolo. Le trasformazioni possono essere di lieve entità o radicali, tali da trasformare completamente l'assetto e la configurazione dell'interno. In ogni caso trasformazione deriva sempre da movimento delle parti, da gesti semplici e immediati. Attraverso l'uso individuale e le diverse esigenze che cambiano nel corso del tempo, lo spazio dell'abitacolo può modificarsi per assumere caratteristiche diverse.

Transformability=Customisation, where "Customisation" means choosing, when you're in the showroom, the identity which the interior of the car will have to communicate. The inhabitant can choose the one that best reflects his or her character, personality and taste, and how the car will mostly be used. Transformations can be slight, or so radical that the entire organisation and layout of the interior is changed. But in any case, transformation is always achieved by moving parts around simply and quickly. Over time, the interior space can change identity as it adapts to individual use and changing needs.

Architettura e mobilità. Conservazione ed evoluzione
Architecture and mobility. Conservation and evolution

Richard Sapper



Credo che esista una nicchia di mercato pronta ad accogliere un veicolo libero, piacevole, un incrocio tra Panda e BMW, di gusto Marlborough; robusto, sportivo, naturale ma elegante, in altre parole un'automobile stile Ralph Lauren; che utilizzi lo stesso linguaggio della Jeep, caratterizzata da una linea chiara, bella e simpatica anche se piccola, semplice e, per certi aspetti, gracile. Il veicolo è caratterizzato da una fisionomia che trae i suoi tratti da fuoristrada da veicoli sportivi e oggetti di svago, quali la Citroën Dakare o le Dunebuggies, che esprime leggerezza, linee semplici, sportività, spazio e comfort, interni trasformabili con mezzi economici ed elementari, e allo stesso tempo eleganza e buon gusto.

I think there's a potential niche market for an attractive, liberated kind of car, a cross between a Panda and BMW with a dash of Marlborough country. Sturdy and sporty, natural but elegant. In other words, a Ralph Lauren-type car that looks a bit like a Jeep – clean-lined, good-looking, friendly – but also small, simple and in some ways quite delicate. A vehicle whose off-road features come from sporty or leisure vehicles like the Citroën Dakare and dune buggies, which are light, uncomplicated, sporty and comfortable with interiors that transform cheaply and easily but are also elegant and tasteful.

CAR DESIGN