

architetturadesign@gazzettadiparma.net

pagina a cura di
Mariagrazia Villa

Architettura & design

L'intervista Sergio Buttiglieri, siciliano ma parmigiano d'adozione, racconta la sua esperienza per Sanlorenzo Yacht

Quando il design prende il largo

Cura gli interni di imbarcazioni da sogno, realizzate come in una bottega del Rinascimento

Mariagrazia Villa

Sergio Buttiglieri ha avuto il genio di lodare il mare e stare a terra, come dice il detto. Ha interpretato le imbarcazioni come case contemporanee. Ma «mare caelo miscere»: ha unito le voci dell'acqua alle visioni più inconsuete, aprendo il mito alla realtà.

È l'interior design director di Sanlorenzo, secondo cantiere navale al mondo per imbarcazioni oltre i 24 metri. Siciliano di nascita, ma anche parmigiano. Ha studiato a Parma disegno di architettura al Toschi, poi Storia dell'Arte con Arturo Carlo Quintavalle e ha avuto un'esperienza

Sanlorenzo Yacht Sergio Buttiglieri, interior design director dei cantieri, e alcuni interni ed esterni delle imbarcazioni del celebre marchio italiano.



formativa con l'architetto Guido Canali, prima di trasferirsi nel Piacentino. Qui ha lavorato oltre vent'anni per Driade, una delle più autorevoli aziende del design italiano, come responsabile del prodotto, ingegnerizzando i progetti di importanti designer e archistar, come Philippe Starck, Ron Arad, Toyo Ito o Patricia Urquiola. Dal 2006, è salpato verso una nuova avventura e si è trasferito a Telaro (attualmente abita a Viareggio): entrato in **Sanlorenzo**, ha iniziato, in accordo con il presidente Massimo Perotti, a tessere rapporti con i migliori brand dell'arredamento del nostro made in Italy e a unire, all'apporto progettuale di stelle indiscusse del design nautico, la firma di affermati designer internazionali dell'interior furniture alla loro prima volta nel mondo delle imbarcazioni. Grazie a lui sono arrivati in **Sanlorenzo** Rodolfo Dordoni, Antonio Citterio e Patricia Viel, Flavio Albanese e, di recente,

Piero Lissoni. «Un successo - commenta Sergio Buttiglieri - basti pensare che il nostro SL106 con gli interni di Dordoni Architetti ha vinto nel 2011 l'importante Premio per il design e l'innovazione, promosso dall'Associazione per il Disegno Industriale».

Com'è quest'imbarcazione, Sergio?

«In grado di andare oltre le convenzioni, di ricollegare la percezione dello yacht al nostro tempo. Dordoni ne ha riletto gli interni in modo metropolitano. Spazi come magnifiche scenografie teatrali. Spazi funzionali, ma con giochi prospettici, illusioni ottiche, effetti illuminotecnici inaspettati, perché Rodolfo sa che la luce non illumina, ma dà significato. Spazi sobri e di ampiezze inusitate, che conducono nel vero lusso, fatto di declinazioni di armonie frutto di un attento studio prossemico. Un linguaggio vero, lontano dal burocratese che ancora permea gli interni di gran parte degli yacht in circolazione...».

In cosa uno yacht è diverso da una casa?

«Mentre la casa è il luogo del sempre e del reale, lo yacht è un temporaneo palcoscenico per la cosciente commedia di se stessi. E, contrariamente ai non luoghi di Marc Augè (autostrade, aeroporti, grandi magazzini), uno yacht dà modo di vivere in luoghi ad alta densità emotiva».

Nella nautica non è avvenuta la rivolu-

zione che ha toccato il furniture...

«Le nostre case hanno avuto un'evoluzione importante nella distribuzione degli spazi e nel modo di viverli. Nella nautica, invece, persiste un immaginario iperconservativo, in cui predomina un imbarazzante immobilismo linguistico, gravitante attorno a

conformismi spaziali difficilmente giustificabili dalle attuali tecnologie del settore».

Perché questa mancata innovazione?

«Alla base, come ricordava Roland Barthes, c'è il fatto che l'imbarcazione, più che il simbolo della partenza, è la cifra perfetta della chiusura, un'adorabile caverna... E sono un mito del nostro tempo. Essendo il mito un meta-linguaggio con il fine di immobilizzare il mondo, si comprende la cristallizzazione delle consuetudini nautiche, la chiusura alle novità stilemiche».

Ma alla Sanlorenzo avete fatto scoppiare la rivoluzione...

«Non si è trattato solo di introdurre brand all'avanguardia, come Minotti, B&B, Cassina, Artemide, Boffi o Paola Lenti, ma di dialogare costantemente con queste eccellenze, per crescere insieme in qualità e utilizzare prodotti mutuati dai loro cataloghi, ma adeguati alle esigenze nautiche».

Da cosa dipende il successo di Sanlorenzo, che affascina chi vuole «andare bene per mare», come dice Perotti?

«Anni fa, Enzo Mari, uno dei maestri del design italiano, affermò che la qualità degli interni dei nostri yacht era di un'altissima dignità, rispetto al cattivo gusto degli altri marchi. La qualità implica cultura, conoscenza della storia, rapporto con la vita, lavoro e trasformazione della materia. E in **Sanlorenzo** si respira l'aria delle botteghe rinascimentali, dove si facevano magnifici multipli, uno diverso dall'altro, come diversi sono i nostri armatori, apparentati solo dalla voglia di vivere un lusso moderato e non urlato». ●