



Tocca all'industria formare esperti



PROFESSIONISTI / L'IMPEGNO DI "IGUZZINI"

Il Sole 24 ore del 23/07/2004

Il disinteresse pubblico spinge l'iniziativa privata

Formare e informare progettisti, light designer, enti pubblici, grandi aziende sulle problematiche dell'inquinamento luminoso e sulle potenzialità di una sua giusta gestione. Un ruolo che rimane delegato alle aziende private, spesso in misura maggiore che agli stessi ordini professionali e associazioni di categoria, come rileva Laura Cinquarola, lighting training team manager di "iGuzzini illuminazione". Un

ruolo formativo ricoperto da produttori e dagli stessi distributori di apparecchi illuminanti.

"Un'anomalia - dice però Franco Cossiri, amministratore delegato di Tarlazzi (gruppo Comet, che con il segmento materiale elettrico nel 2003 ha raggiunto un fatturato di 600 milioni di euro) - perché non sarebbe questo il ruolo del privato che, invece, alla luce della legge regionale, sarebbe ovvio aspettarsi svolto dalla pubblica amministrazione". Il ruolo del lighting designer, quindi, spesso è demandato ad operatori che, istituzionalmente quantomeno, non dovrebbero farsene carico.

"Per ovvi motivi di crescita - prosegue Cossiri - l'azienda mira a potenziare il settore, ponendosi come tramite, come interlocutore tecnico, nel settore dell'illuminazione, cercando peraltro di chiudere un vuoto causato dalla mancanza del riconoscimento della figura professionale del lighting designer. Da attuarsi attraverso corsi di formazioni diretti a installatori (nostri abituali interlocutori), per una progettazione adeguata legata a scelte tecniche, di qualità, che può comportare numerosi vantaggi". Percorsi formativi, prosegue il manager di Tarlazzi, che, "mirano a far capire ai progettisti, ai tecnici comunali, agli amministratori pubblici il ruolo determinante che la luce ha nell'evidenziare un manufatto, nel valorizzarne i contenuti storico-artistici".

"L'opera di sensibilizzazione alla qualità della luce ha toccato nel corso degli anni - dice Cinquarola - i temi della luce come deterrente della microcriminalità, il risparmio energetico, gli effetti fisiologici". Dal "Più luce!" del Goethe morente che, nel 1982, caratterizzava la prima campagna de iGuzzini illuminazione (nel 2003 l'azienda ha realizzato un fatturato di 149 milioni) l'impresa di Recanati ha proseguito il suo percorso nell'informazione diretta non solo all'operatore, ma anche al più vasto pubblico. "Dal sistema Public - prosegue Cinquarola - messo a punto nell'87, primo esempio di controllo razionale della luce, abbiamo proseguito fino ad oggi in questa ricerca della migliore qualità della vita attraverso un'oculata illuminazione pubblica. E soprattutto il Cut-off del 1990, che consente di eliminare totalmente le emissioni di luce verso l'alto in impianti di illuminazione pubblica. Proseguendo poi con l'Edge di Piero Castiglioni, che crea una lama di luce attorno all'apparecchio, fino al Lingotto di Renzo Piano e, ancora con Castiglioni, il Radius e il Platea".