

ottobre/october 2008

# ad+m

architettura | design | materiali

Franco Scaglia

## La percezione immediata del divertimento

*The immediate perception  
of enjoyment*

DOGMA

with English texts

Periodico di contract e design d'interni per spazi ad uso pubblico  
*Review of contract and interior design for spaces for public use*

Text by  
Giovanni Damele  
Photos courtesy of  
Studio Franco Scaglia  
and by  
Enrico Basili

Franco Scaglia

## La percezione immediata del divertimento

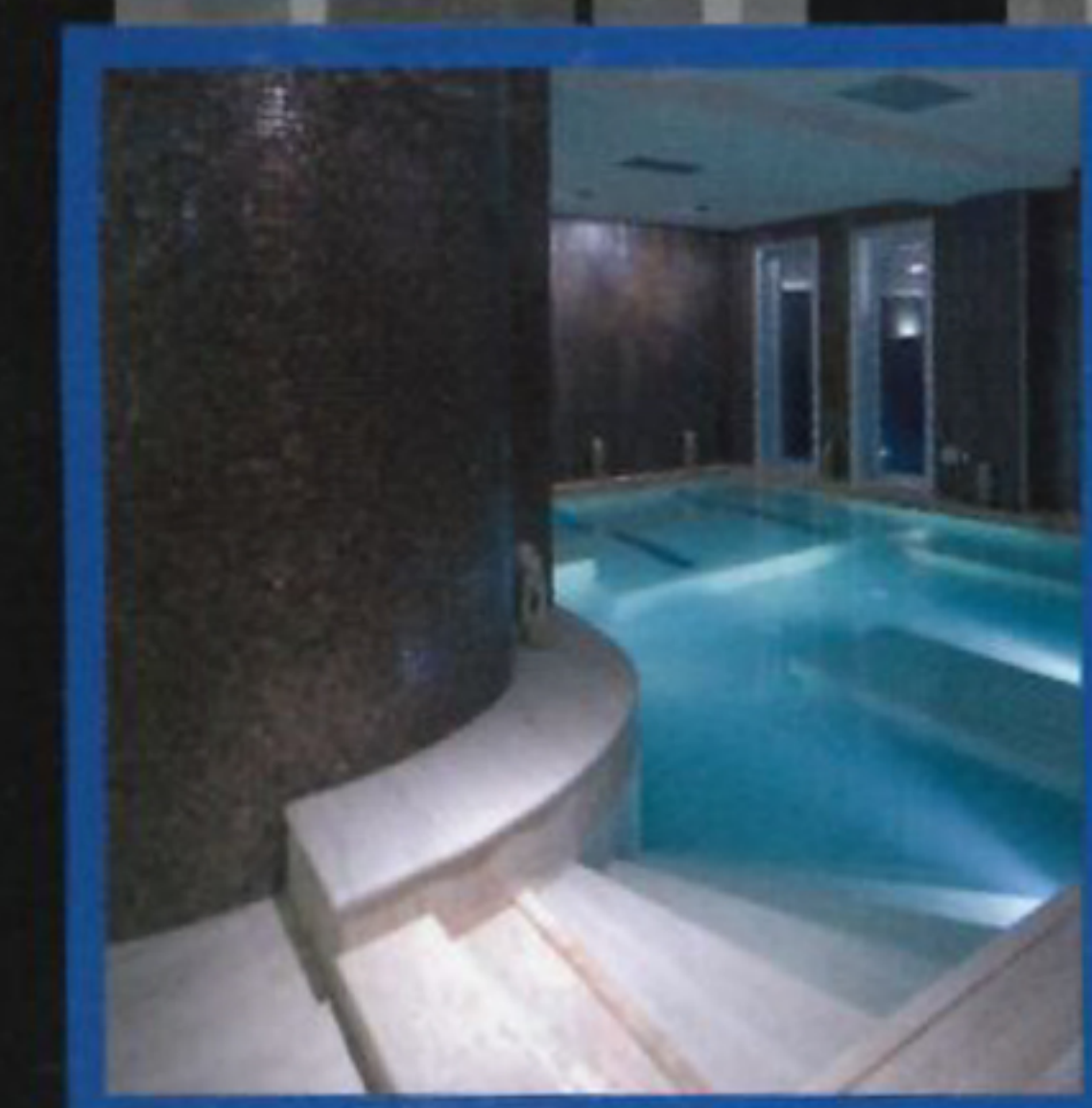
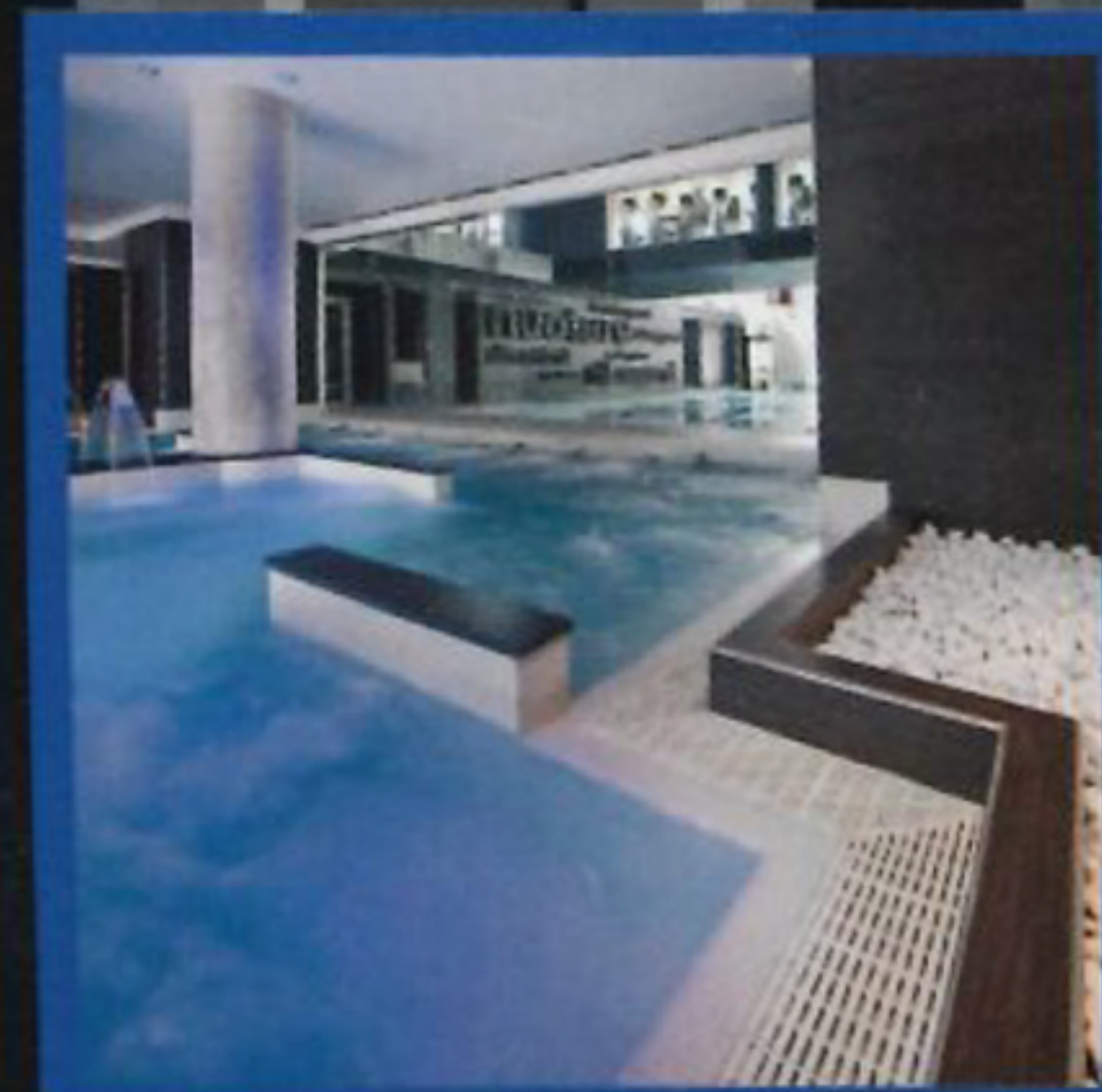
*The immediate perception of enjoyment*



Lo Studio Scaglia lavora da più di vent'anni nel settore fitness e benessere. Cura il progetto a 360°, facendo ricerca su nuovi materiali e tecnologie per cercare di realizzare club sempre più evoluti.

Studio Scaglia has worked for more than twenty years in the fitness and well-being sector. Projects are developed across the board, involving research into new materials and technologies to design increasingly advanced clubs.

↑ | Dietro le quinte | Brescia 2001 |  
| Studios | Brescia 2001 | →



Si definisce senza dubbio  
architetto per caso.  
Gli piace più "fare"  
l'architetto che esserlo

*He undoubtedly  
defines himself as  
an architect "by chance".  
As an architect,  
he prefers  
"doing" to "being"*

**F**itness, benessere, divertimento. Un mondo che Franco Scaglia ha visto crescere ed evolversi contribuendone alla trasformazione, applicando delle regole ad un settore che era partito anche con un po' di improvvisazione progettuale.

Come definirebbe il suo lavoro di architetto?

Più vicino a quello dell'ingegnere o a quello dell'artista?

È una via di mezzo. Personalmente, non credo negli schemi, nei luoghi comuni.

Lavorando per gente che investe dei soldi, e che si aspetta di guadagnarne, mantengo un atteggiamento pragmatico nei confronti del mio mestiere. Credo che questo mi abbia consentito di ampliare il mio ruolo, anche in virtù della mia lunga militanza nel settore della progettazione di spazi per il benessere. Intendo dire che non mi limito a eseguire, ma intervengo nell'ideazione se mi sembra che occorrono delle correzioni, e in qualche caso, quando mi sono accorto che dal progetto non poteva uscire nulla di buono, mi è anche capitato di rifiutare la committenza. In questo senso, il mio approccio pragmatico è temperato dalla difesa della mia libertà di azione. Del resto, la libertà di azione implica il coraggio di assumersi la piena responsabilità delle proprie azioni. In fondo quello dell'architetto è un mestiere come un altro, anzi per me è un modo di campare non certo di fare poesia.

Come ha iniziato la sua attività?

E come si è sviluppata?

È iniziata per caso. In realtà non volevo fare l'architetto, ma il giornalista. Il giornalista sportivo, in particolare. Iniziai con delle collaborazioni a Brescia Oggi, seguivo il calcio locale, il motociclismo, poi ho scritto articoli per Moto Sprint, Tuttosport, il Mattino di Napoli. Infine, ho lavorato per quelle che allora si chiamavano "radio libere" e per una delle prime reti televisive locali. Finché il capitano della squadra di rugby in cui giocavo mi ha chiesto di aiutarlo a ristrutturare la cascina dei genitori. Così è iniziato tutto.



Ma la vera svolta è avvenuta una decina di anni fa, quando ho progettato Studios, un club di Brescia. Il progetto nacque da una mia proposta di recupero di un immobile industriale, una vecchia conceria in disuso, trasformato in un club integrato con una discoteca. Ho cercato di dare al progetto di un wellness club una dignità che, secondo me, le altre realizzazioni ancora non avevano. Ma soprattutto ho voluto realizzare un club completamente nuovo dal punto di vista dell'accoglienza. Chi entrava a Studios (2001) pensava d'aver sbagliato indirizzo e non certo d'essere in una palestra. Lo stesso concetto ho cercato di applicarlo in tutti i miei progetti successivi.

#### In che senso?

Ho cercato di dare una svolta al concetto del club fitness & fun. Generalmente, soprattutto se penso al periodo in cui ho progettato Studios, erano pensati come dei contenitori in cui la gente andava a far fatica. Io ho trasformato questo concetto sulla base di una visione più divertente e divertita del luogo. Ecco il perché dell'inserimento della discoteca: quello che cerco di realizzare è un luogo di intrattenimento a 360 gradi, un luogo piacevole, in cui si possano intrattenere relazioni sociali.



#### Quali sono i suoi punti di riferimento?

Non ho un riferimento preciso. Cerco di essere assolutamente me stesso. Certo, sarei un presuntuoso se pensassi di non essere influenzato da nulla. Cerco di girare molto, di osservare attentamente, di miscelare le cose che mi interessano, che mi colpiscono, sforzandomi di tenermi il più lontano possibile da una certa tendenza a copiare gli stili altrui. Negli ultimi anni, ad esempio, si è diffusa la moda di copiare lo stile degli anni Settanta. È una tendenza che in qualche maniera continua. Personalmente, non lo trovo un periodo felice dal punto di vista dello stile, e non ho mai voluto replicare un design che non ritengo affatto evoluto.

#### La sua attività riguarda la realizzazione di spazi per il benessere e il fitness, quali difficoltà particolari presentano questi interventi?

Le difficoltà progettuali sono identiche a quelle degli altri luoghi aperti al pubblico. È importante considerare la collocazione e l'importanza degli spazi tecnici, le percentuali di affluenza. Soprattutto è importante studiare il modo in cui si muove la gente, specialmente quando occorre progettare dei percorsi bagnati e asciutti in maniera razio-



↑ | Be:f | Salerno 2005



↑ | Freddy Store | Milano 2007

↓ | Get Fit | Lugano 2006



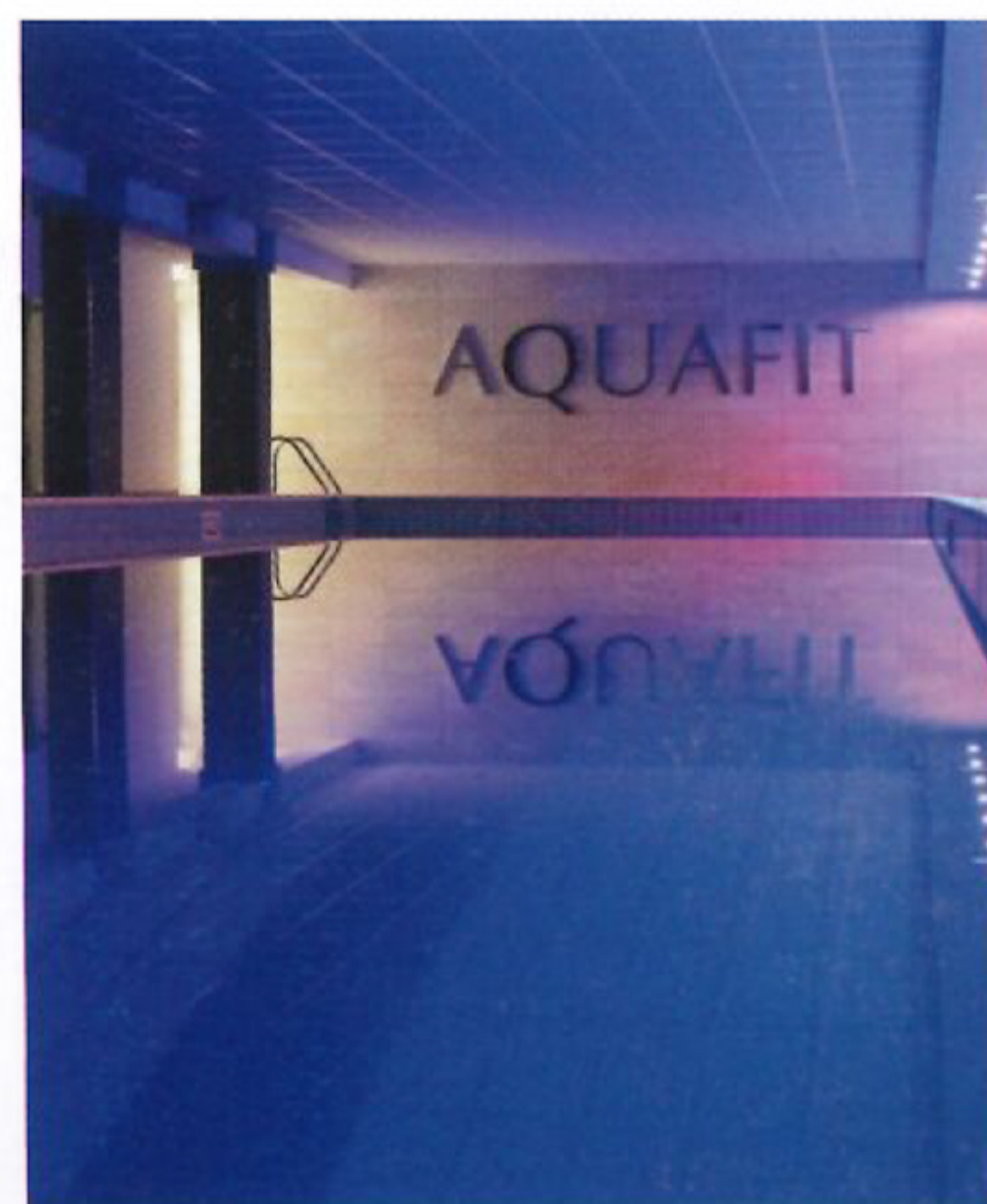
↓ | Virgin Active | Brescia 2008

↓ | Generale Cafè | Brescia 2006





↑ | **Virgin Active** | Reggio Emilia 2007



↑ | **Aquafit** | Catania 2007

↘ | **Cocoon** | Brescia 2006

adm

nale. Certo è impossibile progettare bene se non si conosce a fondo la materia. E dico progettare bene, non soltanto progettare uno spazio "bello". Fare le cose belle, in realtà, è molto più facile che farle bene. Bisogna conoscere attentamente, ad esempio, il lavoro degli impiantisti, ma anche fare molta ricerca sui corpi illuminanti, sulle pitturazioni, sui materiali. Si tratta di spazi nei quali tutto viene maltrattato, consumato molto in fretta, e bisogna saper ridurre gli sprechi. L'importante, è avere chiaro in mente il risultato cui si vuole tendere, e progettare di conseguenza, sapendo che la sfida è aggirare gli ostacoli. Se si ha a che fare con un edificio antico, si deve già sapere che i flussi non possono essere gestiti in maniera del tutto coerente, ma che comunque bisogna sforzarsi di ottenere la migliore soluzione.

**Che evoluzione e che sviluppi futuri vede nel settore del fitness e del benessere?**

In questi anni, l'attenzione al design e all'uso dei materiali è diventata centrale anche in questo settore. Questo è sicuramente un cambiamento in positivo. C'è anche però un cambiamento in negativo: oggi, tutti tendono a realizzare molte Spa "di lusso", ma in contesti nei quali sono fuori luogo. Personalmente, penso che questa tendenza a realizzare delle Spa o dei wellness center finì a sé stessi, slegati dal luogo e dal contesto in cui si trovano, sia destinata a risolversi in una bolla di sapone.

**Che contributo pensa di aver dato alla progettazione di spazi per il fitness e il benessere?**

Penso di aver portato nel settore una mentalità diversa rispetto a quella diffusa. In realtà, io non sono un frequentatore di palestre. Amo moltissimo lo sport all'aria aperta. Pratico l'enduro, il rugby, il calcio, lo snowboard: tutti sport soprattutto "outdoor". Per me, andare in palestra, al chiuso, è soltanto un'attività propedeutica allo sport all'aperto. Questo

atteggiamento mi ha permesso di progettare spazi meno claustrofobici, più attenti all'aspetto della socializzazione, meno opprimenti e più rilassanti.

**Lei ha lavorato per importanti marchi, come Freddy o Virgin. Come riesce a conciliare la sua dimensione creativa con la necessità di interpretare la brand-identity?**

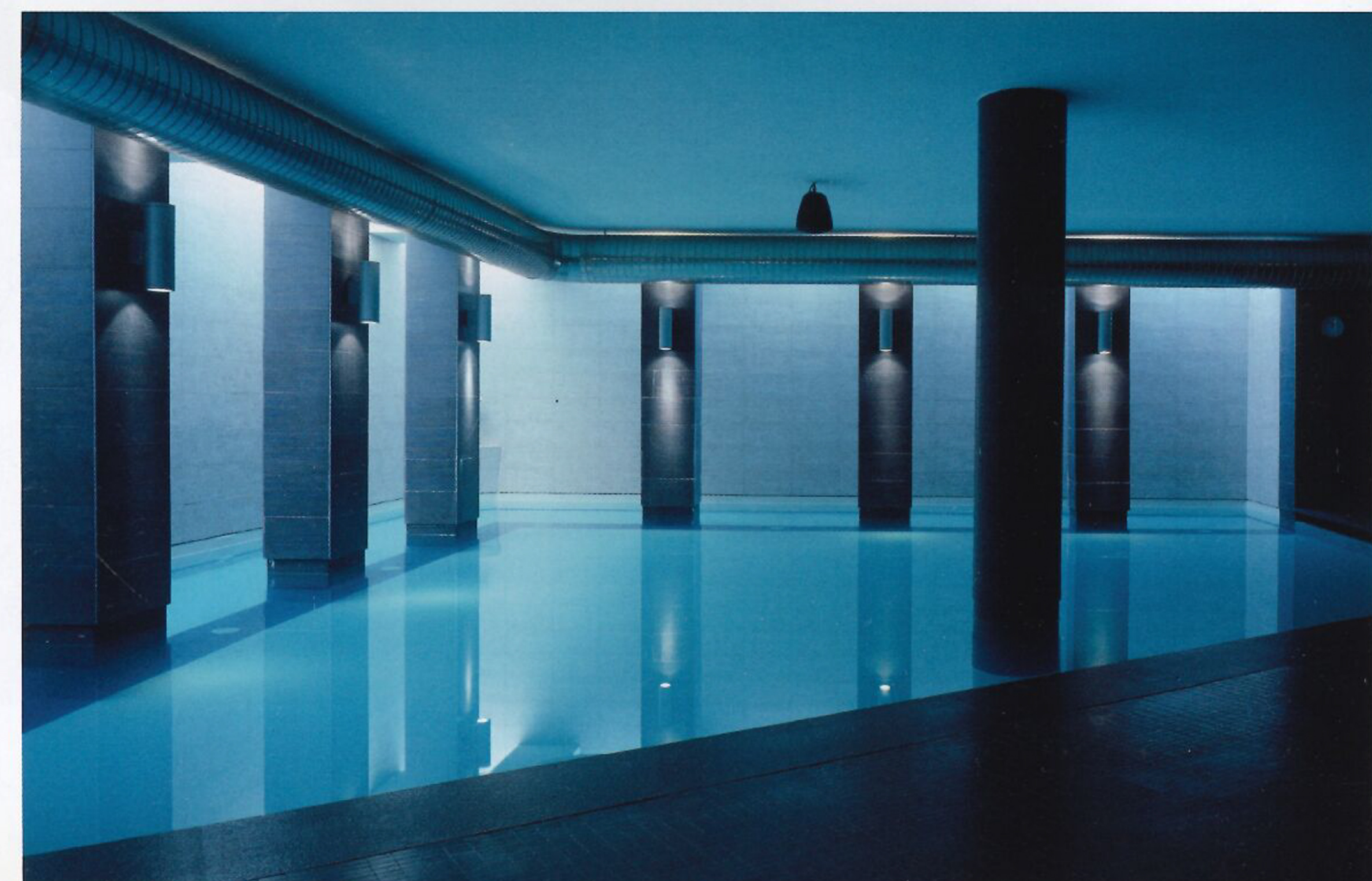
A volte può essere necessario intervenire nell'immagine modificandola. Naturalmente il brand comanda, ma un buon progetto nasce dal dialogo e dalla condivisione delle scelte tra il progettista e il committente. A volte, il brand può avere una mancanza, può essere migliorato: la progettazione di uno spazio attenta al contesto in cui si colloca può aiutare il brand ad evolversi.

**Come interpreta il concetto di wellness?**

Credo che noi in realtà possiamo fare poco per il benessere propriamente detto. È uno stato primario: ha a che vedere con la salute, l'amore... Possiamo fare "star meglio" le persone. Quando qualcuno vuole star meglio cerca di uscire da una routine quotidiana che, alla lunga, non lo soddisfa, e cerca qualcosa di meglio, anche se per un periodo limitato. Cerchiamo, se possibile, di andare in vacanza in alberghi più belli di casa nostra, ad esempio. Per questo, credo che il miglior modo per interpretare questa esigenza sia non realizzare strutture che emozionino o impressionino a tutti i costi, ma spazi in cui è immediata la percezione di una situazione piacevole, di un comfort diffuso, di uno "stare meglio" in modo spontaneo, naturale.

**Un bilancio della sua attività?**

Dopo venticinque anni, non so ancora se è il lavoro giusto per me. Forse avrei fatto meglio a fare il giornalista, o l'avvocato. Certo non è un lavoro che mi ha fatto diventare ricco, ma spesso mi diverte. Non mi piace il ruolo dell'architetto, quell'immagine da possessori del vero e del giusto che hanno molti miei colleghi. Ecco, si potrebbe dire che mi piace "fare" l'architetto più che "essere" un architetto.



↑ | **Staff Studio Scaglia** | Edda Giancola, Francesco Galesi, Ezia Ventura, Franco Scaglia

**THE IMMEDIATE PERCEPTION OF ENJOYMENT**

Fitness, well-being, enjoyment. A world that Franco Scaglia has seen grow and evolve while equally contributing to its transformation by applying rules to a sector that had started off to some extent with a fair amount of design improvisation.

**How would you define your work as an architect? Closer to that of an engineer or that of an artist?**

It's half and half really. I personally don't believe in schemes or commonplaces. Since I work with people who invest money - and expect to earn money in return - I keep a pragmatic approach to my profession. I think that this has enabled me to expand my role, not the least than to my long experience in the design sector and well-being facilities. What I mean to say is that I don't just "perform" but get involved in concepts if I think that corrections are needed and, in some cases, when I realise that the project is unlikely to come to successful fruition, I have even declined work proposals. In this sense, my pragmatic approach is also tempered by defence of my freedom of action. In this way, freedom of action implies the courage to take full responsibility for your own actions. In the end, an architect is just like any other professional - and for me, to be honest, architecture is a living and not a kind of poetry. Unfortunately, it is also a profession where boasting and acting as so-called artists is all too easy, to the detriment of the credibility of the entire category.

**How did you get going in your profession? How did it develop?**

It began by chance. I didn't want actually to be an architect but a journalist. A sports journalist, in particular. I began writing articles for Brescia. Oggi, I followed local football and motor-cycling, and then I wrote articles for Moto Sprint, Tuttosport and Il Mattino in Naples. Lastly, I also worked for what were then known as "free radios" and for one of the first local television networks. Then the captain of the rugby team where I played asked me to help him re-structure his parent's farmhouse. That was how it all began. Yet the real turning point was about ten years ago, when I designed Studios, a club in Brescia. The project emerged from my idea of renovating an industrial building - an old and abandoned tannery - to turn it into a club integrated with a discotheque. I tried to give the project of this wellness club a dignity that, in my opinion, other projects had still not achieved. Yet I especially wanted to develop a

completely new club from the point of view of hospitality. People entering Studios (2001) thought they had gone to the wrong address and certainly not to a gym. I tried to implement the same concept in all subsequent projects.

**In what sense?**

By attempting to achieve a new approach to the concept of fitness & fun clubs. Generally - and especially when I recall the time when I designed Studios - they were considered merely as "containers" where people went for hard exercise. I overturned this concept on the basis of a more entertaining and enjoyable vision of such places. This is why I included a discotheque: what I wanted to create was a place for total entertainment, a pleasant place where people can socialise.

**What are your reference points?**

I don't have a precise reference. I try to be absolutely myself. Obviously, I'd be pretentious if I thought that nothing else has influenced me. I like to travel around a lot, observe things carefully, blend the things that interest or strike me, while also trying to keep away from certain trends or copying the styles of others. In recent years, for example, there has been a widespread fashion for copying the style of the 1970s. And this trend still continues in one way or another. I personally do not think it was a happy period from the point of view of style and I have never sought to replicate a design that I don't think is up to scratch.

**Your work focuses on facilities for well-being and fitness. What special difficulties emerge in such projects?**

The design difficulties are exactly the same as for other places open to the public. It is vital to consider the location, the importance of technical areas and visitor flows. It is especially important to study how people move around, above all when designing wet and dry courses in a rational manner. It is impossible to design well if you do not fully understand the basics. And I really mean design well, not just design a beautiful facility. Designing beautiful things, in reality, is much easier than designing them well. Detailed knowledge is needed, for example, of the work of plant installation technicians - as well as a great deal of research into lighting systems, paint and materials. Such facilities are subject to amazing wear and tear and deteriorate quickly - so design has to minimise wastage. The important thing is to have a clear idea of the result you want to

achieve and design accordingly, aware that the challenge is to overcome obstacles. If you have to work with an old building, you must realise that flows cannot be managed in an entirely coherent manner - but you must make every effort to improve the solution.

**What kind of evolution and future developments do you envisage in the fitness and well-being sector?**

In recent years, attention to design and the use of materials has also become a central aspect in this sector. This is undoubtedly a positive change. But there is also a negative change: today, everyone wants to develop many "luxury" spas - but in contexts where they are out of place. I personally think that this trend to set up spas or wellness centres for their own sake lacking any real link with the place and context where they are set up is a bubble that will soon burst.

**What do you think you have contributed to the design of fitness and well-being facilities?**

I hope I have offered this sector a different approach compared to current ideas. To be honest, I do not go to gyms myself. I much prefer open air sport. I'm involved in enduro, rugby, football and snowboarding: these are all and especially outdoor sports. Going to an indoor gym, for me, is only something useful in preparing for open air sports. This attitude has helped me design less claustrophobic spaces with a stronger focus on socialising, less oppressive and more relaxing.

**You have worked for important brands such as Freddy and Virgin. How do you manage to reconcile your creative dimension with the need to interpret brand-identity?**

Sometimes you have to modify this image. Naturally, the brand is in control, but a good project is based on dialogue and sharing decisions between the designer and the client. Sometimes, the brand may have a gap that can be improved: designing a facility in relation to its context can help the brand to evolve.

**How do you interpret the concept of wellness?**

In reality, I don't think we can do much for well-being as such. It is a primary status: it involves health, love... But we can help people feel better. When you want to feel better, you try to break out of the daily routine that, in the long run, no longer satisfies you, seeking something better, even for a limited period. Where possible, we try to go on holiday in hotels that are better than our own homes, for example. This is why I think that the best way to interpret this need is not to develop emotive or impressive facilities at all costs but places where there is an immediate perception of a pleasurable situation, overall comfort and feel better in a spontaneous and natural way.

**How would you sum up your activity?**

After twenty-five years, I still don't know if this is the right job for me. Perhaps I should have been a journalist or a lawyer. It hasn't made me rich but at least I often enjoy myself. I don't like the role of the architect and their image as "owners" of what is true and right common among many of my colleagues. So, I suppose I could say that as an architect I prefer "doing" to "being".