il giornale dell'ARCHITETTURA.com
MAGAZINE LIBERO E INDIPENDENTE SULLE CULTURE DEL PROGETTO E DELLA CITTÀ



10 anni di LISTLab: architettura non solo da guardare

Intervista a Massimiliano Scaglione, creative director del laboratorio editoriale internazionale con sedi in Italia e in Spagna che festeggia i 10 anni di attività



Italiana ma anche internazionale. Casa editrice tradizionale ma anche laboratorio di ricerca innovativo. Focalizzata su mercati di nicchia ma attenta anche ai temi del main-stream. Ricorre sempre un'ambivalenza nella LISTLab che festeggia i 10 anni di attività con un percorso di rinnovamento che coinvolge logo e immagine grafica ma anche, più nel profondo, la stessa concezione imprenditoriale. Oggi ad occuparsi a tempo pieno della casa editrice, coadiuvato da Alessandro Franceschini, è ***Massimiliano Scaglione*** *(a destra nella foto, in compagnia di Marc Sánchez Torà), figlio di Pino, che dal suo quartier generale di Barcellona racconta il senso di*

un'esperienza di vita e professionale.

La nascita di LISTLab corrisponde con un momento critico.
La crisi del 2007-2008, anche nel nostro settore, ha fatto pulizia. E questo per tanti versi è stato un bene. Le grandi case editrici hanno abbassato il "tiro", lasciando più spazio a chi si occupa di mercati piccoli, come quello legato all'architettura. Intanto ecologia, sostenibilità e digitale sono diventati fattori importanti.

Cambiamenti positivi, quindi.
Non possiamo negare una riduzione, di circa il 50%, della produzione. Fino al 2007 si facevano anche tirature che superavano le duemila copie. Oggi accade raramente.

Si è contratto il mercato?
Il nostro è un mercato particolare, piccolo per natura e condizioni. Quindi il pubblico interessato è rimasto costante. È cambiato però il modo in cui si fruisce della pubblicazione. Sicuramente sono diminuite alcune tipologie di pubblicazioni, i grandi libroni delle banche per esempio. Molti formati sono spariti, banalmente perché si consumava troppa carta per produrli. E questo ha aperto la strada a prodotti più modesti, anche nel formato, con un graphic design capace di cogliere le implicazioni ecologiche. Questo ci ha aiutato.

In che senso?
Ci rivolgiamo ad un pubblico che ha sensibilità per i temi del paesaggio, dell'ecologia, dell'innovazione tecnologica. E quindi più portato a fidelizzarsi verso chi pubblica libri pensando a questi fattori. E che fa un lavoro minuzioso.

Una concezione artigianale di una casa editrice.
Pensiamo di essere qualcosa in più di una casa editrice: un laboratorio dove i libri non s'impacchettano ma si curano come fa un sarto con un vestito. Non pensiamo solo alle cuciture, ma a tutto il prodotto. Spesso gli autori ci dicono: "Vi mandiamo una bozza dell'impaginato". No, noi questo non lo vogliamo. Se crediamo al progetto, vogliamo creare una grafica ad hoc.

Servono risorse ed energie per farlo.

E anche una filosofia da "collettivo", eredità delle avanguardie artistiche del Novecento e successivamente delle controculture di fine millennio. Il nostro è un laboratorio a cui partecipano, alla pari, autori, curatori, graphic designer, traduttori. Tutti con un obiettivo: promuovere e diffondere gli autori di eccellenza nella ricerca nel campo dell'architettura, dell'urbanistica, del paesaggio.

Che cosa intendete con ricerca? Qualcosa di confinato nel mondo accademico o che si apre all'esterno?
Le nostre collane rispecchiano entrambe le dimensioni. Ci sono testi che parlano all'accademia ma tanti altri che si rivolgono anche ad un pubblico di addetti ai lavori o di semplici interessati. I nostri titoli più fortunati, penso ad Ephemeral Urbanism (Felipe Vera, Josè Mayoral, Rahul Mehrotra) o Creative City (Maurizio Carta), per citarne alcuni, sono stati acquistati anche da chi non frequenta università e centri di ricerca.

Facciamo qualche numero?
Alcuni testi superano il migliaio di copie ma non posso essere più preciso, perché sono dati che vogliamo tenere riservati.

Numeri a parte, quali sono i titoli che funzionano?
Ci sono stati casi di autori molto noti, e che quindi credi affidabilissimi, che hanno venduto poco. Altri su cui scommetti poco e che invece ti sorprendono. Da ciò si apprende che temi già masticati deludono. Se hai il coraggio invece di proporre una cosa innovativa, spesso ci azzecchi.

Quindi c'è prevalentemente ricerca nei temi diffusi da LISTLab?
Una ricerca che spazia in maniera trasversale, senza dimenticare le radici della nostra cultura progettuale. Usciranno presto volumi su Salviotti o sul Museo di Bergamo di Sacripanti. È la buona architettura italiana a cui guarda il mondo, dobbiamo saperla rappresentare. Senza fare pornografia.

Pornografia?
Definisco così, con il massimo rispetto, quel tipo di editoria che pubblica straordinarie

architetture, da guardare e ammirare attraverso le immagini ma senza approfondire i temi. Ecco, noi questa cosa non la sappiamo fare.

Dicevamo, LISTLab ha due teste; la prima è in Italia.
Qui siamo nati, con mia sorella Arianna e mio padre Pino, attraverso l'esperienza di D'A. Qui, proprio grazie ai rapporti famigliari, abbiamo conoscenze e rapporti con molte figure importanti della nostra cultura architettonica. Ho avuto la fortuna di respirare architettura fin da quando ero bambino. Ora quegli amici sono autori o membri dei nostri comitati. Gli stessi rapporti funzionano anche per quanto riguarda le piccole librerie specializzate che distribuiscono i nostri titoli.

La Spagna invece?
Ora la sede operativa è a Barcellona, dove ho fatto un'esperienza fondamentale, di cinque anni, presso Actar. Qui abbiamo fondato lo studio grafico Blacklist Creative Partners che si occupa della parte grafica del laboratorio e di rapporti per la distribuzione internazionale, con il supporto di mia sorella Arianna ed altri due soci, Marc Sánchez Torà e Simone Iovacchini.

La Catalogna come trampolino verso il mondo?
Grazie alle nuove traiettorie imprenditoriali ed al rafforzamento del nostro reparto di promozione e vendita, affidato al direttore vendite Jacopo Marcomeni, il mercato internazionale non può che essere il nostro orizzonte futuro. Nel prossimo anno probabilmente i testi in lingua inglese pareggeranno quelli in italiano. E la sfida è aprirci anche al mercato asiatico.

Lo è anche il digitale?
Sì e no. Bisogna essere chiari su questo, perché si fa molta confusione. Il digitale non è un file pdf, si tratta di software più complessi che ti permettono di maneggiare l'e-pub come fosse di carta. Le case editrici in grado di farlo sono pochissime. Perché servono risorse ed energie che noi non possiamo permetterci. A ciò si aggiunge che proprio le caratteristiche dei nostri volumi, con molte immagini e molto focalizzati sulla grafica, rendono il digitale uno strumento che svilisce la qualità. Certo, abbiamo fatto e faremo ancora qualche passo per rendere alcuni volumi, soprattutto quelli di natura teorica e quindi soprattutto testuali, consultabili e leggibili anche su supporto informatico. Però a noi la carta piace. E serve.

Per approfondire

LISTLab

LISTLab, di cui **Massimiliano Scaglione** è creative director, si definisce un laboratorio editoriale internazionale con approccio multidisciplinare nei confronti della ricerca tra architettura, urbanistica e discipline del contemporaneo, arti, fotografia, design, letteratura. In dieci anni di esperienza, dal 2007, ha pubblicato circa 150 titoli, per un totale di oltre 60.000 volumi stampati. Le collane originarie sono due: **Edizioni LIST** e **BABEL** (ereditata da Meltemi e riattualizzata). Proprio BABEL, intesa come collana dedicata alla ricerca pura, ha poi dato origine a due nuove serie di pubblicazioni: **BABEL INTERNATIONAL** (che diffonde appunto ricerche interazionali) e **BABEL THEORY** (con libri tascabili, 12×16 cm di formato, che promuove ricerche di natura teorica). Altra collana è **TOOLS** che conta su un un comitato scientifico autonomo e, come denunciato dal titolo, produce libri che si collocano a metà strada tra la ricerca vera e propria e la manualistica. Anche TOOLS ha "figliato" una sotto-collana, **INSPIRATIONAL TOOLS (I-T)**, che si propone di diffondere prodotti di ispirazione, come ad esempio le guide. Recente, oltre ad una collana sui maestri "dimenticati" dell'architettura italiana, è una serie sviluppata in collaborazione con l'Università di Sassari (Massimo Faiferri) e dedicata ai progetti di housing sostenibile: **Sustainable and Affordable Housing** conta già tre uscite (dedicate a 5+1, Jo Noero e Lacaton+Vassal), oltre a quella di queste settimane sul social-housing a Barcellona; nel 2019 sono attesi volumi su Gonçalo Byrne, Glenn Murcutt e sulle esperienze di San Paolo del Brasile.

LISTLab affonda le sue origini nella rivista "**D'A**", poi ceduta a Motta Edizioni. Oggi la tradizione della rivista si ritrova nelle pubblicazioni **monograph.it** (dedicate a singoli progettisti), in **ALPS** e in **DIID**. Per quel che riguarda monograph.it la rivista prende le vesti di una monografia, focalizzandosi sulla ricerca e sulle fasi progettuali "dietro le quinte" delle opere di un singolo autore. È attualmente in lavorazione il prossimo numero (uscita prevista fine 2018 o inizio 2019). Diid, rivista di classe A, fondata da Tonino Paris, si occupa invece di design industriale ed è uno delle "new entry" di LIST: la frequenza sarà di quattro numeri l'anno in doppia edizione italiano ed inglese; la prima uscita, in questi giorni, reca il titolo "Design after modernity".

Autore

il giornale dell'ARCHITETTURA.com
MAGAZINE LIBERO E INDIPENDENTE SULLE CULTURE DEL PROGETTO E DELLA CITTÀ

Michele Roda

Architetto e giornalista pubblicista. Nato nel 1978, vive e lavora tra Como e Milano (dove svolge attività didattica e di ricerca al Politecnico). Dal 2025 è direttore de ilgiornaledellarchitettura.com