



Ponte Giulio, arte di ascoltare e mondi inclusivi

Ponte Giulio, arte di ascoltare e mondi inclusivi

Intervista (gentile) a Edoardo Carloni, membro del CdA e responsabile marketing della società umbra, produttrice di arredi bagno che puntano su benessere e sicurezza

Published 25 marzo 2025 - © riproduzione riservata

ORVIETO. Nel suo libro *Arte di ascoltare e mondi possibili*, l'antropologa Marianella Sclavi fornisce un quadro molto interessante su come si esce dalle cornici di cui siamo parte. E le cornici sono spesso barriere che limitano, circoscrivono, inquadrano, rendono finito uno scenario che invece merita spesso di espandersi e includere.

Le cornici erano e sono tutte quelle soluzioni citate nell'intervista che si sono limitate negli anni alla semplice rispondenza normativa dei bagni per diversamente abili, culminando in quella che Edoardo Carloni definisce magistralmente *"un'interpretazione asfittica e monotona che non facilita chiaramente il progresso di questo settore"*.

La narrazione di Carloni non sembra quella di una persona vocata alla difesa del profitto come

fine ultimo di un'attività imprenditoriale, ma di una persona che ha respirato per una vita i **concetti di sicurezza e accessibilità**, fino ad interiorizzare l'immedesimazione nell'utente (e non nel cliente finale) come strategia chiave per consolidare il ruolo di Ponte Giulio in questo settore. Ne derivano risposte che denotano un approccio relazionale e una cultura del progetto profondamente *gentili*.

Life Caring Design significa accompagnare la vita degli utenti dell'ambiente bagno nel tempo. Sicurezza e benessere sono i concetti chiave della filosofia di Ponte Giulio. Per chi non vi conosce, può dettagliare questi tratti distintivi dell'azienda?

Certamente. La storia di Ponte Giulio nel settore dell'arredo bagno è sempre stata legata a due concetti: sicurezza e accessibilità (non a caso uno dei primissimi payoff aziendali recitava appunto il claim "*Non più barriere*"). Sono due aspetti fondamentali per assicurare sia la vivibilità dell'ambiente (che appunto deve rendermi possibile l'esecuzione in tranquillità di qualsiasi genere di operazione), sia il piacere di trascorrere attimi di intimità. **Il benessere non può che discendere da un clima di sicurezza**: come posso godermi il momento e l'ambiente che mi circonda se non mi sento sicuro? E come posso sentirmi sicuro se non riesco nemmeno a compiere i movimenti essenziali a causa di barriere o ostacoli? Sono tutti concetti quindi concatenati ed è da questo percorso logico che si sviluppa tutta la nostra offerta, pensata per rendere il bagno anzitutto più sicuro e inclusivo e poi anche piacevole. Bello da vivere e bello da vedere. Il nostro contenitore **Life Caring Design** sintetizza tutto questo in collezioni e linee prodotte moderne, funzionali ed eleganti. Ma è sul servizio di assistenza nella progettazione degli spazi che si vede ancora meglio l'attenzione che poniamo a tutti questi aspetti: i nostri tecnici sono sempre a disposizione per affiancarsi al progettista o al rivenditore, per fornire consigli e suggerimenti adatti non solo alla rispondenza alla normativa, ma anche al perseguimento di sicurezza ed accessibilità. Dunque al benessere.

Dal cuore dell'Umbria, 50 anni di soluzioni per case e comunità. Come ha contribuito Ponte Giulio nel tempo ad affermare i principi del *Design for All*? Oggi, sulla base della vostra esperienza, l'architettura è inclusiva?

Penso che il Design for All si sia affermato anzitutto per merito di una crescita culturale del Paese e di una maggiore sensibilità a questi aspetti di universalità. Ciò detto, è ovvio che anche le aziende che lavorano nel settore hanno dato una grossa mano: non solo Ponte Giulio quindi,

ma anche tutte le altre realtà che hanno saputo nel tempo offrire soluzioni e innovazioni. Noi abbiamo cercato di fare il nostro investendo costantemente in ricerca e sviluppo (fondamentale per proporre nuove soluzioni) e mettendo le nostre conoscenze e competenze sempre a disposizione della *valle* della catena: dai rivenditori agli installatori, dall'architetto all'utente finale, abbiamo sempre lavorato con **un metodo basato sull'approfondimento delle esigenze e delle criticità e sulla formulazione delle migliori proposte per garantire la massima funzionalità e la risoluzione delle problematiche**. Abbiamo contribuito anche in termini di formazione, partecipando a seminari e webinar dedicati ad architetti e professionisti del settore e coinvolgendo giovani designer in progetti creativi atti a immaginare nuove linee e collezioni. È anche grazie al nostro, piccolo, contributo che mi sento di dire che l'architettura di oggi è più inclusiva: oggi c'è indubbiamente maggiore attenzione, dunque sensibilità, a queste tematiche e già questo gioca un ruolo fondamentale.

Quali sono le principali barriere che avete dovuto superare come impresa per affermare l'importanza dei concetti di accessibilità e sicurezza? Sono solo di natura normativa?

Sicuramente i principali ostacoli da affrontare sono stati (e, seppur in maniera minore, sono tutt'ora) di natura culturale: in un primo momento gli interventi per l'abbattimento delle barriere architettoniche sono stati frutto unicamente del recepimento di una normativa, mossi dunque più da esigenze di adeguamento che da una reale percezione dell'importanza di garantire spazi universalmente accessibili (e sicuri). Questa *reazione* alle disposizioni ha ritardato a mio giudizio il percorso della maturazione (leggi: sensibilizzazione) su queste tematiche: c'era una stretta necessità pratica e anche da un punto di vista progettuale si è finiti per proporre ambienti e soluzioni essenziali e uniformati alla normativa, riprodotti quasi in serie uno dietro l'altro senza grosse variazioni. Un'interpretazione asfittica e monotona non facilita chiaramente il progresso di un settore, né da un punto di vista economico né su un piano di proposte. La conseguenza è stata che in un primo momento il bagno *sicuro* è stato dunque visto come *necessario* ma di marginale importanza, tenuto in assortimento dalle rivendite chiaramente per soddisfare un'esigenza ma non sufficientemente attrattivo per meritare acquisti diversi dalle soluzioni più *basiche*. Con il tempo le cose sono cambiate: **la cultura del progettista è andata accrescendosi** e tanti temi quali l'abbattimento delle barriere ed il design universale (spazi a misura di tutti, senza distinzioni) sono via via divenuti più conosciuti.

Chiaramente c'è ancora molta strada da fare, ma credo che oggi ci sia molta più consapevolezza dell'importanza di questi temi. Ne sono testimonianza ad esempio le crescenti richieste per bagni d'hotel *inclusivi* e la crescita di linee più estetiche per ambienti bagno confortevoli, sicuri e belli. **Il nostro segmento sta dunque offrendo nuove soluzioni che uniscano funzionalità ed arredo:** se è in atto questa evoluzione è segno che anche la domanda è maturata.

Alcune brevi considerazioni sulle peculiarità dei prodotti Ponte Giulio, anche e soprattutto in termini di consulenza e assistenza verso i progettisti gestite all'interno del vostro laboratorio, l'ufficio project.

Abbiamo sempre ritenuto importante condividere il nostro *know-how* e abbiamo sempre avvertito la necessità di confrontarci con gli addetti ai lavori nelle fasi di progettazione e scelta delle soluzioni. Un confronto che riteniamo fondamentale per tutte le parti coinvolte, perché solo con lo scambio di informazioni e di pareri si può crescere e solo da un'attenta valutazione delle peculiarità e delle esigenze di un progetto possono nascere delle giuste proposte. Non ci si può però fermare al solo affiancamento nelle fasi progettuali, occorre anche mettere a disposizione dell'architetto delle soluzioni *pratiche*. Il nostro ufficio project fa questo: assiste chi progetta nella selezione delle proposte, attingendo tanto dai nostri prodotti *standard* quanto dalla nostra capacità di lavorare su misura, customizzando dunque il prodotto per il committente. **Una sorta di laboratorio dunque che affronta il progetto in maniera sartoriale**, individuando le più corrette proposte del caso e preoccupandosi di soddisfare appieno tutte le richieste. **Exclusive Design**, il nostro contenitore dedicato alla lavorazione custom della pietra acrilica, si inserisce alla perfezione in questo metodo di lavoro: attraverso i macchinari a disposizione siamo in grado di eseguire piatti doccia, piani lavabo e elementi d'arredo. Attraverso Exclusive arriviamo dunque a coprire quelle lacune lasciate dai prodotti standard, che logicamente possono a volte non adattarsi alle peculiarità del progetto. È un servizio, quello dell'ufficio project, che risulta particolarmente importante in ambienti in cui non è solo il design a fare da elemento guida, ma anzi, sono funzionalità, efficienza (quindi un connubio tra efficacia ed economicità) e praticità a giocare un ruolo preponderante.

Ponte Giulio opera stabilmente negli USA. Puoi parlarci dell'evoluzione e delle tendenze in questo mercato così profondamente diverso da quello europeo? Gli

“americani” hanno la stessa sensibilità degli europei?

Partirei col dire che esistono delle differenze all'interno della stessa Europa: posto che la sensibilità è comunque molto più elevata che in passato, ci sono Paesi in cui c'è una maggiore attenzione (ad esempio, tutti i Paesi scandinavi) e aree in cui magari si è ancora orientati a soluzioni molto essenziali. Parte di queste diversità sono anche spiegate dalle differenti disposizioni normative e dalla presenza di più standard di riferimento. Chiaramente questo non vale per gli Stati Uniti, che seguono una normativa unica, ovvero l'*American with Disabilities Act* (ADA). Ma tolto questo non direi che ci sia un gap di sensibilità tra America ed Europa. Certo, quello che è vero è che è diversa l'interpretazione del tema: entrambe le sponde dell'Atlantico avvertono le stesse esigenze ma direi che **negli Stati Uniti ci si focalizza più sulla soluzione del problema che sul design e lo stile, aspetto che invece gioca un ruolo importante in Europa**. Mi spiego meglio con un esempio: in America si accettano di più gli ausili. Se servono, vanno installati e se necessari o utili a migliorare la sicurezza e l'autonomia della persona, possono superare senza problemi anche i confini dell'ambiente bagno. Non è lo stile a guidare la scelta, ma la funzionalità anzitutto. In Europa, pur essendo la funzionalità ovviamente sempre il driver principale per questo genere di articoli, c'è mediamente una maggiore attenzione all'impatto *stilistico* della soluzione. C'è insomma un maggior ragionamento in chiave estetica, una riflessione sull'ambiente in generale. Ciò detto, il mercato americano sta seguendo le stesse dinamiche di quello europeo: avverte nella stessa maniera le esigenze di un design accessibile e universale e sente anch'esso il bisogno di adeguare (con stili e modalità diverse da quelle europee ovviamente) i propri spazi domestici alle differenti necessità che contraddistinguono ogni fase della propria vita (aging in place).

Per concludere. Visioni di futuro e consigli della Ponte Giulio per i nostri architetti e designer.

Il periodo attuale presenta sicuramente tanti interessanti spunti per il futuro, sia in termini di sviluppo prodotti che di innovazione di servizi. Inevitabile citare l'intelligenza artificiale, uno strumento che credo nel nostro caso andrà anzitutto utilizzata per agevolare i servizi di assistenza e consulenza progettuale. Ci stiamo lavorando, comprendere le dinamiche oggi è indubbiamente difficile perché siamo in una fase del tutto embrionale ma siamo convinti dell'importanza di questo trend. In parallelo, sicuramente continueremo ad investire in formazione e training, tanto per gli architetti quanto per gli installatori e per tutti coloro che

sono coinvolti nella nostra filiera. Come si sarà intuito, crediamo che solo con la condivisione si possa ottenere una maggiore sensibilità ai temi che abbiamo trattato diffusamente nel corso dell'intervista. Consigli: pensare sempre che qualunque sia il nostro interlocutore dovremo sempre cercare di restituire un ambiente bagno sintesi di sfere funzionali ed emozionali. **Tutti abbiamo bisogno di sicurezza e tutti necessitiamo di spazi confortevoli**, così come tutti, indipendentemente dalla nostra età o dalle nostre difficoltà fisiche, abbiamo diritto ad un ambiente che ci appaghi anche da un punto di vista estetico. **La progettazione richiede ascolto**, quindi posso solo limitarmi di consigliare di ascoltare l'utente ed immedesimarvisi in fase creativa.

Immagine copertina: Edoardo Carloni, a sinistra, con il padre Enrico

Per approfondire

Edoardo Carloni opera all'interno dell'ufficio marketing e si occupa di gestire con il suo team le attività inerenti la comunicazione aziendale, dedicandosi in particolar modo all'organizzazione degli eventi formativi e alla gestione del budget di spesa per tutte le operazioni di marketing. Membro del consiglio d'amministrazione di Ponte Giulio, molto legato al suo territorio d'origine (Orvieto), rappresenta la terza generazione dell'azienda. Si augura di saper far fronte alle nuove sfide (ed incertezze) che caratterizzano il mercato e di riuscire a tenere dritta la rotta tracciata dal fondatore, suo nonno Emidio.

CATALOGO-MAGAZINE:

https://www.pontegiulio.com/userfiles/Documents/cataloghi_italia/Docs_2024/Catalogo_Magazine.pdf

QUADERNO TECNICO OSPITALITÀ:

https://www.pontegiulio.com/userfiles/Documents/cataloghi_italia/Docs_2023/Quaderno_ospitalità_comp.pdf

QUADERNO TECNICO HEALTHCARE:

https://www.pontegiulio.com/userfiles/Documents/cataloghi_italia/docs_2021/Qd_healthcare_21.pdf

UFFICIO PROJECT/LAB DESIGN:

<https://www.pontegiulio.com/it-IT/pontegiulio/professional-lab-design.html>

EXCLUSIVE DESIGN:

<https://www.pontegiulio.com/it-IT/pontegiulio/exclusive-design-ponte-giulio.html>

 [Condividi](#)