MOTEL AGIP

ristora e riposa il viaggiatore
ricovera e serve la macchina
rifornisce e assiste il motore

Le architetture per l'assistenza ai viaggiatori sulle autostrade italiane tra *corporate identity* e sfide costruttive (1956-1970)

di Laura Greco e Francesco Spada

Lo sviluppo delle architetture autostradali in Italia registra la sua stagione più vivace nel secondo dopoguerra, con il deciso ampliamento della rete di assistenza stradale esistente e la definizione di un repertorio tipologico adatto a rispondere alle esigenze funzionali legate alla diffusione massiccia dell'automobile sul territorio nazionale.
Il fenomeno è connesso alla motorizzazione di massa che prende forma alla metà degli anni Cinquanta e coincide con trasformazioni favorite da almeno tre condizioni propulsive: la rivoluzione energetica con il passaggio dai combustibili solidi a quelli liquidi e gassosi, sancita dall'istituzione nel 1953 dell'Ente Nazionale Idrocarburi (Eni); lo sviluppo del programma di infrastrutturazione del Paese che ha la sua acme nella realizzazione dell'Autostrada del Sole (1956-1964); l'avvio delle trasmissioni televisive nazionali a cura della Rai Radiotelevisione Italiana (1954) e della pubblicità televisiva (1957) che favorisce la formazione di stili di vita universali e l'incremento dei consumi interni. La diffusione dell'automobile determina la nascita del turismo interno di massa (Greco, 2015), il potenziamento del sistema di spazi per l'assistenza agli autoveicoli e ai viaggiatori nelle aree extraurbane, la crescita del mercato della ristorazione autostradale organizzata. Gli spazi per la commercializzazione di prodotti e servizi legati alla motorizzazione (stazioni di servizio, motel, autogrill) diventano il palcoscenico privilegiato della campagna di promozione dei consumi di massa (Greco, 2010); l'architettura di questi spazi è arruolata dalla propaganda autostradale per celebrare il viaggio come esperienza collettiva e interpretare la modernizzazione dei costumi *in fieri*. I committenti maggiori di questo programma sono due marchi dell'industria italiana: l'azienda dolciaria Pavesi e l'Azienda Generale Petroli Italiana (Agip). Pavesi è una fabbrica dolciaria che per prima intuisce le potenzialità della ristorazione organizzata autostradale. Agip, controllata dall'Eni, è

Architecture for traveller assistance on Italian motorways, between corporate identity and construction challenges (1956-1970)

by Laura Greco and Francesco Spada

The architecture for travellers on Italian motorways was mainly linked to the construction of the Autostrada del Sole motorway, and developed over a fifteen-year period (1956-1970). During this time, hundreds of service stations and 'autogrill' restaurants, as well as dozens of motels were built. The buildings were the product of motorway propaganda for the mass motorization of the country and of the marketing policies enacted by the major national service station operators (Motta, Pavesi, Agip). The repertoire included unique buildings, such as the bridge-type "autogrills" that became the cutting edge in Europe in terms of typology and construction, and the development of catalogue solutions, which achieved their most complete formulation in motels and service stations. The perspective proposed in this study views motorway architecture as one of the most reactive typological sectors in the development of an Italian concept of corporate identity, applied in this case to the work of industrial brands that chose architecture as the preferred code for the representation of their corporate image. Clients such as Mario Pavesi and Enrico Mattei, architects such as Mario Bacciocchi, Angelo Bianchetti, Costantino Dardi and Vittorio De Feo participated in this program, expressing different visions of the design theme and participating in the most vibrant and heroic phase of motorway architecture in Italy.

Nella pagina a fianco, in alto: foto pubblicitaria Autogrill Pavesi a Fiorenzuola d'Arda, 1959 (Archivio Arch. Jan Jacopo Bianchetti). In basso a sinistra: autostrada Milano-Laghi nei pressi dell'area di Lainate, 1958 (Illustrazione Italiana); in basso a destra: Pubblicità Motel Agip (Il Gatto Selvatico, Archivio Storico Eni).

leader nella commercializzazione di carburanti in Italia[1]. Due architetti interpretano la politica di comunicazione tesa a costruire la *corporate identity* (Vinti, 2015, pp. 19-25) di questi marchi: Angelo Bianchetti per Pavesi e Mario Bacciocchi per Agip.

Pavesi e Agip: Programmi e architetture per la motorizzazione di massa

Il programma architettonico dell'industria dolciaria e di ristorazione organizzata Pavesi si incentra sulla costruzione di una rete di centinaia di autogrill, progettati tra gli anni Cinquanta e gli inizi degli anni Settanta dall'architetto Angelo Bianchetti (1911-1994) su committenza di Mario Pavesi, alla guida dell'omonima industria di Novara (AA.VV., 1997). Questi spazi sono l'avanguardia architettonica di un piano di promozione aziendale per la commercializzazione diffusa di prodotti e servizi di ristorazione organizzata.
La serie di realizzazioni prende le mosse alla fine degli anni Cinquanta, quando Bianchetti progetta un gruppo di autogrill posti sul bordo dell'autostrada (valgano ad esempio le realizzazioni nelle aree di servizio a Lainate, a Ronco Scrivia, a Piani d'Invrea, a Modena, Lodi, Somaglia) e prosegue nel 1959 a Fiorenzuola d'Arda, sull'Autostrada del Sole, allorché l'architetto firma il primo edificio ristoro autostradale a ponte in Europa.
Anche la ristrutturazione e lo sviluppo del nuovo repertorio Agip promosso da Enrico Mattei è connesso alla diffusione di servizi per l'assistenza agli autoveicoli e ai viaggiatori. Nel 1952 la rete Agip è costituita di 33 stazioni di servizio, 1142 punti vendita privi di adeguate strutture edilizie e di 139 chioschi in muratura e con struttura metallica (Deschermeier 2008, pp. 15). Per rilanciare il marchio, nello stesso anno, Mattei affida all'architetto milanese Mario Bacciocchi (1902-1974) l'incarico di mettere a punto un repertorio di tredici soluzioni tipo di pensiline, chioschi e stazioni. È l'*incipit* della stagione più rappresentativa delle stazioni di servizio Agip, che popolano in pochi anni il bordo delle autostrade italiane.

Gli spazi commerciali di Pavesi e Agip (autogrill, stazioni di servizio, motel) sono caratterizzati da un lessico moderno, nel quale confluiscono materiali (calcestruzzo, acciaio, vetro) e tecniche costruttive evolute. Nel caso di Pavesi si tratta di strutture ardite, volumi di acciaio e vetro, masse di calcestruzzo plasticamente disegnate che sottolineano i tratti di architetture singolari, pezzi unici che si trasformano nel manifesto pubblicitario del servizio di assistenza offerto. Per Agip si tratta di volumi minori disseminati sul territorio, pezzi identici di una rete di distribuzione e commercializzazione di un servizio di massa. In questo caso Bacciocchi sposa l'approccio dell'edificio standard che marca con un lessico costruttivo rassicurante i caratteri della stazione di servizio.

Le macchine per la ristorazione Pavesi e la sfida costruttiva

L'ampio repertorio Pavesi trova la sua espressione più piena negli autogrill a ponte, vere macchine per la ristorazione autostradale di massa articolate in due blocchi laterali e un piano ponte che include spazi per il bar, la tavola calda, il ristorante e il *tourist market*. Gli autogrill a ponte affrontano i temi fondamentali delle architetture autostradali Pavesi: l'invenzione tipologica e la sfida costruttiva. Essi si affermano come presidi di servizio che proiettano – al di là della loro effettiva funzione di assistenza ai viaggiatori - schegge di urbanità in un territorio ancora rurale. Antesignani inconsapevoli della crescita di funzioni, edifici e infrastrutture che popolano nel volgere di pochi anni la campagna italiana, si rivelano parte della cornice nella quale prende vita il dibattito sulla città-territorio e sul cambiamento di scala del progetto reclamato dalla "nuova dimensione" di cui scrivono su Casabella Giorgio Piccinato, Vieri Quilici e Manfredo Tafuri (Piccinato, Quilici, Tafuri, 1962). Sperimentazione tipologica unica in Europa in quegli anni, la serie degli autogrill condivide con i ristoranti a ponte delle autostrade americane l'uso della grande scala architettonica. Il ricorso in entrambi i contesti al grande edificio a ponte risponde, però, a intenzionalità progettuali distinte, che se nel caso statunitense pongono in relazione la dimensione architettonica con quella vasta delle infrastrutture e dei territori attraversati, nel panorama italiano stabiliscono un'imponenza figurativa del segno architettonico e ingegneristico clamorosamente contrapposto – quale icona di modernità – alla misura domestica del paesaggio rurale circostante. Naturale evoluzione dei totem pubblicitari dei primi padiglioni Pavesi con cui Bianchetti anima l'orizzonte rurale padano di segni e colori, gli autogrill a ponte introducono un habitat nuovo, a tratti utopico, emblema di una modernità senza compromessi in cui consumare riti altrettanto inconsueti della nuova società della motorizzazione di massa.
Il programma di Pavesi e Bianchetti è sostenuto da una sfida costruttiva, già presente nei primi padiglioni vetrati affacciati sull'autostrada, enfatizzata però negli autogrill a ponte, nei quali la sperimentazione attiva un processo di morfogenesi sottolineato dal disegno degli elementi strutturali. Che si tratti della costruzione dissimulata del ponte a Fiorenzuola d'Arda in cui Bianchetti non cede all'esibizione del meccanicismo tipico delle strutture in acciaio, del plasticismo dei pilastroni e della trave parete dell'autogrill di calcestruzzo armato a Novara (1962), o del portale in acciaio corten di Montepulciano (1967), Bianchetti elegge la grammatica delle tecniche moderne a canone regolatore dell'innovazione tipologica.
Il registro delle tecniche moderne scandisce anche il progetto delle strutture pubblicitarie degli autogrill, per le quali Bianchetti vinse nel 1959 la medaglia d'oro del premio nazionale della pubblicità. L'architettura pubblicitaria di Bianchetti trasforma l'insegna nell'acme di una costruzione leggera, che emerge dinamicamente nella prospettiva lunga dell'autostrada e campeggia imponente nel piazzale dell'area di servizio, animata di giorno dai contrasti cromatici delle decorazioni pubblicitarie, di notte enfatizzata dalle luci che ne tratteggiano il profilo[2].

L'edificio standard e la modernizzazione domestica di Enrico Mattei

Le nuove stazioni Agip del repertorio di Mario Bacciocchi sono edifici di piccole dimensioni, distanti dalla spettacolarizzazione tecnologica e dimensionale della catena Pavesi; esse si rivelano però ugualmente efficaci a delineare l'altra faccia della modernità autostradale

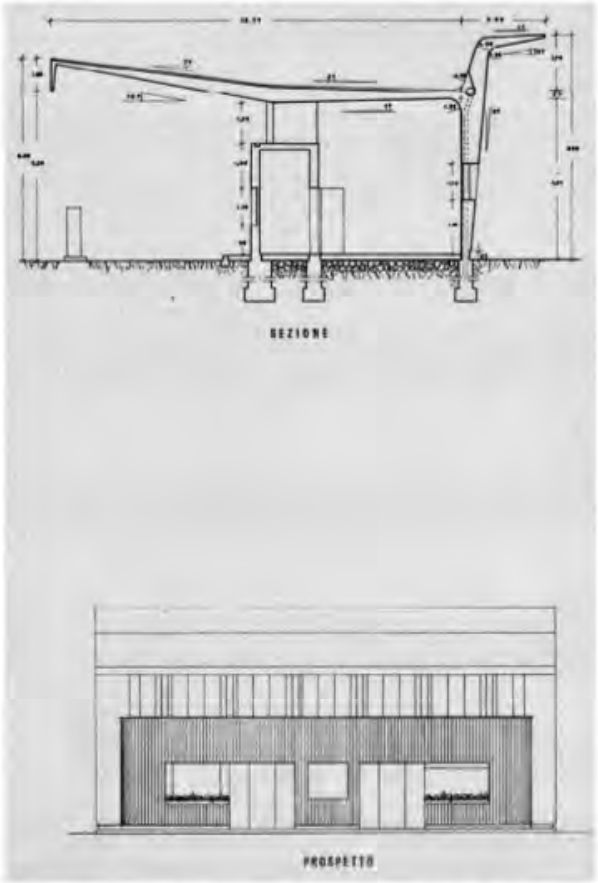
1 - Nella pagina a fianco, in alto: Autogrill Pavesi a Feronia, 1964. Progetto Angelo Bianchetti (Archivio Arch. Jan Jacopo Bianchetti).

2 - Nella pagina a fianco, al centro: Autogrill Pavesi a Novara, Autostrada Milano-Torino, 1962. Progetto Angelo Bianchetti (Archivio Arch. Jan Jacopo Bianchetti).

3 - Nella pagina a fianco, in basso: Autogrill Pavesi a Montepulciano, 1966. Progetto Angelo Bianchetti (Archivio Arch. Jan Jacopo Bianchetti).

1 Influenzate dai concetti anglosassoni di *corporate identity*, le esperienze di queste due industrie italiane fanno parte di un contesto culturale che in quegli anni nel Paese alimenta la nascita dello stile industriale come codice estetico per la comunicazione commerciale delle industrie manufatturiere e del settore terziario, nel quale modernità e *humus* culturale italiano si mescolano in equilibri estetici sapienti e originali.

2 Il riferimento originario per Bianchetti è il progetto della stazione di servizio di Robert Mallet-Stevens presentato al Salon d'Automne del 1927 in cui, come osservato da Sompairac "la costruzione si fa contemporaneamente cartello segnaletico e spazio di servizio per l'assistenza".



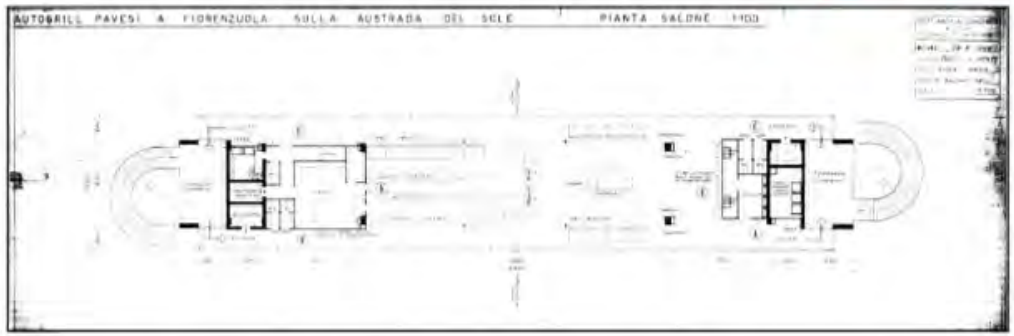
4 - Stazione di servizio Agip. Progetto XI repertorio Bacciocchi, 1953. Progetto M. Bacciocchi (Archivio storico Eni).

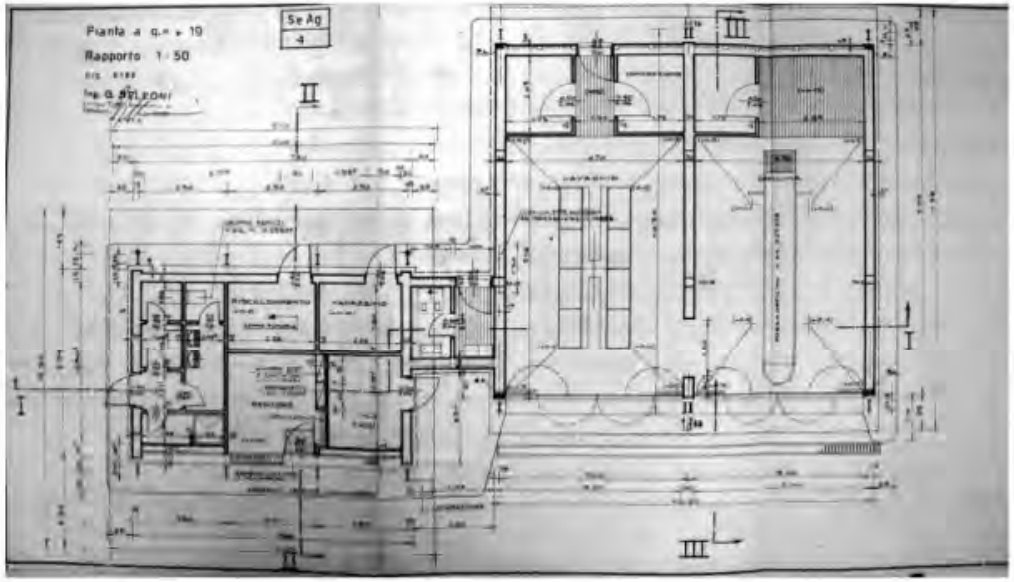
italiana nella quale risuona l'eco delle catene di *family restaurant* e *diner* comparsi sulle statali extraurbane e, successivamente, sul bordo delle autostrade americane nel secondo dopoguerra. L'edificio standard costituisce negli Stati Uniti e in Italia uno strumento per disegnare un habitat riconoscibile della catena di assistenza stradale, ossia per suggellare attraverso il codice architettonico la definizione di una *corporate identity*. D'altra parte, i due contesti hanno condizioni socio-economiche differenti e un diverso sviluppo tecnologico, circostanze che influiscono sull'approccio progettuale e costruttivo. L'edificio standard negli Stati Uniti si afferma nel decennio Cinquanta come soluzione a catalogo economica e coerente con un panorama costruttivo e produttivo assuefatto ai temi dell'industrializzazione edilizia. Diversamente, nelle strategie di Agip esso ha un ruolo pedagogico, che risponde all'obiettivo di trasferire nel territorio inospitale dell'autostrada i valori identitari e culturali della classe media italiana, tratteggiando un'idea uniforme di modernità domestica, affidata al linguaggio rassicurante dell'architettura del marchio Agip.

L'analisi del catalogo Bacciocchi consente di mettere a fuoco le regole interne del repertorio italiano di stazioni, nel quale si riconoscono elementi e tipi base a partire dal "Progetto I", la pensilina di calcestruzzo armato a profilo rettilineo spezzato asimmetrico e impostata su due sostegni che rivela la familiarità di Bacciocchi con i codici dell'architettura stradale e dei suoi paradigmi comunicativi diffusisi ai primi del Novecento[3], e i diversi schemi di stazioni, nei quali Bacciocchi spesso include la pensilina, allungandone il profilo sul piazzale principale. L'assortimento consente a Bacciocchi di modulare le soluzioni attraverso la combinazione di un pattern prestabilito di funzioni e di elementi architettonici, in relazione ad altrettante possibili condizioni d'uso e di contesto. Si tratta di un paradigma in cui le possibili variazioni dei progetti matrice sono definite a partire da una piattaforma originaria di funzioni di assistenza agli autoveicoli - l'assistenza ai viaggiatori è infatti meno considerata in prima istanza - e di corrispondenti elementi spaziali e costruttivi (Greco, 2016).

Il programma definisce un'immagine italiana della stazione di servizio, per alcuni versi estranea all'iconografia propria del quadro internazionale, per altri sensibile alle radici comuni estetiche e funzionali di quel segmento tipologico. Bacciocchi nella sua proposta sposa il tema del progresso tecnologico considerando i tre elementi architettonici fondamentali della stazione di servizio: il chiosco, la pensilina, il pennone pubblicitario (Greco 2010, pp. 145-149). Egli però ne rielabora i caratteri costruttivi, rendendoli compatibili con il contesto nazionale del tempo, il cui ritardo tecnologico frena il trasferimento in Italia dei principi di industrializzazione già diffusi in questo settore nelle esperienze estere. Il repertorio Bacciocchi impiega, infatti, strutture in mura-

3 Nelle stazioni tedesche degli anni '30 la pensilina assume un ruolo determinante per conferire leggerezza e dinamismo all'architettura essenziale del box della stazione, come testimonia la stazione della catena Aral a Francoforte, progettata da Johannes Krahn. L'influenza del progetto di Krahn su Bacciocchi è evidente nella stazione Agip urbana in Piazzale Accursio a Milano (1951-1953).





tura e parti in calcestruzzo gettate in opera, tamponamenti murari e rivestimenti esterni in litoceramica e intonaci a base di graniglia di marmo bianco. In ultima analisi, nelle stazioni di servizio i principi di normalizzazione sono promossi quale presidio di controllo dell'immagine Agip da confezionare per la nascente classe di consumatori-automobilisti, ancor prima che come reale mezzo di razionalizzazione del processo costruttivo e di diffusione delle tecniche industrializzate.

Un'intonazione progettuale analoga accompagna lo sviluppo dei motel Agip, realizzati lungo le strade extraurbane – sul modello dell'esperienza statunitense – a partire dal 1954, come testimonia una serie di articoli pubblicati sul "Il Gatto selvatico", l'*house organ* dell'Eni (Galli, 1957; Lucas, 1958). Gli esordi italiani richiamano le strutture dei *motel court* d'oltreoceano, come provano i caratteri del motel per camionisti che inaugura la serie Agip nella *company town* Eni a San Donato Milanese. Il linguaggio dell'architettura e le tecniche costruttive impiegate sono familiari, e contrastano con l'evoluta struttura di acciaio e l'etereo curtain wall del palazzo uffici dell'Eni che sorge nello stesso distretto di Metanopoli. Al repertorio formale e costruttivo del motel urbano si ispirano invece i due edifici chiave della catena Agip. Nati lungo l'autostrada del Sole, a San Donato Milanese e a Firenze all'inizio degli anni Sessanta, su progetto degli architetti milanesi Marco Bacigalupo e Ugo Ratti, si tratta di

5 - Pianta piano ristorante autogrill Pavesi a Fiorenzuola d'Arda, Autostrada del Sole, 1959. Progetto Angelo Bianchetti (Archivio Arch. Jan Jacopo Bianchetti).

6 - Pianta stazione di servizio Agip tipo 59 con annessa officina. Progetto Agip (Archivio Storico Eni).

due edifici alti a pianta rettangolare completati da un corpo basso destinato al ristorante e ai negozi. Affini all'estetica urbana degli edifici per il terziario, i motel a San Donato Milanese e a Firenze, si distinguono – per dimensioni e caratteri costruttivi – dalla scala più minuta degli altri motel Agip, affermatisi come strutture ricettive economiche e con standard essenziali, sintetizzate nel motel tipo 59 e nell'aggiornamento del 1961, in cui permane l'intento di normalizzazione spaziale e costruttiva tipico del repertorio delle stazioni di servizio (Greco 2010, pp. 198).

Made in Italy on the motorway

Come anticipato, la vicenda delle architetture autostradali si lega alle politiche di comunicazione dell'industria italiana che utilizzano il *medium* architettonico per veicolare messaggi di modernizzazione dei consumi e degli stili di vita fin dai primi anni Cinquanta, maturando nell'arco del decennio un approccio italiano alla comunicazione pubblicitaria fondato sul rapporto virtuoso tra committenti e architetti. La ricerca di un'immagine aziendale prestigiosa unisce nel decennio Cinquanta Imprese e progettisti in un fortunato sodalizio volto a suggerire una sorta di "via italiana all'immagine coordinata" aziendale (Anceschi, 1981, 1988)[4] da offrire alla classe di consumatori che sta formandosi. Effetto visibile di questa ambizione è la definizione di un repertorio *Made in Italy* che attraversa le discipline figurative e le scale del progetto sotto l'egida di un artigianato evoluto sintetizzato nella cura per il dettaglio e nell'accuratezza dell'esecuzione quali caratteri predominanti, che riemergono nel *mainstream* costruttivo dell'architettura italiana di quegli anni. Un approccio che ha la sua matrice nella tradizione artigianale del modo di costruire italiano, che suggerisce un parallelo tra il campo del design *Made in Italy* e quello della costruzione architettonica e

4 Si fa qui riferimento agli studi di Giovanni Anceschi che a proposito delle strategie di comunicazione visiva di quegli anni, evidenzia il carattere tipico del caso italiano rispetto agli approcci europei e statunitensi, ravvisabile – a suo parere – nella preferenza accordata a "un approccio che antepone la nozione di metodo a quella di sistema e, soprattutto, la ricerca di una coerenza stilistica soft alla programmazione rigida degli interventi", escludendo di conseguenza l'osservanza di un'uniformità visiva assoluta e il ricorso a quel manuale di *corporate identity* correntemente utilizzato nelle politiche di comunicazione in auge nel panorama internazionale.

dell'ingegneria strutturale italiana di quegli anni (Poretti, 2005-2006), e che influenza anche il progetto della *silhouette* della pensilina di Mario Bacciocchi per le stazioni di servizio Agip e le strutture pubblicitarie degli autogrill Pavesi di Bianchetti, eletti – questi ultimi – a rappresentare quel *Made in Italy* che la rivista Life International celebra nel 1960 come espressione dell'*Italian luxury* (Life, 1960).

L'onda lunga di questo approccio progettuale al tema autostradale tocca le sperimentazioni dell'ultima fase del ciclo delle architetture autostradali italiane dello scorso secolo. Tra il 1968 e il 1970 Agip e Esso Italia bandiscono due concorsi per stazioni di servizio tipo, i cui esiti – al di là della effettiva realizzazione delle proposte – consegnano alla vicenda italiana contributi preziosi all'interpretazione originale del tema. Valgano per tutti il progetto per la stazione di servizio tipo Agip di Costantino Dardi e quello della stazione Esso firmato dal gruppo guidato da Vittorio De Feo. In entrambe le esperienze i progettisti suggeriscono soluzioni ad assetto variabile, flessibili e adattabili a diversi contesti. Il repertorio più rigidamente codificato nell'abaco di Bacciocchi è così superato nelle stazioni Agip di Dardi, che rispondono al nuovo programma della committenza. Nel bando di concorso, Agip richiede infatti un impianto modulare e flessibile, tale "da consentirne lo sviluppo in tempi successivi, con l'aggiunta di ulteriori distinti elementi costruttivi, essi pure modulari, per i servizi integrativi". Un impianto funzionale leggibile e articolato nelle sue parti spaziali e costruttive, frutto – secondo quanto dichiarato dai progettisti nella relazione di concorso – di "una organizzazione di diversi livelli di intervento progettuale", e capace – nel contempo – di conservare un'unitarietà iconografico-comunicativa che Dardi affida al grande cubo bianco, che campeggia sulle pensiline degli impianti di distribuzione della stazione a Mestre Bazzera. Box vetrato, pennone e pensilina – elementi cardine del progetto della stazione fin dalle origini – sono tutti ancora distinguibili. Da parte sua, De Feo assorbe nella potenza figurativa di un'unica matrice formale questi componenti: la proposta si distingue per una "piena integrazione delle valenze plastiche e architettoniche" e risolve il tema compositivo – come i progettisti affermano nella relazione di progetto del concorso –attraverso "la netta caratterizzazione e la riconoscibilità dell'elemento base", riproducibile in diversi contesti e a scale differenti, dalla piccola stazione urbana al grande impianto autostradale a ponte. Seppure non realizzato, il progetto conserva insuperate la sua forza morfogenetica e la sua carica comunicativa, segnando con le coeve sperimentazioni di Dardi la conclusione della stagione più proficua nel campo delle architetture autostradali in Italia.

© Riproduzione riservata

Bibliografia

AA.VV. (1997), *L'Italia dei Pavesini. Cinquant'anni di pubblicità e comunicazione Pavesi*, Archivio storico Barilla, Parma.

Anceschi G. (1981), "Il campo della grafica italiana", *Rassegna*, n. 6, aprile.

Anceschi G. (1988), *Monogrammi e figure. Teorie e storie della progettazione di artefatti comunicativi*, Ponte alle Grazie, Firenze.

Deschermeier D. (2008), *Impero Eni. L'architettura aziendale e l'urbanistica di Enrico Mattei*, Damiani, Bologna.

Galli G. (1957), *Ospitali come vecchie locande i modernissimi motel*, "Gatto Selvatico", n. 6.

Greco L. (2010), *Architetture autostradali in Italia. Progetto e costruzione negli edifici per l'assistenza al viaggiatori*, Gangemi, Roma.

Greco L. (2015), "Autogrill e motel. L'invenzione del turismo interno", in A. Ferlenga, M. Biraghi, (a cura di), *Comunità Italia. Architettura. Città. Paesaggio*, Silvana Editoriale, Cinisello Balsamo (MI).

Greco L. (2016), "Le stazioni di servizio Agip di Mario Bacciocchi: un'esperienza di tipizzazione costruttiva", in S. D'Agostino, (a cura di), *History of Engineering. International Conference on History of Engineering*, Cuzzolin editore, Napoli, pp. 939-948.

Lucas W. (1958), *La straordinaria avventura dei motel in America*, "Gatto Selvatico", n. 5.

Piccinato L., Quilici V., Tafuri M. (1962), "La città territorio. Verso una nuova dimensione", *Casabella*, n. 270.

Poretti S. (2005-2006), "Un tempo felice dell'ingegneria italiana. Le grandi opere strutturali dalla ricostruzione al miracolo economico", *Casabella*, n. 739-740.

Red. (1960), "Italian luxury for export and those at home too", *Life International*, 26 settembre.

Sompairac A. (1993), *Stations service*, Centre George Pompidou, Parigi.

Vinti C. (2005), *Gli anni dello stile industriale*, Marsilio, Venezia.

7 - Nella pagina a fianco, in alto: stazione di servizio Agip Santhià autostrada (durante inaugurazione con E. Mattei), anni '50 (Archivio storico Eni).

8 - Nella pagina a fianco, al centro: Motel Agip a Montalto di Castro, 1960 (Archivio storico Eni).

9 - Nella pagina a fianco, in basso: Motel Agip nell'area di servizio di Firenze ovest, Autostrada del Sole, 1962. Progetto Marco Bacigalupo e Ugo Ratti (Archivio storico Eni).