

IL GIORNALE ■ DEL Design



IL GIORNALE DELL'ARCHITETTURA

- **Inchiesta Design e crisi** ■ **Formazione A Roma una nuova facoltà**
- **Professioni Focus sul Brasile e saloni a Genova, Kortrijk e Colonia**
- **Tema del mese Design e sacro** ■ **Libri Charlotte Perriand e Leonardo Savioli**
- **Produzione Il caso Ruspa** ■ **Mostre Il Giappone a Parigi**

Speranze e profezie di design

Il futuro non si prevede, s'inventa, ammonivano gli antichi. Sarà per questo che descrizioni di futuri possibili riempiono le pagine e i sogni di letterati, filosofi, architetti, artisti, scrittori abbracciando ambiti e discipline molto diversi. Gli scenari futuribili sono intrisi dell'anelito a una vita ideale o comunque migliore di quella reale. Tale ingombrante speranza alimenta l'utopia che rappresenta, come scriveva Alberto Savinio, «il modello della felicità presente», ovvero critica di ciò che è e, insieme, rappresentazione di ciò che deve essere. Già nel Seicento Francis Bacon sosteneva che c'erano ventuno elementi che autorizzavano a nutrire «ragionevoli speranze» entro un futuro incerto e difficile ma, avvertiva, le utopie sono destinate a non avverarsi nel futuro perché vengono formulate nel presente. Dunque se l'utopia rappresenta il laboratorio e l'orizzonte della speranza, ciò finisce però inevitabilmente con il conformare la fragilità del presente piuttosto che

□ **Alba Cappellieri**
CONTINUA A PAG. 26

PHILIPPE DAVERIO Localismo e artigianato nel design e nell'arte

La crisi è il tema che in questo periodo invade e preoccupa il nostro quotidiano. È crisi per le grandi banche internazionali, crisi delle industrie, delle produzioni, dei consumi. Si cercano soluzioni per progettare una ricrescita e alternative negli investimenti.

Per sfuggire alla crisi è fondamentale intuire la nuova visione del mondo che si sta generando. Ed è una visione che avrà una genesi sostanzialmente basata sulla critica del peggio di

□ **Intervista di Donatella Ferrari**
CONTINUA A PAG. 27



Alcuni progetti dell'area web di «Studiolabo», un esempio di collaborazione professionale tra designer

FOCUS SUL BRASILE

Quale identità per il design brasiliano?

Nascono volumi e forme inattese, punto d'incontro tra tecnica, poesia e natura alimentate da un continuo processo di associazione di culture diverse

Alla fine del XV secolo il Brasile prende spazio negli atlanti europei tra la massa indefinita di terre chiamate «Nuovo Mondo». Iniziano le conquiste coloniali e tutto ciò che ne segue. Il Brasile è il paese che per ultimo

(1888) proclama l'abolizione della schiavitù. Oggi il paese cresce con una media del 6% l'anno e siede al fianco dei «grandi» dell'economia mondiale. Dentro l'attuale contesto economico, quale ruolo riveste oggi il

design? L'operazione di sintesi culturale non è delle più facili, principalmente quando si parla di Brasile, paese-continente caratterizzato da un'identità ma-

□ **Roberto Galisai**
CONTINUA A PAG. 38

UNIVERSITÀ LA SAPIENZA

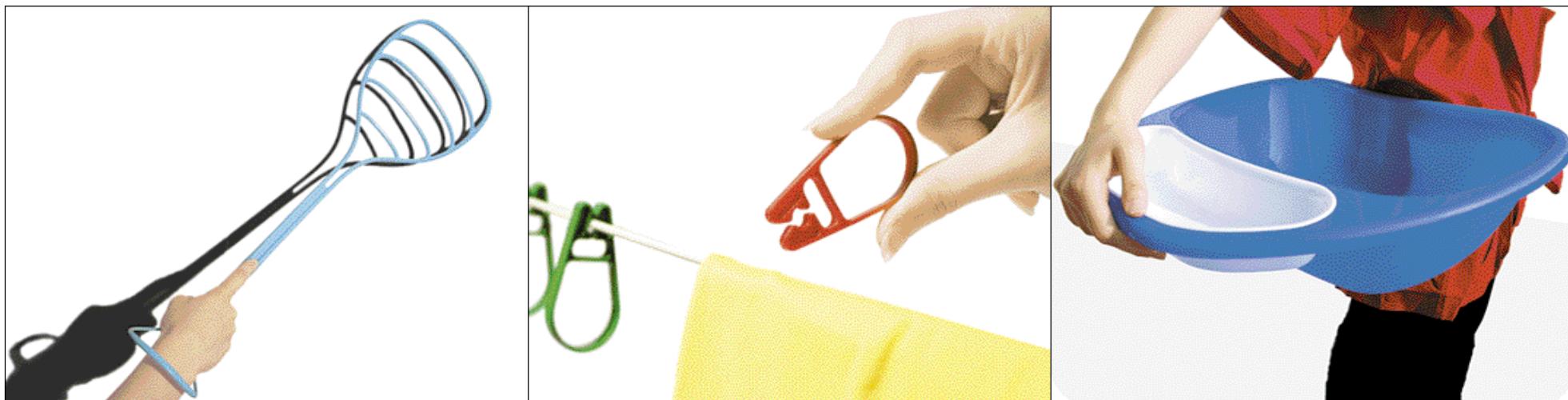
Una nuova facoltà laboratorio d'idee

Un luogo dove cogliere le più innovative istanze della progettazione industriale

ROMA. Il professor Antonio Paris è ai vertici del corso di laurea in Disegno industriale dell'Università La Sapienza di Roma già dall'avvio nel lontano 1994. Lo abbiamo intervistato perché recentemente, in occasione del-

l'avvio della prima Facoltà di Design dell'Università La Sapienza di Roma, si conclude un processo di sviluppo e di costruzione

□ **Intervista di Flaviano Celaschi**
CONTINUA A PAG. 30



Tre prodotti per «Coop Eureka»: battipanni di Odoardo Fioravanti; mollette monomateriche di Giulio Iacchetti; bacinella per bucato di Matteo Ragni

Lavorare insieme è più bello, offre più opportunità, si condividono alcuni costi, si fa «massa critica» e questo non da oggi. Nella tradizione del nostro paese la libera professione è in forma individuale: in Italia le forme d'impresa del progetto basate sul capitale e normate dal Codice civile (srl, spa, sas) non hanno mai avuto molta fortuna, così come le forme cooperative, che pure erano spuntate negli anni settanta a fronte dell'incipiente collaborativismo socialista delle cooperative di lavoro e di consumo. Insomma, siamo il paese delle partite Iva.

Tuttavia esistono innegabili vantaggi nell'essere insieme ad altri per lavorare in organizzazioni più strutturate e capaci di affrontare compiti sempre più gravosi, mercati globali, clienti costantemente in ritardo decisionale. Esiste pure, all'opposto di questa tensione, l'esigenza ad autorganizzarsi liberamente, soprattutto nelle professioni creative, laddove i tempi, gli orari, lo stile, il modo d'integrare i fattori di produzione sono difficilmente conformabili a rituali collettivi o a norme predefinite.

Il creativo è spesso un «cavaliere solitario» con un modesto spazio operativo (è sempre lui che deve andare dal cliente), che spende semmai di più per il mezzo di trasporto che per l'ufficio, più per il portatile che per l'arredo.

In questo contesto sembra fiorire una curiosa e interessante variante: non esiste più solo l'antagonismo tra professionista individuale e società di capitali, ma nasce il *network*, e nasce in molte e diverse forme di relazione.

Paolo Casati, designer di Milano, è addirittura un antesi-

SOLUZIONI PROFESSIONALI ANTI CRISI

Nel paese delle partite Iva è il momento del network

Si moltiplicano sul territorio le forme di collaborazione creativa e professionale

gnano delle forme innovative di *networking*. Per il fondatore di Studiolo, atelier situato nel creativo quartiere della Bovisa - dove tre anni fa ha dato vita a «BaseB» una curiosa e unica rete anche fisica di studi di progettazione e comunicazione affratellati da alcuni servizi comuni -, «lavorare insieme a progetti creativi e non necessariamente per conto di un committente è una condizione fondamentale per conoscersi e stimarsi tra progettisti e per far nascere la voglia e la possibilità di collaborare in modo più affiatato».

Inventore e promotore instancabile di decine di reti più o meno formalizzate di aggregazione professionale e culturale, Casati ha fondato anche «Milano location.it» (www.milanolocation.it) e «Fuorisalone.it» (www.fuorisalone.it), ovvero l'idea di dare vita e forma a un fenomeno di spontanea autoesclusione dal Salone del Mobile di Milano in quanto forma chiusa e statica di presentazione dei prodotti. Oggi Casati è uno dei membri della fragile, ma innovativa, rete dei creativi dell'Italia del Nord che riunisce *network* che vanno da Torino a Venezia.

Altri «giovani designer storici» come Giulio Iacchetti - quei designer quarantenni condannati dai settantenni sempre in



«Scrapbook 2010» di design*tools, progetto pilota per multiclient forecasting. Il progetto «Fuorisalone.it» di Studiolo

forma a essere sempre giovani - hanno invece preferito sciogliere i legami di condivisione dello spazio in senso tradizionale per dare vita ad aggregazioni più libere e aperte: la fine della famiglia patriarcale novecentesca.

Oggi Iacchetti, Matteo Ragni, Odoardo Fioravanti, Carlo Contin e altri si riconoscono nodi di una rete che si anima a progetto. Quando uno dei

membri, tutti dotati di propria struttura operativa autonoma, sente il bisogno di *network*, coinvolge gli altri alla bisogna. Tutti si sono formati professionalmente insieme, conoscono le reciproche inclinazioni, i linguaggi, le caratteristiche caratteriali e professionali e ne fanno una forza che, all'occorrenza, può fare la differenza, soprattutto nei lunghi *brainstorming* per settare un problema

progettuale nuovo e complesso. Amelia Valletta, designer napoletana di stanza a Milano da circa otto anni, dopo il Master in Design strategico al Politecnico di Milano apre il suo studio design*tools e lo fa condividendo uno spazio ex industriale e complesso con altri professionisti, tutti diversi e capaci di chiamarsi in causa quando occorre, mantenendo autonomia professionale.

La parola chiave di queste nuove forme di aggregazione sembra proprio essere «identità», necessità di costruire massa, rafforzare la capacità di fuoco, mantenendo inalterate, anzi potenziando le differenze e le specificità di ciascuno. È un fenomeno che cresce e che assume nuove forme di relazione professionale che osserviamo con ammirazione.

□ Flaviano Celaschi

Il nuovo arcipelago del design italiano: tre casi studio emblematici di networking

□ Studiolo

È una realtà milanese nata nel febbraio 2003, composta da due soci, Paolo Casati e Cristian Confalonieri e da un gruppo di lavoro di nove professionisti, che ha l'obiettivo di operare nel campo del design della comunicazione fornendo servizi di consulenza, progettazione ed esecuzione grafica sui diversi media. Oltre a questo, sviluppa progetti indipendenti, come i portali per il racconto e la gestione di eventi sul design «Fuorisalone.it» e «Designweek.org». «Restane Fuori» è invece una piattaforma di comunicazione biunivoca che nasce dalla necessità di «Fuorisalone.it» e «Fuoribiennale.it» (due organismi distinti e autonomi che si occupano di contemporaneità con formule diverse) di trovare una piattaforma comune d'azione. È tra i fondatori dell'Associazione culturale «ZonaBovisa-BaseB», nata con l'obiettivo di promuovere, organizzare e stimolare attività e servizi a carattere socio-culturale finalizzati alla riqualificazione di aree metropolitane, (www.studiolo.it).

□ Iacchetti, Ragni, Fioravanti

Si tratta di un gruppo di designer sintonizzati su un'idea condivisa di disciplina. Fin da quando ebbero modo di collaborare nello studio A roundesign (Iacchetti + Ragni), hanno imparato ad applicare, all'intera filiera di produzione, il medesimo approccio democratico al progetto. La graduale separazione li ha visti entrare in relazione come isole di un arcipelago: ognuno con il proprio percorso professionale, il proprio studio, i propri collaboratori, ma tutti criticamente uniti dal modo di affrontare il progetto e le sue problematiche. E il network globale consente loro un confronto costante. Si tratta di un sistema aperto, che si riproduce e che può contare sulla rapidità delle reazioni e la sicurezza dei risultati. Tra i prodotti più recenti, gli oggetti disegnati per il progetto «Coop Eureka» coordinato da Iacchetti nel 2007, dimostrano questo approccio collegiale. (www.fioravanti.eu, www.giulioiacchetti.com, www.matteoragni.com).

□ design*tools

Fondato da Amelia Valletta nel 2002, lo studio sviluppa progetti di ricerca applicata e fornisce consulenza al management delle aziende, ai centri di Design interni e ai gruppi di Ricerca e Sviluppo che fanno dell'innovazione la propria leva competitiva sul mercato, aiutandoli a descrivere, illustrare e pianificare scenari innovativi di prodotto, coerenti con la strategia aziendale. In particolare, design*tools ha sviluppato una specifica competenza nella definizione di codici linguistici e di trend estetici, poi tradotti in concrete linee guida di forme, colori, materiali e finiture. Dal 2003 è stata attivata un'area di ricerca dedicata all'automotive, che ha portato a collaborazioni con Fiat, Nissan, Hyundai, Kia, Alfa Romeo. Quest'anno attraverso la collaborazione con Antonella Bertagnin, art director di Lineapelle, è partito il progetto «Scrapbook 2010», una ricerca multidisciplinare sui linguaggi del design, che presenteranno alle aziende in novembre. (www.designtools.it)

Una nuova facoltà laboratorio d'idee

SEGUE DA PAG. 25

zione delle infrastrutture istituzionali durato quasi quindici anni, ma si apre anche una nuova grande scommessa che riguarda il ruolo dell'università di Roma nel sistema design italiano e internazionale.

Professor Paris, quali sono state secondo il suo osservatorio privilegiato le tappe fondamentali dell'evoluzione del design nell'Università di Roma? Alla Sapienza l'esperienza formativa nell'area del design si è concretizzata prima in un diploma universitario, sperimentato, a partire dal 1994, trasformato poi nel 2001, sulla base del decreto Berlinguer, in corso di laurea di primo livello. In questo modo nell'ateneo si è sviluppata un'offerta formativa che ha intercettato una nuova domanda dei giovani allievi e la favorevole risposta del mercato del lavoro, con un titolo universitario concluso. Via via sono stati attivati corsi di laurea specialistici e corsi d'alta formazione.

Avete avuto un riscontro da parte della realtà produttiva?

Al nostro sistema produttivo mancano profili professionali in grado di rispondere, con le necessarie competenze, ai segnali di perdita di peso specifico del design italiano. Le prime reazioni, più che positive, sono venute dai quei comparti produttivi attenti a cogliere l'esigenza di investire nell'innovazione di qualità del prodotto, dei processi di produzione e della comunicazione, ma che, tuttavia, sono consapevoli che le loro iniziative rischiano di rivelarsi prive di respiro se non trovano quelle figure tecniche, quei profili professionali, quelle risorse intellettuali, in grado di essere il motore di un nuovo ciclo espansivo. Un primo grande lavoro è stato rivolto a guadagnare una credibilità non come scuola, ma anche come disciplina. Il grande pubblico, infatti, vede il designer come colui che lavora sulla «cocca», sull'estetica del prodotto come una sorta di «incipiatore» di oggetti, non comprendendo invece che il design investe l'oggetto fin nel suo Dna, proponendone nuovi e diversi usi, razionalizzandone i processi produttivi, innovandone forma, funzione e tecnologia, progettandone la durata e intervenendo persino sulla materia alla scala nanometrica. Questo è tanto più vero nell'area romana, dove da sempre architettura, arte e design si fondono inscindibilmente. Ne consegue che il design è fonte d'integrazione fra competenze tecniche e umanistiche.

Cosa significa l'avvio di un'autonoma facoltà di Design alla Sapienza? Si tratta di un progetto culturale ambizioso ma ormai maturo nei contenuti e negli obiettivi, di un luogo di sperimentazione, di un «laboratorio d'idee» capace



di formare figure professionali in grado di cogliere le più innovative istanze della progettazione industriale, grazie all'acquisizione di competenze specifiche ma al contempo trasversali rispetto alle consolidate tradizioni disciplinari. La nuova facoltà dovrà provvedere al rafforzamento della dimensione internazionale sia nelle aree dove già sono in corso esperienze formative (MERCOSUR), sia in quelle dove è forte la sollecitazione a delocalizzare offerte formative della Sapienza in paesi come la Cina. La possibilità di ospitare studenti stranieri e di attivare scambi avvalendosi degli spazi di residenzialità presenti nella nuova sede potrà far valutare anche l'attivazione di workshop estivi destinati a studenti stranieri la cui domanda si rivolge oggi a strutture private. Una facoltà con una didattica condotta in stretta connessione con la ricerca che, a sua volta, dovrà essere in grado di attivare intorno agli ambiti tematici propri dell'area del de-

«Si tratta di un progetto culturale ambizioso ma ormai maturo nei contenuti e negli obiettivi»

sign, la formazione di altri soggetti istituzionali (come i Centri interdipartimentali e i Laboratori di sperimentazioni, modellazione, prototipazione e reverse engineering) per l'aggregazione di competenze diverse e interdisciplinari. Nella convinzione che la ricerca scientifica sia non solo il mezzo per aggiornare i contenuti dell'insegnamento, ma anche il motore della crescita culturale e tecnologica di un paese.

In questi 15 anni di lavoro l'impegno suo e del suo team di collaboratori e colleghi ha sviluppato un incredibile numero di iniziative parallele alla formazione scolastica. Quali sono stati, tra queste, i progetti più importanti che ritiene debbano avere un futuro e un consolidamento nella tradizione romana del design?

Senza dubbio la manifestazione Roma Design più, giunta alla sua sesta edizione, rappresenta uno dei progetti che maggiormente ci hanno impegnato e che costituisce solo la punta dell'ice-

berg delle iniziative che la scuola di Roma ha promosso in questi anni. Roma Design più, infatti, è la rassegna che promuove e valorizza la cultura del design aprendosi al confronto con gli scenari internazionali. La manifestazione si avvale di un comitato scientifico internazionale d'eccezione, di cui fanno parte Ron Arad, Denis Santachiara, Arturo dell'Acqua Bellavitis, Justin McGuirk, Chantal Hamide, oltre al sottoscritto. Ogni anno la manifestazione individua un filo conduttore [quello dello scorso anno è stato «Design off limits»], e si sviluppa con un ricco palinsesto in mostre, seminari, convegni, performance e workshop. Inoltre, tutta la città è investita da eventi legati al design sotto il cappello di «Design is everywhere», che mette a sistema quanto accade a Roma, per costruire una rete, un viaggio nella capacità della città di proporre la cultura progettuale e creativa attraverso due insiemi di eventi, «Design in rete» e «Cul-

ture ibride», ospitati in una rete di location e percorsi diffusi nella città.

E riguardo alla rivista «Disegno Industriale»?

La rivista individua uno dei momenti chiave in cui la scuola e il grande pubblico si incontrano con imprenditori, ricercatori, professionisti, accademici: un momento di dialogo importante per mettere in luce sperimentazione e creatività, innovazione e tradizione spesso impensabili, un punto d'incontro, un incubatore di iniziative volto a promuovere la cultura del design in tutte le sue declinazioni. D'altro canto, anche aver pensato e portato avanti dal 2002 una rivista come «Disegno Industriale» è stata una grande sfida, in primo luogo perché si è scelto di pubblicarla in una città come Roma, essenzialmente priva di case editrici, inoltre perché «Disegno Industriale» è l'unica rivista bimestrale dedicata



Antonio Paris

interamente al design, per altro lontana dai condizionamenti «commerciali» e «modaioli». Rappresenta, infatti, la voce della sperimentazione e della ricerca, offrendosi come punto privilegiato dal quale osservare i fenomeni sociali ed etici, gli sviluppi tecnologici e disciplinari, quelli storico-culturali e ponendosi come terreno di confronto in cui designer, imprenditori, mondo accademico e produttivo si scambiano idee intorno a un tema monografico.

La scuola di Roma su quali indirizzi e vocazioni pensa di svilupparsi in particolare? Proprio per la peculiarità di trovarsi all'interno del più grande ateneo d'Europa si sviluppa fin dai suoi inizi in tutti gli ambiti disciplinari, dal product design (transportation, fashion, strategic, ecc.) all'exhibit, interior e public design, fino al design della grafica, visiva e multimediale. Quali problemi e vincoli istituzionali e di mercato costituiscono il freno più forte allo sviluppo del design nell'università e nella cultura della capitale?

Senza dubbio uno dei freni allo sviluppo del design non solo a Roma, ma in tutto il Centro-Sud, è la mancata percezione che il design italiano si è ormai consolidato come un sistema policentrico, espressione di una rete articolata e diffusa in tutto il paese. Il nuovo design italiano, infatti, non è più espressione unitaria e univoca, ma poliedrica, multiforme, espressione di differenti peculiarità e vocazioni dislocate sull'intero territorio nazionale. Si articola nella vasta gamma di declinazioni che rappresentano altrettanti ambiti d'eccellenza e con essi di territori produttivi. Solo quando si sarà in grado di guardare alla complessa rete degli attori dell'innovazione, di quanti hanno la capacità di analizzare i fenomeni del design e intorno ad esso, oltre quella concezione stucchevole e patinata di una nozione di made in Italy fin troppo consumata, si potrà dar voce al nuovo concetto di design che ancora può renderci competitivi rispetto al mondo globale. Tanto più il Consiglio italiano del Design, organo consultivo del Ministero per i Beni e le Attività culturali, sarà utile e strategico, quanto più sarà capace di osservare il complesso sistema d'iniziative che nel nostro paese si producono anche spontaneamente, per esplorare e approfondire anche quei piccoli e grandi fenomeni che, esplosi come manifestazioni creative, hanno via via generato nuovi mestieri capaci di trasformare in prodotti e servizi i nuovi bisogni.

□ Intervista di

Flaviano Celaschi

Belli da andare a ruba

L'Istituto d'Arte Applicata e Design (IAAD) di Torino e Giugiaro Design lo scorso 10 ottobre hanno presentato la mostra-evento «2008 Fatti di Design» per festeggiare i trent'anni della scuola. In tale occasione sono stati esposti i risultati del progetto «Urban Dress Design», che ha visto gli studenti impegnati nell'elaborazione di nuovi oggetti di arredo urbano per la città. Il progetto ha previsto la

creazione di un nuovo percorso turistico di conoscenza e osservazione della città attraverso la creazione di particolari sedute pubbliche. Italdesign Giugiaro inoltre ha partecipato all'evento con 10 esemplari tra concept car e vetture di produzione: BMW Nazca C2, Lucciola, antesignana della Matiz, Lamborghini Calà, Alfa Romeo Brera Prototipo, esposta accanto alla vettura di serie, Fiat Grande Punto, Ferrari GG50, Mustang by Giugiaro e Iveco Massif. **Ma durante la mostra è sparita una rara Ducati.** Il prezioso prototipo è stato rubato in pieno giorno, proprio nel corso della rassegna, nel cuore del centro storico di Torino. Si tratta di un prototipo che è parte della tesi dello studente **Francesco Bertolio**. La Ducati «Superlight» nelle dimensioni di un trolley (50 x 70 x 30 cm) avrebbe dovuto essere presentata ai responsabili dello Stile Ducati a Modena. Il modello era posato su un espositore nel tratto tra piazza Palazzo di Città e piazza Corpus Domini. Si fa appello a chi abbia sottratto la moto a restituirla o a dare informazioni.



Concorsi

□ Arredare con la luce

Il Comune di Lissone, dopo il successo riscontrato con la prima edizione del **Premio Lissone Design**, promuove una nuova edizione del premio puntando quest'anno sul settore dell'illuminazione. Il tema del concorso è «**Arredare con la luce**». Il concorso prevede l'ideazione di nuovi concept di prodotto con preciso riferimento alle applicazioni innovative dell'illuminazione nel campo dell'interior design, dei complementi d'arredo e dell'arredo urbano. Il concorso è aperto a studenti universitari (Facoltà di Design, Architettura, Ingegneria) e Scuole superiori di Design. Tre premi in denaro per un ammontare complessivo di 10.000 euro. Saranno realizzati i prototipi dei primi 6 progetti classificati (altri 4 prototipi potranno essere realizzati se supportati da eventuali sponsor). Inoltre, tutti i progetti pervenuti saranno oggetto di una mostra presso il **Museo d'Arte Contemporanea di Lissone**. Scadenza: **20 dicembre** (www.museolissone.it).

□ Shape Memory Award



SAES Getters, multinazionale italiana operante nel settore delle tecnologie avanzate, lancia la prima edizione di «**Shape Memory Award**», concorso dedicato agli studenti delle facoltà tecniche delle università italiane e ai laureati nello scorso biennio. Lo scopo del premio è raccogliere e riconoscere le idee migliori nel settore delle leghe a memoria di forma, incoraggiandone lo sviluppo fino alla loro applicazione commerciale. Al primo classificato, oltre a un premio di 35.000 euro sarà quindi data la concreta opportunità di realizzare il proprio progetto all'interno degli avanzati laboratori di ricerca di **SAES Getters**. Scadenza: **15 gennaio**. (www.saesgetters.com).

□ Nuove idee per il bagno

L'azienda **Axolute** bandisce un concorso internazionale di idee per la progettazione di prodotti destinati alla **sala da bagno**. Oggetto del concorso potrà essere in primo luogo il **lavabo**, considerato referente principale, ma anche **vasca, piatto doccia e sanitari**, con la possibilità di spaziare su una serie di complementi che vanno dalla rubinetteria al mobile, allo specchio, agli accessori, all'illuminazione. Nella progettazione l'aspetto rilevante dovrà essere, unitamente all'innovazione, la cura e l'attenzione a materiali, finiture, cromatismi e superfici. Il concorso si svolgerà il **15 gennaio 2009** nello show room-laboratorio Axolute Lab, all'interno del quale, in un arco di tempo di 15 ore dall'inizio dei lavori, **15 partecipanti** avranno modo di elaborare un'idea o progetto da presentare alla commissione. Scadenza: **15 novembre**. (www.axolutedesign.com).