

LA MAPPA COME STRUMENTO D'INDAGINE

Dalla « nuova moda italiana » di Maria
Luisa Frisa al neomovimento *Design and
Craft*

Luca Parodi

Ci sono molte ragioni per cui ho deciso di intraprendere la pericolosa avventura di fare un libro sulla moda italiana delle ultime generazioni. Non sulla storia della moda, ma sulla moda in corso d'opera. Prima di tutto sicuramente la necessità di fare il punto di una situazione importante, ma che per una serie di ragioni non riesce a imporsi come dovrebbe. Non riesce a coagularsi intorno all'esplicitazione di una sorta di movimento che inconsapevolmente esiste, ma può risultare visibile e comprensibile nell'insieme solo quando se ne colgano, allontanandosi di qualche passo, le singole esperienze¹.

Con queste parole Maria Luisa Frisa apre il suo testo *Una nuova moda italiana*² e propone una mappatura del sistema del fashion italiano degli ultimi anni (Fig. 33). Il libro sottolinea la frenata improvvisa registrata dal settore e seleziona criticamente i nomi – spesso sconosciuti, perché non appartenenti alle etichette del *prêt-à-porter* Made in Italy – che stanno contribuendo atti-

maria luisa frisa

frida
giannini

riccardo
tisci

stefano
pilati

maria grazia chiuri e
pier paolo piccioli

gabriele
colangelo

albino

giambattista
valli

una nuova moda italiana

tommaso aquilano e
roberto rimondi

marco
de vincenzo

maria vittoria
sargentini

bianca maria
gervasio

vincenzo
de cotlis

rodolfo
paglialunga

boboutic

sara
lanzi

sergio
zambon

fabio
quaranta

leitmotiv

carlo
contrada

gianluca
capannolo

isabella
tonchi

francesco
scognamiglio

gianni
serra

roberta
furlanetto

marco
zanini

franco
verzi

alessandro
sartori

massimiliano
giornetti

renato
montagner

Marsilio

FONDAZIONE PITTI DISCOVERY

Fig. 33 - Copertina del volume *Una nuova moda italiana* di Maria Luisa Frisa, pubblicato da Marsilio Editore a Venezia nel 2011.

vamente agli sviluppi più traccianti del settore. La sua volontà sembra essere racchiusa nel desiderio di mappare quel teatro di sperimentazioni che oggigiorno permette alla ricerca (e al gusto) italiano di diffondersi nei mercati internazionali. Un ambito in trasformazione che non ruota più attorno a Milano come unico grande cardine e sconfinava in altre discipline appartenenti alla cultura contemporanea. Dopotutto, «la ricerca di un metodo, comune a designer e stilisti, come l'oggettivazione di una prassi di lavoro per imprenditori e comunicatori, sono il centro di un dibattito che dal particolare del singolo caso studio si è spinto alle questioni creative, narrative e metodologiche più profonde³». Seguendo il taglio metodologico adottato dall'autrice, e basandosi sulla constatazione dell'allargamento di campo che sta coinvolgendo il sistema del design contemporaneo, la tesi di Dottorato *Design & Crafts in Italia: l'altra origine degli oggetti. Gli scenari futuri dell'handmade. Tra artigianato, industria e Made in Italy* – sviluppata da chi scrive – mira a mappare la generazione dei designer italiani under 40, con l'obiettivo di definire la relazione che negli ultimi dieci anni li ha legati al settore dell'artigianato. Per farlo si avvale della collaborazione di cinque curatori esperti, attenti osservatori delle trasformazioni in atto e diretti registi di alcune delle incursioni approfondite.

Annalisa Rosso, Alice Stori Liechtenstein, Domitilla Dardi, Federica Sala e Paola Carimati affiancano lo sviluppo delle coordinate principali della mappatura e contribuiscono all'individuazione dei designer italiani millennial, protagonisti della diffusione del neo-movimento *Design & Craft*, campo di sperimentazione riscontrabile nella cultura e nella teoria del progetto, nonché nella recente produzione materiale degli oggetti. I progettisti individuati, intervistati e catalogati sono: Agustina Bottoni, Antonio Aricò, BAM, Cara Davide, Domenico Orefice, Duccio Maria Gambi, Elena Salmistraro, Federica Biasi, Federico Peri, Francesco Meda, Giacomo Moor, Gio Tiroto, Giuseppe Arezzi, Guglielmo Poletti, Kiasmo, Lucia Massari, Marino Secco, Martinelli Venezia, Matteo Cibic, Matteo Di Ciommo, Matteo Pellegrino, Roberto Sironi, Sara Ricciardi, Serena Confalonieri, Simone Crestani, *Stories of Italy*, Valentina Cameranesi Sgroi, Vito Nesta, *Waiting for the bus* e Zanellato Bor-

totto. A ciascun designer viene dedicata un'intervista specifica, incentrata su sei domande attinenti ai percorsi di studio, allo sviluppo dell'attenzione verso il tema dell'artigianato, ai riferimenti delle maggiori figure di rilievo con le quali si è interfacciato e alle tecniche lavorative messe in atto.

La visualizzazione della costellazione di progettisti aiuta a porre l'attenzione sulle peculiarità del fenomeno e su elementi nevralgici come la trasversalità e l'aggregazione dei saperi. Ecco che, un po' come succede nel gioco della caccia al tesoro in cui la mappa rappresenta « il disegno schematico del tragitto da percorrere⁴ », attraverso la lettura di questo grande affresco – composto da nomi, background e progetti – il design italiano sembra stia « individuando strade nuove⁵ ». Il sistema della mappa permette la messa a fuoco della tendenza e rivela la diffusione di un vero e proprio 'percorso parallelo', composto da tanti piccoli elementi, pronto ad intrecciarsi e convivere con l'industrial design più sedimentato.

Alberto Bassi nel suo *Design contemporaneo. Istruzioni per l'uso*, sottolinea quanto possa risultare complesso « provare a capire cosa sta succedendo e succederà nella società, nell'economia, nella tecnologia e nella cultura⁶ ». Tuttavia, sistematizzando le principali esperienze di successo del settore può apparire più chiara una prima configurazione dell'odierna generazione di progettisti e del loro campo d'azione. I prodotti e le storie raccolte sono accomunati da un'unica profonda volontà: la scoperta (e successiva valorizzazione) delle identità produttive Made in Italy. Iniziando dai gesti e passando attraverso la tutela delle rispettive diversità, i valori più evidenti del 'fatto a mano' tornano alla ribalta, cavalcando una propensione che sembra diffondersi in modo sempre più marcato nei mercati di tutto il mondo. È chiaramente insufficiente immaginare di poter anticipare quali saranno gli scenari futuri della disciplina, ma attraverso lo studio (e la sistematizzazione) delle esperienze raccolte appare chiara la nascita di un neomovimento. Trattandosi di un fenomeno connesso con il territorio e con la cultura, proiettato verso le esigenze economiche (e sociali) internazionali, appare primaria la necessità di riconoscerlo e metterlo a sistema.

« 'Fare rete', si dice in altro contesto, quando si punta a far funzionare meglio *cluster* produttivi e sistemi di aziende, proprio evocando il funzionamento articolato, strutturato e capillare delle reti che distribuiscono flussi, materiale e immateriali⁷ », scrive Giulio De Carli in un recente contributo pubblicato su *Domus*. E appare proprio questa la necessità: promuovere una cultura delle reti. Un approccio che sembra affondare le proprie radici nelle sperimentazioni di Eratostene e Tolomeo, in quel lontano IV secolo a.C. e nell'urgenza di mettere a sistema dettagli ed informazioni geografiche fondamentali per conoscere il mondo. Seppur oggi il contesto sia differente, e la produttività delle banche dati consenta una fruizione immediata di quello che è il quadro contemporaneo, l'organizzazione dei nodi e dei cambiamenti appare virtuosa se configurata seguendo il metodo della mappa. Ecco perché, raccogliendo le esperienze della generazione di designer under 40 e confrontando le differenti tecniche operative, risulta possibile delineare verosimili strade future del settore. Attraverso la mappatura emerge l'impegno condiviso di pensare a « mondi diversi e di diverse ontologie⁸ », un'aggregazione dei saperi basata su temi quali l'interdisciplinarietà e la cooperazione. Dopotutto, è prerogativa esclusiva del Made in Italy seguire (e plasmare) il divenire culturale e socioeconomico, senza tralasciare quella profondità di pensiero che permette al *know-how* di rappresentare, da sempre, un modello di riferimento nei mercati internazionali.

bibliografia

- + Bassi A., *Design contemporaneo. Istruzioni per l'uso*, Il Mulino, Bologna, 2017, pp. 76, 104.
- + Cappellieri A., *Moda e Design: il progetto dell'eccellenza*, FrancoAngeli, Milano, 2007, p. 57.
- + De Carli G., *Per una cultura delle reti*, in « [Domusweb.it](https://www.domusweb.it) », 4 settembre 2023. Disponibile in: <https://www.domusweb.it/it/speciali/domus-air/2023/per-una-cultura-delle-reti.html> (Ultima consultazione: 25-02-2024).
- + Frisa M. L., *Una nuova moda italiana*, Marsilio Editore, Venezia, 2011, p. 9.
- + Gambardella C., *Handmade in Italy*, Altralinea Edizioni, Firenze, 2020, p. 95.
- + Treccani, *Mappa*, in *Vocabolario Treccani online*. Disponibile in: <https://www.treccani.it/vocabolario/mappa/> (Ultima consultazione: 01-03-2023).

note:

- ¹ Frisa M. L., *Una nuova moda italiana*, Marsilio Editore, Venezia, 2011, p. 9.
- ² *Una nuova moda italiana* è un libro scritto da Frisa Maria Luisa, pubblicato nel 2011 da Marsilio Editore, dedicato all'analisi del sistema moda Made in Italy contemporaneo. Il suo obiettivo è rappresentato dalla volontà di individuare - e mettere a sistema - i percorsi e le traiettorie intrapresi dalla generazione più giovane di fashion designer italiani.
- ³ Cappellieri A., *Moda e Design: il progetto dell'eccellenza*, FrancoAngeli, Milano, 2007, p. 57.
- ⁴ Treccani, *Mappa*, in *Vocabolario Treccani online*. Disponibile in: <https://www.treccani.it/vocabolario/mappa/> (Ultima consultazione: 01-03-2023).
- ⁵ Gambardella C., *Handmade in Italy*, Altralinea Edizioni, Firenze, 2020, p. 95.
- ⁶ Bassi A., *Design contemporaneo. Istruzioni per l'uso*, Il Mulino, Bologna, 2017, p. 76.
- ⁷ De Carli G., *Per una cultura delle reti*, in «[Domusweb.it](https://www.domusweb.it)», 4 settembre 2023. Disponibile in: <https://www.domusweb.it/it/speciali/domus-air/2023/per-una-cultura-delle-reti.html> (Ultima consultazione: 25-02-2024).
- ⁸ Bassi A., *Design contemporaneo. Istruzioni per l'uso*, *Op. cit.*, p. 104.